

T. C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN ÇALIŞMALARI ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

OKUL ÖNCESİ DÖNEM ÇOCUKLARINA
YÖNELİK ÇİZGİ FİLMLERDE TOPLUMSAL
CİNSİYETİN İNŞASI: NİLOYA ÖRNEĞİ

HANİFE SARAÇ

2501160447

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. NİLÜFER TİMİSİ NALÇAOĞLU

İSTANBUL, 2018



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : HANİFE SARAÇ Numarası : 2501160447
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı : KADIN ÇALIŞMALARI Danışmanı : PROF. DR. NİLÜFER TİMİSİ NALÇAOĞLU
Tez Savunma Tarihi : 20.02.2018 Saati : 11:00
Tez Başlığı : "OKUL ÖNCESİ DÖNEM ÇOCUKLARINA YÖNELİK ÇİZGİ FİLMLERDE TOPLUMSAL CİNSİYETİN İNŞASI: NİLOYA ÖRNEĞİ"

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin **36. Maddesi** uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜNE** OYBİRLİĞİ ~~LOYÇOKLUĞUYLA~~ karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1-PROF.DR. NİLÜFER TİMİSİ		KABUL
2- DOÇ.DR. GÜLİN TEREK ÜNAL		Kabul
3-DOKTOR. ÖĞRETİM ÜYESİ ASUMAN KUTLU		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1-DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ BERRİN OKTAY		
2-DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ HALE TORUN		

ÖZ

OKUL ÖNCESİ DÖNEM ÇOCUKLARINA YÖNELİK ÇİZGİ FİLMLERDE TOPLUMSAL CİNSİYETİN İNŞASI: NİLOYA ÖRNEĞİ

HANİFE SARAÇ

Çocukların dünyayı televizyondaki çizgi filmlerden öğrenir hale gelmesi ile birlikte çizgi filmlerin içeriğinin ve çizgi film karakterlerinin eşitlikçi bir düzen içinde farklılıklara saygılı olarak sunulması büyük önem kazanmıştır. Bu nedenle bu çalışmada çocuk popüler kültürü olan televizyon çizgi filmlerinde toplumsal cinsiyetin inşası incelenmiştir. Popüler kültür, televizyon, çocuk ve toplumsal cinsiyet konularının birbirleriyle ilişkili olarak ele alındığı çalışma feminist bir yaklaşımla niteliksel içerik analizi kullanılarak yapılmıştır. Çalışmada Niloya çizgi filminin 20 bölümü toplumsal cinsiyet kalıp yargıları açısından incelenmiştir. Her bir bölüm hazırlanan izleme formu ile seyredilerek bulgulara ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda çizgi filmde geleneksel toplumsal cinsiyet kalıp yargıları pekiştiren ama değişen toplumsal normlarla çatışmayan iletilere yer verildiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Popüler Kültür, Televizyon, Toplumsal Cinsiyet, Çocuk, Çizgi Film.

ABSTRACT

CONSTRUCTION OF GENDER IN CARTOONS FOR PRESCHOOL CHILDREN: EXAMPLE OF NILOYA

HANİFE SARAÇ

As children learn about the world from cartoons on television, the content of cartoons and cartooncharacters presented in an equitable order with respect for differences have become very important. For this reason, as popular culture of children, television cartoons were investigated in terms of the construction of gender in the study. The study was done using qualitative content analysis with a feminist approach by discussing the relations among popular culture, television, children, and gender. In the study, 20 parts of Niloya cartoonwere examined in terms of gender stereotypes. The findings were obtained by watching each section with the prepared form. As a result of the research, it was obtained that gender stereotypes in the cartoonwas reinforcing traditional ones but not contradicting with changing social norms.

Keywords: Popular Culture, Television, Gender, Children, Cartoon.

ÖNSÖZ

Bireyin davranışlarında ve aldığı kararlarda içinde yaşadığı kültürün bir etkisi vardır. Günümüzde kitle iletişim araçları ile küreselleşen dünyada toplumların saf kültüründen bahsedilememektedir. Televizyon evlerimizin baş köşesine kurularak kitle iletişim araçları içerisindeki ve hayatımızdaki üstünlüğünü korumaktadır. Gelişen çağın yaşam şartlarının etkisiyle artık çocuklar evin içinde televizyon ile büyümektedirler. Televizyon modern çağın çocuk bakıcısı haline gelmiştir. Gündelik hayatı ve toplumsal değerleri televizyondan öğrenen çocuk hayatı televizyondan izlediği şekilde yaşamaya çalışmaktadır. Bu nedenle televizyon çizgi filmlerinde sunulan temsillerin şiddetten arıtılarak, eşitlikçi ve sevgi ortamı içinde sunulması hayati önem taşımaktadır.

Çocuk popüler kültür aracı olarak televizyon ve toplumsal cinsiyet konulu bu çalışmada okul öncesi çocuklara yönelik çizgi filmlerdeki toplumsal cinsiyet kalıp yargıları incelenmiştir. Çalışmada niteliksel içerik analizi kullanılarak yorumlara feminist bakış açısı eklenmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde popüler kültür ve televizyon ilişkisi incelenmiştir. İkinci bölümde televizyon ve çocuk, çizgi filmler ve toplumsal cinsiyet arasındaki bağlantılar anlatılmıştır. Üçüncü bölümde Niloya çizgi filminin toplumsal cinsiyet kalıp yargıları açısından analizi yapılmıştır.

Bu tezin hazırlanmasının her aşamasında benden desteğini hiç bir şekilde esirgemeyen, fikirleriyle bana yol gösteren değerli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Nilüfer TİMİSİ'ye ve bu süreçte her zaman bana yardımcı olan arkadaşım Erdoğan KUZUCU'ya çok teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
RESİMLER LİSTESİ.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR LİSTESİ.....	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

BİR POPÜLER KÜLTÜR ARACI OLARAK TELEVİZYON

1.1. Kültür ve Popüler Kültür Kavramları	5
1.1.1. Kültür Kavramı	5
1.1.2. Popüler Kültür.....	6
1.2. Popüler Kültüre Yönelik Yaklaşımlar.....	10
1.3. Popüler Kültür ve Kitle İletişim Araçları.....	13
1.4. Popüler Kültür ve Televizyon	17

İKİNCİ BÖLÜM

ÇOCUK POPÜLER KÜLTÜRÜ OLAN TELEVİZYON ÇİZGİ FİLMLERİ VE TOPLUMSAL CİNSİYETİN İNŞASI

2.1. Çocuk Popüler Kültürü ve Televizyon.....	22
2.2. Çizgi Film Kavramına Genel Bir Bakış.....	28
2.3. Çizgi Filmlerde Toplumsal Cinsiyetin Üretimi	29
2.3.1. Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Kavramları	29
2.3.2. Toplumsal Cinsiyetin Çizgi Filmlerde İnşa Edilmesi	30
2.4. Hedef Grup Okul Öncesi Çocuklar	36

2.4.1. Okul Öncesi Çocuklarda Gelişim	36
2.4.2. Okul Öncesi Çocukların Toplumsal Cinsiyet Algısı.....	38
2.4.2.1. Bilişsel Gelişim Kuramı	38
2.4.2.2. Sosyal Öğrenme Kuramı	39

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÇİZGİ FİMLERDE TOPLUMSAL CİNSİYETİN İNŞASI:

NILOYA ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Yöntemi.....	42
3.1.1. Veri Kaynağı	43
3.1.2. Verilerin Analizi.....	44
3.2. Niloya Çizgi Filminin Analizi.....	45
3.2.1. Niloya Çizgi Filminin Tanıtımı.....	45
3.2.2. Yayınlandığı Kanal: TRT Çocuk	46
3.3. Niloya Çizgi Filminde Toplumsal Cinsiyetin Sunumu.....	49
3.3.1. Cinsiyet ve Toplumsal Konum İlişkisi.....	49
3.3.2. Fiziksel Özellikler ve Cinsiyet İlişkisi	50
3.2.3. Kıyafet Rengi ve Türü ve Cinsiyet İlişkisi.....	52
3.2.4. Evin İçindeki ve Dışındaki İşler ve Cinsiyet İlişkisi.....	55
3.2.5. Oyun ve Oyuncak Tercihi ve Cinsiyet İlişkisi	58
3.2.6. Annelik-Babalık İlişkileri	61
3.2.7. Kullanılan Sıfatlar ve Cinsiyet İlişkisi	65
3.2.8. Rol Modeller ve Cinsiyet İlişkisi	67
3.2.9. Cinsiyet ve Karakter Özellik İlişkisi	68
SONUÇ.....	72
KAYNAKÇA	77
EK: İZLEME FORMU	91

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1-2 :	Çizgi Filmdeki Karakterlerin Fiziksel Özellikleri
Resim 3-4 :	Niloya, Mete, Elif ve Mine'nin Bayramlıkları ve Günlük Kıyafetleri
Resim 5:	Niloya Anne ve Babaannesi ile Hasta Abisinin Yanında
Resim 6:	Balığa Çıkan Dede ve Baba Sahnesi
Resim 7-8:	Çizgi Filmin Başlangıcında Oynayan Çocukların Görüntüleri
Resim 9:	Futbol Oynanan Sahne
Resim 10:	Niloya'nın Halı Dokumasını Öğrendiği Görüntü
Resim 11:	Babanın Video Hediye Etme Sahnesi
Resim 12:	Niloya'nın Kek Yapma Sahnesi
Resim 13:	Murat ve Babanın Çalışması
Resim 14:	Niloya'nın Ağaçtan Topu Alması
Resim 15:	Mete'nin Mızıkçılığı Sahnesi

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Niloya Çizgi Filminin Araştırma Kapsamında İncelenen Bölümleri



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
Akt.:	Aktaran
Çev.:	Çeviren
Ed.:	Editör/yayına hazırlayan
KİA:	Kitle İletişim Araçları
RTÜK:	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
s.:	Sayfa
TRT:	Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu
t.y.:	Tarih Yok
UNESCO:	Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü
vb.:	Ve benzeri
vd.:	Çok yazarlı eserlerde ilk yazardan sonrakiler

GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın problemi, amacı, önemi, örnekleme ve sınırlılıkları yer almaktadır.

Yaşamın bir koşulu olan kültür hem bir toplumun bireyleri tarafından oluşturulmakta hem de bireylerini şekillendirmektedir. Tamamen başkalarına bağımlı olan, duygularını sınırsızca ortaya koyabilen, gelecekte habersiz, anlık doyumlara peşinde olan çocuk içinde büyüdüğü toplumun ve kitle iletişim araçlarının kendisine sunduğu düşünce ve eylemlerden seçtiklerini içselleştirerek büyümektedir (Tezcan, 1997: 257). Çocuğun doğumdan itibaren maruz kaldığı görsel ve işitsel iletiler yığını, çocuğun kültürünü oluşturmaktadır. Günümüzdeki teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak kültür giderek bütünlüksel yapısını kaybetmektedir ve kitle iletişim araçları hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline geldikçe sürekli değişen bir gündelik hayat kültürü olan “popüler kültür” yaşamımıza girmektedir (Güllüoğlu, 2012: 65). Bireylerin yaşam şekillerini giyim tarzlarına kadar birbirine benzetmeye yönelik bir olgu olan popüler kültür bunu en iyi televizyon aracılığı ile gerçekleştirmektedir. Hem fiziksel kullanım avantajları hem de tüm aile bireylerinin ilgi ve ihtiyaçlarına yönelik sunulan içeriğiyle, televizyon evlerimizin vazgeçilmez bir parçası haline gelmektedir. Hızla değişen dünyanın koşuşturmacasında televizyonun bakıcılığına bırakılan çocuk hayata dair aklına takılan soruların cevabını televizyonda aramaktadır. Bu durumda çocuklar en çok başbaşa kaldıkları televizyon programları olan çizgi filmler, çocukların hayatlarında kendiliğinden rol model oluşturabilmektedirler. Bundan dolayı eskiden halk hikayeleri ve masallarla gerçekleştirilen kültür aktarımı artık çizgi filmlerle gerçekleşmektedir (Alicenap, 2015: 16). Dolayısıyla günümüzde çizgi filmler başta kadın ve erkeğe ait cinsiyet rolleri olmak üzere her türlü toplumsal değerin öğreticisi haline gelmektedirler. Bu nedenle çizgi filmlerin çocukların hayatlarındaki bu güçlü yeri ve çocukların televizyon karşısında geçirdikleri limitsiz zamanlar değerlendirildiğinde çizgi filmlerdeki karakterlerin saygı-sevgi kültürü içinde, eşitlikçi ve farklılıklara saygılı olarak sunulması her türlü cinsiyetçiliğin ve ayrımcılığın yaşanmayacağı demokratik

nesiller yetiştirebilmek adına hayati önem taşımaktadır. Konunun çocuk gelişimindeki hassaslığının yanında Türkiye’de çizgi filmlerin kadın ve erkek cinsiyet rolleri açısından incelenmesinde literatürde eksiklikler olduğunun farkedilmesi sebebiyle bu konu seçilmiştir.

Bu araştırmanın amacı 0-6 yaş çocuk popüler kültürü olan televizyon çizgi filmlerini toplumun kadın ve erkeklere verdiği roller açısından incelemektir. Bu kapsamda şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının şekillenmesinde televizyonun yeri nedir?
2. Okul öncesi çocuklara yönelik popüler bir televizyon çizgi filminde toplumsal cinsiyet rolleri nasıl inşa edilmektedir?
3. Niloya çizgi filminde kadınların ve erkeklerin fiziksel, duygusal, sosyal ve ekonomik (ev içinde ve dışında yapılan işler) olarak temsili toplumsal cinsiyet ideolojisiyle uyumlu mudur?

Toplumsal cinsiyet hiyerarşisinin temellerini sorgulamak için öncelikle kültür olgusunun yeniden çözümlenmesi gerekmektedir (Chodorow, 1974: 66). Çağımızda kitle iletişim araçları ile küreselleşen dünyada kültürler arası farklılıklar hızla silinmekte ve birbirine benzeyen kültürler ortaya çıkmaktadır. Bireylere anlık zevkler ve beğeniler sunan popüler kültür genelde kitle iletişim araçları özelde de televizyon aracılığı ile erkek egemen sistemin ürünlerini ve bakış açılarını yaymaya ve yeniden üretmeye çalışmaktadır. Ataerkil sistemin işleyen çarklarının bozulmaması için öncelikle kadına ve erkeğe geleneksel olarak verilen toplumsal cinsiyet rollerinin değişmemesi gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle erkekler zeki, özgür ve aktif; kadınlar ise akıllı olmayan, bağımlı ve pasif bireyler olarak kalmaya devam etmelidirler. Bunun sağlanabilmesi için kitle iletişim araçları aracılığı ile bireylerin boş zamanlarını nasıl değerlendirecekleri planlanarak, eğlendirici popüler aktiviteler/programlar/ürünler tekrar tekrar sunulmaktadır. Bireylerin yoğun bir

şekilde popüler kültür ürünlerinin baskısı altında kaldığı çağımızda, popüler kültüre uygun yaşamayanlar bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde etrafındakiler tarafından dışlanma durumunda kalabilmektedirler.

Bununla birlikte evlerde genellikle sürekli açık olan ve en etkili popüler kültür dağıtıcısı olan televizyon onun kötü etkilerinden kendini nasıl koruyacağını bilmeyen çocuklar için telafisi çok zor olan zararlı etkiler oluşturabilmektedir. Popüler kültür ailecek izlenen popüler televizyon programları ile çocukları yetişkinlerin dünyasına sokmaktadır. Küçük yaşlardan itibaren dünyayı televizyon ile öğrenen çocuklar gerçek hayatın televizyonda olduğu gibi yaşandığını düşünmeye başlamaktadırlar. Televizyonda kadınların ağladığı, kötü adamlara esir düştüğü ya da evde yemek yaptığı görüntülerle erkeklerin kadınları kötü adamlardan kurtardığı, doktor olduğu ya da araba kullandığı sahnelere sürekli maruz kalan küçük yaştaki çocuklar gerçek hayattaki erkek ve kadınların bu şekilde olmaları gerektiğini düşünebilmektedirler. Bu nedenle öncelikle çocuklarda toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının oluşumunu önleyebilmek ve varolan kalıp yargıları değiştirebilmek adına televizyon programlarının özellikle de çizgi filmlerin cinsiyet eşitliği sunan bir yapıda sunulmaları çok önemlidir. Aksi takdirde varolan toplumsal cinsiyet rolleri daha da kuvvetlenecek ve özellikle erkek olmayanlar ayrımcılığa maruz kalmaya devam edeceklerdir.

Çalışmanın örneklemini TRT Çocuk kanalında yayınlanan Niloya çizgi filmi oluşturmaktadır. Niloya çizgi filminin seçilme amacı yaklaşık 10 yıldır yayınlanmasına ve zaman zaman yayına ara verilmesine rağmen elde ettiği başarının düşmemesidir. 2014 yılında Almanya’da yapılan dünyanın en büyük oyuncak fuarında Niloya, aralarında Winx Club, Cindy, Barbie ve Mickey Mouse gibi uluslararası tanınmış karakterlerin bulunduğu trend lisans kategorisine girmeyi başaran ilk yerli çizgi film olmuştur (Yalçın, 2014). Aynı zamanda 2017 yılında İstanbul’da yapılan bir araştırmanın sonucuna göre Niloya’nın okul öncesi çocuklara yönelik çizgi filmler kategorisinde en çok izlenen çizgi film olduğu tespit edilmiştir (Yağan Güder, 2017: 98). Türkiye’de ve giderek dünyada popüler çocuk kültürünün

dikkat çekici bir ögesi haline gelen Niloya çizgi filmi hakkında yapılan bu toplumsal cinsiyet çalışmasının bu alandaki diğer cinsiyet çalışmaları için bir kaynak olması hedeflenmektedir.

Bu çalışma TRT Çocuk kanalında yayınlanan Niloya isimli bir çizgi filmin 20 bölümü ile sınırlıdır.



BİRİNCİ BÖLÜM

BİR POPÜLER KÜLTÜR ARACI OLARAK TELEVİZYON

1.1. Kültür ve Popüler Kültür Kavramları

1.1.1. Kültür Kavramı

Bireyler geçmişten beri kendilerini ifade etmenin farklı biçimlerini geliştirerek geleceğe taşınan izler bırakmaktadırlar. Bu izler toplumsal hafıza, bireysel ve kollektif kimliğin inşasında olduğu gibi bireyin bir toplumsal özne haline gelmesinde de birer tuğla işlevi görmektedir. Kültür bu inşa sürecinde gelişen aynı zamanda bu inşayı da gerçekleştiren önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kültür kavramının sınırlarının geniş olması ve kavramın birbirinden farklı bilimsel alanlarda kullanılması kültür hakkında evrensel bir tanım yapılmasını zorlaştırmıştır. Kültür, üretme, yetiştirme, ekip-biçme anlamında kullanılan Latince asıllı bir kavramdır. Kültürle ilgili ilk bilimsel tanımı yapan Edward Burnett Tylor'a göre kültür; “bilgiyi, imanı, sanat ve ahlakı, örf ve adetleri, ferdin bağlı olduğu bir toplumun üyesi olması sebebiyle kazandığı alışkanlıkları ve bütün maharetleri içine alan karmaşık bir bütündür” (Akt. Asunakutlu ve Safran, 2004: 34).

Fitcher'e göre insanın yaptığı her şey kültürü oluşturmaktadır. Kültür insan tarafından yapılır, toplumun ortaklaşa kullandığı kurumların bileşkesidir (1997: 130). Giddens ise kültürü insanların doğrudan eğitim yoluyla edindikleri öğrenilmiş davranış modelleri ya da toplumsal yaşamdaki deneyimleri olarak ifade etmektedir. Deneyimlerin bir kısmı doğal süreçler yoluyla elde edilirken bir kısmı da toplumsal yapı içerisinde oluşmaktadır. Kültür, hem manevi hem de maddi olguları içermektedir. Manevi tarafıyla, inançları, fikirleri hatta yaklaşımları kapsarken,

maddi yönüyle de toplumun paylaştığı sembolleri ve hatta teknolojiyi içine almaktadır (2001: 22). Güvenç kültür kavramına verilen çeşitli anlamları dört kategoride toplamıştır; ilk olarak bilim alanındaki kültür, uygarlıktır. İkinci olarak beşeri alandaki kültür, eğitim sürecinin ürünüdür. Üçüncü olarak güzel sanatlar estetik alandaki kültürdür. Dördüncü olarak maddi (teknolojik) ve biyolojik alanda kültür, üretim, tarım, ekip - çoğaltma ve yetiştirme (1991: 96-97).

Kültür, devam eden ve gelişen davranış biçimleri, bir göreceler topluluğu olarak kabul edilebilir. Kültür öğrenilen ve gelecek nesillere aktarılan dinamik ve değişen bir süreçtir. İçgüdüsel, kalıtsal ve biyolojik değildir, öğrenme yoluyla varlığını sürdürür. Bireyin doğduktan sonraki ihtiyaçları sonucunda deneyimlenerek edindiği alışkanlıkları içerir. İnsan yaşamının her deneyiminin bir kısmı içinde büyüdüğü kültürün etkisiyle şekillenmektedir. Kültür bireylerin entellektüel, duygusal ve hatta fiziksel olarak biçimlendirerek, toplumsal cinsiyet rollerini belirlemekte ve dünyayı algılama şekillerini açıklamaktadır (Tezcan, 1997: 259).

1.1.2. Popüler Kültür

Kültür tartışmalarında popüler kültür konusunda farklı yaklaşımlar olduğu görülmektedir. Popüler kültüre açıklık getirmek için ‘kitle kültürü’ olgusundan bahsetmek yerinde olacaktır.

Bir kavram olarak kitle, bir araya gelmiş insan toplulukları olarak düşünüldüğü gibi belirli bir amaç için insanların dayanışması olarak tanımlanabilir. Kitle toplumu ve kitle kültürü kavramı sanayi devrimi ile köyden kentlere göçün artması ve modernleşme ile ortaya çıkmıştır. “Kitle kültürü, kitlesel tüketim için hazırlanan medyaya, haber kaynaklarına, müzik ve sanata yaygın bir şekilde maruz kalınmadan kaynaklanan fikirler ve değerler kümesidir’ (Encrypted-chegg.com). Kitle kültürü, seri üretime geçişin sonuçlarından biridir ve kitle toplumunun alınıp satılabilen hale gelmiş durumudur. Öznesi yığınlar ve kalabalıklar olan kitle kültürü, zevklerde,

dünya görüşlerinde, sosyal tercih ve kararlarda tek tip ve standart bir yapı olarak belirtilmektedir (Türkdoğan, 1988:179).

Kitle kültürü bireyleri kuramcılar tarafından çoğunlukla tutarsız, kişisel sorumluluktan ve kendi kararlarını vermekten uzak, kendilerini yığınların akışına bırakan kişiler olarak tanımlanmaktadır. İnsanı edilgin bir varlık olarak niteleyen bu anlayışı eleştiren birçok araştırmacı vardır. Fiske, kültürün yalnızca toplumun kendi içinde oluşturulabileceğini, dışarıdan ya da yukarıdan dayatılamayacağını vurgulayarak tektip, ithal edilme bir kültürün kitlelere bir materyal gibi dayatılıp satılamayacağını belirtmekte ve kitle kültürü kuramlarını ortalığı telaşa veren kötümser kuramlar olarak nitelendirmektedir (2012: 36).

Kitle kültürü kâr amacıyla yığınlar halinde tüketime sunulan ürünlerden oluşmaktadır. Bu nedenle toplumun yararını tamamen gözardı ederek kâr elde edemeyeceği hiç bir ürünü içinde bulundurmamaktadır. Sermaye sahipleri herkesi üretime ve tüketime katarak üretimi sosyalleştirip zenginliğin en büyük payını özel mülkiyet adına kendilerine ayırmaktadırlar (Alemdar ve Erdoğan, 2005: 42).

Kitle kültür ile popüler kültür geçmişte çoğu zaman birbiri ile karıştırılan ve aynı anlamda kullanılan kavramlardır. Buna göre kitle kültürü edilgen varsayılan bireylerin kitlesel olarak üretilen ürünleri tüketme süreci olarak ortaya konulurken popüler kültür yaygın halk kültürü olup bir toplumda geniş bir şekilde paylaşılan inançları ve uygulamaları ifade etmektedir (Yıldız, 2004: 24). Öte yandan Alemdar ve Erdoğan günümüzde kitle kültürü ile popüler kültürün bütünleştiğini ve popüler kültürün kitle kültürünün yerini aldığını belirtmektedirler (2005: 84).

Popüler kültür terimi ile içinde yaşadığımız dünyanın her alanı ifade edilmektedir. Bu kavramın içerdiği çeşitlilik nedeniyle net bir tanımı yoktur. Popüler kavramı ‘halka ait’ ‘herkes tarafından sevilen, beğenilen’ ya da ‘geniş kitlelere özgü olma gibi’ birçok olguyu içermektedir.

Popüler kültür kavramsal düzeyde halk kültürü ile ortak özellikler taşımakla birlikte halk kültüründen farklı olduğu dile getirilmektedir. Popüler kültür, halk kültürünün aksine kısa ömürlü ve sürekli yeniden üretilen bir kültür olarak

değerlendirilmektedir. Popüler kültür sanayileşmiş toplumun ürünü olan metaldan oluşturulurken halk kültürü istikrarlı geleneksel toplum düzeninin ürünü olarak nitelendirilmektedir (Alemdar ve Erdoğan, 2005: 33-34).

Sözen, popüler kültürü “bir toplumun belirli bir zamanda baskın olan kültürü” şeklinde ifade etmektedir (2004: 61). Böylece popüler kültürün günlük hayatın gündeminde olan ile sınırlarının belirlendiğine işaret etmektedir. Bununla birlikte Takış, popüler kültürün atmosferinde baskın bir şekilde değer yitimi olduğunu söyleyerek popüler kültür psikolojisinin taklit ve kopyalama güdüsünden kaynaklandığını vurgulayarak popüler kültürün “sürü” ahlakı olduğunu belirtmektedir (2004: 8).

19. yüzyılda kentleşme ve endüstrileşme neticesinde çalışma zamanı dışında kalan vakitlerin ne şekilde değerlendirileceği konusu, farklı çıkarları olan farklı sınıflar arasında önemli bir sorun haline gelmiştir. Toplumdaki egemen sınıf boş zaman düzenlemesini kendine bağlı bulunan sınıflar üzerinde önemli bir denetim aracı olarak görmüştür (Fiske, 2012: 90). Bireylerin boş zaman pratikleri, üretimin devamlılığı için gereken tüketimin gerçekleşmesi çerçevesinde yönlendirilerek bireyler hem üretimin hem de tüketimin öznesi haline gelmiştir. Ekonomi bireylerin yaşamını organize eden hakim güç olmuştur.

Popüler kültür, popülerleştirilen metalarla bireylerin gündelik yaşamın olumsuz yanlarından kaçmasına olanak verir ve bu şekilde yapay mutluluklar üreterek hızlı tüketim kültürü haline gelmektedir. Örneğin popüler şarkı ve şarkıcılar, popüler televizyon programları, popüler saç şekilleri, popüler kıyafetler bunlardan bazılarıdır. Popüler kültür sermaye düzeninin “dostça faşist” zorbalığının medyadan ve kişiler arası ilişkilerden geçerek kendini demokratik olarak satmasıdır. Evini X semtinden almalı ve Z marka arabayı kullanmalı, C marka ayakkabı giymeli ve D marka ruj sürmelisin çünkü ‘sen buna layıksın’ demek bunları gerçekleştiremezsen değer kazanamazsın demektir. Bu popüler kültür pratiklerini yapmayanlar etrafındakiler tarafından dışlanarak üzerlerinde psikolojik baskı kurulabilmektedir. Aynı zamanda hayatlarını popüler kültüre göre yaşayanların bunu kendi özgür iradeleriyle gerçekleştirdiklerine inandırarak kendilerini rahatlamış hissettikleri ve kendilerini bu

pratiklere katılmayanlardan üstün gördükleri ifade edilmektedir (Alemdar ve Erdoğan, 2005: 38). Aynı şekilde Oskay da popüler kültürün bireylere gerçek yaşamın yerine başka bir yaşam olabileceğini düşünmenin yollarını tıkayarak, sunduğu ürünlerle bireylerin var olan hayatlarını kabullenmenin utancını yaşatarak acısını hafiflettiğini ifade etmiştir (Oskay, 1982: 190). Fiske popüler kültürün özelliklerini şu şekilde özetlemiştir:

- Popüler kültür çatışma kültürüdür,
- Popüler kültür kısa sürede siliniveren, kısa ömürlü bir kültürdür,
- Popüler kültür gelişmiş sanayi toplumları tarafından üretilir,
- Popüler kültürler kendilerini kullanan toplumsal oluşumlarca üretilmemiş kültürel kaynaklardan elde edilirler,
- Popüler kültür, endüstri aracılığıyla üretilip dağıtılan metaldan oluşturulmaktadır. Ayrıca ekonomik açıdan yaşayabilir, dolayısıyla da varlığını sürdürebilir olabilmesi için çeşitli toplumsal oluşumlara bir dizi kültürel potansiyel sunması gerekmektedir (2012: 207-209).

