



**T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN VE AİLE ÇALIŞMALARI ANABİLİM DALI
KADIN VE AİLE ÇALIŞMALARI BİLİM DALI**

**SOSYAL ROLLERİN İNŞASINDA OYUNCAK
BEBEĞİN ETKİSİ: BARBİE ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS
TEZİ**

Abdullah BİLGE

BURSA - 2024



**T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN VE AİLE ÇALIŞMALARI ANABİLİM DALI
KADIN VE AİLE ÇALIŞMALARI BİLİM DALI**

SOSYAL ROLLERİN İNŞASINDA OYUNCAK BEBEĞİN ETKİSİ: BARBİE ÖRNEĞİ

**YÜKSEK LİSANS
TEZİ**

Abdullah BİLGE

**Tez Danışmanı:
Doç. Meryem UZUNOĞLU**

BURSA - 2024

T. C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MÜDÜRLÜĞÜNE

Kadın ve Aile Çalışmaları Disiplinlerarası Anabilim Dalı, Kadın ve Aile Çalışmaları Bilim Dalında 702032009 numaralı Abdullah BİLGE'nin hazırladığı "Sosyal Rollerin İnşasında Oyuncak Bebeğin Etkisi: Barbie Örneği" konulu Yüksek Lisans Tezi ile ilgili tez savunma sınavı 22/07/2024 günü 11:00 – 12:00 saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin Başarılı olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı)

Doç. Meryem UZUNOĞLU

Bursa Uludağ Üniversitesi

Üye

Prof. Dr. Nimet HAŞIL KORKMAZ

Bursa Uludağ Üniversitesi

Üye

Doç. Onur KARAALIOĞLU

Sakarya Üniversitesi

22/07/2024



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN VE AİLE ÇALIŞMALARI (DİSİPLİNLERARASI) ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 04/07/2024

Tez Başlığı / Konusu: "Sosyal Rollerin İnşasında Oyuncak Bebeğin Etkisi: Barbie Örneği"

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 95 sayfalık kısmına ilişkin, 03/07/2024 tarihinde şahsım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından (Turnitin)* aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 0'dır.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar dahil
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

04/07/2024

Adı Soyadı	:	Abdullah BİLGE
Öğrenci No	:	702032009
Anabilim Dalı	:	Kadın ve Aile Çalışmaları
Programı	:	Kadın ve Aile Çalışmaları
Statüsü	:	Yüksek Lisans

Danışman
Doç. Meryem UZUNOĞLU
04/07/2024

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Sosyal Rollerin İnşasında Oyuncak Bebeğin Etkisi: Barbie Örneği” başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntıların kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

04/07/2024

Adı Soyadı : Abdullah BİLGE

Öğrenci No : 702032009

Anabilim Dalı : Kadın ve Aile Çalışmaları

Programı : Disiplinlerarası Kadın ve Aile Çalışmaları Programı

Tezin Türü : Yüksek Lisans

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı	: Abdullah BİLGE
Üniversite	: Bursa Uludağ Üniversitesi
Enstitü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	: Kadın ve Aile Çalışmaları
Bilim Dalı	: Kadın ve Aile Çalışmaları
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı	: vii / 84
Mezuniyet Tarihi	:/....../2024
Tez Danışmanı	: Doç. Meryem UZUNOĞLU

Sosyal Rollerin İnşasında Oyuncak Bebeğin Etkisi: Barbie Örneği

Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları farklı şeyleri ifade ediyor olsalar da bu iki kavramın birbirinden bağımsız düşünülmesi imkansızdır. Cinsiyet, genetik aktarımın sonucu oluşur. Toplumsal cinsiyet kalıplarıysa biyolojik cinsiyet üzerinden kültür temelli şekillenir. Ataerkil sistemin şekillendirdiği bu kalıplar kadın ve erkek bireylere doğdukları andan itibaren toplumun çeşitli kurumları tarafından dayatılır. Aile, din, eğitim, medya ve sanat gibi oyun faaliyetleri de toplumsal cinsiyet rollerinin benimsenmesine aracılık eder.

Oyun eylemi çocuğun dünyayı keşfetmesine yardımcı olur. Eğlendirici ya da eğitici olabilen oyun sürecinde kullanılan yardımcı araçlara oyuncak adı verilmektedir. Kültürle bağlantılı olarak oyuncaklar arasında cinsiyet temelli bir ayrışma söz konusudur. Bebekler genelde kız çocukların oyun gereçleri olarak kabul görmüştür. Kızlar bebekleri aracılığıyla gelecekte üstlenmeleri beklenen rolleri prova ederler.

Bu çalışmanın amacı, popülerliği günden güne artan Barbie bebeğin serüvenini incelemektir. Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden biri olan doküman analizi kullanılmıştır. Toplumsal açıdan bakıldığında oyuncak bebeklerin sahipleri olan küçük kızları gelecekteki rollerine hazırlamak gibi temel bir işlevi bulunmaktadır. Geleneksel olarak bu oyuncaklar bebektir, küçük kızlar da onların anneleri. Bu oyun kurgusu ataerkil sistemin kadına yüklediği rollerin değişmeden devam etmesine hizmet eder. Barbie'nin yarattığı devrim ise bu kurguyu değiştirmek olmuştur. Barbie, küçük kızlar için bir bebek değil rol modelidir. Sunduğu senaryo deneyimi sayesinde dolaylı olarak bir hayalin pazarlandığı Barbie kusursuz beden imajıyla sahiplerinin beden algılarını ve özgüvenlerini olumsuz etkileyebilmektedir. Aynı zamanda bireyleri ihtiyacın dışında bir tüketime yöneltmektedir.

Anahtar kelimeler: *Toplumsal cinsiyet rolleri, oyun, oyuncak bebek, Barbie*

ABSTRACT

Name and Surname : Abdullah BİLGE
University : Bursa Uludağ University
Institution : Institute of Social Sciences
Field : Women and Family Studies
Branch : Women and Family Studies
Degree Awarded : Master
Page Number : vii / 84
Degree Date :/....../2024
Supervisor : Doç. Meryem UZUNOĞLU

The Effect of Dolls in the Construction of Social Roles: The Case of Barbie

Although the concepts of sex and gender mean different things, it is impossible to consider these two concepts independently of each other. Sex is the result of genetic transmission. Gender stereotypes, on the other hand, are shaped by culture based on biological sex. These patterns shaped by the patriarchal system are imposed on male and female individuals by various institutions of society from the moment they are born. The act of playing, like family, religion, education, media and art, mediates the adoption of gender roles.

The act of playing helps the child discover the world. The auxiliary tools used in the play process, which can be entertaining or educational, are called toys. In relation to culture, there is a gender-based segregation of toys. Dolls are generally accepted as playthings for girls. Through their dolls, girls rehearse the roles they are expected to assume in the future.

The aim of this study is to examine the adventure of the Barbie doll, whose popularity is increasing day by day. Document analysis, one of the qualitative research techniques, was used in the study. From a social perspective, dolls have a basic function of preparing their owners, little girls, for their future roles. Traditionally, these toys are dolls and little girls are their mothers. This play fiction serves to continue the roles that the patriarchal system imposes on women unchanged. The revolution created by Barbie has been to change this fiction. Barbie is not a doll but a role model for little girls. However, Barbie, which indirectly markets a dream through the scenario experience it offers, can negatively affect the body perception and self-confidence of its owners with its perfect body image. Additionally, Barbie directs individuals to consume beyond their needs.