Güngör popüler kültürün bir çok alanını kapsayarak onu şu şekilde özetlemiştir;

“Kaynağını toplumların geçmişteki yaşam deneyimleri ve kültürel birikimlerinden alan, gündelik yaşam pratiklerini içselleştirerek güncel hale gelen, üretim ve tüketim açısından toplumun en alt kesiminden en üst kesimine kadar tüm tabakalarını farklı derecelerde de olsa temsil eden, bir yandan egemen güçlerin toplumu yönetmesi ve yönlendirmesi için imkan sağlarken bir yandan da kültürel etkinlik alanı içerisinde temsil olanağı bulunamayan kesimlerin kurulu düzene karşıt tavırlarını sergileyebildikleri bir mücadele alanıdır” (1996: 18).

Popüler kültür egemenlik ve mücadele alanıdır. Hall popüler kültürün iktidar bloğuna karşı popüler güçlerin çevresinde oluşan çelişkiden ortaya çıktığını belirterek popüler kültürün kaçınılmaz bir şekilde içine katma ve direniş hareketi içerdiğini belirtmektedir (1981: 228). Aynı zamanda Hall, bireylerin popüler kültür

ürünlerini anlamlandırma sürecini muhalif, egemen ya da müzakereli bir şekilde yorumlayabileceğini ifade ederek egemen güçlerin dayatmalarının planlanan şekilde meydana gelemeyeceğini kitle kültürü teorisyenlerinin varsaydığı gibi topyekün ve benzer alımlamanın da olmadığını, alımlamanın popüler kültür ve onu tüketen izleyici/okur arasında bir müzakere alanı olduğunu vurgulayarak, popüler kültürün bir direniş alanı olarak belirleneceğini vurgulamaktadır (1996: 59-61). Alemkar ve Erdoğan'a göre de popüler kültür ezilenlerin daha iyi bir dünya için direnişlerinin bir ifadesiyken, günümüzde küresel pazarın egemenliğinde kaybedilmiş bir mücadele alanıdır (2005: 39). Batmaz da popüler kültürün gündelik yaşamda eğlence pratikleriyle emeğin gündelik olarak yeniden üretilmesini sağlarken belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesine destek olduğunu vurgulamaktadır. Popüler kültürün bu şekilde gündelik hayatın ideolojisinin yaygınlaşmasına ve onaylanmasına uygun ortam yarattığını belirtmektedir (1981: 163).

1.2. Popüler Kültüre Yönelik Yaklaşımlar

Popüler kültüre yönelik yaklaşımlar kültürel kuramlar ve toplumsal süreçler ile ilişkisi çerçevesinde üç grupta toplanmaktadır. Bunlardan ilk yaklaşım popüler kültürü insanları güdüp-yönetme çerçevesinde değerlendiren ve bunun alınıp satılarak üzerinden para kazanılabilen sektörler ve bunların oluşturduğu kültür (kültür endüstrisi) tarafından meydana geldiğini savunmaktadır (Yıldız, 2004: 174). Frankfurt Okulu tarafından savunulan bu görüş, popüler kültüre eleştirel bir bakış açısıyla bakmaktadır. 1923 yılında Almanya'da Frankfurt Üniversitesi Sosyal Araştırma Enstitüsü olarak kurulan ve 1960'ların sonuna kadar, Marksist yönelimli yaklaşım tarzı olarak kapitalist kültür endüstrisinin en güçlü eleştiricisi olan Frankfurt Okulu'nun en önemli temsilcileri olan Max Horkheimer, Herbert Marcuse ve Theodor Adorno'dur. Bu okulun temsilcileri, kültür endüstrisinin yaratıcılığı yokeden ve bilinçli bir biçimde kendi çıkarlarını savunacak bağımsız bireylerin gelişmesine olanak sağlamayan bir sistem yaratarak her şeyin tektipleştiği birbirinin benzeri toplumlar yarattığını belirtmektedirler. Frankfurt Okuluna göre insanlar kültür endüstrisinin çıkarları için yanlış bir bilinç içinde yaşamaya

yönlendirilmektedirler (Arık, 2006a: 123).

Güllüoğlu bu yaklaşımın popüler kültürü kitle kültürüyle aynı kabul ederek popüler kültürü yüksek ve alçak kültür tartışması içinde incelediğini ortaya koymuştur. Yüksek kültür olarak Batı'nın klasik aristokrat kültürü ve geleneği, alçak kültür olarak nitelenen popüler kültür ile karşılaştırılmaktadır. Bu yaklaşımda popüler kültür uygarlık ve saf kültür için bir tehlike olarak gösterilerek, alçak zevklerin ve ilgilerin kültürü olarak tanımlanıp aşağılanmaktadır (2012: 68).

Frankfurt Okulu'nun yaklaşımı içerisinde, popüler kültür ve kitle kültürü özdeşdir. Kitle iletişim araçları aracılığıyla egemen iktidar tarafından merkezi olarak üretilen ve kitlesel olarak tüketilen bu kültür modern bireyin kapitalist toplum için yeniden üretilmesinin bir aracıdır. Frankfurt Okulu kitle kültürünü eleştirirken yüksek kültür ve alçak kültür kategorileri altında kültürü sınıflandırmaktadır. Yüksek kültür olarak Batı'nın klasik aristokrat kültürü ve geleneği, alçak kültür ise kitle iletişim araçlarıyla üretilen ve dağıtılan ve geniş kitle tarafından tüketilen kültürdür. Bu yaklaşımda popüler kültür uygarlık ve saf kültür için bir tehlike olarak gösterilerek, alçak zevklerin ve ilgilerin kültürü olarak tanımlanıp aşağılanmaktadır

Herbert J. Gans *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür* kitabında popüler kültüre yönelik eleştirileri şu şekilde özetlemektedir:

1. Popüler kültür kâr amacıyla kurulan bir sanayinin standardize edilmiş homojen ürünlerinden oluşmaktadır, bu nedenle ürünleri bireysel yaratıcılıktan uzaktır.
2. Popüler kültür ürünlerini oluştururken yüksek kültürün ürünlerinden alıntı yaparak onların değersizleşmesine ve canlılıklarını yitirmesine sebep olmaktadır ve bu şekilde yüksek kültürün kalitesini ayağa düşürmektedir.
3. Popüler kültür ürünleriyle sahte mutluluklar yaratarak bireyleri duygusal, zihinsel ve kültürel açıdan yıkmakta ve bu yolla onların gerçek hayata ayak uydurma yeteneklerini engellemektedir.
4. Bir toplumda popüler kültürün yaygınlaşması yalnızca o toplumun kültürel

kalitesini düşürmekle kalmamakta aynı zamanda diktatörlüğe eğilimli, demagogların kullandığı kitle ikna yollarına tuhaf bir biçimde ilgi gösteren, edilgen bir izleyici kitlesi yaratarak totaliter rejimlere çanak tutmaktadır (Gans, 2009: 49-53).

Bununla birlikte Gans bu eleştirilerle popüler kültürün kullanım ve işlevlerinin olumsuz etkilerine ilişkin yanlış ifadelerin ortaya konularak meşrulaştırmaya çalışıldığını, bu eleştirilerin popüler kültürün içeriğinden estetik açıdan rahatsız olan anlayışın bir ürünü olduğunu savunarak popüler kültürün bütünüyle herhangi bir topluma ya da kültüre bir sakınca kaynağı sayılamayacağını belirtmektedir (2009: 75).

Popüler kültüre yönelik ikinci yaklaşım popüler kültürü kitle kültüründen ayırarak “halkın sesi” olarak ifade etmektedir ve özellikle tüketim alanında halkın bireysel bilinçli tercihine vurgu yapmaktadır. İngiliz Kültürel Çalışmaları teorisyenleri bu yaklaşımın en önemli savunucularıdır. İngiliz Kültürel Çalışmaları 1964’te İngiltere’nin Birmingham Üniversitesinde kurulan ve özellikle kültür alanında önemli çalışmalar yapmış bir araştırma merkezidir. Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward P. Thompson ve Stuart Hall’ün bu merkezde önemli çalışmaları vardır. Bu yaklaşımda popüler kültür gündelik yaşamın ve halkın kentine ait olanı sunması olarak değerlendirilmektedir. Popüler kültür gündelik yaşam ile kültür endüstrisi ürünlerinin arasındaki ortak kesimde halk tarafından oluşturulmaktadır. De Certeau’nun belirttiği gibi “popüler kültür sistemin sağladıklarıyla idare etme sanatıdır” (1984: xv). Sistemin kültürel ya da maddi metaları sağlıyor olması bu metaları insanların tektip bir kitle olarak tüketicekleri anlamına gelmemektedir.

Popüler kültüre yönelik üçüncü yaklaşım popüler kültürün ne halkın kültürü olduğunu ne de onlar için üretilen ve yönetilen bir kültür olduğunu savunmaktadır. Bu yaklaşıma göre popüler kültür karşıt baskılar ve eğilimler tarafından biçimlenen bir ‘güç alanı’dır ve en önemli temsilcisi Antonio Gramsci’dir (Yıldız, 2004: 175). Gramsci’nin geliştirdiği hegemonya kuramı iktidarın kendi çıkarları adına hâkimiyeti altındaki insanların rızalarını kazanmada başvurduğu stratejiler alanı “rızanın üretimi” olarak ifade edilmektedir ve bağımlı bilinç biçimlerinin zora başvurulmadan

inşa edildiği süreçleri içermektedir (Arık, 2006a: 121). Kurulu bir sistemin devamını sağlamak için bireylerin bilincinde rızanın üretilmesi diğer bir ifadeyle hegemonyanın kurulması gerekmektedir. Bunun gerçekleştirilebilmesi için egemen güçlerin ve bireylerin hayat deneyimleri ve pratiklerinde ortak bir uyum sağlanması gerektiği anlayışına göre popüler kültür egemen ideolojiyle çatışan karşıt kültürden oluşmamaktadır. Popüler kültür iktidar ile halk arasındaki pazarlık sahasıdır (Demiray, 2009: 169).

Aynı zamanda Fiske, popüler kültürün sürekli olarak iktidar güçlerine gösterilen bir tepkiyle biçimlendirildiğini belirterek egemen popüler kültür diye bir olgunun olamayacağını ifade etmiştir; bir metanın popüler kültüre dönüştürülebilmesi için bireylerin çıkarlarını temsil etmesi gerektiğini savunmaktadır (2012: 35).

1.3. Popüler Kültür ve Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişimi,” kaynak tarafından mesajların kitle için kodlanması KİA (radyo, televizyon, gazete, dergi, sinema, internet, vb.) ile hedef kitleye iletilmesi, hedeflerin/alıcıların bu mesajları çözümlemesi ve geri bildirim yoluyla tepkilerin kaynağa ulaşması sürecini” anlatmaktadır (Akgül, 2006: 69). Kitle iletişimin temel amacı iletinin (mesajın) olabildiğince geniş kitlelere ulaşmasıdır. Ucuz, sürekli ve düzenli olan ve birçok kişi tarafından kolayca elde edilebilen KİA, birbirinden çok farklı ve istenilen her yerde ve aynı anda bir olayı aktarabilme özelliğine sahiptir. KİA günümüzde dünyanın her yerini sarmış durumdadır. Bunun sonucu olarak dünyanın en ıssız yerlerinde bile tüm dünyaya ait olaylar hakkında bilgi sahibi olunabilmektedir. Diğer taraftan KİA’nın işlevi sadece toplumlara bilgi aktarmak değildir; UNESCO Komisyonu tarafından 1980 yılında hazırlanan “McBride Raporu”na göre KİA’nın işlevleri sekiz madde olarak belirlenmiştir (Duman, 2009). Bunlardan ilki haber ve bilgi sağlama işlevidir. İkincisi, toplumun maddi ve manevi temellerini aktararak bireylerin sosyalleşmesine katkı sağlamaktadır. Üçüncü işlevi, toplumsal amaçları açıklayıp özendirerek bireyin bu amaçlar etrafında çaba

sarfetmesini sağlamaktadır. Dördüncü işlevi ise tartışma ortamı hazırlayarak toplumsal değerlerin ve amaçların belirginleşmesine yardımcı olmaktır. Beşinci işlevi, bireylerin eğitim seviyesini yükseltmek için bilgi aktarmaktır. Altıncı işlevi sanatsal eserleri yayarak kültürün geliştirilmesinde ve kültürel mirasın korunmasında görev üstlenmektir. Yedinci olarak günlük hayatın koşuşturmasından bunalan bireylerin boş zamanlarını keyifli bir şekilde geçirebilmeleri için hoşça vakit geçirme ve eğlenme olanakları sunma işlevidir. Son işlevi de farklı grup ve ulusların birbirlerini tanımaları, anlamaları ve yakınlaşmalarına katkıda bulunarak bireylere farklılıklar ve uyum içinde yaşama ortamı sağlamaktır. Bu maddelere bakıldığında KİA'nın bireylerin gerçekliği algılamaları ve günlük olayların değerlendirilmesinde mantığı ve bakış açılarını etkileyebilen büyük bir güç olduğu görülmektedir.

Oktay'a göre, KİA ile gündelik hayata uygun kültürel ve düşünsel ortamlar hazırlanarak sürekli belli bir kaynaktan ve tek yönde alınan sembollerle zamanla bireylerde eleştirel bakış açısı ikinci plana itilerek manipüle edilen bilinçler oluşturulmaktadır (1995: 36). Gündelik yaşam kültürü olan popüler kültürün KİA'dan bağımsız düşünülebilmesi mümkün değildir. Hayatımızın her alanında var olan KİA popüler kültürün oluşturucuları ve taşıyıcıları olarak bireylerin dünyayı anlamlandırmasını ve toplumsal dönüşümlerin yaşanmasını etkilemektedirler.

“Popüler kültür kültürel "şeylerin" teknolojik araçlarla üretimi ve geniş iş bölümü etrafında kurulan kapitalist mal üretimi, pazarlaması, dağıtımı ve tüketimi biçimlerine dayanan bir kültürdür. Bu biçim olmayınca, örneğin teknolojik çoğaltma, seri üretim, televizyon veya basın olmayınca, bu araçlara dayanan böyle bir kültür biçimi de olmaz” (Alemdar ve Erdoğan, 2005: 34).

KİA kapitalist sistemin en önemli parçası haline gelmiştir ve kâr elde etmek esas amacı olmuştur. Bu bağlamda KİA tüketim faaliyetinin artması için yeni bir kültür yeni bir yaşam tarzı sunmaktadır. Max Horkheimer ve Theodor Adorno'ya göre KİA, kendisine sahip olan güçlerin bakış açılarına uygun olan yayınları, değer sistemlerini belirli teknikler yolu ile insanlara sunmakta veya empoze etmektedir. Bu nedenle KİA yayınlarının en çok kişiye ulaşabilmesi için içerikleri farklılıkları ortadan kaldıran bir tarzda hazırlanarak toplumların gereksinimleri standart bir

hiyerarşiye uydurulmaktadır. Kültür endüstrisi uzmanları tarafından farklılıklarına göre birer istatik ögesi haline getirilen bireylerin neyi izleyeceği ya da dinleyeceği önceden hesaplanarak oluşturulan ürünler piyasaya sunulmaktadır. Örneğin dizilerdeki karakterlerden hangisinin cezalandırılacağı bilinmekte ve tahminleri doğru çıkan kitleler mutlu olmakta ve bu şekilde varolan toplumsal yaşam pratikleri bireylere kültür endüstrisinin süzgecinden geçirilerek sunulmaktadır (Horkheimer ve Adorno, 1996: 9).

K A  r nleri, bağlı olduğu sermayeden yani egemen toplumsal sistemin etkinliğinden yanadır; K A aracılığıyla toplumun egemen bakış açısına göre hazırlanmış mesajları alan bireyler eşit ya da  zg r değil, bağımlı konumundadırlar. Bireyin içinde bulunduğu toplum yaşamına uyumlanma zorunluluğu sebebiyle K A “buyruk verme/güdüleme” ve “buyruk alma/uyumlama” iletişimi gerçekleştirilmektedir (Aydoğan, 2003: 20). Modern toplumlarda bireye yaşatılan toplumun dışında kalma korkusu bireyselliği azaltmakta, benlik kavramı da K A  r nlerinin yarattığı starların ve id llerin imgeleriyle karşılanmaktadır. Sembollerin K A tarafından yönlendirilmesi gerçekliğin algılanmasını hem sınırlandırmakta hem de standartlaştırmaktadır. Buna bağlı olarak bireyin d ş kurabilme özgürlüğü elinden alınmakta ve bireyin gerçeklikle kurmaca alanını birbirinden ayırma gücü azaltılmaktadır. K A  r nleri ile bireyin dikkati maddi yaşamın somut koşullarından başka yönlere çekilerek geniş bir alan yaratılmakta ve bu alana da insanların belli davranış kalıplarının yer aldığı örgütlenmiş, devamlı tekrarlanan bir propaganda sistemi sunulmaktadır (Real, 1977: 25; Akt. Aydoğan, 2003: 21).

Swingewood’a göre K A, temsil, değer ve özlemler sunarak ideolojiyi popüler bilince uygun kavramlar haline getirmektedir ve bu yapı toplumsal kurum ve örgütler tarafından iletilmektedir. K A ile büyüyen bireyler sorgulama ve araştırmadan yoksun sadece kendilerine verilenler ile yetinen gelişime kapalı pasif özneler durumundadır (Swingewood, 1996: 39). Dolayısıyla K A ile kasıtlı bir şekilde kendi çıkarlarını savunacak özerk ve bağımsız bireylerin gelişimine engel olunmaktadır. Aynı şekilde Baudrillard K A ile bireylerde oluşturulan yapay algıyı ř  şekilde ifade etmektedir:

“Bugün biz sanal olanı düşünmüyoruz, sanal olan bizi düşünüyor. Bizi gerçeklikten kesin bir biçimde ayıran bu algılanması olanaksız şeffaflık, bir sineğin pencere camına çarpması ve çarpınca kendisini dış dünyadan ayıran şeyin ne olduğunu bilememesi kadar akla sığmayacak bir şey. Sinek kendisinin uzamına son veren şeyin ne olduğunu imgeleyemez bile. Aynı şekilde, biz de sanallığın, dünya hakkında zihnimizde tasarlanan her biçimi sanki ona el uzatıyormuşcasına ne kadar değiştirdiğini imgeleyemiyoruz. İmgeleyemiyoruz, çünkü sanallığın özelliği, yalnızca gerçekliğe son vermek değil, aynı zamanda gerçek olanın, siyasal olanın, toplumsal olanın imgelemesine de son vermektir” (2001: 97).

Diğer taraftan KİA küresel düzeyde gelişmiş toplumlarla az gelişmiş toplumlar arasındaki güç ilişkisine destek vermektedir. KİA hem üretiminde hem de ilettiği kültür ürünlerinde büyük ölçüde kaynak ülkeler ve kültürlerinin hegemonyasına yardımcı olmaktadır. Bu süreçte KİA küreselleşme olgusunu da içine alarak popüler kültür aracılığı ile kendini meşrulaştırmaya çalışmaktadır. Yani KİA bir yönüyle ulusal sınırlar ve kültürler içerisindeki gündelik yaşamı dönüştürmekte diğer yandan küresel boyutta uluslararası tüketim ve sanayi ağının en büyük destekçisi olmaktadır.

KİA ile bireylere ulaşan ve toplumun kitleye dönüşmesinde etkili olan popüler kültür ürünleri hayatın her yerindedir. Popüler kültür sanayinin ve teknolojinin gelişmesi ve kent yaşamının genişlemesi ile meta olarak tüketilmeye başlanmıştır ve bir endüstriye dönüştürülmüştür. KİA ise kültür endüstrisinin üretim ve pazarlama işlevini yerine getiren en önemli araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketilen popüler kültür ürünlerinden hem kâr sağlanmakta hem de bireyler popüler kültür ürünlerinin oluşturduğu yaşam şekillerine kanalize edilerek toplumsal olaylara karşı ilgisizleşmekte ve duyarsızlaşmaktadır. Oktay’ın ifadesiyle bugün KİA ile üretilen kültürle doğrudan doğruya egemen sistem satılmaktadır. KİA ile sunulan demokratik ve özgürleştirici ürünler bile kasıtlı bir şekilde çarpıtılarak manipüle edici şekilde sunulmaktadır (1995: 42).

Eleştirel kuramın temel kaynağını oluşturan Frankfurt Okulu araştırmacıları KİA yoluyla egemen güçlerin planlı bir şekilde manipüle edilmiş kitleler oluşturduğunu savunurken İngiliz Kültürel Çalışmaları teorisyenleri buna karşı çıkmaktadır. Fiske, bireylerin öznelliğine ve özgür irade güçlerine vurgu yaparak KİA’nın bir postacının mektup dağıtması gibi hazır-yapım bir popüler kültürü

oluşturamayacağını belirtmektedir (2012: 227). Hall’da KİA ile gönderilen mesajların hedef kitle ile bulunduğu anda anlamlarının oluşturulduğunu ifade ederken, bireylerin KİA’nın iletilerini bağımsızca çözümleme ve anlamlandırma pratiklerinin her zaman dikkate alınması gerektiğini vurgulamaktadır (Özsoy, 2011: 89).

1.4. Popüler Kültür ve Televizyon

Televizyon uzağı görme ya da Mc Luhan’ın ifadesiyle uzağı duyma anlamına gelen Latince kökenli bir sözcüktür. Ona istediğimiz zaman kolayca egemen olabileceğimizi düşündürerek evimize yerleşen bu uysal araç yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin etkisiyle yaşantımızı sarmalamış ve “içimizden biri” “ailemizin bir üyesi” haline gelmiştir (Mutlu, 1991: 10).

Televizyon ilk yayınının gerçekleştirildiği 2 Kasım 1936’dan bu yana popülerliğini koruyan çok önemli bir KİA’dır. Televizyon günümüzde teknolojik bir araç oluşunun ötesinde ekonomik, sosyal ve kültürel üretim, tüketim ve yeniden üretimin gerçekleştiği bir alan ve çok etkili bir paylaşım ve sosyalleşme aracı haline gelmiştir (Özsoy, 2011: 81). Raymond Williams’ın belirttiği gibi televizyon bir araç olmasının ötesinde kültürel bir biçimdir (Arık, 2006b: 133). Mutlu’ya göre de televizyon sadece elektronik bir araç değil aynı zamanda toplumsal, kültürel ve endüstriyel bir biçimdir (1991: 16).

İlk bakışta kendinden önceki KİA’nın bir birleşimi ve gelişimi olarak görülen televizyon kendinden önceki KİA üzerinde büyük değişikliklere sebep olmuştur. George Comstock’un söylediği gibi “artık hiçbir şey televizyondan önceki gibi değildir” (Akt. Kocadaş, 2005: 7). Televizyona ait olan şu olanak ve sınırlılıklar onun diğer KİA karşısındaki baskın konumuna ulaşmasına imkan tanımıştır:

1. Televizyon izleyicilerin “mahrem/özel” alanlarına girerek izleyicilerin yakın çevresine ait olmayan kişileri bu “mahrem” ortamda sunmakta ve bu özelliğiyle televizyondaki kişiler ve izleyiciler arasında yakın ilişkilerin kurulmasına fırsat

vermektedir.

2. Televizyonun fiziksel özellikleri ve izleme deneyiminin mekanından kaynaklanan izleyici ve televizyon kişileri arasındaki “yakınlık” duygusu yine televizyonun ‘süreklilik’ özelliği ile daha güçlenmektedir. Süreklilik, yakınlık duygusunun gelişmesini sağlamaktadır.

3. Televizyonun fiziksel şartlarından dolayı izleyici, televizyonu istediği yerde izlemekte özgürdür ve herhangi bir yere kısıtlı değildir. İzleyicinin televizyon karşısındaki hareket özgürlüğü televizyon programlarının dikkati devamlı üzerinde tutabilmek için belli anlatım yöntem ve tekniklerini geliştirmesi gerekliliğini getirmiştir.

4. Televizyondaki her program bağımsız bir yapıya sahip olduğu kadar bir bütünün parçasıdır. Televizyon yayının bütünü belirleyen program stratejileri her bir program türünün yapısını da etkilemektedir (Mutlu, 1991: 53).

Raymond Williams televizyonda yer alan birbirinden farklı programların, reklamların, program tanıtımlarının birbirleriyle köklü bir etkileşim içerisinde bulunduğunu belirterek, televizyon yayınındaki “akış” kavramını vurgulamıştır. Williams akış kavramının çok çeşitli konuların bir araya gelmesini ve televizyon deneyiminin bütünleşmesine işaret ettiğini ifade ederek, akış kavramının televizyonu diğer KİA’lardan ayıran en temel özellik olduğunu vurgulamıştır.

“ ‘Akan’ sadece farklı program türleri değildir; belirli bir kültürün ve değerlerin akışıdır. Televizyonun izleyicinin tüm ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik –çoğu zaman da olmayan ihtiyaçları uyarmaya yönelik- yapılanması “akış” olgusunda şekillenmektedir; bu bütünlüklü yapı, geçmişin çok parçalı ve birbirinden bağımsız iletişim biçimlerini tehdit etmekte ve kitle iletişim gündemine kendi damgasını vurmaktadır” (Williams, 2003: 78).

Postman televizyonun diğer KİA’lardan farklı olarak mesajı sözcüklerle değil, görüntülerle aktardığını belirtmiştir. Televizyon bu görsel ilginin gerekliliklerini karşılamak amacıyla fikirlerin içeriğini geri planda tutmaktadır, bu nedenle televizyonun içeriği politik felsefe yapmaya uygun değildir. Televizyondaki görsel imajın önemli oluşu televizyonun bir gösteri dünyası oluşunu desteklemektedir (2016: 17). Aynı şekilde Esslin, televizyonun yoğun bir şekilde hayatımıza girişi ile

tek başına odaklanıp okuyarak düşünme ve bilgi edinme kültürünün değişerek onun yerine daha rahat, daha hazır, çok boyutlu ve görsellikle kuşatılmış bir gerçeklik algılama tarzına geçildiğini ifade etmektedir (1991: 12).

John Ellis, televizyonun izleyici üzerinde anıdalık ve canlılık etkisi yarattığını belirtmektedir. Televizyondaki görüntüler kameranın ve televizyonun teknik ve doğal özellikleri sonucu anında ve doğrudan izleyiciye seslenmektedir. Bu şekilde görüntü canlılık kazanarak izleyici ile görüntü arasındaki mesafenin ortadan kalkmış olduğu hissini yaratmaktadır. Televizyon açıldığı andan itibaren izleyiciler arasındaki sözel iletişim büyük oranda ortadan kalkmakta ve izleyiciler arasındaki etkileşim donup kalmaktadır. Bu etkileşimle birlikte şimdiki gerçek zamanı kullanan televizyon izleyiciye samimi bir ortamda bir arada olma yanılsamasını yaşatmaktadır. Televizyon aracılığıyla oluşturulan bu ortamın samimiliğinden faydalanılarak izleyiciler kurmaca ve kurmaca olmayan programlarla düşsel bir dünyaya taşınırken izleyiciye yaşadığı dünyaya ilişkin gerçeklik tanımı iletilmektedir. Bu biçim, kurmacayı düşsel öykülerle eşitlerken kurmaca olmayanın doğrudan “gerçeğin” kendisi olarak tanımlanmasına sebep olmaktadır (Özsoy, 2011: 84). Ayrıca Mutlu da bireylerin televizyon izleme ve yoğunluğu arttıkça gerçek dünya hakkında yanıltıcı bilgilere sahip olabilme düzeylerinin arttığını ortaya koyarak televizyon izleme düzeyi ile toplumsal gerçekliği algılama arasında doğru orantılı bir ilişki bulunduğunu ifade etmektedir (1991: 80).

Televizyon küresel bir endüstridir ve verimliliği izlenme oranıyla ölçülmektedir. Televizyon genel olarak günlük hayatın sorunlarından kaçmak, kafa dağıtmak, boş zaman geçirmek, vb. nedenlerle izlenmektedir ve bunun farkında olan televizyon endüstrisi programları bu yönde izleyicilerin eğlenmesini ve haz almasını dikkate alarak üretmektedir. Televizyon yaşamdaki her türlü deneyimin temsilini eğlence olarak sunmaktadır. Hangi bakış açısıyla neyi gösterdiğinin bir önemi yoktur. Haberler bile arkadaki fon müziği ve spikerin esprileriyle bir eğlence programı şeklinde sunulmaktadır. Eğlence, televizyondaki her türlü söylemim bir üst-ideolojisi haline gelmiştir (Postman, 2016: 112). Televizyon ekranlarından akan eğlence algısı günümüzde toplumun bir çok alanını egemenlik altına almaktadır.

Bireylerde eğlendirmeyen şey ‘sıkıcıdır’ algısı uyandırılmaktadır. Politikacılar, din adamları, öğretmenler artık işlerinde başarılı olabilmek için bireyleri eğlendirmektedirler. Bu şekilde politika, eğitim, haber ve din gibi söylem alanlarının eğlence paketlerine dönüştürülerek sunulması, bu alanların önemsizleşmesine ve bireylerin dünyadaki olayları ciddiye almamasına yol açmaktadır (Postman, 2016: 195). Sonuç olarak televizyonun eğlendirirken eğitmek ilkesi tam anlamıyla gerçekleştirilememektedir ve televizyon hem eğlendirirken hem de uyutulan izleyiciler ortaya çıkarmaktadır.

Diğer yandan televizyonun bireylere bir şey empoze etmediğini, demokratik seçimler sunduğunu, bireylere küçülen dünyanın etkin bir üyesi olma fırsatını verdiğini belirterek televizyonu etkili bir eğitim ve kültür aracı olarak olumlu değerlendiren çalışmalar bulunmaktadır. Oktay, televizyonun egemen güçlerin kendine bağımlı bireylerin hayatlarını yönlendirdiğini kabul etmekle birlikte televizyonun ıssız yerlerde yaşayan bireylere farklı yaşam şekillerinin ve daha önce hiç düşünmedikleri sorunların ve farklı düşüncelerin farkına varma şansını verdiğini belirterek bu tarz yerlerde ufuk genişlemesine yol açtığını ifade etmektedir (1995: 26). Fiske, televizyonun izleyicileri egemenlik altına alan bir zorba olmadığını vurgulamaktadır ve televizyonu bireylerin kendi istekleri ve seçimleri doğrultusunda kullandıkları kültürel bir kaynak olarak tanımlayıp televizyonun popüler kültürdeki büyük rolünün de insanlara sunduğu bu özgür seçeneklerden kaynaklandığını savunmaktadır (2012: 187). Aynı şekilde Josep Klapper, televizyonun insanların düşünce ve davranışlarını değiştirmediğini sadece insanlarda varolan kişilik özelliklerini destekleyici bir rol oynadığını ifade etmektedir. Klapper’a göre televizyon izlemek kişiyi pasif ve toplumsal olaylara duyarsız yapmaz; insanlar televizyon izlerken kendi seçimlerini yapmaktadırlar ve kendi aktif ve pasif yönelimlerine göre bu tercihlere karşılık vermektedirler (Akt. Timisi, 2011: 33).

Televizyon hayatımızın her alanında. Televizyon kültürle ilgili günlük hayatta popüler olanı, popüler yapıları ve popüler yapılmak isteneni gösteren, taşıyan, sunan, değerlendiren, yücelten, kısaca popüler kimliği veren en etkili KİA’dır (Alemdar ve Erdoğan, 2005: 103). Televizyon günlük hayatın pratikleriyle

kendini ve kendini oluşturan endüstriyel yapıyı popülerleştirmektedir. Popüler haberlerle cinayet, politika, iyi ve kötü, doğru ve yanlış belirlenip sunulmaktadır. Televizyon eğlence, yarışma, spor programları, diziler, çizgi filmler, vb. ile egemen güçlerin bakış açısı doğrultusunda toplumsal konuların şekillenmesinde, toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden yapılandırılmasında ve firmalarla ilgili imaj ve ürünlerin pazarlanmasında çok büyük bir etkiye sahiptir (Alemdar ve Erdoğan, 2005: 104).

Her türlü bilgiyi eğlence paketine sokarak bireyleri yönlendirmeye çalışan televizyonun ortaya çıkardığı popüler kültür ortamından uzak durabilmek mümkün görünmemektedir. George Gerbner çağımızdaki enformasyon ortamının çok ciddi alanda kaçınılmaz bir şekilde televizyon tarafından oluşturulduğunu şu şekilde ifade etmektedir:

“Özgürlük televizyonu kapatarak elde edilmez. Televizyon çoğu insanın gece ya da gündüz en çok hoşlandığı şeydir. Biz, ezici çoğunluğun düğmeyi kapatmayacağı bir dünyada yaşıyoruz. Mesajı bu kutudan almasak bile, başka insanlardan nasılsa alırız” (Akt. Postman, 2016: 172).

Günümüzde televizyon popüler kültürün en büyük besleyicisi ve dağıtıcısı haline gelmiştir. Televizyonun bütün dünyada bu kadar benimsenmesi ile popüler kültür de gerçek anlamını bulmuş ve hızla olgunlaşmaya başlamıştır. Genelde KİA, özelde televizyon ile geleneksel kültürün yerini medyatik bir kültür almıştır ve popüler kültür ürünleri günlük hayatın vazgeçilmezi haline gelmiştir. Başta çocuklar ve gençler olmak üzere toplumdaki bireyler artık popüler kültür ürünlerini tükettikleri kadar kendilerini anlamlı ve mutlu bulmaktadırlar.

İKİNCİ BÖLÜM

ÇOCUK POPÜLER KÜLTÜRÜ OLAN TELEVİZYON ÇİZGİ FİLMLERİ VE TOPLUMSAL CİNSİYETİN İNŞASI

2.1. Çocuk Popüler Kültürü ve Televizyon

Çocuk popüler kültürü ve televizyon ilişkisini daha iyi açıklayabilmek için öncelikle “çocuk ve çocukluk” kavramlarının ne olduğuna değinmemiz yerinde olacaktır.

Çocuk ve çocukluk kavramları farklı kültürlerde ve toplumlarda değişik anlamlar ifade etmektedir. Çocuk biyolojik olarak her yerde vardır fakat çocukluk farklılık gösteren bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Türkiye’nin de imzaladığı Uluslararası Çocuk Hakları Sözleşmesi’ne göre daha erken yaşta reşit olma durumu hariç 18 yaşına kadar herkes çocuk olarak kabul edilmektedir. 18 yaş ise yetişkinliğin, ergenliğin sınırı olarak görülmektedir. Sözel iletişimin egemen olduğu geleneksel kültürlerde çocukluk özel bir döneme işaret etmediği gibi çocuklar günlük hayattaki işlevsizliklerinden dolayı mağdur edilmişlerdir. Çocuk ve yetişkin arasında bir ayrım yoktur, çocuk nesne gibi algılanmaktadır ve 7 yaşında çocukluk bitmektedir. Çocukluk yaşanmadan yetişkinliğe adım atılmaktadır (Şirin, 2015: 105).

16. yüzyılda matbaanın bulunmasıyla yazılı bir kültüre geçilmiş ve bundan sonra gelen Rönesans, Reform, Aydınlanma ve Romantizmin etkisi ile kilisenin günahkâr çocuk miti (çocuğun günah ürünü olduğu ve bu nedenle doğuştan kötü olduğu anlayışı) değiştirilerek aile, öğretmen ve devlet aracılığıyla eğitilmesi gereken bir çocuk kavramı ortaya çıkarılmıştır (Akbaş ve Atasü Topçuoğlu, 2009: 98). Böylece çocukluk kavramı yetişkinler tarafından çocuklar adına üretilerek, çocuk kıyafetleri ve oyuncakları üretilmiş, çocuk dili oluşturulmuş, çocuklar fabrikalardan alınarak okullara gönderilmiştir. Fakat tüm bunlar öncelikle Avrupa

merkezli sınıf, ırk ve toplumsal cinsiyet ayırımına dayalı olarak kurgulanmıştır. Özel olarak eğitilen, yetişkinliğe hazırlanan ilk çocuklar üst sınıfın erkek çocuklarıdır. Kız çocukları yüzyıllar boyunca çocuk olma önceliklerinden mahrum edildikleri gibi 12-15 yaş aralıklarında evlendirilmeye devam edilmişlerdir (Aries, 1962; Akt. Tan, 1989: 86). Yeni okul anlayışı ile yaşa göre ayrılan sınıflarda her çocuğun kendi öğrenme hızıyla ve kendinden büyük çocuklardan bir şeyler öğrenmesi engellenerek çocukların yeteneklerine olan güven azalmış ve böylece yetişkinliğe geçiş süresi artmıştır (Tan, 1989: 87). Böylece kamusallaştırılan çocuk üzerinde ailenin, okulun ve devletin baskısı hiç eksik olmadığı gibi çocukluk da kendi doğal süreci içinde gelişmemiştir (Şirin, 2015: 106). Bu sebeple modern zamanda yaşayan çocuklar geleneksel toplumlarla kıyaslandığında daha çok bağımlılık içindedirler (Sormaz ve Yüksel, 2012: 994). Artık çocukların dünyanın ve yetişkinlerin sorunlarından uzak tutulması ve korunması sözkonusudur. Ancak çocuklar gerçek dünyayı kendi deneyimleri ile değil KİA ve yetişkinler aracılığı ile yapay bir şekilde öğrenmektedirler. Dolayısıyla çocuklar yetişkinlerle aynı şeyleri öğrenmekte ve hatta aynı sorunları yaşamaktadırlar. Çocuk ve ergenlerde artan suç oranı, alkol ve uyuşturucu bağımlılığı ve cinsel taciz gibi (Onur, 2005: 103). Bu aşamada Heywood'un belirttiği gibi çocukluğun yüzyıllar sonra başladığı yere yetişkinler dünyasına geri dönmeye başladığı görülmektedir (2003: 40).

Günümüzde, popüler kültür çocuklarla yetişkinlerin dünyasını birbirine yaklaştıran en güçlü faktörlerden biridir. Popüler kültürün etkisi altına giren en büyük hedef kitle çocuklardır; çünkü 'kullan at' kültürü ile büyüyen çocuklar popüler ürünlerin en istekli alıcıları haline gelmektedirler. Hayatlarının her alanında popüler ürünlerin kullanılması onlar için oldukça önemli hale gelmektedir (Marsh vd., 2005: 44). Çocuklar tüketim kültürü olan popüler kültürün hem alıcısı hem de nesnesi durumundadırlar. Yetişkinlerle KİA ile aynı enformasyonu paylaşan çocuklar yetişkinler gibi giyinerek, makyaj yaparak, davranarak ve eğlenerek çocukluk kavramının içini boşaltmaktadırlar. Çocuklar popüler kültür ürünleri ile hızlandırılmış bir çocukluk yaşayarak yetişkinliğe çok daha erken yaşlarda adım atmaktadırlar (Akbaş ve Atasü Topçuoğlu, 2009:101). Bu şekilde günümüzde minyatürleştirilmiş yetişkinlik alanına dönen çocukluk artık ne çocuklara ne de

yetişkinlere ait bir alan değil, çocukluğu sermaye haline getirmiş bir endüstriye aittir. Çocuklar yüzyıllar öncesinde olduğu gibi bir an önce hayatın sürekliliğini sağlayacak üretim etkinliklerine geçirilmelerinin yerine hızlı bir şekilde tüketim çarkının bir parçası haline gelmeleri için endüstriyel bir kaygı içinde her yandan yönlendirilmektedirler (Atay, 2007: 97-98).

Çağımızda çocukluk çeşitli toplumsal değişkenlere göre farklı şekilde yaşanmaktadır fakat son yıllarda KİA'nın her yere yayılması ile popüler kültür ürünleri ile tektipleşen bir çocukluk oluşmaya başladığı ifade edilmektedir. Bu süreçte çocukları en çok etkisine alan ve en yaygın KİA'cı televizyondur çünkü televizyon işlevini anlamayı sağlayacak bir eğitim gerektirmez, tv izlemek basittir, okuma-yazma bilmeyi gerektirmez ve en önemlisi televizyon karşısında herkes eşittir (Postman, 2016: 103). Diğer bir ifade ile televizyon karşısındaki altı yaşındaki çocuk ile yetmiş yaşındaki kişi aynı içeriğe maruz kalmaktadır ve böylece çocuklar için erken yaşlarda yetişkin dünyasının kapıları açılmaktadır.

Çağımızda çocuklar “ekran çocuğu” olarak adlandırılmaktadırlar. Çeşitli sebeplerden dolayı okul dışı zamanlarda evde durmak durumunda olan çocuklar uzun süre televizyonla başbaşa kalabilmektedirler. Televizyon karşısında giderek daha çok savunmasız kalan çocuklar kültür endüstrisi tarafından tasarlanan üretilen ve dolaşıma sokulan televizyon programları ile etki altına alınmaktadır ve kurgulanan mesajlar ile belli tutum, davranış kalıpları ve tüketim alışkanlıklarının dayatılmasına maruz kalmaktadırlar (Sungur, 2008: 171). Çaplı'ya göre televizyonun çocuk üzerindeki etkisi izleme süresi ve izlediği programın içeriğine göre değişmektedir (Çaplı, 1996: 1334). Televizyon izleme süresi arttıkça etkilenme oranı da artmaktadır. Buradan yola çıkarak yirmi dört saat çocuklara yönelik kanal sayısının ve program içeriklerinin artması çocukları hedefleyen endüstrilerin çocuklar için oluşturdukları gündelik yaşam süreçlerinin aileler tarafından doğal ve zararsız görülmesine, televizyonun bir bakıcıya dönüşmesine ve çocukların televizyona bağlanmalarına sebep olabilmektedir (Seçkin, 2011: 243).

Çocuklar doğduklarından itibaren gördükleri ve duyduklarıyla dünyayı anlamaya çalışmaktadırlar. Küçük yaştan itibaren televizyonla uzun süre yalnız bırakılan çocuk neyi, nasıl ve niçin seyredeceğinin farkına varamadan televizyon izleyicisi olmaktadır ve televizyonun gösterdiği her şeyi görmektedir (Şirin, 2015: 46). Bununla birlikte izlediği program ne olursa olsun çocuk televizyona soru soramamakta, açıklama isteyememekte ve televizyona itiraz edememektedir. Televizyon tek yönlü bir sosyalleşme aracı olarak uzun süre izlendiğinde çocuğun düşünme, sorgulama ve yorumlama becerilerini köreltmektedir (Ünal ve Durualp, 2012: 95). Ayrıca çocuğun gelişmekte olan beyni televizyonun hızlı geçişleri ve soyut içeriğini anlamada yetersiz kalabilmektedir. Televizyon karşısında içsel anlam kuramayan çocuklarda kopuk ve kesik dikkat aralıkları gelişmekte ve bu ileriki yaşlarda dikkat eksikliği ve dikkat dağınıklığına neden olabilmektedir (Ertürk ve Akkor Gül, 2006: 34).

1995 yılında Amerikan Pediatri Akademisinin yaptığı araştırmalara göre televizyona aşırı derecede maruz kalan çocuklarda konuşma, anlamlı jest ve mimikler, heceleme, cümle kurma gibi fonksiyonların gelişiminde gecikmeler ya da yetersizlikler olduğu tespit edilerek konuşmayı öğrenmeden televizyonu uzun zaman seyreden çocukların okumayı öğrenmek için fazla çabalamadıkları ve zihinsel imgelemelerinin yaratıcılığının azalmakta olduğu belirtilmiştir (Ertürk, 2011: 60).

Televizyonda sunulan kavramların, düşüncelerin, fondaki belli belirsiz görüntülerin, duygular ve davranışların tekrarlı sunumu çocuğun duygu, düşünce ve davranışlarında bu içeriğe bağlı bir yanlılık oluşturmaktadır. Bu etkileşimden yararlanılarak televizyondaki tekrarlı uyaranlarla çocuğun ne giyeceği, yiyeceği, insanlarla nasıl ilişki kuracağı gibi günlük hayatının aktiviteleri şekillendirilmeye çalışılmaktadır (Yetim ve Yetim, 2008: 102).

Çocuk beyni somuttan soyuta doğru algılamaktadır. Bu nedenle analiz ve sentez yetenekleri gelişmemiş çocuk için televizyonda gördükleri her şey gerçektir. Bununla birlikte çocukların yaş, zeka, etnik köken ve toplumsal gruplarına göre televizyonu gerçek olarak kabullenme dereceleri değişmektedir. Yapılan

arařtırmalarda 2-3 yařındaki çocukların televizyon karakterlerinin tamamen gerçek olduklarını dūřındukleri belirtilirken 4 yařından itibaren bu gerçeklięin derecesinin yavař yavař dūřtūęu ifade edilmiřtir (Timisi, 2011: 52). Aynı zamanda ocuk televizyonda anlam veremedięi ve kavrayamadıęı olayları hayal gūcūne gūre yorumlayarak anlamlandırmaya çalıřmaktadır. 4 yařındaki F.A'nın uzun sūre televizyonda izledięi çizgi film karakteri Pokemon gibi uabileceęini zannederek yedinci kattan atlaması televizyon ocuk iliřkisinin ne kadar gūclū ve tehlikeli olabileceęinin bir örneęidir.

Bununla birlikte televizyonda gūsterilen tekrarlı řiddet gūrūntūlerini uzun sūre izleyen çocuklar için řiddetin varlıęı normalleřmektedir. Televizyondaki savař, lūm, cinayet gibi haberlere alıřan çocuklar gerçek hayatlarında bu olaylara duyarsızlařabilmektedir (Yetim ve Yetim, 2008: 106). Televizyonda gūrdūkleri řiddet karřısında çocuklarda rahatlatma ve bořalma (katarsis) etkileri de gūrūlebilir; fakat genel bulgular televizyondaki řiddet uygulayan gūclū ve sempatik kahramanlar aracılıęıyla çocukların řiddete özendięi ve buna baęlı olarak daha saldırgan davranıřlar içinde girebildiklerini gūstermiřtir (Tutal Cheviron, 2011; 193). Aynı řekilde televizyondaki řiddet dūnyanın ktū bir yer olarak algılanmasına, çocukların izledikleri řiddet olaylarının kurbanı olabilecekleri dūřūncelerine kapılmalarına sebep olmaktadır ve buna baęlı olarak korku ve uyku sorunları ortaya çıkarmaktadır (ztūrk ve Karayaęız, 2007: 84).

Dūnyayı tanımak ve anlamak için uzun sūre televizyon izleyen çocuklar gerçek dūnyanın televizyonda olduęu gibi yařandıęını zannetmeye bařlamaktadır. Bu řekilde çevresine ilgisi azalan ocuk insanlarla duygusal ve sosyal iletiřime geçme çabasına girmemekte, cansız nesnelerle fazla ilgilenmekte, spor yapmak, sinemaya tiyatroya gitmek, arkadařlarıyla oyun oynamak gibi toplumsal faaliyetlerden uzaklařmaktadır. Böylece ie kapanan ocuk televizyonun hafıza yanılmalarının yařandıęı 'gibiler dūnyasına' hapsolmaktadır (řirin, 2015: 136). Bu řekilde dūnyaya televizyon ile gūzlerini açan çocuklar ile oluřan televizyon kuřaęı dūnyada 50-55 yıldır varolmaktadır ve Tūrkiye'de 1980'lerin sonu ve 1990'ların bařında doęan nesilde belirtilerini gūstermeye bařlamaktadır. Televizyon kuřaęı televizyonu

izlemekle kalmayıp hayatı televizyon izlercesine yaşamaya çalışmaktadır (Atay, 2007: 91).

Çocuğun televizyon karşısında uzun süre kalması nedeniyle hareketsizleşmesi fiziksel aktivitelerinin azalmasına yol açarak öğün dışı fazla hazır gıda tüketimini artırarak obezite riskini çoğaltmaktadır. Ayrıca çocukların yatma saatlerinin geciktiği ve buna bağlı olarak uyku problemlerinin ortaya çıktığı belirtilmektedir (Büyükbaykal, 2007: 37).

Günümüzde çocukların büyük çoğunluğu televizyonu ailesiyle birlikte izlemektedir. Bu da çocukların televizyonu ailenin bir üyesiymiş gibi hissedebilmesine, televizyonda gösterilen yaşam tarzlarına özenmesine ve televizyon karakterleriyle kendini özdeşleştirmesine kadar gidebilmektedir. Nurdoğan Rigel'in yaptığı "Haberin Gizli Tüketicisi Çocuk" araştırmasının sonucuna göre çocuklar televizyona anne babalarından daha çok inanmaktadırlar. Aynı şekilde Fransa'da yapılan bir araştırmada da çocukların her ikisinden biri "Babanı mı televizyonu mu daha çok seviyorsun?" sorusuna "televizyonu" cevabı vererek televizyonun hayatlarındaki vazgeçilmezliğini ortaya koymuşlardır (Şirin, 2015: 139). Bu araştırmaların sonuçları televizyonun çocukların gelişim, tutum ve davranışlarının şekillenmesinde anne babaları kadar etkili olduğunu göstermektedir.

Diğer taraftan sosyal-psikolojik kültürel yapıları, fiziksel genetik yatkınlıkları, ekonomik ve çevresel etkenleri aynı olmayan çocukların hangi programı ne kadar süre kimlerle izledikleri ve yaşları gibi değişkenlere bağlı olarak televizyonun doğru izleme alışkanlıkları ile çocuklara faydalı olabileceği belirtilmektedir (Ertürk ve Akkor Gül, 2006: 17). Pek çok araştırmacı çocuklar için hazırlanmış eğitici televizyon programlarının onlara yeni kelimeler kavramlar öğretmede ve okula hazırlamada oldukça faydalı olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca bu tarz programların çocuğun kendini tanıyabilmesine kişiliğini geliştirmesine ve düşünce becerileri kazanmasına yardımcı olduğu ifade edilirken televizyonun diğer bireylerle iletişimi teşvik ederek sosyal ilişkilerde özgüven kazanımında faydalı olduğu dile getirilmektedir (Işık, 2008:138).

Çocukların hayatlarında bu kadar önemli yeri ve etkileri olan ve en güçlü popüler kültür yayma aracı olarak televizyon hem onlara yetişkin dünyasının sırlarını vererek çocukluklarını yoketmekte hem de yayınladığı reklamlarla çocukları koşulsuz ve sorumsuz tüketici olmaya yönlendirmektedir (İnal, 2009: 43).

2.2. Çizgi Film Kavramına Genel Bir Bakış

Stephenson tarafından “hareketlendirme sanatı” olarak kabuledilen çizgi filmler Türk Dil Kurumunca “canlandırma” olarak ifade edilirken halk arasında “çizgi film” olarak kullanılmaktadır (Temizyürek, Acar, 2014: 27). Çizgi filmler televizyonu çocuklara bağlayan en etkili programlardır. Türkiye İstatistik Kurumunun yaptığı bir araştırmaya göre çocukların 10 yaşına kadar çizgi film izleme oranları % 94’tür (İletişim ve Diplomasi, 2014). Çizgi filmlerin öğretmek, doğruyu göstermek, eğlendirirken eğitmek ve toplumsal paylaşım gibi kullanım alanları ve toplumsal işlevleri vardır. “Çizgi filmler görüntüsel iletişim araçlarıdır” (Güler, 1989: 175).

Çizgi filmlerdeki hayvansal, düşsel ve insan kahramanlar çocukların ilgisini çeken temel unsurlardır. Hayvansal ve hayali karakterlerle doğadaki karmaşık ilişkilerin kolayca açıklanması sağlanmaktadır. Hoşgörü, adalet, sevgi gibi soyut kavramlar bir anlamda somut olarak karakterlerin davranışlarında gösterilmektedir (Temizyürek, Acar, 2014: 28). Çizgi filmlerde genel olarak mücadele vardır; İyi-kötü, kuvvetli-zayıf arasındaki varolma savaşı hiç bir zaman gerçekçi bir biçimde sunulmamaktadır. Verilen evrensel mesajlarla ana iyi karakterler kötülerini yenmekte, başkalarına yardım etmekte ve her zaman tüm engellerin üstesinden gelip mutlu sona ulaşmaktadırlar (Can, 1995: 76).

Çizgi film karakterlerinin belli bir kategori içinde canlandırıldığını ifade eden Rigel'e göre teknolojinin çocuk üzerindeki etkisini pekiştirmek amacıyla sunulan bilim-kurgu içerikli çizgi filmler birinci kategoriye oluşturmaktadır. Duygusal içerikli çizgi filmler ikinci kategoriye oluştururken spor mesajlı çizgi filmler üçüncü kategoriye oluşturmaktadır. Ayrıca eğitim amaçlı olan ve öğretim ortamını daha çekici ve akılda kalıcı kılan “çizgi bilim” şeklinde çizgi filmler vardır (1993: 25). Aynı zamanda çizgi filmler 2-5 yaş, 6-11 yaş ve 12-17 yaş olarak üç gruba ayrılmaktadır ve çocuk televizyonunda özellikle 2-11 yaş arası çizgi filmler yayınlanmaktadır (Perea, 2015: 191).

İlk bakışta zararsız görünen çizgi filmlerin istenmeyen etkileri de vardır. Gerçek ile kurmacayı ayırtedemeyen çocuğun uzun süre çizgi filmleri izlemesi onun şiddete karşı duyarsızlaşmasına sebep olabilmektedir. Bununla birlikte çizgi filmlerin çoğunun yabancı dilden çeviri olması sebebiyle çocuğun dil gelişimine olumsuz etkisi olduğu belirtilmektedir (Yağlı, 2013: 710). Ayrıca çizgi filmlerin oyuncaktan nevresim takımına kadar her yerde ürünlerinin bulunması çizgi film karakterlerini birer tüketim nesnesi haline çevirmekte ve bu yolla çocukları popüler kültür çerçevesinde tüketici olmaya yönlendirmektedir (Karaman, 2010: 72).

2.3. Çizgi Filmlerde Toplumsal Cinsiyetin Üretimi

2.3.1. Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Kavramları

Televizyonun kalıpyargılar ve toplumsal değerler üzerindeki etkisinin en önemli sonucu çocukların cinsiyet rollerine ilişkin çıkarımlarında görülmektedir (Timisi, 2011: 55). Cinsiyet genellikle erkek ve dişi olmanın biyolojik yönü olarak tanımlanmaktadır. Toplumsal cinsiyet kadın ve erkeğin toplumsal ve kültürel olarak belirlenen rol ve sorumluluklarını ifade etmektedir (Dökmen, 2015: 20). Televizyonda kadınlar daha çok ev işleri ve çocuklarla ilgilenen, sadık, pasif, sabırlı,

fedakar ve anlayışlı karakterler olarak gösterilirken erkekler genellikle iyi bir işe sahip, zeki, cesur, sinirli ve koruyucu karakterler olarak gösterilmektedirler. Bu noktada cinsiyet temelli görülen bu rollerin diğer toplumsal kategorileri de içine alacak şekilde biçimlendirildiği ortaya çıkmaktadır. Kadınlar erkeklere göre tanımlanmaktadır. Biyolojik cinsiyet anne karnında oluşurken toplumsal cinsiyet doğduktan sonraki süreçte öğrenilmektedir. Simone de Beauvoir “kadın doğulmaz kadın olunur” sözüyle toplumsal cinsiyet rollerinin bireyin yaşadığı toplumun değer yargılarına göre şekillendiği vurgulanmaktadır (1993: 231).

Martin ve Ruble’ye (2004) göre çocuğun cinsel kimliğinin oluşması için cinsiyetine uygun rolleri benimsemesi gerekmektedir. Toplumsal cinsiyet çocuğun öğrendiği ilk toplumsal kategoridir. Çocuklar 5 yaşına geldiklerinde toplumsal cinsiyet kalıplarını öğrenirler ve bunları öteki hakkında izlenimlerini şekillendirmek, kendi davranışlarına rehberlik etmek, dikkat çekmek ve hatıralarını organize etmek için kullanılmaktadırlar. Bununla birlikte toplumsal cinsiyet kalıplarının çocukların cinsiyet rollerine uygun biçimde toplumsallaşmalarına destek verirken, onları tektipleştirerek daha değişken bir şekilde gelişmelerini zorlaştırdığı belirtilmektedir (Marshall, 1997: 101). Diğer taraftan televizyon çocuk ilişkisinin kısa süreli etki tepki ilişkisi olarak algılanmasının yerine çocukların geleneksel kalıpyargılarını reddedebildiği noktalar gözardı edilmemelidir. Yapılan araştırmalara göre kız ve erkek çocukların kendilerine gösterilen rol modellerin seçiminde önceliği cinsiyete değil güç ve başarıya verdikleri ifade edilmiştir (Timisi, 1996: 50). Çocukların televizyonda izledikleri toplumsal cinsiyet kalıpları ailede ve okulda gördükleriyle pekiştirildiği zaman benimsenmektedir.