Key words: *Gender roles, play, doll, Barbie*

ÖNSÖZ

Tezimi yazma sürecimde bana hiçbir zaman yalnız hissettirmeyen, her fikrimi sabırla dinleyen, konumu belirleme sürecinden son teslim anına kadar her zaman ulaşılabilir olduğunu hissettiren, benimle yılmadan saatlerce tezi defalarca okuyup her bir satır başı için fikirlerini sunan değerli hocam sayın Doç. Dr. Meryem UZUNOĞLU'na,

Ne zaman yardım istesem her zaman yanımda olan ve fikirleriyle tez sürecimde bana yol gösteren Kadın ve Aile Çalışmalar bölümü hocalarıma,

Kadın ve Aile Çalışmaları bölümünde tanıştığım ve tezimi yazım sürecimde yazdığım hemen her paragrafta yolladığım taslakları defalarca yılmadan okuyup benimle eleştirilerini paylaşan Zeliha TEMŞİ ve Elif Sümeyye DEMİR'e,

Bu süreçte desteklerinden dolayı teşekkür ediyorum.

Bütün eğitim hayatımda olduğu gibi yüksek lisans dönemimde de maddi manevi hiçbir desteğini esirgemeyen, her zaman yanımda olan ve sürecin zorluğunu benimle birlikte paylaşan sevgili aileme teşekkür ediyorum.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	IV
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VI
TABLolar LİSTESİ.....	VII
GİRİŞ	1

BÖLÜM 1

1.1.Toplumsal Cinsiyet.....	5
1.1.1. Kadın, Erkek Roller ve Toplumsal Cinsiyet.....	6
1.1.2. Hegemonik Erkeklik.....	9
1.2.Toplumsal Cinsiyet Tutumlarını Etkileyen Kurumlar.....	11
1.2.1. Yazılı ve Görsel Medya ve Toplumsal Cinsiyet.....	12
1.2.2. Din ve Toplumsal Cinsiyet.....	15
1.2.3. Aile\Kültür ve Toplumsal Cinsiyet.....	16
1.2.4. Eğitim ve Toplumsal Cinsiyet.....	18

BÖLÜM 2

2.1. Oyun Nedir?.....	20
2.1.1. Oyunun İlkeleri.....	24
2.1.2. Araçlar (Oyun ve Oyuncak İlişkisi).....	26
2.1.3. Oyuncakların Sınıflandırılması.....	29

BÖLÜM 3

3.1. Oyuncak Bebek.....	33
3.1.1. Oyuncak Bebeğin İşlevleri.....	34
3.1.2. Oyuncak Bebeğin Tarihçesi.....	37

BÖLÜM 4

4.1. Barbie Fenomeni.....	45
SONUÇ.....	72
KAYNAKÇA.....	76



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Domuz şeklinde pişmiş toprak çingırak. Helenistik Döneme ait ve Kıbrıs'tan geldiği söyleniyor. MÖ 3.-2. yüzyıllara tarihleniyor. (The Met Fifth Avenue in Gallery 171, 2023).....	27
Şekil 2. MÖ 350-325 yıllarına tarihlenen Attika usulü kil figür, elinde bir tür çan tutuyor. Louvre Müzesi, Paris. Görsel: Egisto Sani-Flickr (aktaran Bursalı, 2016; web)	33
Şekil 3. Eklemli uzuvları olan kemik bebek. Helenistik Dönem. Tarih: MÖ 4. yüzyıl sonu veya 3.yüzyıl	34
Şekil 4. Sunny Jim, 1920'ler (Web: cerealoffers.com)	39
Şekil 5. Bez Bebek (Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).....	40
Şekil 6. Türkiye'nin Bebeği "Elif Bebek" Projesi (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, İstanbul Beylerbeyi Sabancı Olgunlaşma Enstitüsü, 2022).....	41
Şekil 7. Fatoş Oyuncakları (İstanbul Oyuncak Müzesi, Erişim: 2024)	42
Şekil 8. Bild Lilly (Korbeck, 2001).....	47
Şekil 9. İlk Barbie (Korbeck, 2001).....	48
Şekil 10. Barbie Bubblecut Saç Modeli (Korbeck, 2001).....	53
Şekil 11. Ken Bebek (Korbeck, 2001).....	55
Şekil 12. Black Francie (Korbeck, 2001).....	56
Şekil 13. İlk Siyahi Barbie (Korbeck, 2001).....	56
Şekil 14. Amerikalı Kız Barbie (Korbeck, 2001).....	57
Şekil 15. Konuşan Barbie (Korbeck, 2001)	58
Şekil 16. Süperstar Barbie (Korbeck, 2001)	59
Şekil 17. Barbie'nin Farklı Kariyerlerinden Örnekler (Korbeck, 2001)	60
Şekil 18. Barbie Backy Modeli (Ondeio, 2022)	61
Şekil 19. Barbie International Serisinden Bir Örnek (Korbeck, 2001).....	61
Şekil 20. Hamile Barbie (Onedio, 2022).....	61
Şekil 21. Barbie Lounge Kitties (Onedio, 2022).....	61

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Teknolojisine göre oyuncak sınıflandırması.....	29
Tablo 2. Kullanılan Malzemelere Göre Oyuncak Sınıflandırması	30
Tablo 3. Roger Coillois'in Oyuncak Sınıflandırması.....	30
Tablo 4. Omatça'nın Oyuncak Sınıflandırması.	31
Tablo 5. İçke'nin Oyuncak Sınıflandırması.....	32



GİRİŞ

Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet birbirinden farklı fakat birbirini etkileyen iki kavramdır. İlki genetik kodlarımızın belirlediği biyolojik yanımızı ifade ederken ikincisi bu biyolojik tarafımıza ataerkil sistemin kodladığı rol ve görevleri ifade etmektedir. Aslında temelde doğuştan herhangi bir cinsiyet rolü çerçevesinde hareket etmemiz gerekmezken içinde yaşadığımız toplum bizleri belli kurallar çerçevesinde hareket etmeye mecbur etmektedir.

Genellikle sosyal etkileşimler yolu ile oluşan kişiliğimizin ve cinsiyet rollerimizin şekillendiği dönemler içinde belki de en etkili olanı çocukluk dönemidir. Oyun oynama eyleminin çocukların cinsiyet rollerini öğrenmesinde önemli bir rolü vardır. Oyun etkinliğinin önemli bir parçası olan oyuncaklar ise oyunun doğası ile alakalı birçok ipucunu içerisinde barındırır (İçke, 2013). Toplumsal normların belirlediği cinsiyet kategorileri bebeklikten itibaren kıyafetler, gündelik yaşam nesneleri, oyunlar ve oyuncaklar aracılığıyla çocuklara empoze edilmektedir. Bu yolla toplumsal sistemin devamlılığı garanti altına alınmış olur.

Temelde yalnızca bir oyun ya da oyuncak gibi görünse de bu araçlar çocukların yetişkinlik provası sürecinde en önemli araçlardır. Yetişkinin dünyası ile çocuğun dünyası birbirinden çok farklıdır. Yetişkinin dünyası hakkında bilgiler genelde sözler aracılığı ile nispeten kolay bir yolla elde edilebilirken çocuklarda daha farklı bir prosedür işlemektedir. Çocuk kendi dünyasını net ve doğrudan ortaya koymakta problem yaşayabilmektedir. Tam da böyle bir sebepten çocukların oynadıkları oyunlar ve kullandıkları oyuncaklar onlar hakkında bilinmeyenlerin kapılarını aralayabilmektedir.