2.3.2. Toplumsal Cinsiyetin Çizgi Filmlerde İnşa Edilmesi

Çağımızda 24 saat yayın yapan çocuk kanallarının önünde saatlerce bırakılan çocuklar ile çizgi filmlerin arasındaki bağ günden güne artmaktadır. Özellikle 2-6 yaş arası çocukların günde 2 saat ve üzeri televizyon izleyerek büyüdükleri

belirtilmektedir (Altıncılıç ve Özkan, 2014: 187). Çocuklar izledikleri çizgi filmler aracılığıyla kadın ve erkek kalıp yargıları hakkında imgeler oluşturmaktadırlar. Toplumsal cinsiyet kalıp yargıları basit ve karmaşık olmayan özellikleri ile çizgi filmlerin içerik üretiminde ve karakter oluşumunda kolaylık sağlamaktadır. Çoğunlukla çocukların basitçe tanımlayabileceği bir biçimde olan kalıp yargılar çocukların gerçek hayata ilişkin algılamalarını, beklentilerini ve davranışlarını etkileyebilmektedir (Yaktıl Oğuz, 2000: 37). Bu nedenle çizgi filmlerde cinsiyet kalıp yargıları açıkça belirgindir. Erkekler güçlü, aktif, bağımsız, istikrarlı ve zeki karakterler olarak gösterilirken kadınlar ev içindeki işlerle ilgilenen, pasif, duygusal, bağımlı ve zayıf karakterler olarak sunulmaktadır. Bilgilendirmeye ve eğitmeye yönelik karakterler erkek, eğlence ve romantizme dayalı karakterler kadınlardan oluşturulmaktadır (Timisi, 1996: 48). Kadın karakterler Sindirella’da olduğu gibi prenses de olsalar yerleri silebilmekte, Ay Savaşçısı’ndaki gibi süper güçleri olan kahraman da olsalar her zaman incecik bedenleri, alımlı kıyafetleri ve makyajlarıyla kötü güçlerle savaşırken yine kendilerinden daha üstün bir erkek kahraman tarafından kurtarılmaktadırlar. Bu şekilde kadın karakterler erkeklerin negatif yansıması olarak gösterilirken ev işleriyle ilgilenmesi gereken, korunmaya muhtaç seyirlik nesneler olarak sunulmaktadırlar.

1980li yıllarda oyuncak firmalarının oyuncak satışına dayalı olarak çizgi filmlerin yapımına maddi destek sağlamasıyla birlikte çizgi filmler ilk kez kız ve erkek çocuklara hitap edenler olarak ikiye ayrılmaya başlanmıştır. He-Man, Power Rangers, Ben10 ve Transformers gibi çizgi filmler erkek çocuklar için tasarlanırken Barbie, Pamuk Prenses, Gökkuşluğu Perisi ve My Little Pony gibi çizgi filmler kız çocuklar için tasarlanmaktadırlar. Başlangıçta erkek çocuklara yönelik çizgi filmlerin içeriği kötülere karşı iyilerin olduğu ve bir kahramana karşı bir kötü adamın savaşını kapsamaktayken kızlara yönelik çizgi filmlerin konusu toplumsal anlaşmazlıkları sözel yolla çözmeye ve motivasyonel liderliğe dayalı olmuştur (Perea, 2015: 191). Erkek çocuklar için yapılan çizgi filmler kızlarınkine göre sayıca fazladır. ABD’nin en büyük televizyon yapım şirketlerinden biri olan ABC’nin 1991 yılında bu konuyla ilgili yaptığı açıklamaya göre cumartesi sabahı yapılan programlardan en yüksek izlenme oranını elde etmek için çizgi filmler erkek çocuklara yönelik olmalıdır;

Çünkü erkek çocuklar kadınların baş kahrman oldukları çizgi filmleri izlemeyi tercih etmezken kız çocuklar erkek kahrmanları seyretmeyi reddetmemektedirler. Bu nedenle ocuk televizyonu her zaman kasıtlı olarak erkek egemendir (Perea, 2015: 193).

Dünyadaki izgi film endüstrisi büyük oranda ABD ve Japonya'nın kontrolündedir. izgi filmlerin popüler kültüre dahil olmaları ve popüler kültür ikonu haline gelmeleri, tüketim amaçlı kullanılmalarını desteklemektedir. Pek çok çizgi film karakterinin oyuncakları, aksesuarları, kırtasiye ürünleri, tişörtleri, posterleri ve oyunları da yoğun bir biçimde piyasalardaki yerini almaktadır. Bu durum çocukların çizgi film karakterlerini model alma davranışını daha da pekiştirmektedir (Kalaycı, 2015: 246).

Japon izgi filmlerinin kız çocuklarına yönelik yapılanları bakire anlamına gelen “shojo” olarak adlandırılmaktadır. Ana karakter Candy'nin Anthony ve Terry karakterleriyle olan gerilimli aşklarını anlatan bir nevi pembe çizgi film olan Şeker Kız Candy shojonun en iyi örneklerinden biridir (Kılınç, t.y). Şeker Kız Candy gibi Rapunzel, Uyuyan Güzel ve Karlar Kraliçesi'ndeki ana kadın karakterlerin güzel, masum, sevecen halleri ile beyaz atlı prenslerinin onları kurtarmalarını beklerken gösterilmeleri kadınların hayatlarındaki pasiflik, aşk, ilişki ve güzellik olgularını vurgularken erkeklerin hayatlarında kahrmanlık, akıl ve cesaret kavramlarını vurgulamaktadır.

Çocuklar sevdikleri karakterleri kendileri için rol model olarak seçme eğilimindedirler. Rol model seçiminde cinsiyet ve güç faktörünün önemi büyüktür. Araştırmalarda televizyondaki karakterlerin rol model olarak seçiminde erkek çocukların hiç bir zaman karşı cinsten bir rol model seçmediğı buna karşın kız çocukların yaklaşık dörtte birinin erkek rol model seçtiğı ortaya çıkmıştır (Signorielli, 1990: 53). 2005 yılında İngiltere'de 0-6 yaş arası çocukların popüler kültür ve medya kullanımları üzerine yapılan bir çalışmada erkek ve kız çocukların en sevdiğı 10 çizgi filmin sadece üçünün (Shrek, Kayıp Balık Nemo, Aslan Kral) her iki cinste aynı olduğı diğerklerinin farklı olduğı tespit edilmiştir (Marsh vd., 2005:

31). Böylece çocukların çizgi filmlerde izlediği kadın ve erkekler aracılığı ile toplumsal cinsiyetin ne olduğunun farkına varmadan bu kalıp yargılarını benimseyebildikleri görülmektedir.

Bu noktada çizgi film karakterlerindeki kadın ve erkek rollerinin nasıl temsil edildiğinin gözönünde bulundurulması gerekmektedir. Cinsiyetini keşfetmekte olan bir erkek çocuğun çizgi filmlerde izlediği cesur, güçlü, kahraman oluşlarıyla ödüllendirilen erkek karakterleri kendine rol model olarak seçmesi ve aynı şekilde cinsiyetini keşfetmekte olan bir kız çocuğun çizgi filmlerdeki pasif, bağımlı, güçsüz olan ve genelde görmezden gelinen kadın karakterleri rol model olarak tercih etmeyip erkek rol model seçmek istemeleri anlaşılabilir bir süreçtir. Bu nedenle toplumsal cinsiyet rollerinin şekillendirilmesi açısından çizgi filmlerde nasıl sunulduğu büyük önem taşımaktadır. Diğer taraftan çizgi filmlerde gösterilen iyi-kötü, güzel-çirkin ve renk zıtlıklarıyla çocukların rol seçimi yönlendirilebilmektedir. Geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine uygun davranmayan karakterler koyu renklerle ve fiziksel olarak çirkin bir görünüme sahip kötü karakterler olarak cezalandırılırken gelenekselci davrananlar açık renklerle ve güzel bir bedene sahip iyi karakterler olarak sunulurken ödüllendirilmektedirler. Böylelikle çocukların karakterler arasında seçim yapması güdümlü bir şekilde yönlendirilmektedir (Şenol vd., 2016: 68).

Gerbner, çizgi filmlerin içeriğinin çocukların cinsiyet rolü anlayış ve kavrayışlarını etkilediğini ve televizyonun etkisinin uzun dönemli olduğunu ileri sürmektedir. Diğer bir ifadeyle çizgi filmlerden şekillenen cinsiyet imgeleri zamanla büyüyerek silinemez hale gelebilmektedir (Yağan Güder, 2017: 97). Bu anlayışa uygun olarak çizgi filmlerdeki toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını en aza indirebilmek için toplumsal cinsiyeti gizlenmiş karakterler üretilmiştir. Bu şekilde karakterlerin cinsiyetine değil bireysel özelliklerine vurgu yapılmaya çalışılmıştır. Fakat bu karakterlerin büyük çoğunluğunun erkek sesiyle seslendirildiği ortaya çıkmıştır (Timisi, 1996: 48). Örneğin Teletabiler (Teletubbies) ilk bakışta cinsiyetsiz gibi görülmektedirler fakat sesleri ve tavırlarıyla kadın ve erkek özellikleri taşıdıkları farkedilmektedir. Bu karakterlerden Laa- Laa sarı renkli kostümü, şarkı söyleyip

dans etmeyi seven, mutlu, sevecen halleri ve kadın sesiyle seslendirilmesiyle geleneksel kadın kalıp yargısı içinde görüntülenirken Dipsy karakteri de erkek sesiyle seslendirilmesinin yanında yeşil kostümü, siyah beyaz melon şapkası, inatçı ve huysuz halleriyle geleneksel erkek kalıp yargısına uygun olarak yayınlanmaktadır.

Çizgi filmlerin cinsiyet kalıp yargılarının yeniden üretilmesindeki ve devam ettirilmesindeki yeri bir çok araştırmanın konusu olmuştur. Thompson ve Zerbinos'un 1980 yılı öncesi ve sonrasındaki 41 çizgi filmin 175 bölümünü toplumsal cinsiyet rolleri açısından inceledikleri çalışmada çizgi filmlerde erkeklere kadınlara göre çok daha fazla ve daha önemli roller verildiği ve konuşmaların çoğunu erkeklerin yaptığı belirtilirken, 1980 sonrasındaki çizgi filmlerde 1980 yılı öncesindekilere göre kadınlara ve cinsiyetsiz karakterlere daha çok yer verilmeye başlandığı tespit edilmiştir (1995: 669). Aynı şekilde Eick'in bir tanesi 1985 yılı öncesi 3 tanesi 1985 yılı sonrası toplam 4 çizgi filmi cinsiyet kalıp yargıları açısından araştırdığı çalışmada da karakterlerin büyük oranda erkek olduğu ve kadın karakterlerin sayıca az olmalarının yanı sıra rollerinin geleneksel cinsiyet kalıp yargıları doğrultusunda olduğu belirtilmiştir (1998). Türk yapımı olan Pepee çizgi filmini toplumsal cinsiyet rolleri açısından inceleyen Kalaycı, Pepee'de hem kadın hem erkek karakterlerin geleneksel cinsiyet kalıp yargılarına uygun olarak rol, davranış, kıyafet rengi ve türü ve mekan içinde sınırlandığını ve cinsiyetçi bakış açısını yeniden üretebilecek mesajların olduğunu tespit etmiştir (2015: 262). Diğer taraftan yine Türk yapımı olan 'Rafadan Tayfa' çizgi filminin popüler kültür incelemesinde kadın ve erkek karakterlerin geleneksel cinsiyet rollerinin ve iş bölümünün (kadınlar özel alanda erkekler kamusal alanda) net bir şekilde yapıldığı ancak kadınların yaptığı işlerin (temizlik, yemek gibi) zahmetli olduğu için erkeklerin bu işlere saygı duyması gerektiğine vurgu yapılmıştır (Tozduman Yaralı ve Avcı, 2017: 464).

Barcus 1981 yılında ABD televizyonlarındaki 235 çocuk programını incelediği çalışmasında karakterlerin % 78'inin erkeklerden ve % 22'sinin kadınlardan oluştuğunu ortaya koymuştur (Barcus, 1983: 3). Bununla birlikte yine ABD'de Hendges ve Case'in 2013 yılında Disney Channel, Cartoon Network ve Nickelodeon

kanallarındaki çizgi filmlerin toplumsal cinsiyet temsilleri üzerine yaptıkları çalışmada karakterlerin % 66'sının erkek olduğu belirtilmiştir. Aradan geçen 32 yıl içindeki büyük teknolojik gelişmelerin aksine çizgi filmlerdeki erkek karakter egemenliği sadece % 12 oranında düşmüştür. Bu sonuçlara bakıldığında gelişmişlik düzeyleri ne olursa olsun toplumların kadınları geleneksel rollere hapsederek erkek üstünlüğünü onayladığı ve çizgi filmlerde diğer televizyon programlarında olduğu gibi bu kalıp yargıların tekrarlanarak yeniden üretilip meşruluk kazandığı görülmektedir.

Televizyondaki çocuk programlarının toplumun kalıp yargılarını pekiştirmesinin yanında onları değiştirme etkisi de olabilmektedir. ABD’de çocuk ve gençlere yönelik hazırlanan ve kadın ve erkekleri geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinden farklı olarak sunan “Freestyle” programını uzun süre izleyen çocukların geleneksel kadın ve erkek rollerinden farklı davranmaya başladıkları tespit edilmiştir. Erkek çocukların ev işlerinde ve çocuk bakımında yardım etmeye başladığı ve kız çocukların spor aktivitelerine daha çok katılmaya, makine ve aletlerle yapılan işlere ilgi duymaya ve daha bağımsız davranmaya başladıkları ileri sürülmüştür (Signorielli, 1990: 54). Bununla birlikte televizyon izlemeyen çocukların izleyenlere göre daha az cinsiyet kalıp yargılarına sahip oldukları tespit edilmiştir (Witt, 2000: 322). Dolayısıyla çocukların televizyonda izledikleri programların cinsiyet rollerinin anlamlandırılması için büyük bir kaynak ve pekiştireç olduğu anlaşılmaktadır.

Bu araştırmalara bakıldığında çizgi filmlerin çocukların toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını öğrenmede ne kadar güçlü bir yeri olduğu farkedilmektedir. Erkek egemen çizgi film endüstrisinde kadın karakterlere eskiye göre daha fazla yer ve statü verilmesine rağmen kadın karakterlerin varlığı geleneksel cinsiyetçi rollerle devam etmektedir. Bu nedenle çocuklar çizgi film izledikçe cinsiyetçi kalıp yargıları artmaktadır. Bunu değiştirmek kadın ve erkeğe toplumda daha eşitlikçi bir yaşam sunabilmek için öncelikle çocuk programları çok dikkatli çalışmalarla cinsiyetçi kalıp yargılardan arındırılmalıdır.

2.4. Hedef Grup Okul Öncesi Çocuklar

Bu çalışmada çocukluğun 0-6 yaş arası dönemindeki çocuklarda çizgi filmler aracılığı ile toplumsal cinsiyetin üretimi araştırılmaktadır. Çocukluğun 0-6 yaş dönemi okul öncesi, erken çocukluk ve ilk çocukluk olarak farklı şekillerde adlandırılmaktadır. Bu çalışmada 0-6 yaş dönemi için okul öncesi çocuk ifadesi kullanılmaktadır.

2.4.1. Okul Öncesi Çocuklarda Gelişim

Gelişim insanın beden yapısı, duysal, sosyal ve zihinsel özellikler bakımından düzenli bir biçimde büyümesi, değişmesi ve istenilen görevleri yapabilecek bir duruma gelmesidir (Ünver, 2005: 3). Çocuk dünyaya geldiği andan itibaren çevresiyle girdiği etkileşim sonucunda bedensel, zihinsel, sosyal ve duygusal yönlerden hızlı bir gelişim içine girmektedir. Okul öncesi dönem insan hayatının gelişiminin en hızlı olduğu, kişilik temellerinin atıldığı ve her türlü öğrenmeye açık olduğu kritik bir dönemdir. Bu dönemde yapılandırılan özellikler son derece kuvvetlidir ve sonradan değiştirilmesi oldukça zordur (Köksal Akyol, 2005b: 125).

Piaget'e göre okul öncesi çocuğun en belirgin özelliklerinden biri ben-merkezci oluşudur (Senemoğlu, 2010: 44). Çocuğun ben-merkezciliği düşünmesi ya da hayatın merkezine tamamen kendisini yerleştirmesi onun kendisi dışındaki varlıkları yoksaydığı anlamına gelmemektedir. Çocuk 4 yaşından itibaren çevresindeki kişilerin ihtiyaçlarının farkına varmaya başlamaktadır. Örneğin bir anne çocuğuna hasta olduğunu söyleyip yattığında çocuğun annesinin üzerine battaniye örttüğü ve daha sessiz oynadığı gözlenmiştir. Bu nedenle çocuğun ben-merkezciliğinin hayatı kendi bakış açısına göre yorumlaması ve başkalarının bakış açısıyla olayları değerlendirememesi olarak belirtilmektedir (Oruç vd., 2011: 307).

Okul öncesi dönem çocuğu maddenin fiziksel görünümünün etkisi altındadır.

Bir nesnenin şeklinin değiştirilmesinin o nesneye ait özellikleri değiştirdiğini düşünmektedir. Örneğin aynı iki bardaktaki eşit miktarlardaki sulardan bir tanesinin uzun ince bir bardağa boşaltılmasıyla uzun bardağa boşaltılan suyun daha çok olduğunu düşünmektedir (Köksal Akyol, 2005a: 55). Buna bağlı olarak bu dönem çocuklarının üst düzey sınıflandırma ve düzenleme yapamadıkları belirtilmektedir. Nesneleri renkleri ya da biçimleri gibi bir tek özellikleri açısından sınıflayabilmekle birlikte, bir özellik bakımından farklı olan nesnelerin farkını görememektedirler (Senemoğlu, 2010: 42). Bu dönem çocuğunun düşünmesi fiziksel etkinliğe ve nesnelerin dikkati çeken görünümüne bağlı olduğundan doğru mantık yürütemedikleri ileri sürülmektedir. Bu dönem çocukları şimdiki durum üzerinde odaklaşma eğiliminde olduklarından bu dönem çocuğunun akıl yürütmesi ‘burada ve şimdi’ ile sınırlıdır. Mantık kurallarına uygun düşünemeyen ve neden-sonuç ilişkisi kuramayan okul öncesi çocuğu problemlerini sezgilerine dayalı akıl yürüterek çözmeye çalışmaktadır. Mantık yürütmede tümevarım ve tümden gelim yollarını kullanamayan bu dönem çocuğu özelden özele akıl yürüterek çevresini anlamaya çalışmaktadır. Kahvaltıda her gün yumurta yiyen çocuk yumurta olmadığı zaman kahvaltı yapmadığını ileri sürebilmektedir (Köksal Akyol, 2005a: 56).

Okul öncesi dönem çocuğunun hayal dünyası oldukça geniştir ve gerçekle masalı ya da hayali durumları birbirinden kolayca ayırt edememektedir. Bundan dolayı bu dönem çocuğunun oyuncak bebeğini canlı gibi düşünüp onu doyurmaya çalışması ve çizgi film karakterlerinin canlı olduklarını düşünmesi gibi cansız nesnelere canlılık özelliği verdiği belirtilmektedir (Özdemir ve ark., 2012: 580). Bununla birlikte bu dönem çocuğu doğa olgularını birisinin yaptığına ya da bunlara birisinin sebep olduğuna inanmaktadır. Örneğin 5 yaşındaki çocuğun güneşi birinin kibritle yakarak tutuşturduğunu düşünmesi bundan kaynaklanmaktadır (Köksal Akyol, 2005a: 57).

Bu dönemde çocuk doğru ve yanlış olanı yargılarken bunların fiziksel sonuçlarına göre karar vermektedir. Cezalandırılan davranışların yanlış ve cezalandırılmayan davranışların doğru olduğunu kabul etmektedir. Bu şekilde bu dönemdeki çocuğun doğru yanlış algısı çocuğun etrafındaki fiziksel üstünlüğe sahip

otorite kaynaklarına dayanmaktadır (Güngör, 2005: 80).

Okul öncesi dönem, çocuğun yeni karşılaştığı her şeyi sorma isteğinin en yoğun olduğu bir dönemdir. Büyüklük, yaş ve cinsiyetle ilgili karşılaştırmalara başlayan çocuk farklılıkları merak eder ve yoğun bir soruşturma ve öğrenme eğilimi gösterir. Bu dönemde sorulan soruların cevaplanmasının çocuğun kişisel ve sosyal gelişimi açısından önemi büyüktür (Özdemir vd., 2012: 579). Merak ve öğrenme isteğinin bu kadar yoğun olduğu bir dönemde çocuk kendine model arama çabası içine girmektedir. Çocuk bu dönemde bir çok tutum ve davranışı gözlemleyerek ve model alarak öğrenmektedir. Bu davranışların devamlılığı ise çevresindeki insanların, izlediği çizgi filmlerdeki karakterlerin ve kendisine okunan kitaplardaki kahramanların o davranış ve tutumları tekrarlama sıklığıyla doğru orantılıdır (Yörükoğlu, 2004: 63).

2.4.2. Okul Öncesi Çocukların Toplumsal Cinsiyet Algısı

Okul öncesi dönemde çocukların cinsiyet rollere karşı ilgisinin 3 yaşlarında başlayıp 5-6 yaşlarına kadar devam ettiği belirtilmektedir (Köksal Akyol, 2005b: 131). Bu dönemde erkek çocuklar genel olarak hareketli ve girişken davranışlar gösterirken kız çocuklar iyi iletişim becerilerine sahip fakat çekingen tavırlarda bulunmaktadırlar. Her iki cinsiyet kurdukları oyun ve arkadaşlıklarda önceliği kendi cinsiyetine sahip olana vermektedir (İnanç vd., 2005: 168). Çocuklarda toplumsal cinsiyet algısının oluşumu çeşitli kuramlar tarafından ele alınmıştır. Bu kuramlardan başlıcaları şu şekildedir.

2.4.2.1. Bilişsel Gelişim Kuramı

Jean Piaget'nin önderliğini yaptığı bilişsel gelişim kuramı çocuğun dünyayı anlama ve öğrenmesini sağlayan aktif zihinsel faaliyetlerinin gelişimini içermektedir

(Senemoğlu, 2008: 127).Bu kurama göre çocuk önce kendi cinsel kimliğini tanımlayıp daha sonra başkalarınınkini öğrenmektedir. Çocuk sosyalleşme sürecine aktif olarak katılarak kendi cinsiyet rolünü biçimlendirmekle yükümlüdür ve bu süreç “kendini sosyalleştirme” olarak tanımlanmaktadır (Dökmen, 2015: 64). Bir başka ifade ile çocuklar ilk olarak kadın ve erkek grubundan hangisine ait olduğunu anlamaktadır, daha sonra cinsiyetleri birbirinden ayıran özellikleri kavramaktadır. Bu noktada kendi hayat deneyimleri sınırlı olan çocuk her iki cinsiyetten beklenen davranışlar için kalıp yargılar üretmeye ve göstermeye başlamaktadır. Gander ve Gardiner’e göre çocuklar bilişsel gelişim özelliklerinden dolayı kalıp yargı üretmeye daha yatkındırlar (Köksal Akyol, 2005a: 57).Örneğin bu dönemde kız çocuklar kız oldukları için daha çok bebekleriyle oynamayı seçerken erken çocuklar da erkek oldukları için futbol oynamayı tercih etmektedirler.Kendi cinsiyetine göre davranmayanlar yaşlıları tarafından dışlanmaktadır.

Bilişsel kurama göre insanların kendilerine ve dünyaya ilişkin tutarlı ve dengeli bir görüş oluşturmaları ve sürdürmeleri onların bilişsel tutarlılığına bağlıdır. Çocuklardaki katı cinsiyet kalıp yargıları onlardaki bilişsel tutarlılık isteğinin sonucudur (Dökmen, 2015: 66).Kohlberg’e (1966) göre çocuklardaki cinsiyet rolü gelişimi 3 aşamada gerçekleşmektedir.Birinci aşama olan cinsiyet etiketlenmesi çocuğun kendini kız ya da erkek olarak tanımlamasıyla gerçekleşmektedir.İkinci aşamada olan cinsiyet sabitliğinde çocuk cinsiyetin sürekliliğini anlamaya ve cinsiyetle ilgili fikirler oluşturmaya başlamaktadır.Son olarak cinsiyet tutarlılığı evresinde ise çocuk artık cinsiyetin görünüm, aktivite ya da kıyafetlerin değişmesi ile değişmediğini kavramakta ve kendi cinsiyetleriyle tutarlı olduğunu düşündüğü tercihler ve beğeniler geliştirmektedir (Bussey ve Bandura, 1999: 3-4).

2.4.2.2. Sosyal Öğrenme Kuramı

Sosyal öğrenme kuramı öğrenmeyi insanların çevresindeki uyarıcı olaylara

verdikleri tepkiler sonucunda oluşan düşünce ve zihinsel süreçlerle açıklamaktadır (Koç, 2005: 210).Gözleme dayalı öğrenme olarak da ifade edilen bu kurama göre çocuk sosyal bir varlıktır ve çevresini gözleyerek ve model alarak öğrenmektedir.Bu kuramın öncüsü Albert Bandura'ya göre cinsiyet rolleri çocuğun diğer şeyleri öğrenmesiyle aynı şekilde, pekiştirme ve taklit yolu ile kazanılmaktadır (Çıtak, 2008: 13).Çocuk çevresinden seçtiği model davranışlar aracılığı ile doğrudan ya da dolaylı olarak cinsiyet rollerini öğrenmektedir.Çocuğun cinsiyetine uygun davranışlar ödüllendirildiğinde o davranış tekrarlanırken, cinsiyetine uygun görülmeyen davranışlar cezalandırıldığında o davranıştan uzaklaşmaktadır (Vatandaş, 2007:34). Örneğin, mutfakta annesine yardım eden bir erkek çocuğu bu davranışı sebebiyle övgü alıyorsa davranışı yinelemeye devam edecektir. Diğer taraftan oyuncacı kırıldığı için ağlayan bir erkek çocuğu babası tarafından 'kız gibi' ağladığı için alay edildiğinde tekrar ağlamamaya çalışacaktır.

Bu kurama göre cinsiyet rollerinin öğrenilmesinde model alma ve taklidin önemli bir yeri bulunmaktadır. Çocuk çevresinde gözlemlediği davranışların olumlu sonuçlar yarattığını farkettiğinde bu davranışı yapmak için yeterli kapasiteye sahip olduğunda davranışı gerçekleştirmek için güdülenmektedir (Koç, 2005: 241).Bu kurama göre kız çocuklar genellikle annelerini ve hem cinslerini erkek çocuklar da babalarını ve hem cinslerini model almakta ve taklit etmektedirler.Ancak çocukların her zaman ebeveynlerini model almadıkları ve güçlü, baskın ve ödüllendirici modelleri daha çok tercih ettikleri bazı çalışmalarca ortaya konulmaktadır (Yogev, 2006: 23).Bandura'ya göre bilişsel kuramın aksine, çocuğun iç bilişsel yapıları çocuğun neyi taklit edeceğini belirlemez, çocuğun takip ettiği modellerin aldıkları ödül ve cezalar çocuğun bilişsel yapılarını etkilemektedir. Çocuğun kendi kendini düzenlemesinde içsel pekiştirmeler zaman zaman dışsal pekiştirmeler kadar etkili olabilmektedir (Senemoğlu, 2008: 142).

Bununla birlikte bu kurama göre çocukların tutum ve davranışlarının ebeveynleri ve arkadaşlarının dışında giderek artan bir şekilde KİA ile gösterilen modeller aracılığı ile şekillendiği belirtilmektedir. Özellikle televizyonun çocukların cinsiyet rollerini öğrenmede etkili model davranışlar sunduğu ve çocukların bu

davranışları taklit ettikleri vurgulanmaktadır (Timisi, 2011: 19). Bandura ve Walters'ın (1963) farklı türdeki modellerin çocuklar üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmanın sonucuna göre çocukların davranışlarını en çok çizgi film kahramanlarının, ardından filmlerdeki insan modellerinin ve gerçek insan modellerinin etkilediğini bulmuşlardır (Senemoğlu, 2010: 222). Dolayısıyla sosyal öğrenme kuramı okul öncesi çocuklara yönelik çizgi filmlerdeki toplumsal cinsiyet üretimini inceleyen bu çalışmayı destekler niteliktedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÇİZGİ FİLMLERDE TOPLUMSAL CİNSİYETİN İNŞASI: NİLOYA ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Çocuk popüler kültürünün başlıca üreticisi olan çizgi filmlerin ele alındığı bu tez çalışmasının epistemolojik olarak dayanağı feminist televizyon eleştirisidir. Feminist perspektif, metinleri toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin nasıl yeniden üretildiğini sorgulayan bir dünya görüşü ile anlamaya, analiz etmeye imkan sunan bir yöntemdir.

Feminist analiz, eril ve dişil olan biyolojik öğelerin toplumsal yaşam içerisinde nasıl doğal bir kültürel farklılık haline geldiğini analiz ederken, kadınların ikincilleştirildiği her türlü anlamlandırma biçimini yapı sökümüne uğratmaya çalışmaktadır. Bu çalışmada yaşadığımız dönemin en temel anlam üreticisi olan televizyon özelinde bir analiz yapılmıştır. Televizyon eleştirisi “sosyokültürel, simgesel bir biçim olarak televizyonu anlamaktır” (Vande Berg vd., 1994: 357). Televizyon bir üretim tarzı, bir içerik ve izleyiciden oluşan karmaşık bir sistemdir. Bu çalışmada televizyonu, içinde bulunduğu ekonomik/politik/sosyolojik sistemin dünya görüşünü içeren, buna ilişkin hikayeler anlatan ve bu hikayeler aracılığıyla geniş toplumsal kesimlerin, egemen hegemonya doğrultusunda yeniden üretilmesini gerçekleştiren bir toplumsal iletişim ortamı olarak ele almaktayız. Feminist televizyon analizi, televizyon metinlerinde cinsiyetin kurulmasını çözümlemeyle ilgilenmektedir. Cinsiyeti biyolojik değil, kültürel bir kurgu olarak ele alan feminist perspektif televizyon metinlerinin kendine ait kodları ve uzlaşımları çerçevesinde simgesel inşa ve anlamlandırma pratikleri yaratan toplumsal cinsiyet ideolojisini yeniden üretmektedir. Bunu yaparken yalnızca dil, karakter ve anlatı yapısı değil aynı zamanda kamera hareketleri ve açısı, mekan, sahne, müzik ve efektler gibi sinematografik öğeleri de kullanmaktadır. Görsel ve işitsel sinematografik anlatı, kamera, kurgu, ışık vb. izleyicinin kimin bakış açısıyla özdeşleşmesi gerektiğini

dilsel anlatımdan daha güçlü biçimde kurmaktadır.

Çalışmada çocuk popüler kültürü örneği olarak Niloya çizgi filmi seçilmiştir. Çalışmanın araştırma tekniği ise nitel içerik analizidir. Nitel araştırma, sosyal hayatın kalitesini anlamak, toplumsal sistemlerin derinliklerini keşfetmek üzere geliştirilen bilgi üretme yollarından biridir (Neuman, 2012: 224). Niteliksel araştırma, istatistiksel verilere dayanmayan, daha ziyade insanların hayatlarına, hikayelerine veya etkileşimsel ilişkileri anlamaya çalışarak bilgi üreten araştırmadır (Strauss ve Corbin, 1990: 17). İçerik analizi yöntemi ise nicel ve nitel olmak üzere iki biçimi içermektedir. Nicel içerik çözümlemesi, metinlerin niceliksel analizini çok sayıdaki veri üzerinden birimleştirerek ve sistematik olarak yapan incelemedir. “İçerik çözümlemesi yazılı ya da görüntülü materyalin sistematik (dizgeli) analizidir” (Aziz, 1990: 107). İçerik analizi verileri tanımlamaya “içinde saklı olabilecek gerçekleri ortaya çıkarmaya” yönelik bir çabayı ifade ederken, toplanan verilerin kavramsallaştırılması, bu kavramlara göre mantıklı biçimde düzenlenmesi ve bu doğrultuda açıklayıcı temaların saptanması süreçlerini taşımaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 227). Bu yönde görsel, işitsel ve metinsel her türlü içeriğin çözümlenmesi mümkün olabilmektedir. Nitel içerik analizinin metinlerle ilişkisi bir olgunun niçin ve hangi sıklıkla yer aldığından ziyade, nasıl yer aldığını anlamlandırmaktır.

3.1.1. Veri Kaynağı

Bu araştırmanın veri kaynağını TRT Çocuk kanalında yayınlanan Niloya çizgi filmi oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde Niloya’nın okul öncesi çocuklara yönelik çizgi filmlerde en çok reyting alan ve buna bağlı olarak Türkiye’nin uluslararası oyuncak pazarında trend lisans kategorisine giren ilk çizgi filmi olması etkili olmuştur. Çizgi film toplam 88 bölümden oluşmaktadır. Çizgi filmde sunulan toplumsal cinsiyet rollerinin zaman içinde değişiklik gösterip göstermediğini tespit edebilmek amacıyla incelenen bölümler sistematik metodla seçilmiştir. Bu metodla 1.ve 2. bölümlerden başlanarak 11., 12., 21., 22., 31., 32. gibi sistematik bir şekilde

bölümler seçilmiş ve en son yayınlanan 87. ve 88. bölümlerde dahil edilerek çalışmanın 20 bölüm üzerinden yapılması planlanmıştır.. Araştırmada kullanılan bölümler şu şekildedir:

	Bölüm Adı	Bölüm Sayısı		Bölüm Adı	Bölüm Sayısı
1.	Fındık Zamanı	1.	11.	Karadeniz’de Bir Gemi	51.
2.	Kemençe	2.	12.	Yuva	52.
3.	Paten	11.	13.	Nehrin Ötesi	61.
4.	Halı	12.	14.	Havuç	62.
5.	Süt	21.	15.	Sincaplar	71.
6.	HOH	22.	16.	Tospik Aranıyor	72.
7.	Küsleri Barıştıralım	31.	17.	Rüya Peşinde	81.
8.	Misafir Mete	32.	18.	Hapşu	82.
9.	Bakarsan Bağ Bakmazsan Dağ Olur	41.	19.	Yalnız Mete	87.
10.	Oyun	42.	20.	Niloya Dünyası	88.

Tablo 1: Niloya Çizgi Filminin Araştırma Kapsamında İncelenen Bölümleri

Çizgi filmin bölümleri <http://www.niloya.com/Videolar.aspx> ve https://www.youtube.com/user/niLOYatv?annotation_id=annotation_3409542129&feature=iv&src_vid=NZPUH6dPaLg&sub_confirmation=1 internet adreslerinden izlenmiştir.

3.1.2. Verilerin Analizi

Çalışma, çizgi film bölümlerinin analizine imkan verecek, çalışmanın ekinde sunulan, bir izleme formu hazırlanarak incelenmiştir. İzleme formu çizgi filmdeki toplumsal cinsiyet belirlemelerini ortaya çıkarmak amacıyla karakter özellikleri,

giysi rengi ve türleri, fiziksel özellikleri, oynanan oyun ve oyuncaklar, annelik babalık rolleri, evin içinde ve dışında yapılan işler, kullanılan sıfatlar ve benimsenen rol modeller olarak kategorilere ayrılarak hazırlanmıştır. Kategorilerin araştırmacı tarafından araştırma sorunsalıyla bağlantılı bir biçimde belirlenmesi niteliksel açıdan ele alınan içerik çözümlemesinin temel unsurlarından birini oluşturmaktadır (Mayring, 2000: 3).İzleme formlarının araştırma dahilindeki bölümlerin her biri için uygulanmasıyla elde edilen verilerin, toplumsal ve kültürel olarak anlamlandırılmalarını en iyi şekilde ifade edebilmek için içerik analizi yapılmıştır. Araştırmada çalışmanın geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak adına bir araştırma uzmanı ile çalışılmış ve çalışma dahilindeki bölümler en az 3 kez izlenmiştir. Elde edilen veriler uzman görüşü ile de değerlendirilmiştir.

3.2. Niloya Çizgi Filminin Analizi

3.2.1. Niloya Çizgi Filminin Tanıtımı

Niloya çizgi filmi ilk kez 2008 yılında çocuklara yönelik özel bir televizyon kanalı olan tematik kanal Yumurcak TV’de yayına başlamıştır.2016’dan itibaren TRT Çocuk kanalında günde 2 kez yayınlanmaktadır. Okul öncesi çocuklar için hazırlanan Niloya’nın temel hedef grubu 3-6 yaş arası çocuklardır. Bölüm süreleri 6:00-6:40 dakika arasında değişmektedir. Çizgi filmin özel danışman ekibinde pedagog ve eğitim uzmanları bulunmaktadır.Her bölümün hikayesi kendi içinde başlayıp bitmektedir, bölümler arası herhangi bir olay bağlantısı yoktur.

Niloya karakteri ismini, annesinin kızının adının Nil olmasını babasının Oya olmasını istemesi üzerine, dedesinin anne ve babasını memnun etmek için Niloya olsun demesi üzerine almıştır. Türk yapımı bir çizgi film olan Niloya’daki küçük kız nehir kenarında, neşeli kuşların şarkı söylediği şirin bir kasabada yaşamaktadır. Eğitici yönüyle ailelerin tercihi olan Niloya çizgi filminde özellikle sosyal ilişkiler

ele alınarak çocukların toplum içerisindeki kuralları öğrenmeleri amaçlanmaktadır. Çizgi filmde Niloya'nın modern dünyadan kopuk olmayan, şehir hayatından uzak bir kasabada sevgi dolu geniş ailesi ile yaşadığı günlük olaylar anlatılmaktadır. Her gün farklı bir tema ile ekrana gelen Niloya'ya en yakın dostu Tospik, arkadaşı Mete, abisi Murat, annesi, babası, babaannesi ve dedesi eşlik etmektedir (<http://www.niloya.com/Karakterler.aspx>).

3.2.2. Yayınlandığı Kanal: TRT Çocuk

Niloya TRT'ye bağlı olan TRT Çocuk kanalında yayınlanmaktadır. TRT Türkiye'de kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı içindeki tek kanaldır ve bu anlayışın kapsamı Akgüner tarafından şu şekilde ifade edilmektedir:

“TRT bünyesinde gerçekleştirilen tüm yayınların milli birlik ve bütünlüğün devamlılığını destekleyici, halkı temel hak ve özgürlükleri konusunda bilinçlendirici ve halkın eğitim, kültür, sanat ve bilgilendirilme gereksinimini karşılayıcı niteliklere sahip olarak demokratik hukuk devleti ilkeleri doğrultusunda tarafsız, laik bir şekilde hazırlanmasını içermektedir” (1998: 288).

Temelinde kamu yararının yer aldığı kamu hizmeti yayıncılığı, kamu hizmetlerinin doğrudan devlet tarafından görülmesi esasına dayanan klasik kamu hizmeti anlayışının güçlenmesiyle devlet yönetiminde meydana gelen değişimler doğrultusunda zaman içerisinde farklılaşmaya başlamıştır (Altın, 2013: 101). Kamu Hizmeti Yayıncılığı tarihsel olarak radio ve televizyon yayınlarının özel metalar olarak değil, kamu malları olarak düzenlenmesini öngören bir yayıncılık anlayışıdır (Mutlu, 2004: 162). Toplumu oluşturan bütün kesimleri kapsamayı hedefleyen kamu hizmeti yayıncılığı, kamusal enformasyon, eğitim-kültür ve eğlence işlevleriyle topluma hizmet etmeyi, toplumsal gelişme ve kalkınmayı merkezine koyan bir yayıncılık anlayışıdır. Kamu hizmeti yayıncılığı toplumun tümünü yayın politikalarında içermek amacındayken, toplumun tümü tarafından da erişilmek iddiasındadır.

1964 yılında kurulan Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu, kurucu kanunu olan 359 sayılı yasayla kamu hizmeti yapan özerk bir tüzel kişi olarak kurulmuştur. Zaman içerisinde özerklik ve tarafsızlık üzerine tartışmalar ve yasal düzenlemeler devam etse de TRT 1990'lı yıllara kadar Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde yayın tekeline sahip tek kurum olmuştur. 1990 yılından itibaren ortaya çıkan özel yayın kanalları kamu hizmeti yayıncılığını ticari kaygılar nedeniyle bir tarafta bırakmıştır. Bu tarz yayınların yasal olarak denetlenebilmesi için 1993 yılında TBMM onayı ile Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kurulmuştur. 1994 tarihli RTÜK yasası ile radyo ve televizyon yayınlarında genel ahlak, çocukların fiziksel, zihinsel, ruhsal ve bedensel sağlıkları ve ahlaki gelişimlerini olumsuz yönde etkileyebilecek yayınlar yapılmaması konusunda düzenlemeler, sınırlamalar ve tedbirler getirilmiştir (Ertunç, 2011: 75). Ayrıca çocukların televizyon programlarına eleştirel bakış kazanarak aktif izleyici olabilmeleri için başlatılan medya okuryazarlığı projesi, öneri ve görüşlerin bildirilmesi için kurulan iletişim merkezi, programların hangi yaş grubuna ait olduklarını belirtmek amacıyla uygulanan akıllı işaretler sistemi gibi uygulamalarla RTÜK medyanın zararlı etkilerinden çocukları korumaya yönelik çalışmalarda bulunmaktadır (<https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/home>).

3984 sayılı RTÜK yasasının yayın hizmeti ilkelerinin 8.maddesinde radyo ve televizyon aracılığı ile oluşabilecek her türlü cinsiyet ayrımcılığı ve cinsiyetçiliği teşvik ve tahrik eden yayınlar şu şekilde açıkça engellenmeye çalışılmaktadır;

“n) Müstehcen olamaz. Cinsel duyguları sömürmeye yönelik, bireyleri cinsel meta olarak gösteren, insan bedenini cinsel tahrik unsuruna indirgeyen, toplumsal yaşam alanı içinde sergilenemeyecek mahrem söz ve davranışlar içeren, toplumda yaşayan bireylerin ar ve utanma duygularını örseleyen ve cinsel isteklerini tahrik ve istismar eder nitelikte olamaz.

s) Toplumsal cinsiyet eşitliğine ters düşen, kadınlara yönelik baskıları teşvik eden, kanıksatan ve kadını istismar eden programlar içeremez. Törenin toplumda kadına karşı bir baskı aracı gibi kullanılmasını teşvik edemez” (Resmi Gazete, 2011).

TRT Çocuk TRT'nin 2008'de yayına başlayan, pedagojik formasyon sahibi bir yapımcı yönetmen kadrosuyla yapılandırılmış 24 saat yayın yapan tematik çocuk kanalıdır. Tematik televizyon kanalları genel içinden seçilmiş ve ortak özelliklere sahip sınırlı bir hedef kitleye sahiptir ve bu sınırlı hedef kitlenin ilgi alanları ile yayın

içeriği belirlenmektedir. 3984 sayılı RTÜK kanunun 3.maddesinde tematik kanal “haber, belgesel, spor, müzik ve benzeri türlerde olmak üzere yalnızca belirli bir konuda yayın yapan kanal” olarak tanımlanmıştır. Hızla gelişen teknolojinin sunduğu imkanlar, ulusal kanalların reyting kaygılı birbirine benzer programları ve uzun süreli reklamları insanları yeni arayışlara yönlendirmiştir. Yeni teknoloji ürünleri ve farklı izleyici isteklerinin birleşmesiyle tematik kanallar ortaya çıkmıştır (Sayılğan, 2014: 12). TRT Çocuk Kanalı yerli yapımlara ağırlık veren, 1-3 yaş aralığı dışında her yaş çocuk gurubunu hedefleyen bir kanaldır. 1-3 yaş arası çocukların dışarıda tutulması bilişsel gelişim özelliklerini dikkate alarak, bu yaş çocukları televizyonun zararlı etkilerinden korumak amacıyladır (Timisi, 2011: 133).

Tematik yayıncılığın izleyici ile kurduğu ilişki geleneksel/kitlesele yayıncılıktan farklıdır. Geleneksel yayıncılık içerisinde günün belirli saatlerine dağıtılan çocuk programları özelleştirme süreçleriyle birlikte neredeyse ortadan kalkmış yurtdışından satın alınan çizgi filmlerle sınırlı kalmıştır. Tematik çocuk kanalları çocukların farklı yaş gruplarına göre çeşitli ve çok sayıda program türü ile karşılaşmasına imkan verme potansiyeline sahiptir (Timisi, 2011: 132). Gün boyunca çocuğun ilgisini dinamik tutacak türde bir program yapılması söz konusudur.

Tematik kanallar ile televizyon kanalları sayısındaki artış televizyon-izleyici ilişkisi, televizyon-reklam ilişkisi ve program-reklam ilişkisinde değişikliklere neden olmuştur. Televizyon- izleyici açısından görülen en büyük farklılık izleyicinin bir “vatandaş” değil “müşteri” olarak konumlandırılmasıdır (Çelikcan, 2001: 36). Bu durum televizyon reklam ilişkisinin de değişmesine sebep olmuştur. Belirli hedef kitlesine yönelik belirli ürünlerin reklamları genel izleyici kitlesine sahip ulusal kanallar yerine homojen izleyici kitlesine sahip tematik kanallarda yayınlanmaktadır. Benzer şekilde belirli ürünlerin reklamları belirli programların yayınlandığı kanallarda yayınlanmaktadır. Örneğin, traktör reklamları sadece tarım temasıyla yayın yapan *Bereket Tv*, *Köy Tv* gibi kanallarda gösterilmektedir.

Diğer taraftan tematik kanal yayıncılığı ile televizyonun “aile üyesi” kavramı yokolmaya başlamıştır. Artık internet ve akıllı telefon, tablet ve bilgisayarlar aracılığı

ile her yerde her zaman televizyon programlarının izlenebilmesi aile bireylerinin kendi bireysel tercihlerine göre program seçimi yapmalarına olanak tanımıştır. Tematik kanallar bu bireyselleşmenin sonuçları ile daha çok büyüyüp çeşitlenmişlerdir (Sayılğan, 2014: 13).

Türkiye’de TRT’nin öncülüğünde yayın hayatına başlayan tematik kanallar haber, müzik, spor, çocuk ve belgesel temalarında yayın yapmaktadırlar. Kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı içinde, milli ve manevi değerlere bağlı bireyler yetiştirmeyi hedefleyen TRT Çocuk, çocuk temalı kanallar içinde en çok tercih edilen kanaldır.

3.3. Niloya Çizgi Filminde Toplumsal Cinsiyetin Sunumu

3.3.1. Cinsiyet ve Toplumsal Konum İlişkisi

“Görme konuşmadan önce gelmiştir, çocuk konuşmaya başlamadan önce bakıp tanımayı öğrenir” (Berger, 2016: 7). Televizyonun en önemli etkisi iradi olmadan belli mesajlara sürekli maruz kalmaktır. Maruz kalınan mesaj içeriği toplumsal algıyı da belli ölçülerde belirlemektedir. Çocukların hayatlarında çok güçlü bir yeri olan çizgi filmlerden gerçek dünyayı doğru bir şekilde öğrenebilmeleri için çizgi filmlerde cinsiyetlere dair sunulan her şeyin gerçeğe en yakın şekilde ve eşitlikçi bir anlayışta yayınlanması gerekmektedir. Bu nedenle ekranlardaki cinsiyet temsillerinin hangi durumlarda, ne kadar sıklıkta ve nasıl gösterildikleri büyük önem taşımaktadır. Örneğin izlediği programlarda bilim insanlarını hep erkek olarak gören bir çocukta kadınların bilim insanı olamayacağı düşüncesi gelişebilmektedir.

Niloya çizgi filminde 1 ana karakter ve 16 yan karakter bulunmaktadır. Ana karakter olan Niloya 5 yaşlarında bir kız çocuğudur. Niloya henüz okula gitmemektedir. Yan karakterlerden 6’sı kadın 10’u erkektir. Kadın yan karakterler olan Elif ve Mine 5 yaşlarında, Ayşecik 1-2 yaşlarında, Anne ve Fatoş Teyze 30-40 yaşları arasında ve babaanne karakteri de 55-65 yaşları arasındadır. Elif ve Mine

Niloya'nın arkadaşlarıdır ve Ayşecik de Fatoş Teyzenin kızıdır. Erkek karakterlerden Murat ve 4 arkadaşı 6-10 yaş arasında, Mete 5 yaşlarında, Baba ve Hasan Amca karakterleri 30-40 yaşları arasında, dede karakteri 55-65 yaşları arasındadır. Erkek karakterlerden Niloya'nın en yakın arkadaşı Tospiğin (kaplumbağa) yaşı bilinmemektedir ama Niloya'nın kolayca taşıyabildiği boyutta olduğu gözlemlendiği için çok genç olduğu tahmin edilmektedir. Murat Niloya'nın abisidir ve okula gitmektedir. Mete Fatoş Teyze ve Hasan Amcanın oğludur, okula gitmemektedir ve Niloya'nın yakın arkadaşısıdır. Çizgi filmin bir çok bölümünde hikayenin akışını Niloya'dan sonra en çok etkileyen kişi olarak Mete baş erkek karakter olarak kabul edilmektedir. Anne, Fatoş Teyze ve Babaanne karakterlerinin eğitim durumları belli değildir ve hepsi ev hanımıdır. Dede, Baba ve Hasan Amca karakterlerinin de eğitim durumları hakkında herhangi bir bilgi yoktur ve Dede ve Baba karakterlerinin bir işte çalışmadıkları, çiftçilik yaptıkları anlaşılmaktadır. Hasan Amca değirmende çalışmaktadır. Bu bulgulara bakıldığında çizgi filmdeki kadın ve erkek karakter temsillerinde erkeklerin kadınlardan az bir sayıda fazla oldukları tespit edilmekte yaş ve eğitim durumlarında paralellik olduğu görülmektedir.

Bu araştırma için izlenen 20 bölümde ana karakterin kadın olmasına rağmen erkek karakterlerin rol alma sayısı 67, kadın karakterlerin rol alma sayısı 58'dir. Bununla birlikte erkek karakterlerin hem sayıca fazla olmaları hem fazla rol almalarına rağmen hikayenin akışına yön veren kişilerin kadınlar oldukları görülmektedir. Televizyonun toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına göre kadınlar genellikle kendi kapasitesini ortaya koymayan, pasif görünümündedir. Niloya çizgi filmdeki kadın karakterlerin erkek dünyası içinde kendilerine alan yaratarak kadınların varlığını ve gücünü pekiştiren roller içinde oldukları farkedilmektedir.

3.3.2. Fiziksel Özellikler ve Cinsiyet İlişkisi

Mulvey'e göre cinsiyet eşitsizliğinin yaşandığı bir toplumda erkek etkin olarak, bakarak ve kadın da edilgin olarak, bakılmaktan zevk aldığı anlayışıyla inşa edilmektedir (1997: 40). Kadın bakılasılık mesajı veren dikkat çekici dış görünüşü ile

geleneksel olarak hem bakılıp hem teşhir edilirken, erkek sadece kendi fantezi dünyasının belirlediği bakış açısıyla sahneyi yönetmekte özgürdür. Çizgi filmdeki karakterlere bu açıdan bakıldığında ne kadın ne de erkek karakterlerin güçlü görsel ve erotik amaçlı olarak kurgulanmadıkları ortaya çıkmaktadır.

Çizgi filmdeki kadın ve erkek karakterlerin yaşlarına göre normal boy ve kiloda oldukları göze çarpmaktadır. Herkesin gözleri iridir. Baba ve Hasan Amcanın bıyıkları ve dede karakterinin beyaz sakalları fiziksel olarak geleneksel baba ve dede beklentilerine uygundur. Aynı şekilde dede ve babaannenin hafif kilolu olmaları, dedenin babaanneden, babanın anneden, Hasan Amcanın Fatoş Teyzeden az bir farkla uzun olmaları geleneksel olarak erkeklerin eşlerinden daha uzun olma cinsiyetçi anlayışını ve eşlerin kilolarının birbirlerine yakın olma beklentisini destekler niteliktedir.



Resim 1-2: Çizgi Filmdeki Karakterlerin Fiziksel Özellikleri

Sahneyi yöneten cinsiyetçi erkek bakışı kadın ve erkek olmanın dışında farklı bir cinsel yönelimi olan karakterlerin ortaya çıkmasına da izin vermemektedir (Arsan vd, 2009). Kadın bedeni ile doğanların kadın gibi erkek bedeni ile doğanların erkek gibi hareket etmeleri baskı altında tutularak erkek davranışları ödüllendirilmektedir. Evrensel olarak erkek olmak kadın olmamak üzerine kurgulanmaktadır. Erkek olan kadın gibi gülmeyen, kadın gibi konuşmayan, kadın gibi yürümeyen, kadın gibi giyinmeyen, kadın gibi basit işlerle uğraşmayan ve ev işi yapmayandır (Büker vd.,

1998: 2). İncelenen çizgi filmde ne çok uzun ya da çok kısa, çok kilolu ya da aşırı zayıf ve engelli hiç bir karaktere yer verilmemesi fiziksel özelliklerden başlayarak insanın kimliğini tanımlayıcı özelliklerinin ortalama olduğuna ilişkin bir anlayışı kurmaktadır. İnsanların birbirine benzerliğini neredeyse belli bir prototip içerisinde konumlayan bu tarz bir imgelemenin ortalama olanın bir sağduyu gibi işlemesine vesile olduğu söylenebilir. Çizgi filmde anneler, babalar, dedeler, büyükanneler, çocuklar, kız çocuklar ve erkek çocuklar belirlenmiş prototipler üzerinden belirlenmekte, neredeyse her kategori birbirine tıpatıp benzemektedir. Bu fiziksel kurgudan yola çıkarak toplumda farklı rollerde olanların nasıl olması gerektiği net olarak tanımlanmaktadır. Anne olmanın baba olmanın çocuk olmanın fiziksel/bedensel kodları, toplumsal cinsiyet kalıp yargıları içerisinde kurulmaktadır. Farklı rollerin birbirine neredeyse benzer olarak tanımlanması, toplumsal konumlara ilişkin belli bir ideal tip (Weber, 2008: 12) tanımlamasına, bu ideal tiplerin dışında olmanın hayal edilemeyeceğine ilişkin bir algıyı kurmaktadır.

Bu ideal tiplere yalnızca fiziksel özelliklerden değil, davranış kodlarından da anlaşılmaktadır. Davranış kodlarından yola çıkarak anneyle babanennyi birbirinden ayırmak mümkün olmamaktadır.

Diğer taraftan, bu kısmen geniş aile içerisinde ikili sınıflandırma o kadar mükemmel biçimde örülmektedir ki, anne-baba, babaanne-dede, kız çocuk-erkek çocuk gibi, dünyanın bu iki cinse bölünmüş tanımlanması aynı zamanda heteroseksüel bir niteliği de belirginleştirmektedir. Aşırılıkların olmadığı, normalin ve ideal tiplerin çizildiği Niloya da elbette cinsel yönelime ilişkin bir ipucu da yoktur.

3.2.3. Kıyafet Rengi ve Türü ve Cinsiyet İlişkisi

Çizgi filmde ana karakter olan Niloya ve baş erkek karakter olarak kabul edilen Mete'nin dışındaki karakterlerin giysi rengi ve türü istisnai durumlar (bayram, çocukların gösterileri) dışında değişmemektedir. Yukarıda ifade edilen “normalin

normları” burada da bir sağduyu olarak inşa edilmektedir. İzlenen bölümlerin yarısında Niloya pembe rengini giymektedir. Pembe renginden sonra sırasıyla fuşya, mavi ve sarı renkli kıyafetler giymektedir. Mete rol aldığı 14 bölümün 10’unda mavi tişörtünü ve 3 bölümde kırmızı tişörtünü giymektedir (1 bölümde bayramlığını giymektedir). Pantolonunun rengi kahverengi olarak sabittir. Yan kadın karakterlerin kıyafetlerinde sırasıyla en çok kullanılan renkler pembe, turuncu, mor, yeşil ve mavidir. Yan erkek karakterlerde de en fazla kullanılan renkler gri, mavi, yeşil, kırmızı ve mordur. ‘Bir kız çocuğunu pembe, erkeği ise mavi battaniye ile sardığımız andan itibaren toplumsal cinsiyet rollerinin oluşumu başlamaktadır’ (Yogev, 2006: 2). Mavi ve pembe renkleri cinsiyetin birbirinden farklı olarak kurulmaya başlandığının ilk belirtileridirler. Kadın karakterlerin en çok pembe tonlarında erkek karakterlerin mavi tonlarında giysiler giymeleri renk seşimlerinde toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına uygun olarak hareket edildiğine işaret etmektedir.

Giyilen kıyafet türlerine bakıldığında ise Niloya’nın izlenen bölümlerin 17 tanesinde elbise giydiği ve 3 tanesinde tulum giydiği tespit edilmiştir. Niloya’nın tüm giysilerinde kelebek, çiçek ya da kalp desenlerinden biri bulunmaktadır. Niloya’nın tulum giydiği bölümlerde ya paten yaptığı ya ağaca tırmandığı ya da süt sağdığı dikkat çekmektedir. Mete’nin ise hep sade tişört ve pantolon giydiği belirlenmiştir. Yan kadın karakterlerden Elif, Mine ve Ayşecik’in desensiz tulum, tişört ve pantolon giydikleri, Anne, Fatoş Teyze ve Babaannenin sade uzun etek, gömlek ve yelek giydikleri görölmektedir. Babaannenin başı kapalıdır. Anne ve Fatoş Teyze karakterlerinin eteklerinin üstünde istisnai zamanlar dışında her zaman birer mutfak önlüğü vardır. Erkek yan karakterler pantolon, tişört ve gömlek giymektedirler. Dede’nin bir fesi, Hasan Amcanın bir kasketi vardır.