İnsanın toplumsal bir varlık olarak tarih sahnesine çıktığı dönemden itibaren çocukları oyalamak ya da eğitmek için tasarlanmış olan oyuncakların sanayi devrimi ile birlikte seri üretimine başlanmış ve daha geniş kitlelere ulaşması sağlanmıştır. Oyuncaklar temelde yalnızca çocukların boş vakitlerini geçirdikleri oyunlardaki araçlar gibi

görünseler de aslında altında daha derin anlamlar barındırabilmektedir. Oyuncaklar aracılığı ile yarının dünyası inşa edilmekte ve çocuklara sınırları çizilmiş kimlikler ve görevler prova ettirilmektedir.

Çok popüler ve oldukça tartışmalı bir figür olması sebebiyle literatürde Barbie bebek ile alakalı çeşitli araştırmalara rastlamak mümkündür. Bu çalışmalar genelde Barbie'nin tüketime olan etkisiyle ilişkili olmakla beraber bebeğe modayla ilişkisi vb. farklı bakış açıları ile yaklaşılın türlü çalışmalar da mevcuttur. Türkiye'de yapılan çalışmaların kurgusunda genelde bebeğin tarihine moda ekseninde, tüketim temelli ya da salt toplumsal cinsiyet temelli yaklaşılmaktadır. Uzman görüşleri de alınarak Barbie'nin toplumsal cinsiyet verileri ışığında incelenmesine karar verilmiştir. Bu çalışma doğrultusunda Barbie disiplinler arası bir yaklaşım ile incelenmiş olup reklam kampanyasından tasarım özelliklerine kadar bir bütün olarak değerlendirilmiştir. Geniş kapsamlı verilere ulaşılabilen kaynaklardan yola çıkarak bebeğin tarihçesi aktarılmıştır (özellikle Korebeck, Gerber ve Peers'in kitapları baz alınmıştır). Ardından bebeğin serüveni farklı pencerelerden yaklaşarak irdelenmiştir. Gerçekleştirilen bu araştırmanın, daha sonra yapılacak olan toplumsal cinsiyet vurgulu oyuncak çalışmalarında benzer araştırmalara yardımcı olabilecek bilgi birikimini sağlaması umulmaktadır.

Dört bölümden oluşan çalışmanın ilk üç bölümü literatür taraması olarak yapılandırılmıştır. Birinci bölümde "Toplumsal Cinsiyet" başlığında; öncelikle içinde yaşanılan toplum tarafından bireylerin atanmış cinsiyetlerine dayatılan kadın ve erkek rolleri ile bu dayatmaların yaratabileceği problemler ele alınmaya çalışılmıştır. Ardından hegemonik erkeklik kavramının kadın ve erkekler üzerindeki olumsuz etkileri ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır. Bu bölümde son olarak toplumsal cinsiyet tutumlarını etkileyen kurumlar üzerine bir inceleme gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bu tutumların oluşmasında ve aktarılmasında büyük bir rolü olan aile, din, medya ve eğitim kurumları hakkında bilgilendirmeler yapılmıştır. Bu kurumların bazen kasten bazen de bilinçsiz bir şekilde toplumda problem yaratabilecek cinsiyete dayalı kalıp yargısal davranışların oluşmasındaki rolü incelenmiştir.

İkinci bölümde oyun eylemi hakkında bilgi aktarımı sağlanmış ve oyuna yönelik farklı tanımlamalara yer verilmiştir. Oyun, konusu gereği birçok farklı disiplinin çalışma alanına girebileceğinden yapılan tanımlamalar da çalışılan alanlar özelinde çeşitlenebilmektedir. Oyun eylemi ile alakalı gerçekleştirilen birçok çalışma bulunmakla birlikte Huizinga bu alanda gerçekleştirilen en popüler çalışmalardan birine sahiptir. Huizinga Homo Ludens yani oynayan insan kavramını literatüre kazandırmıştır. Oyun, süreç içerisinde farklı denemelerin yapılabildiği, kendiliğinden ortaya çıkan, hazzın eşlik ettiği, kendine has zamansal ve mekânsal sınırlamaları bulunan bir eylemdir. Oyunun yapılan tanımlardan da yola çıkarak dört ilkesi olduğunu söylemek mümkündür. Bunlar; özgürlük, geçicilik, belirsizlik ve kurallılıktır. Ardından bu bölümde çalışmanın amacı doğrultusunda incelenecek bir oyuncak olan bebeğe ulaşabilmek için oyun eylemi sırasında kullanılan araçlara, yani oyuncaklara temas edilmiştir. Oyuncak, doğası gereği oyun eylemi için önemli bir konumdur. Her oyunda bulunması zorunlu olmamakla birlikte bulunduğu oyunlarda oyun içerisinde belli dinamiklerin şekillenmesinde etkili olabilmektedir. Oyuncaklar hakkında literatürde yapılmış farklı sınıflandırmalar mevcuttur. Çalışmada bu sınıflandırmaların bazı örneklerine yer verilmiştir. Oyuncaklar sınıflandırılırken bazen oyuncanın hammaddesi, bazen çocukların yaş aralıkları, bazen ise oyuncanın teknolojisi baz alınmaktadır. Farklı pencerelerden bakmanın mümkün olduğu sınıflandırma sistemlerinde bir oyuncak birden fazla kategoride kendine yer bulabilmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde evren daraltılarak amaç doğrultusunda oyuncak bebekler hakkında bilgi verilmiştir. Hayatın hemen her alanında olduğu gibi oyun ve oyuncaklarda da toplumsal cinsiyetin etkileri hissedilmektedir. Oyuncaklar çeşitli sebeplerle erkek ya da kız çocuklar için ayrıştırılmıştır. Bu ayrışma cinsiyetçi bir yaklaşımın ürünüdür. Oyuncak bebekler tarih boyunca genelde kız çocukların oyun gereçleri olarak kullanılmıştır. Bu oyuncakların sahibi olan kızlar bebekleri aracılığıyla gelecekteki muhtemel rollerini prova etmektedirler. Ardından oyuncak bebeğin işlevleri ve tarihçesi aktarılmaya çalışılmıştır. Adak, eğlence, eğitim vb. birçok farklı alanda kullanılan oyuncak bebeklerin ilk örneklerine Mısır'da rastlanmıştır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde Barbie hakkında incelenen literatür bilgileri analiz edilmiştir. Popüler bir oyuncak olan Barbie bebek, tüketim kültürünün endüstriyel oyuncak sektörünü popülerleştirdiği 1950'lerin sonunda ortaya çıkmıştır. Tarih boyu kız çocukların en popüler oyun araçları olan bebekler ile oynanan oyunların kurgusunda Barbie'nin üretilmesi ile bir değişim meydana gelmiştir. Barbie, geleceğin kadınlarını toplumsal cinsiyet kalıplarının beklentileri doğrultusunda ev ve annelik ekseninde şekillendiren bebeklerin aksine yeri yalnızca ev olmayan bir kadını temsil etmiş ancak bu sefer de kadınlığı başka cinsiyetçi kalıplar dahilinde şekillendirmiştir. Bebek, artan talep doğrultusunda büyük bir tüketim nesnesine dönüşmüştür. Barbie, tüketildikçe üretilmiş ve yenilenmiş, yenilenip değiştikçe de tüketimi artmıştır. Gücünün büyük bir kısmını günceli yakalamasından almıştır. Barbie ile birlikte oyun senaryolarının değiştiği ve küçük kızların rol ve beklentileri annelerinden farklı olan bağımsız ancak tüketim odaklı bireyler olmaya yönlendirildiği görülmüştür. Ardından sonuç bölümünde ulaşılan sonuçlar özetlenmiştir.