Niloya’nın sadece fiziksel olarak yaptığı aktivitelerin elbise giymeye uygun olmadığı haller (eteğinin altının görölme riskinin yüksek olduğu) dışında sürekli elbise giymesi ve aynı şekilde Anne, Fatoř Teyze ve Babaanne karakterlerinin evde, bahçede, piknikte her zaman etek giymeleri kadınları etekle özdeşleştiren cinsiyetçi bakış ačíısıyla uyurmaktadır. Kadın olarak erkek dünyasında doğmak yaptığı her řeyi gözlemek zorunda olmak demektir. Kadınlar küçük yaşlardan itibaren sürekli olarak

kendilerini gözetlemeleri gerektiğini öğrenerek büyütülürler (Berger, 2016: 46). Ayrıca sürekli olarak erkekler ya da kadınlar tarafından seyredildiğini düşünerek büyüyen kadınlar kendini seyirlik bir nesneye çevirerek bir başkası tarafından beğenilmeyi büyük bir başarı olarak kabul etmektedirler. Benzer şekilde Niloya'nın tulum giydirilme sebebi de kız çocuklarına küçük yaşlardan itibaren toplum tarafından yapılan kısıtlamalar ve cinsiyetçi bakış açısının belirtisidir. Bununla birlikte Anne, Babaanne ve Fatoş Teyze karakterlerinin devamlı yelek giyerek üst gövdelerinin saklanması, babaannenin başının kapalı olması kadın bedeninin seyirlik bir nesne olduğu ve bu nedenle olabildiğince örtülmesi gerektiği bakış açısını desteklemektedir. Aynı zamanda Anne ve Fatoş Teyzenin sürekli taktıkları mutfak önlükleri onların ev işleriyle özdeşleştirilen hayatlarının göstergesidir.

Öte yandan erkek karakterlerin hiç birinde herhangi bir kıyafet sınırlamasının olmadığı ve onların tişört ya da gömlek ve pantolon ile rahat bir şekilde günlük aktivitelerini gerçekleştirdikleri dikkat çekmektedir. Böylece erkeğin dış görüntüsünün bir önemi olmadığına “erkeklerin davrandıkları gibi kadınlarınca göründükleri gibi olduğu” anlayışının sergilendiği görülmektedir (Berger, 2016: 47). Aynı şekilde toplumumuzdaki “erkeğin güzeli çirkini olmaz” sözüyle de erkeklere verilen kıyafet ve kişisel bakım özgürlüğü ile bağlantılı olarak erkek kıyafetlerinin toplumsal cinsiyet rolleriyle uyuştukları görülmektedir.



Resim 3-4 : Niloya, Mete, Elif ve Mine'nin Bayramlıkları ve Günlük Kıyafetleri

Kıyafet renkleri ve türleri ile ilgili dikkat çekici olan bir bölümde Niloya, Mete, Elif ve Mine bayramlıklarını giymişlerdir (Sincaplar, 71. Bölüm). Her zaman sade yeşil tişört ve turuncu pantolonlu olan Elif'in bayramlığı yeşil ve mor tonlarında, çiçekli, uzun bir elbisedir. Aynı şekilde devamlı desensiz mavi tulumu ile

görüntülenen Mine'nin bayramlığı pembe, çilekli, uzun bir elbisedir hatta Mine'nin pembe bir el çantası vardır. Niloya'nın kalpli desenli bembeyaz bir elbisesi vardır. Mete'nin bayramlığı üzerinde kırmızı araba resmi olan mavi bir tulumdur. Bu bayramlıklar içinde her zaman her iki cinsiyete uygun renkte, sade, rahat kıyafetler giyen Elif ve Mine'nin bayramlıklarının renk, desen ve türlerinin cinsiyet kalıp yargılarına uyarlanmış oldukları başka bir ifadeyle Elif ve Mine'nin görüntü olarak kadınsılaştırıldığı göze çarpmaktadır. Benzer şekilde Mete'nin ve Niloya'nın kıyafetleri de her zamanki gibi cinsiyet rollerine uygundur. Bu bulgulara bakıldığında çizgi filmdeki kadın ve erkek kıyafet türlerinin ve renklerinin toplumun cinsiyetçi beklentilerine göre tasarlanmış oldukları farkedilmektedir.

3.2.4. Evin İçindeki ve Dışındaki İşler ve Cinsiyet İlişkisi

Modernleşme ile beraber ev ve iş birbirinden uzaklaşarak kadınların ve erkeklerin yaptıkları işlerin sınırları daha belirgin olarak çizilmiştir. Bu durum kadınların dünyanın “tehlikesinden” uzak, güvenli yuvasında yani “içerde”, özel alanda kalarak çocukların ve erkeklerin bakımı ve ev işlerine mahkûm edilmelerine, erkeklerinse “dışarıda” yani kamusal alanda, dünyanın “sorunlarıyla” uğraşıp evin geçimini sağlamaktan sorumlu tutulmalarına yol açmıştır (Bora, 2012: 179). Özel ve kamusal alan ayrımı toplumsal cinsiyet hiyerarşisinin en belirgin olduğu ayrımdır. Bu ayrımla birlikte “ev içi ya da özel alan tüm ekonomik, siyasi, tarihi anlamını yitirdi ve giderek özensizleşti. ... Kadınlar ekonomik öneme sahip olmayan ev içinde kaldıkları için merkezi konumlarını ve değerlerini de kaybettiler...” (Bhasin, 2003: 34). Kamusal ve özel alan ayrımına göre tanımlanan bu çizgi filmde de iki cins, bu ayrıma dayalı değerler üzerinden tanımlanmaktadır. Özel alanda “sevgi, koruma, kollama, fedakarlık, anlayış değer görürken, kamusal alanda rekabet, hırs, yarışma saldırganlık, bencillik değer görür ve cesaretlendirilir” (Bhasin, 2003: 35). Bu durum Türk halkının yaşam tarzıyla da saptanmıştır. Konuyla ilgili TÜİK tarafından yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre kadınların yemek pişirme, bulaşık yıkama, çamaşır yıkama, ev temizliği ve ütü yapma gibi sürekliliği olan ev işlerini % 97,5 oranında yaptıkları ortaya çıkarken erkeklerin tamir, boya badana, fatura yatırma gibi

başlangıcı ve sonu belli olup görünürlüğü fazla olan işleri yaptıkları tespit edilmiştir. (TÜİK, 2016). “Gerçek kadının yeri kız evlat, kız kardeş ama en önemlisi eş ve anne olarak hiç kuşkusuz kendi evidir” (Welter, 1978: 162). Bu anlayışa göre kadının asli görevi evin ve çocukların bakımını ve bekçiliğini yapmaktır, kadının evin dışında bir işte çalışması da onun asli görevlerinden kurtulması anlamına gelmemekte hatta kadının yükünü ikiye katlamaktadır.

Çizgi filmin izlenen bölümlerine bakıldığında hikayenin genel olarak evin dışında (bahçede, parkta) geçtiği görülmektedir. Bununla beraber evin içinde ve dışında yapılan işlerin her iki cinsiyet tarafından ayırım yapılmadan yapılabilecek işler (balığa gitme, araba kullanma, evi temizleme, yemek yapma, süt sağma gibi) oldukları tespit edilmiştir. Buna karşın özellikle ev içindeki işler (mutfak işleri, çocukların bakımı, temizlik, örgü örme) tamamen kadın karakterlerin görevi, evin dışındaki işler (araba kullanma, balık tutma, evden uzaklaşmayı gerektiren işler yapma) tamamen erkeklerin görevi olarak sergilenmektedir. Öte yandan sadece fındık toplama işi tüm ailenin ortak olarak yapabildiği iş olarak gösterilmektedir. Bu durum Türkiye’de halkın geleneksel iş tanımıyla da uyumludur. Tarla bahçe vb. gibi işler çoğu zaman ortak yapılan, genellikle de kadınlar tarafından yapılan işlerdir. Buna karşılık çizgi filmdeki hayvanların bakımının her iki cinsiyet tarafından yapıldığının gösterilmesine rağmen ahırdaki gübre ve samanının taşınması gibi fiziksel güç gerektiren işlerin erkekler tarafından yapıldığı, süt sağma gibi daha kolay görünen işlerin kadın karakterler tarafından yapıldığı göze çarpmaktadır (Süt, 21. Bölüm). Benzer şekilde başka bir bölümde bir halı hakkında Dede ve Niloya karakterleri arasında şöyle bir konuşma gerçekleşmektedir:

“Niloya : Halı çok güzel değil mi dede?

Dede : Hıhı, evet çok güzel. Bu halıyı annen dokudu.

Niloya : Annem mi? Ne güzel resimler yapmış annem.

Dede : O resimde annenin bir hayali bir dileği gizli. Biliyor musun eskiden genç kızlar hayallerini halıya dokurlardı.

Niloya : Annemin bir dileği mi varmış?” (Halı, 12. Bölüm).

Bu konuşmada halı dokuma işinin kadın karakterlerin görevi olduğu vurgulanmaktadır ve bölümün devamında da annesi Niloya’ya halı dokumayı

öğretmektedir. Aynı zamanda Niloya'nın annesinin misafirinin geldiği bir bölümde ev işlerinde annesine yardım ettiği görülmektedir (Misafir Mete, 32. Bölüm). Buna karşın kardeşi Murat'ın da evde olduğu ama annesine hiç bir şekilde ev işlerinde yardım etmediği farkedilmektedir. Çizgi filmde kadın karakterlerin tek başlarına ya da yanlarında bir erkek karakter olmadan evin çevresinden uzaklaşmadıkları dikkat çekmektedir. Niloya bir bölümde annesine nehrin ötesine gitmek istediğini söylediğinde annesi Niloya'dan bunu babasına sormasını istemektedir (Nehrin Ötesi, 61. Bölüm). Aynı bölümün devamında nehrin ilerisinde Mete'nin de babası ile beraber olduğu görülmektedir. Fatoş Teyze karakterinin sürekli olarak Ayşecik'le ilgilendiği göze çarpmaktadır. Niloya ve Murat'ın hasta olduğu bölümlerde (Hapşu, 82. Bölüm- Süt, 21. Bölüm) çocukların bakımını sadece Anne ve Babaanne karakterleri yapmaktadırlar. Bu bulgulara kadınların yerinin evi olduğu ve evden uzaklaşmayı gerektiren işlerin erkekler tarafından yapılması gerektiği vurgusu yapılmaktadır.



Resim 5: Niloya Anne ve Babaannesi ile Hasta Abisinin Yanında

Resim 6: Balığa Çıkan Dede ve Baba

Çizgi filmin incelenen diğer bir bölümünde Baba karakteri yaralı bir sincabı tedavi etmektedir (Sincaplar, 71. Bölüm). Başka bir bölümde Dede karakteri Niloya'ya kemençe çalmasını öğretmektedir (Kemençe, 2. Bölüm). Balığa çıkan kişiler Dede ve Baba karakterleridir (Karadenizde Bir Gemi, 51. Bölüm). Aynı şekilde araba kullanımının da tamamen erkekler tarafından yapıldığı görülmektedir. Ev içinde ve dışında yapılan işlere bakıldığında akıl ve fiziksel güç gerektiren işlerin erkeklerle, ev işleri ve çocuk bakımı gibi işlerin kadınlar karakterlerle ilişkilendirildiği tespit edilmektedir. Bu şekildeki cinsiyete dayalı iş bölümü ile ev

işleri, çocuk bakımı ve eşin yeniden üretime hazırlanmasının kadınların asli görevi olduğu ve bunun doğal bir sonucu olarak erkeklerin bu işlerden muaf tutulmaları görüşü açık bir şekilde desteklenmektedir (Aktaş, 2013: 55).

3.2.5. Oyun ve Oyuncak Tercihi ve Cinsiyet İlişkisi

Oyun oynama çocuğun hayal dünyasını geliştiren, yaratıcılığını ve sosyal ilişkilerini artıran temel bir deneyimdir. Çocuk oyun içinde aldığı roller doğrultusunda yaşamı öğrenmeye başlamaktadır (Aytekin, 2015: 52). Ancak doğal bir ihtiyaç gibi ortaya çıkan oyun oynamanın kendisinin de toplumsal cinsiyete göre ayrıldığı tarihsel olarak da bilinmektedir. Çocukların oyun ve oyuncak tercihlerinin cinsiyetlerine göre farklılık göstermesinin toplumsal cinsiyet kavramı ile yakından ilişkisi olduğu; oyun, oyun arkadaşı ve oyuncak tercihleri ile cinsiyet rolü gelişimleri arasında sıkı bir bağ olduğu belirtilmektedir (Yağan Güder ve Alabay, 2016: 92). Oyun çocukların temel bir ihtiyacı olmanın ötesinde yaşamı, gündelik hayatı ve ilişkileri öğrendikleri bir taklit sürecidir. Oyun çocuklar için yaşamın küçük bir yansımasıdır. Çocukların duygularını ifade edebildikleri ve öğrendiklerini yaşantılarına yansıtabilmeleri açısından oyun bir sahnedir. Oyun aşamasında çocuğun ilk anlamlı kişisel benliği ortaya çıkmaktadır (Bahar, 2009: 37). Yapılan araştırmalarda kız çocuklarının çoğunlukla mutfak seti, bebek gibi oyuncaklarla hizmet ve bakım türü oyunlar oynadıkları, erkek çocukların ise daha çok araba ve lego gibi oyuncaklarla arabacılık, itfaiyecilik gibi oyunlar oynadıkları tespit edilmiştir (Yağan Güder, 2014). Aynı zamanda erkek çocukların daha çok fiziksel hareket gerektiren daha sert oyunları oynadıkları ve kız çocukların daha çok sözlü öğelerin kullanıldığı barışçıl oyunları tercih ettikleri ortaya konulmuştur (Özdemir, 2006: 250). Televizyon çocuk programlarında toplumsal cinsiyet ideolojisinin kurulduğu en açık alanlardan birisi oyun ve oyuncak belirlenimidir. Çocukların oyun ve oyuncak tercihlerinin medyadaki oyuncak reklamlarının, ebeveynlerin yönlendirmelerinin ve akran gruplarının etkisi ile şekillendirildiği bilinmektedir. Örneğin bir erkek çocuk bir oyunda prenses rolünü seçmek istediğinde etrafındakilerin alay konusu olabileceği için o rolü seçmemektedir.

Çizgi filmin izlenen bölümleri incelendiğinde bazı oyun ve oyuncakların sadece kızlar, bazılarının ise sadece erkekler tarafından oynandığı görülmektedir. Bebekle oynamak, halı dokumak ve ip atlamak gibi aktivitelerin sadece kız çocuklar tarafından yapıldığı, uçurtma uçurmak, futbol oynamak, araba, misket ve top sektirme oynamak gibi oyunların sadece erkekler tarafından oynandığı dikkat çekmektedir. Paten kayma, istop, misafircilik, saklambaç, taş sektirmece, kar topu, yakalamaç, kağıttan gemi yapma ve top yuvarlamaca oyunlarının da her iki cinsiyet tarafından beraber oynandığı tespit edilmektedir.

Çizgi filmin bir bölümünde Murat, arkadaşları ve Mete ile beraber futbol oynamaktadır ve Niloya onları seyretmektedir (Oyun, 42. Bölüm). Niloya Murat’a oyuna katılmak istediğini belirttiğinde Murat “ama Niloya sen çok küçüksün bu oyunu oynayamazsın” diyerek onu oyuna almamaktadır. Halbuki Niloya ile aynı boyda ve yaşta olan Mete’nin Muratlarla oynamasını kimse sorgulamamaktadır. Bu noktada futbol oyununun sadece erkeklere ait bir oyun olduğu vurgusu yapılmaktadır. Sporu erkeğin atletik yapısı ile bütünleştirerek erkeğe özgü bir beceri olarak görme erkeği toplumda egemen olarak kabul eden anlayışın bir ürünüdür (Kalaycı, 2015: 258). Diğer taraftan aynı bölümün devamında Anne karakteri bahçede oyun oynayan çocuklardan Niloya’ya seslenerek onun Ayşecik’le ilgilenmesini rica etmektedir. Bu noktada bebekle ilgilenmesi gereken cinsiyetin kadın olması vurgusu yapılmaktadır. Başka bir bölümde de Niloya evde oynamak için oyuncak kutusundan ilk olarak bebeğini seçmektedir (Hapşu, 82. Bölüm). Öte yandan Mete’nin favori oyuncacı kırmızı arabasıdır ve odasında kırmızı arabanın posterini asıdır (Rüya Peşinde, 81. Bölüm). Diğer bir ifadeyle çizgi filmde kız çocuklar oyuncak bebekle erkek çocuklar oyuncak arabayla ilişkilendirilmektedirler.



Resim 7-8: Çizgi Filmin Başlangıcında Oynayan Çocukların Görüntüleri



Resim 9: Futbol Oynanan Sahne

Çizgi filmin başlangıç bölümünde Murat tek başına top sektirmektedir ve Niloya salıncağa binmekte ve Mete onu sallamaktadır. Niloya'nın kendi başına sallanamadığı sallanmak için bir erkeğin kuvvetine ihtiyacı olduğu görüntüsü göze çarpmaktadır. Diğer taraftan Murat ya tek başına ya da erkek çocuklarla oynamaktadır. Murat'ın izlenen bölümlerde hiç kız arkadaşı yoktur. Çizgi filmin başlangıcında el ele daire şeklinde şarkı söylerek dönen kız ve erkek çocuklarda dikkat çeken nokta kızların ve erkeklerin birbirlerine karışmamış olmasıdır. Daire içinde kızlar yan yana ve erkekler yan yanadır. Aynı şekilde bir başka bölümde misafircilik oyununun bir parçası olarak misafirleri yolcu etme sahnesinde kızlar kızlarla, erkekler de erkeklerle kucaklaşmaktadırlar. Erkek ve kız çocuklar izlenen hiç bir oyunda karşı cinsle fiziksel temasa girmemektedirler. Kızların ve erkeklerin dünyası tamamen ayrılmıştır. Bu durum küçük yaşlardan itibaren kadınların ve erkeklerin karşı cinsle fiziksel temas kurmaktan olabildiğince kaçınmaları gerektiği muhafazakar cinsiyetçi anlayışı desteklemektedir. Bu anlayışa göre erkekle kadının

fiziksel teması cinsel duyguları uyandırabilmektedir ve erkek dünyasındaki kadın çocukluktan itibaren “namusunu” koruyabilmek için erkeklerle herhangi bir fiziksel temastan kaçınmaya ileri derecede duyarlılık göstermelidir (Demircan, 2008: 574). Bununla birlikte Niloya, Murat ve Mete’nin sahilde taş sektirmece oynadıkları bölümde, Niloya’nın taşı uzağa atamaması sebebiyle Mete ve Murat Niloya’ya “taşı daha güçlü atmalısın” diyerek gülmektedirler (Karadeniz’de Bir Gemi, 51. Bölüm). Bu bulguda kız çocuklarının erkek çocuklarından daha güçsüz oldukları vurgusunun yapıldığı dikkat çekmektedir. Çizgi filmde oynanan oyun ve oyuncaklara bakıldığında bazı oyunların toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına uygun olarak kız oyunu ve bazılarının da erkek oyunu olarak ayrıldığı görülmekte ve birlikte oynanan oyunlarda da erkek çocukların fiziksel üstünlüğünün (salınacağı sallayan, taşı en uzağa atan cinsiyet) vurgulandığı göze çarpmaktadır.

Diğer taraftan oyun ve oyuncakların cinsiyetlere göre ayrılması ilk etki olarak kız çocuklarının yoğun olarak pembe renkli bebek, ayıcık, mutfak takımı gibi toplumun “kadınsı” alanına maruz bırakılmalarına yol açarken aslında diğer taraftan erkek egemen oyuncak sektöründe “kadın” alanının yaratılmasını sağlaması anlamında da kimi yazarlarca değerli görülmektedir (Perea, 2015: 190). Oyuncaklarda başlayan bu süreç yavaş yavaş erkek egemen çizgi film sektöründe, spor ve mesleklerde de kadınlara alan yaratılmasına ortam hazırlamıştır. Kadınlara giderek alan yaratılsa, kadınlar görünür hale gelse bile, bu temsilin cinsiyetçi imgelemenin uzlaşısı içerisinde gerçekleştiği araştırma bulgularınca da ortaya konmuştur.

3.2.6. Annelik-Babalık İlişkileri

Annelik ve babalık olguları aile kavramı içinde korunması gereken toplumsal değerler arasında en önemli sırada yer almaktadırlar. Aile her yeni kuşakta yeni yöneten erkekler ve yönetilen kadınlar üretmektedir (Aktaş, 2013: 61). Özel ve kamusal alan ayrımının meşruiyeti kadınların özel alanda yapacakları işler yanında doğurganlıklarının onları kamusal yaşamda yer almaktan uzak tuttuğuna ilişkin

görüştür. Doğurganlık aracılığıyla kadın özel alana çekilirken, anneliğin bir sorumluluk olmanın ötesinde kutsallaştırılmasıyla kadının anne olarak özel alandaki konumuna meşruiyet kazandırılmaktadır. Toplum tarafından eve aile içine kapanmaya zorlanan orada bir çok görevi yüklenmekle sorumlu tutulan kadının sorumlulukları ‘annelik’ görevi ile daha da yoğunlaşarak kadını toplumsal hayattan soyutlarken, erkeğin statüsü baba olmasıyla daha da yükselmektedir.

Niloya çizgi filminde annelerin başlıca görevlerinin ev işleri ve çocukların bakımı olduğu gözlemlenmektedir. Niloya’nın annesi misafirlere kek, pasta, kurabiye yapmaktadır ve evi temizlemektedir. Mete’nin annesi Fatoş Teyze her zaman bebeği Ayşecik ile ilgilenmektedir. Hiç bir anne bir işte çalışmamaktadır. Niloya ve Murat’ın hasta olduğu bölümlerde Anne ve Babaanne çocukların iyileşmesi için çabalamaktadırlar. Çocukların hasta olduğu bölümlerde çocuklarla ilgilenen hiç bir erkek karakter yoktur. Murat’ın hasta olduğu bölümde Niloya babaannesi ve annesi ile beraber ballı süt yaparak abisini iyileştirmeye çabalarken (Süt, 21. Bölüm), Niloya’nın hasta olduğu bölümde Murat’ın eve bile girmediği, dışarda oyun oynadığı görülmektedir (Hapşu, 82. Bölüm). Başka bir ifadeyle bu bulgular Murat’ın erkek olması sebebiyle toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına göre hasta bakımından sorumlu olmadığı ve buna karşın Niloya’nın kadın olmasının onun annesi ve babaannesiyle beraber hasta olan kişilerle ilgilenmeyi öğrenmesi gerektiği bakışının altını çizmektedir.

Annelerin ev işleriyle ilişkilendirilmesi o kadar kuvvetli yapılmaktadır ki anne karakterleri özel günler dışında sürekli mutfak önlüğü ile dolaşmaktadırlar. Çizgi filmin “yuva” (52. Bölüm) isimli bölümünde Niloya doğadaki canlıların yuvalarına bakıp kendi yuvasını aramaktadır. Bu bölümde kuş yuvası, kedi yuvası ve kümeste civcivlerle beraber anneleri görüntülenmektedir. Ayrıca bu bölümde Niloya’nın tüm iletişimi annesi ile gerçekleşmektedir. Yuvalarda babaların gösterilmemesi “yuva demek anne demektir” anlayışını örneklemektedir. Diğer bir ifade ile “yuvayı dışı kuş yapar” cinsiyetçi bakış açısı desteklenmektedir. Benzer şekilde başka bir bölümde çizgi filmdeki annelik anlayışı şu şekilde ifade edilmektedir;

“Niloya: Dileğini bulamadım ama bak sana çok güzel bir halı dokudum.
Anne : Heey! O halıyı benim için mi dokudun?
Niloya : İçine de ailemizi koydum, bak Tospik de burada. Ben de dileğimi dokudum.
Hepimiz birlikteyiz.
Anne : Niloya kızım! Bu çok güzel! İşte şimdi halıya dokuduğum dilek gerçek oldu.
Niloya: Hı, neydi ki dileğin?
Anne : Sizin gibi tatlı, çalışkan ve başarılı evlatlar istemiştım”. (Halı, 12. Bölüm).

Bu şekilde anneliğin kadınların hayali, ulaşmaları gereken büyük bir merteye olduğu vurgusu yapılmaktadır. Annelik doğanın kadınlara bir çağrısı ve emridir, annelik kutsaldır bu nedenle anne olmak her kadının doğasında vardır ve hayatta gelinilmesi gereken en büyük konumdur. Kadınların kariyeri bu sebeple hep ikinci plandadır (Çeler, 2013: 175). Kariyer yapmanın kadınların anne olma yaşının ertelenip anne olma statüsünü riske atması sebebiyle çocukları için kariyer planlarından vazgeçen kadınlar toplum tarafından ödüllendirilmektedirler. Aynı bakış açısı ile incelenen çizgi filmdeki kadınlık annelikle ve annelik de başarılı evlatlar yetiştirmeyele bağdaştırılarak, çocukların fiziksel bakımının yanında başarılarının da annelerin sorumluluğu altında olması gerektiği anlayış pekiştirilmektedir.



Resim 10: Niloya'nın Halı Dokumasını Öğrendiği Görüntü

Resim 11: Babanın Video Hediye Etme Sahnesi

Çizgi filmdeki baba karakterlerine bakıldığında Niloya'nın babasının bir işte çalışmadığı çiftçilikle geçimini sürdürdüğü anlaşılmaktadır. Hasan Amca'nın düzenli olarak gittiği bir işi vardır. Baba rollerinin ilk olarak ailenin dış dünya ile bağlantısını kuran özellikleri dikkat çekmektedir. İzlenen bölümlere göre sadece baba karakterleri

evin çevresinden uzaklaşmaktadır, anneler sürekli evin içinde ya da bahçededirler. Niloya'yı köyün dışındaki nehrin ilerisine götüren (Nehrin Ötesi, 61. Bölüm) ve açık hava sinemasına götüren kişi babadır (Niloya Dünyası, 88. Bölüm). Bununla birlikte babaların aileyi dış dünyadan koruma görevi göze çarpmaktadır. Ahırdan ineğin dağa kaçtığı bir bölümde, Niloya'nın annesi müsait olmasına rağmen ineği getirmeye babası gitmektedir (Süt, 21. Bölüm). Benzer şekilde ailecek kamyonete bindiklerinde her zaman Baba, Anne ve Babaannenin öne, Dede ve çocukların da arkaya binmesi dikkat çekmektedir. Kamyonete bu biniş şekillerinde kadınların ve çocukların toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının gereği olarak erkeklerin koruması altında oldukları görülmektedir.

Çizgi filmdeki baba karakterlerinin baskın olduğu diğer bir konuda maddi ihtiyaçlardır. Baba bir bölümde yönetmen olmaya özenen Niloya'ya kamera hediye etmektedir (Niloya Dünyası, 88. Bölüm). Aynı şekilde başka bir bölümde Niloya, Mete ve Murat'a uzaklardan gelerek çikolata getiren kişi babadır (Karadeniz'de Bir Gemi, 51. Bölüm). Buna karşın çizgi filmin izlenen bölümlerinde annelerin hiç birinin çocuklara ekonomik değeri olan bir hediyesi tespit edilmemiştir. Bu şekilde yuvayı kuran annenin yanında eve ekmek getiren baba yerini almıştır (Bora, 2011: 6). Evin geçimini sağlayan erkeğin baba olmasının onun kariyerini etkilemesi beklenmemekte hatta artan aile nüfusunun ihtiyaçlarının karşılanması için kariyerinin yükselmesi hedeflenmektedir. Toplumumuza göre bu kadar büyük bir sorumluluğu olan babanın çocukların bakımı ve ev işleri gibi basit görülen işlerle ilgilenmemesi gerekmektedir. Bu noktada kadınların kendi hedeflerinden vazgeçerek ailesi ve çocukları için yaptıkları her türlü bakım ve temizlik işleri doğalarından gelen şefkat, sevgi ve fedakârlık duyguları ile bağdaştırılarak kadının yaptıkları “sevgi emeği” olarak değersizleştirilmekte ve görünmez kılınmaktadır (Bora, 2014).