Yapılan çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan “doküman analizi” kullanılmıştır. “Doküman analizi araştırma konusuyla ilgili raporların, kitapların, arşiv dosyalarının, video ve ses kayıtlarının, fotoğrafların vb. belgelerin sistematik bir şekilde analiz edilmesi şeklinde karakterizedir” (Karataş, 2015). Değerlendirme yapabilmek amacıyla Barbie bebek ile alakalı bazı İngilizce kitaplar ve Türkiye’de yazılmış tezler incelenmiştir. Çalışmada gerçekleştirilen inceleme sürecinde toplumsal cinsiyet kalıpları temel alınmış olup ayrıca konuya disiplinler arası bir bakışla yaklaşılmıştır.

Çalışmada Barbie bebeğin süreç içerisindeki değişimine ve bebeğin temsil ettiklerine odaklanılmıştır. Temel olarak bebek ile alakalı bilgilere ulaşabilmek için Korbeck, Peers ve Gerber’in kitaplarından yararlanılmıştır. Yararlanılan kitaplar incelenen kaynaklarda en fazla atıf alan çalışmalar içerisinde yer almaktadır.

Barbie ile alakalı Türkiye’de yazılmış tezler incelenmiş fakat konunun yurt dışında ülkemizde olduğundan daha fazla çalışıldığı görülmüştür. Olabildiğince fazla yabancı kaynak taranmaya çalışılsa da çalışmanın iskeletini oluşturmak için faydalanılan temel kaynaklar ilgili literatürde en çok başvurulan kaynaklar arasından seçilmiştir.

BÖLÜM 1

1.1.Toplumsal Cinsiyet

Toplumsal cinsiyet kavramı, her ne kadar cinsiyet kavramı ile aynı manaya gelmiyor olsa da bu iki kavramın birbiriyle ilişkisiz olduğunu söylemek de imkansızdır (Bingöl, 2014). Fizyolojik bir özelliğimize atıfta bulunan ‘cinsiyet’ kavramının bizlere herhangi bir rol ve sorumluluk yüklemek gibi bir misyonu bulunmamaktadır. Bizleri, dolayısıyla cinsiyetimizi belli başlı kalıplara sokan roller, sosyal yapı tarafından belirlenmektedir (Onur Sezer ve Bilge, 2023). Simone de Beauvoir’ın “kadın doğulmaz, kadın olunur” şeklindeki ifadesi bütün meseleyi net bir şekilde özetlemektedir (Butler, 1998). Kişiyi belli kalıplara sokan bu sosyal yapı neticesinde toplumsal cinsiyet bireylerin belli bir cinsiyetten olduğu verisine ve bu veri ışığında da toplumsal yaşantıda kişilere atfedilen konuma ve beklentilere işaret etmektedir (Vatandaş, 2007).

Toplumsal cinsiyet kavramını daha net anlayabilmek için önce bu kavramı oluşturan yapıların kök anlamlarına bakmak doğru olacaktır. Cinsiyet, TDK’ye göre “Bireye, üreme işinde ayrı bir rol veren ve erkekle dişiye ayırt ettiren yaratılış özelliği; eşey, cinslik, seks” olarak tanımlanmaktadır. Toplum yine TDK’ye göre “Aynı toprak parçası üzerinde bir arada yaşayan ve temel çıkarlarını sağlamak için iş birliği yapan insanların tümü; cemiyet”, toplumsal ise TDK’de “toplumla ilgili, topluma ilişkin; içtimai, maşeri, sosyal” anlamına gelmektedir. Biri ‘kültür’ün diğeri ‘doğa’nın alanına referans veren bu iki terimin bir araya gelerek oluşturduğu ‘toplumsal cinsiyet’ kavramı kültürel alanın doğal alanı kontrol altına alma, baskılama, sınırlarını belirleme ve hiyerarşiler kurma eğilimine işaret etmektedir. Aslında temelde biyolojik, hormonal ya da duygusal özelliklerin dışında herhangi bir fark yaratmayan cinsiyet kavramına içinde yaşanan toplumca dayatılan bazı rol ve sorumluluklar yüklenmektedir (Serpen ve Kara, 2023). Bu roller bireylerin, grupların ve toplumların inanç ve değerlerine bağlı oluşmaktadır (Blackstone, 2003).

Cinsiyet kavramı, bireylere daha yaşamlarının başında kategorik bir anlam yüklemektedir (Vatandaş, 2007). Aslında kadına ve erkeğe yüklenen bu anlamlar cinsiyetlerinden hem bağımsızdır hem de değil. Çünkü toplumsal cinsiyet, kişinin cinsiyet kimliği ile tanımlanır ve öğrenilmiş cinsiyet rollerini ifade eder. Kadın olmak ya da erkek olmak... Bu bakış açısı bir noktada kişilerin gerçek özlerini yansıtan kimliklerinin değil de cinsiyetlerinin görülmesine ve belirli kalıplarla tanımlanmalarına yol açmaktadır (Şahyar Akdemir, Tüfekçioğlu ve Karlıdağ, 2023). Bunun sonucunda da daha yolun başından itibaren oynanması gereken oyunlardan giyilmesi gereken renklere, seçilmesi beklenen mesleklerden konuşulması gereken kelimelere kadar birçok kalıp doğrultusunda birey belli sınırların içine hapsedilir. Uygun olan ve olmayan ayrımı henüz yaşamlarının çok başında erkek ve kız çocuklar için belli kalıplara göre hazırlanmıştır ve kullanıma sunulmuştur (Dökmen, 2004).

1.1.1. Kadın, Erkek Roller ve Toplumsal Cinsiyet

İnsanlık tarihi boyunca kadın ve erkekler yaşamlarını idame ettirebilmek için farklı dönemlerde içerik ve yoğunlukları değişse de iş bölümü yapmak durumunda kalmıştır. (Altun, 2019). Birey, kendine yüklenen toplumsal cinsiyet rollerini yerine getirmek amacı ile bir parçası olduğu toplumla sürekli bir etkileşim halindedir. Farklı zamanlarda farklı roller yüklenebilen kadın bazen iş kadını bazen eş bazen anne rolüne girebilmekteyken erkek de iş adamı, koca ya da baba rolüne sahip olabilmektedir (Ataman, 2022; Çopur, 2008). Bu görev paylaşımı kadınları dezavantajlı bir duruma düşürebilmektedir. Örneğin toplumun kadınlardan beklediği belli başlı ekonomik ve sosyal roller bulunmaktadır. Kadın için üçlü bir rol kombinasyonundan bahsetmek mümkündür. İlk olarak ev hayatında sorumluluklarını yerine getirecek, daha sonra üretip yaşama katkı sağlayacak, üçüncü olarak da ev ve işyerindeki rolleriyle aynı zamanda yürütmesi gereken sosyal roller üstlenecektir (WHO, 1998). Kadın çalışma yaşamına girmiş olsa da ondan beklenen toplumsal cinsiyet rolleri değişmemiş, aile içi sorumluluklar da eşit bir şekilde paylaşılmamıştır (Çopur, 2018). Bu noktada kadınların kariyer belirginlikleri eşlerinin bazı özellikleriyle ilişkili, erkeklerin kariyer belirginliği ise partner özellikleriyle ilişkisizdir (Moya, Exposite ve Ruiz, 2000). Erkeklerle özellikle ev içerisinde yüklenen rollere bakıldığı vakit kadınlara yüklenen rollere nazaran daha hafif dayatmalara maruz kalabildiklerini söylemek mümkündür. Bununla birlikte

erkekler sosyal yaşamda da baş etmesi gereken nispeten daha az problemle karşılaşmaktadır. Bu durumun temel sebebini araştırırken genel olarak küresel ölçekte hakim olan ataerkil sisteme vurgu yapmak yanlış olmayacaktır. Toplumsal cinsiyet bakış açısının temelini oluşturduğu bu yapıda hayatını idame ettirmeye çalışan bireyler zaman zaman cinsiyete dayalı ayrımcılığa ve dezavantajlı uygulamalara maruz kalabilmektedir.

Bahsedilen bu kadın erkek eşitsizliği hakkında atılmış belki de en büyük adımlardan biri İnsan Hakları Evrensel Bildirisi (1948)'dir. Asıl amacı yalnızca kadın erkek eşitsizliğini yıkmak olmasa da konuya yönelik vurgusu önemlidir. Genelde maddelerde kadın ve erkek vurgusu yerine “herkes” ve “hiç kimse” vurgusu göze çarpmaktadır. Bu kapsayıcı söylem kadın ve erkeğin yanında farklı cinsel yönelimleri, etnik grupları vb. toplumda ayrımcılığa maruz kalabilecek tüm azınlığı bir bütün halinde ele alıp farkları yok saymaktadır. Örneğin madde 1 tüm insanların özgür, onur ve haklar bakımından eşit doğduğuna vurgu yapar. Madde 2 ise “Herkes ırk, renk, cinsiyet, dil, din, siyasal ya da başka türden kanaat, ulusal ya da toplumsal köken, mülkiyet, doğuş veya başka türden statü gibi herhangi bir ayrım gözetilmeksizin bu bildirgede belirtilen bütün hak ve özgürlüklere sahiptir.” der. Bu eşitlik ve özgürlük vurgusu tüm bildiride hakimdir.

Her ne kadar son yüzyılda artan bir eşitlik ve adalet vurgusu dikkatleri çekse de maalesef bu eşitlikten uzak düzenin mimarları da yine insanlardır. Kadın ve erkeğin toplum içinde sahip olduğu farklı statüler, toplumsal ve kültürel olarak belirlenir; insanlarca şekillendirilir ve yaratılışın bu durum üstündeki etkisi yok denebilecek kadar azdır. Neredeyse tüm alanlarda kadınların erkeklere nazaran daha düşük bir seviyede algılanmasının temel belirleyicisi toplumsal cinsiyet kalıplarıdır. Erkeklere nazaran kadınların denetim sahibi oldukları kaynaklar sınırlı, çalışma saatleri daha uzun ve sahip oldukları haklar daha azdır. Tüm bunlara rağmen kadınlar eşit işe daha az ücret ile çalıştırılmaktadırlar. Sistematik olarak hem toplum hem karşı cins tarafından şiddetin farklı türlerine maruz kalan kadın; toplumsal, ekonomik ve siyasal karar alım sürecinde de oldukça pasif bir rol üstlenmektedir (Bhasin, 2015).

Toplumda özellikle kadın ve erkekten beklenen belli başlı davranış kalıpları bulunmaktadır. Genel manada kadın cinsiyet rolleri baskın (feminen) olanların hoşgörü sahibi, sakin, uzlaşmacı bir tavır sergileyen, duygusal yönü baskın, namuslu, sevecen, hassas, merhametli, tatlı dilli; erkek cinsiyet rolleri baskın (maskülen) bireylerin ise dışadönük, sorumluluk sahibi, güçlü, dayanıklı, korkusuz, girişken vb. olması beklenmektedir (Altın, 2014; İmamoğlu, 2008). Bu kalıp yargılar sebebiyle kadınlık, zayıflık olarak algılanabilmekte; sosyal, ekonomik ve politik alanlarda ayrımcılığa maruz kalan ve ötekileştirilen cinsiyet olabilmektedir. “Kadınlar kaprisli ve güvenilmezdir. Bunun temel nedeni kontrol edilemeyen hormonal değişimlerinin duygusal patlamalara neden olmasıdır” vb. ifadeler gibi olumsuz kalıp yargıların oluşturulması cinsiyet ayrımı (sexism) yani kadınların erkeklerden daha düşük statülü olduğu inancı ile sonuçlanabilmektedir. (Altın, 2014; Lindsey, 2010).

Eğitim alanındaki cinsiyet uçurumu kapanırken, istihdam, ücret, bakım, güç ve emeklilik alanlarındaki cinsiyet uçurumları devam etmektedir. Hâlâ çok sayıda insan cinsiyetçi nefret söylemi yoluyla ve toplumsal cinsiyete dayalı şiddete ve toplumsal cinsiyet klişelerine karşı eylemleri engelleyerek toplumsal cinsiyet eşitliği ilkesini ihlal etmektedir (COM, 2011). Bir ülkenin eksiksiz ve tam anlamıyla kalkınması, tüm dünyada hakim refahın sağlanması için kadınlar ve erkeklerin eşit şartlar altında her alanda azami katkıda bulunmaları gerekmektedir. Bunun yanı sıra kadınların özellikle aile huzuru ve devamlılığı için yaptıkları katkılar henüz tam manası ile anlaşılmamaktadır (CEDAW, 1979).

Özetle kadınların ve erkeklerin hayatlarının tümünü nasıl idame ettirecekleri büyük oranda toplum tarafından belirlenmiştir. Hal böyle iken hem erkek hem kadın için oldukça fazla olumsuz durum oluşmuştur. Kadınlara sosyal yaşamda erkeğin gerisinde bir rol yüklenirken erkeklerin ise üstlerine çoğu zaman altından kalkamayacakları kadar fazla psikolojik baskı yüklenmiştir. Bu kalıplar aile, medya, okul, oyuncak, vb. birçok faktör tarafından da çoğu zaman bilinçli bir şekilde beslenmiş ve hatta arttırılmıştır. Beyaz, heteroseksüel, erkek, ekonomik olarak güçlü, yaygın bir dine inanma vb. kalıplar oluşmuş, bu kalıpların dışında kalanlar ise ötekileştirilmiş ve diğerlerine göre daha çok çaba harcamak zorunda bırakılmıştır.

1.1.2. Hegemonik Erkeklik

Connell (2005), toplumsal cinsiyet eşitsizliği konusunun küresel ölçekte ilk kez gündem konusu olmasının kadınlar tarafından gerçekleştirildiğini çünkü aslında bu eşitsizliğin büyük oranda kadınlara karşı işlediğini vurgulamaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliği tartışmalarında sorunlar geniş çapta kadınların meselesi olarak görülmekte ve erkekleri pek ilgilendirmemektedir.

Ataerkil sistemde ortaya konan toplumsal cinsiyet rolleri genellikle kadınların aleyhine işlemektedir. Kadınlar genellikle toplumsal yaşamda ikinci plana sürüklenmektedir (Özkantar, 2019). Bunun yanı sıra ataerkil yapının oluşumu, devamı ya da şekil değiştirmesi de hegemonik erkekliğin bir boyutudur. Ataerkil bir toplumda cinsiyetlere atfedilen anlamların değişimi ise yalnızca toplumun sisteminde yaşanacak değişim ile gerçekleşebilir (Erol ve Toplu, 2022).

Hegemonik erkeklik, bir iktidar konumudur. Bu durum kişilerin öteki diye adlandırabileceklerinin akıbetini tayin etme ve görüş belirtme gibi konularda kendini hak sahibi olarak görmesine yol açmaktadır. Kişilerin elindeki gücü kültürel pratikler belirlemekte ve devam ettirmektedir (Özbaş Anbarlı, 2019).