Başka bir nokta da baba karakterlerinin son kararı veren kişi olma durumudur. Niloya'nın isminin konulması sırasında Anne ve Baba ortak bir karar veremedikleri için Dede karakteri Anne ve Baba arasında ortayı bularak Niloya'nın adını kendisi koymaktadır. Evin geçimini sağlayan ve aile bireylerini yani kadınlar ve çocukları koruma sorumluluğunu üstlenen babalar bunun karşılığında hem fiziksel hem de

maddi gücü temsil ederek karar alma ve –kadınlar ve çocuklara oranla daha fazla- hesap vermeden hareket edebilme özgürlüğünü ellerinde bulundurmaktadırlar (Kılıç, 2013: 3).

Sonuç olarak çizgi filmdeki anneler ev işi ve çocuk bakımı ile bağdaştırılırken baba karakterleri akıl ve fiziksel güç gerektiren işleri yapan, ailenin ekonomik ihtiyaçlarını gideren, onu dış dünyadan koruyup ailenin dış dünya ile bağlantılarını sağlayan ve aile adına karar veren rollerle ilişkilendirilmektedirler. Bu bulgularla çizgi filmdeki “iyi anne” ve “iyi baba” rolleriyle toplumun cinsiyet kalıp yargılarının her yönüyle desteklendiği görülmektedir.

3.2.7. Kullanılan Sıfatlar ve Cinsiyet İlişkisi

Sıfatlar toplumsal cinsiyet temsilinin önemli göstergeleridir. Sıfatlar incelenerek kadın ve erkeklerin hangi niteliklere sahip olarak tanımlandığı, nasıl görünmeleri gerektiği ve cinsiyetlerin içeriğinin ne olduğu hakkında bir çok kalıp yargı ve tutum ortaya çıkabilmektedir (Diktaş, 2011: 1749). Söylemez’in ders kitaplarındaki toplumsal cinsiyetin üretimi üzerine yaptığı bir çalışmanın sonuçlarına göre kadınların fiziksel özelliklerini tasvir eden kelimeler erkeklerinkine göre çok daha çeşitlidir. Kadınlarla ilgili sıfatların genellikle “güzel, zarif, çekici, genç ve göz alıcı” gibi olumlu özellikler taşıdığı ifade edilmiştir. Karakter ve kişilik özellikleri ile kullanılan sıfatlarda anlayışsız ve huysuz gibi olumsuz çağrışım yapan tasvirlerin kadınlar için daha yaygın olarak kullanıldığı ortaya konulmuştur. Bununla birlikte ünlü, uzun ve zengin olma gibi sıfatların daha çok erkeklere atfedilerek kullanıldığı belirtilmiştir (Söylemez, 2010: 749). Arsan’a göre de medyada kadının temsili, ağırlıklı olarak fiziksel görünüm üzerinedir ve bu temsil biçimi, kadının diğer özelliklerini yok saydığı için kadının erkeğe oranla güçsüz kılınmasına neden olmaktadır. Son yıllarda gözlenen ufak değişimlere rağmen, medyada kadın hala cinsel bir obje, erkeğe bağımlı, destekçi eş ve anne rolleriyle özdeşleştirilmektedir. Medyada yer alan erkek imajları ise ağırlıklı olarak güçlü, aktif, bağımsız ve kendine güvenen karakterlerdir (Arsan vd., 2009).

Kız ve erkek çocuklara edilen hitap şekilleri toplumun cinsiyet kalıp yargılarına göre farklılık göstermektedir. Niloya'nın aile üyelerinden en çok iletişim kurduğu kişi annesidir ve annesi Niloya'ya sırasıyla “canım yavrum, canım kızım, akıllı kızım, tatlı kızım, Niloya'cığım ve aferin güzel kızım” gibi farklı şekillerde hitap etmektedir. Babası da Niloya'yla ‘kızım’ diye tek bir şekilde iletişim kurmaktadır. Babaanne ve Dede karakterleri de Niloya'ya “canım torunum, tatlı yavrum, Niloya'm, aferin benim kızıma” gibi değişik ifadelerle seslenmektedirler. Diğer taraftan annesi Murat'a sadece “oğlum” diye hitap ederken babasının, dedesinin ve babaannesinin Murat'a nasıl seslendiği hakkında bir bulguyla karşılaşmamaktadır. Niloya'ya karşı kullanılan hitap şekilleri incelendiğinde çizgi filmde kız çocuklarının en çok “akıllı” ve “tatlı” oluşlarının ön plana çıkartılmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Oysaki cinsiyetçi kalıp yargılarına göre en ideal eşe sahip olabilmek için kız çocuklarının her fırsatta güzelliği ön plana çıkartılmalı, akıllılığı arka planda kalmalıdır; çünkü akıllı olmak ileride ailenin geçimini sağlayacak olan erkek çocuklarına uygun olarak görülmektedir. Çizgi filmin izlenen bölümlerinde erkek çocuklarına karşı hitap şekillerine dair yeterli veri bulunamadığı için erkek çocuklarının hangi özelliklerinin vurgulandığı konusunda yorum yapılamamaktadır. Bununla birlikte çizgi filmde kız çocuklarının akıllı olmaları gerektiğinin vurgulanması toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının yön değiştirmesi açısından ümit vericidir.

Öte yandan izlenen bölümlerdeki hitap şekillerinde eşlerin birbirlerine hiç bir duygusal yakınlığı gösterilmemektedir. Anne ve baba ya da dede ile babaanne çocuklarına birbirlerinden bahsetmek için ‘annen, baban, babaannen, deden’ gibi resmi bir dil kullanmaktadırlar. Eşlerin çocukların yanında kullandıkları bu resmi dil geleneksel cinsiyet kalıp yargılarından kaynaklanmaktadır. Bu bakış açısına göre akıl ile ilişkilendirilen erkek duygularını belli etmemeli ve soğukkanlı olmalıdır. Duygusallıkla bağdaştırılan kadın ise çocuklarının yanında bile olumlu ya da olumsuz duygularını gizlemeli, her zaman belli bir ölçü içinde anlayışlı ve sevecen olmalıdır. Çizgi filmdeki eşlerin birbirleriyle ve çocukları ile olan iletişim şekilleri bu anlayışın altını çizmektedir.

3.2.8. Rol Modeller ve Cinsiyet İlişkisi

Hayata dair çok az tecrübesi olan okul öncesi dönem çocuklarının yaşamlarını anlamlandırmak için seçtikleri rol modeller onların karakterlerinin şekillenmesinde çok önemli bir yere sahiptir. Sosyal öğrenme kuramına göre erkekler erkek gibi davranmayı özellikle babalarından, kadınlarda kadın gibi davranmayı özellikle annelerinden öğrenmektedirler. Çocuklar bu rol bölümünü model olarak aldıklarında onu pekiştirmeye çok meyillidirler (Senemoğlu, 2010: 233). İncelen çizgi filme bakıldığında Niloya'nın annesi ile çok vakit geçirdiği, onunla ortak işler yapmaya çalıştığı görülmektedir. Bir bölümde annesinin misafirlerle ilgilenmesine yardımcı olan Niloya'nın yaptığı ilk iş kendi arkadaşlarını misafirlige çağırmak olmaktadır (Misafir Mete, 32. Bölüm). Niloya bu bölümde annesinin yaptığı gibi misafirleri için kek yapmakta ve evi temizlemektedir. Bölümün devamında Niloya misafirlerini gönderdikten sonra annesinin kendisine daha önce yaptığı gibi küçük bir kurdele hediye etmektedir. Benzer şekilde başka bir bölümde Niloya annesinin genç kızken yaptığı gibi halıya bir dileğini dokumaktadır (Halı, 12. Bölüm). Aynı şekilde Murat hasta iken Niloya annesi ve babaannesi gibi onun başından ayrılmamakta ve abisine ballı süt yapmaktadır (Süt, 21. Bölüm). Bu bulgularda işaret edildiği gibi Niloya açık bir şekilde annesini kendine rol model olarak almaktadır.

Çizgi filmdeki erkek karakterlere baktığımızda Murat'ın bir bölümde babasıyla beraber ahırda çalışması (Rüya Peşinde, 81. Bölüm) ve Murat'ın hiç bir zaman annesinin ve babaannesinin işlerinde onlara yardım etmemesi, kendisi hastayken yanından ayrılmayan Niloya'yı hastayken yalnız bırakması (Hapşu, 82. Bölüm), tüm arkadaşlarının erkek olması gibi bulgular onun kendisine rol model olarak babasını tercih ettiğini ortaya çıkarmaktadır. Aynı şekilde Mete'nin bir bölümde bütün gün değirmende yalnız çalışan babasını anlamak için onun gibi yalnız kalmaya çalışması (Yalnız Mete, 87. Bölüm), babası ile köyün dışına gezmeye gitmesi (Nehrin Ötesi, 61. Bölüm), arabalara, futbol oynamaya ilgi duyması ve annesi ile yaptığı ortak hiç bir şeyin olmayışı gibi faktörler Mete'nin de Murat gibi babasını rol model aldığına

işaret etmektedir. Bu veriler aynı ailede büyüyen Niloya ve Murat'ın cinsiyetçi anlayışa göre rol model olarak kendi hemcinslerini seçtiklerini göstermekte ve bu şekilde rol model alımında toplumun cinsiyet kalıp yargılarına uygun tercihler yapıldığının altı çizilmektedir.



Resim 12: Niloya'nın Kek Yapma Sahnesi - Resim 13: Murat ve Babanın Çalışması

3.2.9. Cinsiyet ve Karakter Özellik İlişkisi

Gerçek yaşamın her alanında olduğu gibi çizgi filmlerde de toplumsal cinsiyete ilişkin rol tanımlamaları ikili karşıtlıklar şeklinde yapılmaktadır (Çelenk ve Timisi, 2000: 33). Güçlü, zeki, cesur, soğukkanlı, aktif ve kararlı ideal erkeğin karşısına sevecen, duygusal, zayıf, pasif ve narin kadının özellikleri yerleştirilmektedir. İncelenen çizgi filmde ana karakterlerin kişilik özellikleri zıtlıklar içinde verilmekte fakat bu karşıtlıklarda toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının aksine ana karakter Niloya ideal erkek özelliklerini, baş erkek karakter Mete'de ideal kadın özelliklerini sergilemektedir.

Çizgi filmin incelenen bölümlerinde ana karakter Niloya'nın ailesi ve arkadaşlarıyla geçen olaylarda Niloya'nın güçlü, sakin, meraklı, kararlı, çalışkan, zeki, cesur, sabırlı, problem çözücü, düşünceli ve yardımsever özellikleri dikkat çekmektedir. Buna karşın Mete'nin heyecanlı, güçsüz, sabırsız, korkak, problem yaratan ve düşüncesiz yanları olduğu tespit edilmektedir. Niloya, Mete ve Murat'ın sahilde Niloya ve Murat'ın babasının denizden dönmesini bekledikleri bölümde bir fırtına kopmaktadır (Karadeniz'de Bir Gemi, 51. Bölüm). Mete fırtınadan korktuğu

için eve gitmek istediğini söylediğinde Niloya gülerek “Mete korkma, bu gökgürültüsü” diyerek Mete’yi sakinleştirmeye çalışmaktadır. Böylece bu bölümde Mete’nin korkaklığı ve Niloya’nın cesareti ve sakinliğinin altı çizilmektedir. Başka bir bölümde Mete rüyasında gördüğü şeker ağacını bulmak için arkadaşlarına haber verip yola çıkmaktadır (Rüya Peşinde, 81. Bölüm). Bölümün devamında şeker ağacını bulamadıklarında Niloya Mete’ye şeker ağacını tam olarak nerede gördüğünü sorduğunda Mete rüyasında gördüğünü söylemektedir. Bunun üzerine Niloya Mete’ye rüyaların gerçek olmadığını açıklamaktadır. Bu şekilde Niloya’nın mantıksallığı ve Mete’nin duygusallığı gösterilmiştir. Niloya, Mete, Murat ve Ayşecik’in istop oynadıkları bir bölümde Mete mızıkçılık yaparak Murat’la tartışmaktadır ve sonunda küsmektedirler (Küsleri Barıştıralım, 31. Bölüm). Bölümün devamında Niloya Mete ile Murat’ın arasını bularak onları barıştırmaktadır. Böylece bu bölümde Niloya’nın problem çözen sabırlı yönü ile Mete’nin problem yaratan özelliği belirtilmiştir.

Diğer bir bölümde Murat ve arkadaşlarının topları ağaçta kalmaktadır ve kimse topu nasıl geri alacaklarını bilmemektedir (Oyun, 42. Bölüm). Bölümün devamında Niloya uzun bir çubukla topu ağaçtan düşürmektedir ve abisi ve arkadaşları kendilerinden küçük olan Niloya’nın bunu nasıl düşündüğüne şaşırıp kalmaktadırlar. Bu bölümde Niloya’nın Mete, Murat ve Murat’ın arkadaşlarından üstün zekasına vurgu yapılmaktadır. Niloya ve Mert’in bahçede bir sepetin içinde kurabiye buldukları bir bölümde Mete kurabiyeleri hemen yemek istemektedir ama Niloya kurabiyelerin sahibini bulup izin almadan yiyemeyeceklerini söyleyip onu durdurmaktadır (Havuç, 62. Bölüm). Bölümün devamında tavşanın havuç bahçesine girdiğini gören Mete tavşanın havuç alacağını düşünerek onu durdurmak için hareket etmektedir. Bu noktada Niloya Mete’yi durdurmakta ve tavşanın daha havuç almadığını ve belki izin alacağını söylemektedir. Nitekim Dede gelip tavşana havuç vermektedir. Bu şekilde Niloya’nın güçlü duruşu ve düşünceli oluşu göze çarparken Mete’nin sabırsız ve düşüncesiz yönleri dikkat çekmektedir.



Resim 14: Niloya'nın Ağaçtan Topu Alması Resim 15: Mete'nin Mızıkçılığı Sahnesi

Niloya'nın dişlerini fırçalamamasından dolayı ağzının koktuğu (Hoh, 32. Bölüm) ve yine Niloya'nın kötü bir şekilde kemeçe çaldığı (Kemeçe, 2. Bölüm) bölümlerde Mete kötü kokuya ve kötü müziğe dayanamayıp bayılmaktadır. Böylece Mete izlenen bölümlerdeki en güçsüz karakter olarak gösterilmektedir. Aynı şekilde Niloya, Mete, Elif ve Mine'nin nehir kenarında bayramlıklarına baktıkları bölümde kurbağalar su sıçratarak suya atlayınca sadece Mete “az kalsın bayramlığım ıslanacaktı” diyerek kızmaktadır (Sincaplar, 71. Bölüm). Bölümün devamında yaralanan sincapı kurtarmak için birinin ağaç kavuğuna girmesi gerekince Mete çok korktuğu için ağacın kavuğuna giremeyeceğini söyleyince Niloya “ne olursa olsun sincapı kurtarmamız gerek” diyerek bayramlık elbisesiyle ıslak ve karanlık ağaç kavuğuna girerek sincapı çıkartmaktadır. Bu bölümde Mete'nin ani bir şekilde kızması onun çabuk sinirlenen karakterini, Niloya'nın yaralı sincapı kurtarmak için bayramlığıyla ağaç kavuğuna girmesi onun cesur, fedakar ve kararlı yönlerini ortaya çıkarmaktadır.

Çizgi filmin yan karakterlerine bakıldığında ortak özelliklerinin sabırlı, sevecen, anlayışlı ve mutlu olmaları olduğu görülmektedir. Diğer taraftan izlenen bölümlerin içinde Niloya'nın farkında olmadan yaptığı şeylerden (kötü kemeçe çalması, ağzının kötü kokması) dolayı herkesin çok rahatsız olduğu iki bölümde (Kemeçe, 2. Bölüm; HOH, 22. Bölüm) soruna çözüm önerisi getiren Dede ve Murat karakterleri olmaktadır. Kadın karakterlerin Niloya ile yakın ilişkileri olmasına rağmen Niloya'nın yaptığı rahatsız edici bir şeyi engellemek için hiç bir şey yapmayarak sorundan kaçmaları dikkat çekmektedir. Aynı zamanda iki bölümde de sorunlara çözüm önerisi getiren kişilerin erkek olması, kendinden emin, problem çözen erkek kalıp yargısını öne çıkartmaktadır. Buna karşın kadın karakterlerin

sorunları çözmek yerine sorundan uzaklaşmaları, pasif kadın cinsiyetçi kalıp yargısına işaret etmektedir.

Ana karakteri küçük bir kız çocuğu olan Niloya çizgi filmi, Niloya'nın sergilediği cesur, zeki, güçlü, problem çözücü, çalışkan, sabırlı ve kararlı roller ile bir çeşit kahraman kadın özelliklerine sahiptir. Mete'nin ise korkak, sabırsız, güçsüz, duygusal ve problem yaratan halleri Niloya'nın kahramanlığını pekiştirmektedir. Niloya'nın kendi ayakları üzerinde durabilen zeki, cesur ve güçlü bir kız çocuğu ve Mete'nin güçsüz, korkak ve duygusal olması toplumun cinsiyet kalıp yargılarının dışında karakterlere işaret etmektedir. Bu durum kız çocuklarının güzellik ve şirinlikle ve erkek çocuklarının akıl ve güçle ilişkilendirildiği cinsiyet kalıp yargılarının dönüşümüne yön vermesi açısından olumlu bir gelişme olarak kabul edilmektedir.

Araştırma bulgularından görüldüğü üzere, Niloya karakteri ile televizyon, toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını pekiştiren ancak değişen toplumsal normlarla da çatışmayan bir imgelem dünyası sunmaktadır. Niloya'nın temsil edildiği geleneksel rollerin yanında güzelliğin bir kadınlık değeri olarak ön plana çıkmaması, Niloya yapımının yerli ve geleneksel bir cinsiyet ideolojisi içerisinden işlendiğini göstermektedir. Bizim gibi kapitalizmle tam olarak eklemlenmemiş hatta kimi zaman kapitalistik değerleri dinsel ve geleneksel açıdan eleştirel bakan toplumlarda kadının güzelliği ön plana çıkarılması gereken bir durum değildir. Tam tersine kadın fiziksel özellikleri ve gösterişi kamusal alanda görünmemeye kılınmaktadır. Diğer taraftan akıllı olmak ise, modernleşmenin bir sonucu olarak kız çocuklarının kendi hayatlarına yön verebilmelerini desteklemektedir. Ancak aklın kullanımı toplumsal normlar, geleneksel değerler ve toplumsal cinsiyet ideolojisinin izin verdiği sınırlar içinden kurulmaktadır. Buradan yola çıkarak Niloya'nın geleneksel ve modern değerleri içinde barındıran, toplumsal cinsiyet açısından ise geleneksel uzlaşıları bozmayacak kadar bir özgürlüğe sahip bir çocuk çizgi filmi olduğu anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Değişen yaşam koşulları ile evde televizyon karşısında uzun süre yalnız kalan çocuklar yaşamı televizyondan öğrenmektedir. Bu nedenle başta çizgi filmler olmak üzere çocuklara yönelik televizyon programlarının şiddetten arıtılmış, eşitlikçi ve saygı-sevgi çerçevesinde sunulması oldukça önemlidir. Çocuk popüler kültür aracı olarak televizyon ve toplumsal cinsiyet konulu bu tez çalışmasında okul öncesi çocuklara yönelik popüler çizgi filmlerdeki toplumsal cinsiyet rolleri incelenmiştir. Niteliksel içerik analizi ve feminist televizyon eleştirisi ile yapılan bu incelemede çizgi filmlerdeki kadın ve erkeklerin fiziksel, duygusal, sosyal ve ekonomik olarak temsillerinin toplumsal cinsiyet ideolojisiyle uyumlu olup olmadığı araştırılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde popüler kültür kavramı ve televizyon ilişkisinin anlaşılabilir hale gelmesi için kültür, popüler kültür ve televizyon kavramlarının ne olduğu ve birbirleri ile bağlantıları üzerine açıklamalar yapılmıştır. Bireylerin toplumdaki yaşam deneyimleri ve eğitim yoluyla öğrendikleri her şey onların kültürünü oluşturmaktadır. Dünyadaki toplumsal ve ekonomik gelişmelerle birlikte kitle kültürü ve popüler kültür kavramları ortaya çıkmıştır. Kitle kültürü dünya görüşlerinde, yaşam deneyimlerinde, sosyal tercihlerinde aynı tip yapıda yaşayan bireylerin oluşturduğu kültür olarak tanımlanmaktadır. Popüler kültür ise içinde herkes tarafından sevilme, beğenilme ve halkın kültürü olma gibi ifadeleri kapsamaktadır. Frankfurt Okulu yaklaşımına göre popüler kültür kitle kültürü ile aynıdır ve bu nedenle popüler kültür değersizdir. Bu anlayışa göre popüler kültür ürünleri ile bireyler alçak zevklerde tektipleştirilerek kültür endüstrisinin çıkarları doğrultusunda yaşamaya yönlendirilmektedir. Diğer taraftan İngiliz Kültürel Çalışmaları araştırmacıları popüler kültürün kitle kültüründen farklı olduğunu savunarak popüler kültürün halkın bilinçli tercihi ile oluştuğunu belirtmektedir.

Gündelik hayatın gündeminde olan ile belirlenen popüler kültürün en önemli oluşturucuları ve taşıyıcıları KİA'dır. KİA ile oluşturulan popüler kültürde egemen sistemin ürünleri pazarlanarak bireyler tüketime yönlendirilmektedir. Popüler kültür ürünleri ile her taraftan çevrilen bireylerin gerçek ve kurmacayı ayırt etmeleri

zorlaşmaktadır ve bireyler toplumdan dışlanma korkusu içine sokularak kendilerine sunulan davranış ve yaşam şekillerini sorgulamadan uygulamaya geçirmeye çalışmaktadırlar. KİA içinde televizyon popüler kültürün en güçlü destekçisidir. Çeşitli fiziksel ve teknik özellikleri ile hayatımızın her alanında olan ve ailenin bir üyesi haline gelen televizyon kendi başına toplumsal, kültürel ve endüstriyel bir biçimdir. Televizyon ile geleneksel kültürün yerine medyatik kültür geçmiş ve popüler kültür ürünleri hayatın vazgeçilmezleri haline gelmiştir. Bireylerin mutluluğu popüler kültür ürünlerini tüketmelerine bağlı hale gelmiştir. Ayrıca televizyonda yayınlanan her türlü hayat temsiline bir eğlence paketi şeklinde sunulması bireylerde dünya olaylarını hafife alma etkisi uyandırmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde çocuk popüler kültürü ve televizyon çizgi filmleri arasındaki ilişki ve bu bağlamda toplumsal cinsiyetin üretimi üzerine literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Çocuk ve çocukluk kavramlarının içeriği kültürden kültüre göre farklılık göstermektedir. Modern çağda fabrikadan okula konulan çocuk sürekli olarak aile ve devletin baskısı altındadır ve bu şekilde bireysel gelişimi sınırlandırılmıştır. Çocukların büyük çoğunluğu dış dünyanın tehlikelerinden korunmak adına eve kapatılarak yaşamı kendilerine sunulan KİA ve en çok da televizyon ile suni bir şekilde öğrenmektedirler. Bu nedenle hayata televizyon ile gözlerini açan çocuk küçük yaşlardan itibaren onun etkisi altında şekillenmektedir. Televizyon karşısında yetişkinlerle aynı programları izleyen çocuklar çok erken yaşlarda yetişkin dünyasının sırlarını öğrenmekte ve bu şekilde çocukluktan yetişkinliğe adım atmaya başlamaktadırlar. Televizyon karşısında neyi nasıl izleyeceğinin bilincinde olmadan uzun süre geçiren çocuklarda dikkat eksikliği, dikkat dağınıklığı, obezite, içe kapanıklık, düşünme ve sorgulama becerilerini geliştirememesi, gerçek ile kurmacayı ayırt edememesi, şiddete özenme ve şiddete karşı duyarsızlaşma, konuşma ve dil bozuklukları, okumayı öğrenme isteksizliği ve yaratıcılığın gelişmemesi gibi olumsuz etkiler görüldüğü belirtilmiştir. Aynı zamanda ailesiyle birlikte uzun zaman televizyon izleyen çocuklarda televizyondaki hayat tarzlarının ideal yaşam şekilleri olduğu anlayışı gelişmektedir ve televizyonda izlenen tekrarlı görüntüler çocuklarda gördükleri olaylara karşı bir yanlılık oluşmasına neden olmaktadır. Bu şekilde televizyonun çocuğun gelişimi sürecinde

ebeveynleri kadar etkili olduğu belirtilmiştir. Televizyonun ocuğun hayatına bu kadar baskın şekilde girmesi çocuğu televizyonun oluşturduğu popüler kültürün en hevesli alıcısı haline getirmektedir. Popüler kültür kullan-at kültürü ile çocuklarla yetişkinlerin hayatlarını birbirlerine en çok yaklaştıran etkenlerden biridir. Çocuklar popüler kültür ürünleri ile hızlandırılmış çocukluk yaşayıp çocukluklarını bitirerek küçük yaşlarda yetişkinliğe geçmektedirler.

Birer görüntüsel iletişim aracı olan çizgi filmler televizyon ile çocuklar arasında kurulan kuvvetli bağın en güçlü faktörleridir. Özellikle okul öncesi dönem çocuklarının bilişsel ve duyuşsal özelliklerinden dolayı hayatı anlamlandırmalarında çizgi filmlerin etkisi büyüktür. Bu dönemde yapılandırılan kişilik temellerinin ileriki yaşlarda değiştirilmesi oldukça zordur. Bu dönemde ocuk gerçek ile kurmacayı ayırt edemez ve çizgi film karakterlerinin canlı olduğunu düşünür. Hayatı somuttan soyuta doğru kavramaya çalışan ocuk etrafında gördükleri ve duydukları ile kalıp yargılar geliştirir. Televizyon ile büyüyen çocuklarda oluşan toplumsal değerlerin ve kalıp yargıların en güçlü olduğu alan toplumsal cinsiyet kategorisidir. Çocuklar cinsiyetlerini 3 yaşından itibaren öğrenmektedir. Bu yaşlarda gözlemleyerek ve model alarak yaşamı anlamlandırmaya çalışan ocuk kendine rol model arayışı içine girmektedir. Çocuğun rol model seçiminde cinsiyet ve g faktörlerinin belirleyici olduğu ve okul öncesi dönem çocuklarının en çok çizgi film karakterlerini rol model almaya yatkın oldukları ifade edilmiştir. Bununla birlikte televizyon izlemeyen çocuklarda izleyenlere göre daha az cinsiyet kalıp yargısının olduğu ortaya konularak televizyonun toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının oluşumunda çok etkili bir kaynak ve pekiştireç olduğu tespit edilmiştir. izgi filmlerde genel olarak erkek karakterlerin bilgilendirmeye ve eğitmeye yönelik olarak sunuldukları ve kadın karakterlerin eğlence ve romantizme dayalı karakter olarak yayınlandıkları tespit edilmiştir. Ayrıca geleneksel rol sergileyen kadın ve erkeklerin çizgi filmlerde daha canlı renklerle sunulup olay örgüsü içinde dllendirilmeleriyle çocukların toplumsal cinsiyet rollerini öğrenmeleri yönlendirilmektedir.