Sosyal yapıda hegemonik erkekliğin uygulayıcıları toplumda ‘sahip olanlar’ ya da ‘seçkinler’ dir (Erol ve Toplu, 2022). Sert, dayanıklı, başarılı, maskülen ve kadınsı görünen her türlü özellikten sakınan “erkek” içinde bulunduğu tüm çevrelerde (aile, iş, okul vb.) öteki olarak adlandırabildiklerine karşı şiddet ve erki kendine doğuştan verilmiş bir hak olarak görmektedir (Oktan, 2008). Bu bireyler hegemonik erkekliği ve ellerinde bulundurdıkları iktidarı devam ettirebilmek amacı ile sahip oldukları gücü gerek direkt olarak gerekse dolaylı bir şekilde kullanmakta bir sakınca görmezler (Erol ve Toplu, 2022). Erkeklerin hegemonik erkeklik anlayışının değişmesi halinde kaybedecekleri şeylerin çok olduğu düşünülünce ataerkil düzeni devam ettirme çabaları da sürekli devam etmektedir (Connel, 2005).

İnşa edilen bu yeni erkeklik tanımı önceki yaklaşımlarla aynı kodlara sahip olmasa da hegemonikleşebilen bütün erkeklikler, erkeklerin kadınlara göre daha üst bir konumda yer aldığının vurgulandığı cinsiyet rejimleri ve düzenleriyle paralel şekilde işlemektedir (Özbay, 2013).

Toplumsal cinsiyet kalıpları her kültürde aynı olmamakla beraber evrensel boyutta ortak kabul gören bazı erkek-kadın özellik, rol ve görevleri bulunmaktadır (Şakar ve Baştürk, 2020). Hegemonik tasvir, içinde bulunulan duruma, coğrafyaya ve kültüre göre değişiklik gösterebilir. Bu kavram içinde erilliği ve dişiliği bulundurur. Erkek güçlü, sert, duygusuz olmalı gibi eril tasvirlerin yanı sıra kadın nazik, kırılgan, itaatkar, pasif olmalı gibi dişil tasvirler göze çarpmaktadır (Laskar, 2021). Belirtilen anlatıların da vurguladığı gibi, hegemonik erkeklik, erkeğe toplumca dayatılan roller üstünden varlığını sürdürmektedir (Özkantar, 2019). Mesela erkek yalnızca kendi başınayken veya yeterince güven duyduğu bir başkasıyla beraberken gözyaşı akıtabilirken, kadın sık sık kendisini diğer bir erkeğin desteğine-korumasına ihtiyaç duyan bir vaziyette bulur (Köten ve Akdemir, 2021). Ya da kadınlar hane içerisindeki işlerde aktifken erkekler ise daha çok kamusal alanda varlık gösteren olarak tasvir edilir (Özbaş Anbarlı, 2019).

Dünyanın pek çok farklı noktasında, erkekleri üstün (din, biyoloji, kültürel gelenek veya örgütsel misyon) kabul eden ideolojiler vardır. Bu fikirleri modası geçmiş olarak görmek bir hatadır. Aktif olarak modernize edilebilir ve yenilenebilirler (Connel, 2005). Kadın ve erkeğin varlık gösterdiği her alanda etkisini hissettirebilecek olan bu ideolojiler toplumda kutuplaşmayı da arttırmaktadır. Bu ayrışmanın geldiği son noktada artık ayrım yalnızca kadın ve erkeklerin rol ve görevleri ile sınırlanmamış erkekler arasında da bir hiyerarşik düzen oluşmuştur.

Hegemonik erkeklik aynı zamanda erkekler üzerinde de bir baskı mekanizması oluşturabilmektedir. Kadınları “öteki” olarak etiketleyip kendisinden aşağıda bir konuma yerleştirebilen bu durum “kendisi” gibi olmayan erkekleri de tıpkı diğer kadınlara yaptığı gibi ötekileştirebilmektedir.

Erkek olmak, beyaz olmak, heteroseksüel olmak, yaygın bir dini inanca sahip olmak, fazla maaş almak ve daha bunun gibi uzatabileceğimiz, erkekleri toplumda daha üst bir mevkiye yerleştiren ve toplumsal konumlandırmada avantaj sağlayan özellikler erkekleri de altından kalkması güç senaryoların ve bakışların odağına alabilmektedir. Ağlamak gibi insani bir duygu bile kırılabilirlik ve zayıflık olarak karşılanıp kişileri alay konusu edebilmektedir. Eşi ile eşit bir ilişki kuran ve karar alma sürecinde ortaklaşa davranan erkek eş, hemcinsleri tarafından “kılıbık” olarak etiketlenmektedir. Erkeklik kimi zaman kazanılan maaş, eve sokulan para ile ölçülebilmektedir. Homoseksüel erkekler yeterince erkek olmadığı, noksan bir erkek profili çizdiği konusunda eleştirilere maruz kalabilmektedir. Sayfalarca sürdürülebilecek bu ve bunun gibi örnekler içinde yaşadığımız dünyada erkekleri de tıpkı kadınları etkilediği gibi olumsuz etkileyip dezavantajlı bir konuma sürükleyebilmektedir.

1.2. Toplumsal Cinsiyet Tutumlarını Etkileyen Kurumlar

Toplumsal cinsiyet kalıp yargıları sonucunda kendilerine çeşitli görev ve roller dayatılan insanlar, içinde yaşadıkları toplumsal hayatın kurallarına göre şekil almak durumunda kalırlar. Bu kalıp yargılar kültürel birikimin bir yansıması olarak iki cinsiyetin de yaşam stillerinde, hayata bakışlarında önemli bir paya sahiptir (Hareket ve Dündar, 2023). Bireyin dünya görüşünde de çok önemli bir etkisi bulunan toplumsal cinsiyet yargılarının, aynı zamanda tarihsel süreçte önemli bir yeri bulunmasının yanında aile, din, hukuk, medya, eğitim sistemi vb. birçok faktör tarafından da beslenmektedir (Tezcan, 2022). Neredeyse tüm sosyal çevreleri tarafından kadın ve erkeğe yüklenen sorumluluklar ile iki taraf da kendilerini altından kalkılması güç durumların merkezinde bulabilmektedir.

Toplumsal cinsiyet yargılarının olumsuz etkileri hakkında neredeyse dünyanın her yerinde birçok örneğe rastlamak mümkündür fakat bireyler ve toplum üstündeki etkisinin şiddeti ve belirtileri toplumlarda değişkenlik gösterebilmektedir (Bingöl, 2014). Eğitim düzeyinin yükselmesi, çağdaş bir dünya görüşü doğrultusunda insanların toplumsal cinsiyet rollerini esnetmesinde etkili olmaktadır. (Yılmaz ve diğerleri, 2009). Eğitim düzeyine paralel olarak farkındalık düzeyinin de arttığı varsayılacakla birlikte günümüzde halen toplumsal beklentiler kadınların ve erkeklerin davranışlarını

şekillendirmeye devam etmektedir. Bu toplumsal cinsiyet beklentileri çağımızda kadın ve erkek arasındaki cinsiyet eşitsizliğinin sebeplerinin tam da odak noktasında yer almaktadır

İnsanlar tarih boyunca tartıştığımız toplumsal cinsiyet rollerinin hem üreticisi hem de aktarıcısı olarak bu ataerkil düzenin devamlılığında büyük bir paya sahip olmuşlardır. Aile, eğitim sistemleri, inanılan din ya da medya zaman zaman büyük bir propagandanın aracıları olarak bu rollerin meşrulaştırılmasında bazen bilinçli bazen de bilinçsiz şekilde rol oynamıştır. Birçok dinde kadının konumu erkek ekseninde belirlenmiş, aile yapıları buna göre oluşmuştur. Kültürün aktarılması sürecinde tüm bu alanlar dahilinde belirli kalıplar da nesilden nesle aktarılmış ve devam ettirilmiştir.

1.2.1. Yazılı ve Görsel Medya ve Toplumsal Cinsiyet

Günümüzde medya insanlar üzerinde etki derecesi bakımından en güçlü propaganda araçlarından biridir. Kişilerin medyanın etkisinde çok fazla olduğu bir toplumsal yapıda en fazla kabul görmüş değerlerin belirleyicisi ve aktarıcısı konumunda ise yine medya vardır (Mora, 2008). Medya, uzun zamandır kabul edilen, 'sosyal olarak kabul edilebilir' var olma veya ilişki kurma biçimlerini temsil etme gücü de dahil olmak üzere birçok nedenden dolayı önemlidir (Carter ve Steiner, 2004). TÜİK yayınlamış olduğu çalışmada internete erişimi olan hane oranını %95,5 internet kullanan bireylerin oranını ise %87,1 olarak açıklamıştır (TÜİK, 2023). Yine TRT Haber'in yayınladığı üzere Türkiye'de 2020 ölçümlerine göre, günlük kişi başı ortalama 4 saat 33 dakika televizyon izlendiği tespit edilmiştir (TRT Haber, 2021). Tüm bu veriler ışığında medyanın hayatımızdaki konumunun öneminin yadsınamaz gerçekliği dikkat çekmektedir.

Daha önce de değinildiği üzere her iki cinsiyet üzerinde de kalıplar oluşturan toplumsal cinsiyet rolleri sadece kadınları değil erkekleri de etkilemekte; bu roller tarafından vurgulanan kalıplar her iki cins için de sorunlar oluşturmaktadır. Özellikle de en kolay erişim sağlanabilen medya hakkında yapılacak çözümlemeler toplumsal cinsiyet kaynaklı problemlere çözüm bulabilmek için kilit bir noktada işlev görmektedir (Deniz Doğan, 2020). Çünkü yapılmış çalışmalarda medya sektörünün toplumsal cinsiyet temelli eşitsizliğin güçlendirilmesine yönelik negatif bir rolünün bulunduğu

söylenebilir. Medyada yoğun temsiliyetleri bulunan cinsiyet rolleri toplumca belirlenmiş kültürel kodlar üzerine inşa edilmiştir (Çelebi, 2022). Örneğin kadın kimliğinin “güçsüz, yardıma muhtaç vb.” sunulması bilinçaltı düzeyde toplumsal cinsiyet kodlarına dair düşüncelerin medya tarafından tekrar üretilmesinin dolaylı bir etkisidir. Böylece kadın arzu eden, mağdur, maktul vb. kendisine atfedilmiş zayıf ve ikincilik haliyle yansıtılmaktadır (Altun, 2007).

Reklam ve tanıtım kavramları karşımıza bir bütün olarak çıkmaktadır. Bu süreçte tanıtım için birçok faktörden yararlanılmaktadır. Bu faktörlerden bir tanesi de toplumsal cinsiyet rolleridir. Hem kadının hem erkeğin reklamlarda cinsel kimlikleri üzerinden temsil edilmesi ve ilgi görmesi onları bu oluşumun ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Özellikle kadın vücudu reklam sektöründe fazlaca kullanılmaktadır (Özdemir, 2020). Bunun yanı sıra dizi ve filmlerde de toplumsal cinsiyet kodları belli bir düzen ile yerleştirilmiş ve izleyici kitleye sunulmuş hatta hala sunulmaktadır (Şakrak, 2020). Bugün hala çekilen birçok dizi ve filmin odak noktası fakir, güzel fakat yardıma muhtaç sakar kızların koruyucu rolündeki zengin, yakışıklı güçlü, iktidar sahibi erkekler olarak belirlenmektedir. Maalesef rating oranları da toplumda genelde tercih edilen dizilerin de konu olarak bu minvalde ilerleyen yapımlar olduğunu göstermektedir.

Hem dünyada hem de ülkemizde medya alanı birçok alanda olduğu gibi cinsiyete dayalı eşitsizliklerin fazlaca yaşandığı bir konumdadır. Hem bilgilendirici hem manipüle edici işlevi bulunan medya iktidar sahipleri tarafından oldukça yoğun şekilde kullanılmıştır (Büker, 2008). Tüm bu olumsuz faktörlerin yanında unutulmamalıdır ki medya aracılığıyla, özellikle de sosyal medya aracılığı ile bir kimlik inşası süreci işlemektedir (Çalışır ve Çakıcı, 2015). Bir zamanlar sesini duyurmak isteyen kadınlar dönemlerinin popüler kitle iletişim araçlarına (gazete, dergi vb.) ihtiyaç duymaktaydı (Büker, 2008). Fakat bugün gelişen ve değişen teknoloji ile medya sektörü de evrimleşti ve artık dileyen herkes kullanmış olduğu akıllı telefonlar aracılığı ile kendi medyası üzerinden sesini duyurma imkanına sahip oldu. Artık arzularını ve değişim taleplerini dile getirmek isteyenlerin insaflarına kaldığı iktidar sahiplerine muhtaçlıkları geçmişe nazaran oldukça azaldı. Geleneksel medyanın gücünü hiçbir zaman yadsımamakla

beraber sosyal medyanın da kadınlar için istedikleri zaman online olabilme avantajı sağladığını unutmamak gerekir (Kaya, 2018). Medya faktörü nasıl ki cinsiyet rollerinin inşasında kullanılabiliyor ise demek ki bu kalıpların yıkılmasında da kullanılabılır.

Görsel medyanın yanı sıra yazılı medyada da durum aynı şekildedir. Gazetelerde çıkan spor haberlerinin çok büyük bir bölümünde erkek sporculara yer verildiği, kadın sporculara ayrılan kısacık bölümlerde de onların annelik, ev hanımlığı gibi rollerine vurgular yapıldığı görülmektedir (Arslan ve Koca, 2006). Gazete haberlerin yanı sıra yine güçlü bir yazılı medya aracı olan masallarda da durum çok farklı değildir. Masallarda küçüklerin bilinçaltılarında cinsiyetçi rol ve karakterler oluşmasına sebep olabilecek oldukça fazla temsiliyet bulmak mümkündür. Halk geleneğinden beslenen bu tür toplumun kültürel kodlarını özünde barındırır. Ortaya çıktıkları kültürden bağımsız düşünülemezler. Bu sebeptendir ki ataerkil dünya içerisinde masallarda da erkek egemen anlayışa rastlamak mümkündür (Batgi, 2019). Yardıma muhtaç, prensin öpücüğünü ya da kurtuluşunu bekleyen prensesler daha küçüklükten kadın cinsiyetini zayıf ve aciz, erkekten bağımsız düşünülemeyen bir kalıpta sunmaktadır.