Çalışmanın nc bölümünde araştırmanın örneklemine oluştıran Niloya izgi filmi ve yayınlandığı kanal TRT hakkında bilgi verilerek çeşitli kategorilerle

izgi filmin toplumsal cinsiyet analizi yapılmıştır. Cinsiyet ve toplumsal konum ilişkisinin incelendiği ilk kategoride erkek karakterlerin kadın karakterlerden 3 kişi fazla oldukları tespit edilmiştir. Kadın ve erkeklerin yaş ve eğitim durumları birbirlerine benzerdir. Hem sayı olarak ve hem de rol alma sayısı olarak erkeklerin fazla olmasına rağmen olaylara yön veren kişilerin kadın karakterler oldukları farkedilmiştir. Fiziksel zellikler ve cinsiyet ilişkisinin ele alındığı ikinci kategoride çizgi filmdeki kadın ve erkek karakterlerin hepsinin gözlerinin iri, kilolarının ortalama olduğu, erkek karakterlerin kadın karakterlerden biraz uzun oldukları ve kadın ve erkek bedenlerin cinsel açıdan hiç bir çekicilik uyandıracak şekilde kurgulanmadıkları görülmüştür. Kıyafet rengi ve türünün incelendiği üçüncü kategoride kadınların pembe ve erkeklerin mavi tonlarında kıyafet giydikleri tespit edilirken kadın karakterlerin uzun etek, gömlek, tulum, elbise ve yelek gibi vücutlarının belirgin hatlarını kapatan giysiler giydikleri ve erkek karakterlerin tişört, gömlek ve pantolon gibi rahat kıyafetlerle dolaştıkları görülmüştür. Evin içinde ve dışında yapılan işlere bakıldığında kadınların ev içinde ocuk bakımı, temizlik, halı dokuma, yemek yapma, süt sağma gibi işlerle meşgul oldukları görülürken erkeklerin balık tutma, hayvanları tedavi etme, müzik aleti alma, araba kullanma ve ahırdaki gübre ve samanı taşıma gibi akıl ve fiziksel güç gerektiren işlerle uğraştıkları tespit edilmiştir. Oyun ve oyuncak tercihlerinin incelendiği beşinci kategoride bebekle oynamak, ip atlamak ve halı dokumak gibi aktivitelerin sadece kız çocukları tarafından yapıldığı, uçurtma uçurmak, futbol oynamak, top sektirmek, araba ve misket oynamak gibi aktivitelerin sadece erkekler tarafından yapıldığı tespit edilmiştir. Paten kayma, istop, misafircilik, saklambaç, salıncakta sallanmaca, taş sektirmece, kar topu, yakalama, kağıttan gemi yapma ve top yuvarlamaca oyunlarının da her iki cinsiyet tarafından beraber oynandığı belirlenmiştir. Bununla birlikte kız ve erkek çocukların birlikte oynadıkları oyunlarda çocukların karşı cinsiytle fiziksel temasa girmedikleri görülmüştür. Annelik ve babalık ilişkilerinin incelendiği altıncı bölümde anneler evde ev işleri ve ocuk bakımı ile uğraşan, hayatlarında iyi bir evlat yetiştirmek dışında bir amacı olmayan kadınlar olarak sergilenmektedir. Babalar ise aileyi dış dünyadan koruyan ve ailenin dış dünya ile bağlantılarını sağlayan, ekonomik ihtiyaçları gideren, fiziksel g ve akıl gerektiren işleri yapan ve aile adına karar veren erkekler olarak sunulmaktadır. Kullanılan

sıfatların cinsiyetlerle olan ilişkisinin incelendiği bölümde kız çocuklara en çok ‘akıllı ve tatlı kızım’ diye hitap edilirken erkek çocuklara sadece ‘oğlum’ diye hitap edildiği tespit edilmiştir. Rol model alınımının incelendiği sekizinci bölümde ise kız çocukların annelerini erkek çocukların babalarını rol model olarak cinsiyetlerine göre rol model seçtikleri tespit edilmiştir. Karakter özelliklerinin incelendiği son katogoride ise kız çocuklarının güçlü, sakin, meraklı, kararlı, çalışkan, zeki, cesur, sabırlı, problem çözücü, düşünceli ve yardımsever özellikleri ön plana çıkartılırken erkek çocuklarının heyecanlı, güçsüz, sabırsız, duygusal, korkak, problem yaratan ve düşüncesiz hallerde oldukları görülmüştür. Bununla birlikte çizgi filmin araştırma dahilindeki ilk ve son bölümleri arasında toplumsal cinsiyet kalıp yargıları bulguları açısından zaman içinde bir değişiklik görülmediği saptanmıştır.

Bu bulgulara göre çizgi filmdeki ana karakter Niloya ile televizyonda geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini pekiştiren fakat değişen toplumsal normlarla da çatışmayan bir imgelem dünyası oluşturulduğu ortaya çıkmıştır.

KAYNAKÇA

- ALİCENAP, Ç. T.: 2015 “Kültürel Mirasın Çizgi Film Senaryolarında Kullanılması”, **Türklük Bilimi Araştırmaları Dergisi**, Sayı 37, 11-26.
- AKBAŞ, E., ATASÜ “Modern Çocukluk Paradigmasının Oluşumu-Eleştirel Bir Değerlendirme”, **Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi**, 20/11, 95-103.
- AKGÜL, A. E.: 2006 “Popüler Kültür-Televizyon İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AKGÜNER, T.: 1998 “Kamu Hizmeti Yayıncılığı”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 7, 285-296.
- AKTAŞ, G.: 2013 “Feminist Söylemler Bağlamında Kadın Kimliği: Erkek Egemen Bir Toplumda Kadın Olmak”, **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, 30/1, 53-72.
- ALEMDAR, K., ERDOĞAN, İ.: 2005 **Popüler Kültür ve İletişim**, 2. Baskı, Ankara: Erk Yayınları.
- ALTIN, A.: 2013 “Kamu Hizmeti Anlayışında Değişim”, **Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 1/2, 101-118.
- ALTINKILIÇ, Z., ÖZKAN, H.: 2014 “Televizyon İzlemenin 1-6 Yaş Çocuk Sağlığı Üzerindeki Etkilerine Yönelik Annelerin Tutum ve Davranışlarının Belirlenmesi”, **İzmir Dr. Behçet Uz Çocuk Hastalıkları Dergisi**, 4/3, 186-194.
- ARIK, B.: 2006a “Bir Demet Tiyatro Dizisi Bağlamında Popüler Kültürde Sistemiçi Direniş Olanakları”, **Selçuk Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Edebiyat Dergisi**, Sayı 15, 121-130.

- ARIK, B.: 2006b “Raymond Williams”, **Kadife Karanlık II-21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar-Ayna Şovalyeleri**, Ed. Nurdoğan Rigel, İstanbul: Su Yayınları, s. 117-140.
- ARSAN, E., ÜNALAN, E., TÜRKOĞLU, S.: 2009 “Cinsiyetçilik ve Medya: ‘Güzin Abla’ Köşesinde Yeniden Üretilen Ataerkil Cins Kimlikleri”, **CogitoDergisi**, Sayı 58, 385- 403.
- ASUNAKUTLU, T., SAFRAN, B.: 2004 “**Kültürel Farklılıklardan Kaynaklanan Çatışmalara Yönelik Bir Araştırma (Marmaris Turizm Sektörü Örneği)**”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, **6/1**, 26-49.
- ATAY, T.: 2007 “Popüler Kültürden Kitle Kültürüne Çocukluğun Dönüşümleri”, **Popüler Kültür ve Çocuk**, Ed. Nihal Ahioğlu, Neslihan Güney, Ankara: Dipnot Yayınları, s. 88-101.
- AYDOĞAN, F.: 2003 “Kitle Kültürü ve Sirk Kültürü”, **Selçuk İletişim Dergisi**, 2/4, 13-20.
- AYTEKİN, S.: 2015 “Çocuk Oyun ve Oyuncakları Bağlamında Toplumsal Cinsiyetin İnşası”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AZİZ, A.: 1990 **Araştırma Yöntemleri, Teknikleri ve İletişim**, Ankara: İLAD Yayınları.
- BAHAR, H. İ.: 2009 **Sosyoloji**, 3. Baskı, Ankara: USAK Yayınları.
- BARCUS, F. E.: 1983 **Images of Life on Childrens Television: Sex Roles, Minorities and Families**, New York: Praeger.
- BATMAZ, V.: 1981 “Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar”, **İletişim Dergisi**, Sayı 1, 101-163.

- BAUDRILLARD, J.: 2001 **Tam Ekran**, Çev. Bahadır Gülmez, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BEAUVOIR, S.: 1993 **Kadın İkinci Cins**, İstanbul: Payel Yayınları.
- BERGER, J.: 2016 **Görme Biçimleri**, İstanbul: Metis Yayınları.
- BHASİN, K.: 2003 **Toplumsal Cinsiyet: Bize Yüklenen Roller**, Çev. Kader Ay, Ankara: Kadınlarla Dayanışma Vakfı Yayınları.
- BORA, A.: 2012 “Toplumsal Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık”, **Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar**, Ed. Kenan Çayır, Müge Ayhan Ceyhan, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, s. 175- 187.
- BORA, A.: 2016 **Kadınların Sınıfı**, 7. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BUSSEY, K., BANDURA, A.: 1999 “Social Cognitive Theory of Gender Development and Differentiation”, **Psychological Review**, 106, 676-713.
- BÜYÜKBAYKAL, G.: 2007 “Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri”, **İstanbul Üniversitesi Fakültesi Dergisi**, Sayı 28, 31-44.
- CAN, A.: 1995 “Okul Öncesi Çocuklara Yönelik Televizyon Programları İçinde Çizgi Filmlerin Çocukların Gelişimine ve İletişimine Etkileri”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- CHODOROW, N.: 1974 “Family Structure and Feminine Personality”, **Women, Culture and Society: A Theoretical Overview**, Ed. M.Z. Rosaldo and L. Lamphere, Standfort: Standfort University Press, s. 43-66.

- ÇAPLI, B.: 1996 “Çocuk ve Televizyon”, **Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı**, Sayı 12, 1334-1337.
- ÇELENK, S., TİMİSİ, N.: 2000 “Yerli Dramalarda Kadın Temsili ve Şiddet”, **Televizyon Kadın ve Şiddet**, Ed. Nur Betül Çelik, Ankara: KİV Yayınları, s. 23-64.
- ÇELER, Z.: 2013 “Annenin Serüveni: Kadının Anne Olarak Toplumsal Kurgulanışı”, **Doğu Batı Dergisi**, Sayı 63, 165-184.
- ÇELİKCAN, P.: 2001 “Tematik Medya ve Reklam”, Antalya: **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını**, Sayı 1.
- ÇITAK, A.: 2008 “Kadınların Çalışmasına Yönelik Tutum: Cinsiyet, Cinsiyet Rolü ve Sosyoekonomik Düzeye Göre Bir Karşılaştırma”, (Yayınlanmamış Lisans Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇOBAN, S.: 2014 “Kamu Hizmeti Yayıncılığı Ne İşe Yarar?” (Çevrimiçi), <https://m.bianet.org/biamag/medya/157127-kamu-hizmeti-yayinciligi-ne-ise-yarar>, 19 Ekim 2017.
- De CERTEAU, M.: 1984 **The Practice of Everyday Life**, Berkeley: University of California Press.
- DEMİRAY, E.: 2009 **Toplumsal Yaşamda Kadın**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- DEMİRCAN, A. R.: 2008 **Cuma Mesajları Haklar-Hürriyetler-Vazifeler**, İstanbul: Beyan Yayınları.
- DİKTAŞ, M.: 2011 “Gender Representation in EFL Coursebooks”, 2nd International Conference on New Trends in Education and Their Implications, Antalya.

- DÖKMEN, Z.Y.: 2015 **Toplumsal Cinsiyet Sosyal Psikolojik Açıklamalar**, 6. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- DUMAN, K.: 2009 “UNESCO’nun McBride Raporu” (Çevrimiçi), <http://iletisimci.blogspot.com.tr/2009/11/unescunun-mcbride-raporu.html>, 21 Mayıs 2017.
- EICK, K.: 1998 “Gender Stereotypes in Children's Television Cartoons” (Çevrimiçi), <https://www.calpoly.edu/~jrubba/495/paper1.html> , 25 Eylül 2017.
- ENCRYPTED-CHEGG.COM: t.y. ‘Mass Culture’ (Çevrimiçi), <http://www.chegg.com/homework-help/definitions/mass-culture-47>, 12 Nisan 2017.
- ERTUNÇ, F.: 2011 “Çocuk Dünyasında Reklamın Rolü: Televizyon Reklamlarında Çocuklara Yönelik Düzenlemeler”, (Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi), Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.
- ERTÜRK, Y.D.: 2011 “Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı”, **Çocuk Hakları ve Medya**, Ed. Mustafa Ruhi Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları, s. 48-85.
- ERTÜRK, Y.D, AKKOR Gül, A.: 2006 **Çocuğunuzu Televizyona Emanet Etmeyin**, İstanbul: Nobel Yayıncılık.
- ESSLIN, M.: 1991 **TV Beyaz Camın Arkası**, Çev. Murat Çiftkaya, İstanbul: Pınar Yayınları.
- FICHTER, J.: 1997 **Sosyoloji Nedir?**, Çev. Nilgün Çelebi, 3. Baskı, Ankara: Atilla Kitabevi.
- FISKE, J.: 2012 **Popüler Kültürü Anlamak**, Çev. Süleyman İrvan, İstanbul: Parşömen Yayınları.

- GANS, H. J.: 2009 **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, Çev. Emine Onaran İncirlioğlu, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- GIDDENS, A.: 2001 **Sociology**, Fourth Edition, Oxford: Polity Press.
- GÜLER, D.A.: 1989 “Çocuk, Televizyon ve Çizgi Film”, **Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları**, Sayı 5, 63-179.
- GÜLLÜOĞLU, Ö.: 2012 “Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Popüler Kültür Ürünlerini Benimsetme ve Yayma İşlevi Üzerine Bir Değerlendirme”, **Global Media Journal Turkish Edition**, 2/4, 64-86.
- GÜNGÖR, A.: 2005 “Ahlaki (Törel) Gelişim”, **Gelişim ve Öğrenme**, Ed. Ayten Ulusoy, 4. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, s. 69-92.
- GÜNGÖR, N.: 1996 “Bir Popüler Kültür Olarak Çizgi Roman: Abdülcanbaz”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GÜVENÇ, B.: 1991 **İnsan ve Kültür**, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- HALL, S.: 1981 “Notes on Deconstructing ‘The Popular’ “, **People’s History and Socialist Theory**, Ed. Raphael Samuel, London: Routledge and Kegan Paul, s.: 227-240.
- HALL, S.: 1996 “Encoding/Decoding”, **Media Studies: A Reader**, Ed. Paul Morris, Sue Thornham, Edinburgh: Edinburgh University Press, s. 51-61.
- HENTGES, B., CASE, K.: 2013 “Gender Representations on Disney Channel, Cartoon Network and Nickelodeon Broadcasts in the United States”, **Journal of Children and Media**, 7/3, 319-333.
- HEYWOOD, C.: 2003 **Baba Bana Top At-Batı’da Çocukluğun Tarihi**, Çev. Esin Hoşsucu, İstanbul: Kitap Yayınevi.

HORKHEIMER,
ADORNO, T.W.: 1996

M., **Aydınlanmanın Diyalektiği I**, Çev. Oğuz Özgül, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

İŞİK, M.: 2008

“Çocuk, Televizyon ve Eğitim”, **Medya ve Çocuk Rehberi**, Ed. Yasemin Giritli İnceoğlu, Nurdan Akıner, Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, s. 131-143.

İletişimvediplomasi: 2014

“Prof. Dr. Deniz A. Güler ile Çizgi Filmlerin Kültürel İşlevleri Üzerine Mülakat” (Çevrimiçi), <http://www.iletisimvediplomasi.com/prof-dr-deniz-a-guler-ile-cizgi-filmlerin-kulturel-islevleri-uzerine-mulakat/>, 04 Ağustos 2017.

İNAL, K.: 2009

“Türkiye’de Çocukluk: Nereye!”, **Çocuk ve Medya**, Ed. Selda İçin Akçalı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, s. 13-51.

İNANÇ, B.Y.; BİLGİN, M.;
ATICI, M.K.: 2005

Gelişim Psikolojisi Çocuk ve Ergen Gelişimi, 2. Baskı, Adana: Nobel Kitabevi.

KALAYCI, N.: 2015

“Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Açısından Bir Çizgi Film Çözümlemesi: PEPEE”, **Türk Eğitim Derneği Eğitim ve Bilim Dergisi**, 40/177, 243-270.

KARAMAN, K.: 2010

“Çizgi/Dizi Film Karakterlerinin Çocukların Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Etkisi (Giresun Örneği)”, **Karadeniz Sosyal Bilim Dergisi**, Cilt 27, 66-84.

KILIÇ, A. Z.: 2013

“Ebeveynlerin Toplumsal Cinsiyet Algısı ve Çocuk Yetiştirmeye Etkileri”, İstanbul Bilgi Üniversitesi Çocuk Çalışmaları Araştırma Raporu (Çevrimiçi), <http://www.cocukhaklariizleme.org/wp-content/uploads/aile-araştırma-rapor.pdf>, 08 Ocak 2017.

KILINÇ, A.G. : t.y.

“Çizgi Filmlerde Cinsiyetçilik” (Çevrimiçi), <http://www.cinsomedia.org/cizgi-filmlerde-cinsiyetcilik/>, 21 Ağustos 2017.

- KOCADAŞ, B.: 2005 “Kültür ve Medya”, **Bilig**, Ankara, Sayı 34, 1-13.
- KOÇ, G.: 2005 “Sosyal Öğrenme Kuramı”, **Gelişim ve Öğrenme**, Ed. Ayten Ulusoy, 4. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, s. 207-243.
- KÖKSAL Akyol, A.: 2005a “Bilişsel Gelişim”, **Gelişim ve Öğrenme**, Ed. Ayten Ulusoy, 4. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, s. 43-67.
- KÖKSAL Akyol, A.: 2005b “Psikoseksüel Gelişim”, **Gelişim ve Öğrenme**, Ed. Ayten Ulusoy, 4. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, s. 125-136.
- KUYUCU, M.: 2015 “Türkiye’de Tematik TV Yayıncılığı: Gençlerin Tematik Televizyon İzleme Alışkanlıklarının Televizyon Yayıncılığına Olan Yansımaları”, **The Journal of Academic Social Sciences Studies**, Sayı 32, 249-265.
- MARSH, J., BROOKS, G., HUGHES, J., RITCHIE, L., ROBERTS, S.; WRIGHT, K.: 2005 **Digital Beginnings: Young Children’s Use of Popular Culture, Media and New Technologies**, Ed. Jackie Marsh, Sheffield: BBC Worldwide.
- MARSHALL, G.: 1997 **Sosyoloji Sözlüğü**, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- MARTIN, C.L., RUBLE, D.: 2004 “Children Search for Gender Cues: Cognitive Perspectives on Gender Development”, **Current Directions in Psychological Science**, 13/2, 67-70.
- MAYRING, P.: 2000 “Qualitative Content Analysis”, **Forum: Qualitative Social Research**, 1/2, 1-10.
- MULVEY, L.: 1997 “Görsel Haz ve Anlatı Sineması”, Çev. Nilgün Abisel, **25. Kare**, Sayı 21, 38-46.
- MUTLU, E.: 1991 **Televizyonu Anlamak**, Ankara: Gündoğan Yayınları.

- MUTLU, E.: 2004 **İletişim Sözlüğü**, Ankara: Bilim ve Sanat.
- NEUMAN, W.L.: 2012 **Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar**, İstanbul: Yayın Odası.
- OKTAY, A.: 1995 **Türkiye’de Popüler Kültür**, 3. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- ONARAN, O.; BÜKER, S.; BİR, A. A.: 1998 **Eskişehir’de Erkek Rol ve Tutumlarına İlişkin Alan Araştırması**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ONUR, B.: 2005 “Çocukluğun Dünyası ve Bugünü”, **Kebikeç Dergisi**, Sayı 19, 99-112.
- ORUÇ, C., TECİM, E., ÖZYÜREK, H.: 2011 “Okul Öncesi Dönem Çocuğunun Kişilik Gelişiminde Rol Modellik ve Çizgi Filmler”, **EKEV Akademi Dergisi**, Sayı 48, 303-319.
- OSKAY, Ü.: 1982 **XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- ÖZDEMİR, O., ÖZDEMİR, P.G., KADAK, M.T., NASIROĞLU, S.: 2012 “Kişilik Gelişimi”, **Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar**, 4/4, 566-589.
- ÖZSOY, A.: 2011 **Televizyon ve İzleyici- Türkiye’de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici**, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- ÖZTÜRK, C., KARAYAĞIZ, G.: 2007 “Çocuk ve Televizyon”, **Ankara Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi**, 10/2, 81-85.
- POSTMAN, N.: 2016 **Televizyon: Öldüren Eğlence**, Çev. Osman Akinbay, 6. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Resmi Gazete: 2011 “Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” (Çevrimiçi), <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/11/20111102-14.htm>, 14 Kasım 2017.
- RİGEL, N.: 1993 **Medya Ninnileri**, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

- PEREA, K.: 2015 “Girl Cartoons Second Wave: Transforming the Genre”, **Animation: An Interdisciplinary Journal**, 10/3, 189-204.
- SAYILGAN, E.: 2014 “Medya Sektöründe Bir Uzmanlaşma Olgusu Olarak Tematik Kanallar ve İzleyici Çeşitliliğinin Tematik Kanal Oluşumundaki Rolü”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, 2/3, 1-15.
- SEÇKİN, G.: 2011 “Popüler Çocuk Dergileri ve Tüketici Çocuğun İnşası/Pazarlanması”, **Çocuk Hakları ve Medya**, Ed. Mustafa Ruhi Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları, s. 233-245.
- SENEMOĞLU, N.: 2008 “Eğitimin Psikolojik Temelleri”, **Eğitim Bilimine Giriş**, Ed. Veysel Sönmez, 4. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, s. 119-150.
- SENEMOĞLU, N.: 2010 **Gelişim Öğrenme ve Öğretim Kuramdan Uygulamaya**, 16. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- SIGNORIELLI, N.: 1990 “Children, Television and Gender Roles: Messages and Impact”, **Journal of Adolescent Health Care**, Sayı 11, 50-58.
- SORMAZ, F., YÜKSEL, H.: 2012 “Değişen Çocukluk, Oyun ve Oyuncanın Endüstrileşmesi ve Tüketim Kültürü”, **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 11/3, 985-1008.
- SÖYLEMEZ, A. S.: 2010 “A Study on How Social Gender is Constructed in EFL Coursebooks”, **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, Sayı 9, 747-752.
- SÖZEN, E.: 2004 “Popüler Kültür Retoriği: Sahiplik İçinde Yokluk, Ragbette Olma ve Sağduyu Bilgisi”, **Doğu-Batı Düşünce Dergisi**, Sayı 15, 61.
- STRAUSS, A. L., CORBIN, J.M.: 1990 **Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques**, California: Sage Publications.

- SUNGUR, S.: 2008 “Televizyon Yayınlarının Çocuklar Üzerine Olumsuz Etkileri”, **Medya ve Çocuk Rehberi**, Ed. Yasemin Giritli İnceoğlu, Nurdan Akıner, Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, s. 171-190.
- SWINGEWOOD, A.: 1996 **Kitle Kültürü Efsanesi**, Çev. Aykut Kansu, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- ŞENOL, D., ERDEM, S., UZUN, Z., ERDEM, E.: 2016 “Toplumsal Cinsiyetin Bir Aktarım Aracı Olarak Çizgi Filmler: Sindirella ve Pamuk Prenses Örneği”, **Kadın Araştırmaları Dergisi**, 2/2, 62-87.
- ŞİRİN, M.R.: 2015 **Televizyon Çocuk ve Aile**, 4. Baskı, İstanbul: İz Yayıncılık.
- TAKIŞ, T.: 2004 “Gorgo’nun Yüzünü Görenler Geri Dönmedi, ya da Dönenler Tek Bir Söz Söyleyemedi”, **Doğu Batı Düşünce Dergisi**, 2. Baskı, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- TAN, M.: 1989 “Çağlar Boyunca Çocukluk”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, 22/1, 71-88.
- TEMİZYÜREK, F., ACAR, Ü.: 2014 “Çizgi Filmlerdeki Subliminal Mesajların Çocuklar Üzerindeki Etkisi”, **Cumhuriyet International Journal of Education**, 3/3, 25-39.
- TEZCAN, M.: 1997 **Kültürel Antropoloji**, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı Yayınları.
- THOMPSON, T.L., ZERBINOS, E.: 1995 “Gender Roles in Animated Cartoons: Has the Picture Changed in 20 Years?”, **Sex Roles**, Sayı 32, 651-673.
- TİMİŞİ, N.: 1996 **Medyada Cinsiyetçilik**, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları.
- TİMİŞİ, N.: 2011 **Elektronik Bakıcı**, İstanbul: Derin Yayınları.
- TOZDUMAN Yaralı K., AVCI, N.: 2017 “Bir Çizgi Filmin Popüler Kültür Açısından İncelenmesi: Rafadan Tayfa”, **Gümüşhane**

- TOTAL Cheviron, N.: 2011 “Medyanın Şiddete Dayalı İşleyişi ve Çocukların Maruz Kaldığı Olumsuzluklar”, **Çocuk Hakları ve Medya**, Ed. Mustafa Ruhi Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları, s. 184-206.
- TÜRKDOĞAN, O.: 1988 **Değişme, Kültür ve Sosyal Çözülme**, İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK): 2016 “Aile Yapısı Araştırması” (Çevrimiçi) ,<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21869>, 07 Ocak 2017.
- ÜNAL, N., DURUALP, E.: 2012 “Televizyonun Okul Öncesi Çocuklar Üzerindeki Etkisi”, **Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 3/2, 93-104.
- ÜNVER, G.: 2005 “Gelişimle İlgili Temel Kavramlar, Gelişimin Temel İlkeleri ve Gelişimi Etkileyen Etmenler”, **Gelişim ve Öğrenme**, Ed. Ayten Ulusoy, 4. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, s. 1-16.
- VANDE Berg, L. R., WENNER, L. A., GRONBECK, B. E.: 1994 **Critical Approaches to Television**, New York: Houghton Mifflin Company.
- VATANDAŞ, C.: 2007 “Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı”, **Sosyoloji Konferansları Dergisi**, Sayı 35, 29-56.
- WEBER, M.: 2008 **Sosyoloji Yazıları**, Çev. Taha Parla, 12. Baskı, İstanbul: Deniz Yayınları.
- WELTER, B.: 1978 “The Cult of True Womanhood: 1820-1860”, **American Quarterly**, 18/2, 151-174.
- WILLIAMS, R.: 2003 **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**, Çev. Ahmet U. Türkbağ, Ankara: Dost Yayınları.

- WITT, S.D.: 2000 “Review of Research: The Influence of Television on Children’s Gender Role Socialization”, **Journal of Childhood Education**, Sayı 76, 322-324.
- YAĞAN Güder, S.: 2014 “Okul Öncesi Dönemdeki Çocukların Toplumsal Cinsiyet Algılarının İncelenmesi”,(Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara: Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- YAĞAN Güder, S.: 2017 “Okul Öncesi Dönem Çocuklarının İzledikleri Çizgi Filmlerin Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları Açısından İncelenmesi: Niloya Örneği”, **Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi**, 5/2, 95-110.
- YAĞAN Güder S., ALABAY, E.: 2016 “3-6 Yaş Arasındaki Çocukların Oyuncak Tercihlerinin Toplumsal Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi”, **Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi**, 17/2, 91-111.
- YAĞLI, A.: 2013 “Çocuğun Eğitiminde ve Sosyal Gelişiminde Çizgi Filmlerin Rolü: Caillou ve Pepe Örneği”, **Türkoloji Araştırmaları Dergisi**, 8/10, 707-719.
- YAKTIL Oğuz, G.: 2000 “Cinsiyet Rollerine İlgili Stereotiplerin Televizyonda Sunumu”, **Kurgu Dergisi**, Sayı 17, 35-43.
- YALÇIN, B.: 2014 “Türk Yapımı Animasyon Niloya’nın Büyük Başarısı” (Çevrimiçi), <http://tr.ign.com/all/55706/feature/turk-yapimi-animasyon-niloyanin-buyuk-basarisi>, 25 Temmuz 2017.
- YETİM, N., YETİM, Ü.: 2008 “Medya Temsillerinde Özne ve Nesne Olarak Çocuk”, **Medya ve Çocuk Rehberi**, Ed. Yasemin Giritli İnceoğlu, Nurdan Akıner, Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, s. 90-114.
- YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H.: 2011 **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, 8. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YILDIZ, S.: 2004 “Televizyonlarda Yayınlanan Magazin, Eğlence ve Yarışma Türü Programların Toplumsal Kültür Üzerine Etkileri- Kırıkkale ve Ankara Örneği-“,

Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi, Sayı 57, 173-174.

YOGEV, Ş. P.: 2006

“Ergenlerde Toplumsal Cinsiyetin Kazanılması Aile, Okul ve Arkadaş Etkisi”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

YÖRÜKOĞLU, A.: 2004

Çocuk Ruh Sağlığı-Çocuğun Kişilik Gelişimi Eğitimi ve Ruhsal Sorunları, İstanbul: Özgür Yayınları.



EK: İZLEME FORMU

Bölüm Sayısı ve Adı		
Karakterler		
Fiziksel Özellikler	Erkekler	Kadınlar
Kıyafet Türü ve Rengi	Kıyafet Türü	Kıyafet Rengi
Kadın		
Erkek		
Ev İçinde/Dışında Yapılan İşler	Ev İçinde Yapılan İşler	Ev Dışında Yapılan İşler
Kadın		
Erkek		
Oynanan Oyun ve Oyuncaklar	Kadın	Erkek
Annelik-Babalık Roller	Annelik Roller	Babalık Roller
Kullanılan Sıfatlar	Kadın	Erkek
Rol Modeller	Kadın Rol Modeller	Erkek Rol Modeller
Karakter Özellikleri	Kadın	Erkek
Notlar		