Edebiyat, bir toplumun maddi ve manevi değerlerine ayna tutabilmektedir. Bir edebi tür olan roman kaleme alındığı dönemle alakalı tarihi ve sosyal dinamikleri bünyesinde barındırmaktadır (Şeker, 2007). Gündelik yaşamda ortaya çıkan değişimler (sosyal, siyasi ya da ekonomik), edebiyata da yansımaktadır. Ülkemizde de Tanzimat dönemi ile baş gösteren ve ardından Cumhuriyet dönemi ile perçinlenen yenileşme ve çağdaşlaşma hareketleri bünyesinde kadının rolü ile alakalı pek çok tasavvura rastlamak mümkündür. Bu süreçte değişen kadının konumu ile alakalı fikir sahibi olabilmek için edebi metinlerden yararlanılabilir (Küçüksayacıgil ve Küçükşen, 2021). Örneğin Tanzimat dönemi romanında kadın konusu genelde yasak aşk, evlilik, görücü usulü tanışma, cariyelik, iffet ve benzeri çerçevesinde işlenmektedir. Ahmet Mithat Efendi tarafından kaleme alınan Felatun Bey ile Rakım Efendi adlı romanda para ile satın alınmış bir köle olan “Canan” tipi ön plandadır. Bir köle olarak karşımıza çıkan Canan, köle olmasına rağmen diksiyon, konuşma, dil eğitimi almış ideal bir kadın olarak sunulmaktadır. Yine aynı dönemlerden Sami Paşazade Sezai’nin kaleme aldığı Sergüzeşt isimli eserde “Dilber” karakteri para ile satın alınan bir cariyedir. Bu kadın karakterler ideal bir

kadın şeklinde tanıtılmaktadır. Halit Ziya Uşaklıgil'in yazmış olduğu ve daha sonradan televizyona da uyarlanan *Aşk-ı Memnu* adlı eserde özgürlüğüne düşkün, bağımsız kadınlar toplumsal değerlere ters kabul edilmektedir. Bu kadınlar (Bihter, Firdevs Hanım) aldatan kadınlarken muhafazakar kadınlar (Nihal, Matmazel) ideal bir profil olarak sunulmuştur. Ayrıca ev içerisinde konumlandırılan kadınlar saf, temiz, iffetli, fedakar ve erkeklere itaat eden kadınlar olarak tanıtılırken, kamusal alandaki kadınlar düşkün, ahlaksız ve iffetsiz olarak nitelendirilmektedir (Demir, 2021).

1.2.2. Din ve Toplumsal Cinsiyet

Kadının konumu çağlar boyu erkek ekseninde şekillendirilmiş, kadınlar en fazla da ataerkil yapıya sahip toplumlarda mağduriyet yaşayan taraf olarak öne çıkmıştır. (Gürgen, 2018). İnsan hayatının bireysel ya da toplumsal hemen her alanında izlerini derinden hissettiren din olgusunun da bu kalıpların oluşmasında payı bulunmaktadır. Din; takınılan tavırdan sanata, ekonomiden ahlaka ve hukuka birçok alanda etkisini derinden hissettirmektedir. Bu noktada hayatın her alanına sızmış din kavramının toplumsal cinsiyetin oluşmasındaki rolü yadsınamaz (Gürhan, 2010). Dinin bu işlevi yalnızca sıkı sıkıya dini ritüellere bağlı ailelerde değil bilgi boyutunda da olsa dinle bir irtibatı bulunan ailelerde de kendini hissettirebilmektedir (Turan ve Bilgin, 2020). Evlenilebilecek kişiden yenilebilecek yemeklere, giyilebilecek kıyafetlerden girilebilecek ortamlara kadar birçok yargı din aracılığıyla belirlenip sınırlandırılabilir. Örneğin ataerkil bir kültür olan Yahudiliğin kutsal kitabı Tevrat'ın kıssalarına bakıldığında (Yaratılış vb.) bakirelik, adet, evlilik ve boşanma gibi konularla ilgili akla vicdana sığmayacak pek çok hüküm vardır (Yazıcı, 2020). Kadına boşanma hakkı sunulmamış, dul kadın ve adet gören kadın pis kabul edilmiştir. Ya da bir Japon inanış şekli olan Konfüçyüsçülük, kadının erkeğe boyun eğmesi gerektiğini savunmuş, erkek çocuk bırakmadan ya da evlenmeden ölen kadının bu durumunu büyük bir günah olarak kabul etmiştir (Yeter, 2015). Hristiyanlık ile alakalı kutsal metinlere bakıldığında kadın yine genelde ikincil konumdadır. Vasıfları çoğu kez kötülük ve günahıdır (Kurt Fidan, 2022). İslamiyet'te de benzer cinsiyetçi bir yaklaşımdan söz edilebilir. Kadınlar miras olarak erkek kardeşlerinin yarısı paya sahiptirler. Bir erkek birden fazla evlilik yapabilirken bir kadın tek eşli olmak zorundadır (Adaçay, 2018).

Bunlar ve benzeri birçok örneğe hemen her dinde rastlamak mümkündür. Çünkü bu konu hakkında çalışma yapan uzmanların birçoğu kadınların, dinlerin bakış açısında erkeklerin gerisinde varlıklar olarak kabul edildiklerini aktarırlar. Birçok ayrımcılığa maruz kalan kadının durumu dini metinler ve anlatılarla birlikte temellendirilmektedir (Karakaya, 2018). Bazı dini normlar ve gelenekler kadınların toplumdaki rolünü ikincilleştirmek için kullanılabilmektedir (Klingorová ve Havlíček, 2015). Fakat yapılan bazı çalışmalar günümüzde toplumsal cinsiyetin üzerindeki din etkisinin azalma eğiliminde olduğunu göstermektedir (Voicu, 2009). Unutulmamalıdır ki varoluşundan bu yana inanma ihtiyacı duyan insanın yaşamı üzerinde etkisi geçmişe nazaran kırılmış görülse de din hala en temel ve güçlü şekillendiricilerden biridir.

1.2.3. Aile/Kültür ve Toplumsal Cinsiyet

Aile, bireylerin ilk öğrenmelerinin gerçekleştiği, ileride olacakları insanlara dönüşme yolunda kişiliklerinin yapılandığı ilk alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle de ataerkil yapı dahilinde dünyanın birçok noktasında heteroseksüel yapı ile biçimlenen evliliklerin gerçekleşmesi ile şekillenen bu yapı aracılığıyla toplumsal cinsiyet rolleri de öğretilmektedir (Çakır, 2022). Kültürün büyük bir yansıtıcısı olan atasözlerinde bu durum net bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. Kadın daha çok aile içinde yani özel alanda, anne kimliği ile öne çıkmaktadır. Erkek, yani baba ise evin reisidir. Kadınlar bekarken babasının, evlendiğinde ise kocasının korumasına girmektedirler (Ersöz, 2010). Hem kadınların hem erkeklerin rolleri bu geleneksel ailelerde bellidir. Nasıl “kadın” olunacağı ya da “adam” olunca ne gibi sorumluluklar üstlenildiği aile büyükleri tarafından yeni nesle aktarılmaktadır (Murataj, 2020). Aile ile başlayıp çevre ile pekiştirilen bu etkileşimin bir sonucu olarak toplumsal cinsiyete dair kalıp yargıların değişmesi de güçtür. Bireylerin ailede başladığı öğrenme süreci arkadaş ve akraba iletişimi ile de kalıplaşıp değişmesi daha da güç bir hal almaktadır (Buran, 2023).

Tarih boyu dönemsel koşullara bağlı olarak aile içi dinamiklerde değişimler gözlenmektedir. İnsanların temel uğraşlarının avcılık ve toplayıcılık olduğu dönemlerden bugüne kadar geçen zamana bakıldığında ailenin biçimi, aile içi roller vb. sürekli değişmiş, yeniden yapılanıp üretilmiştir (Akkaya, 2022). Ancak tarihsel süreçte bu değişimin her zaman ileriye dönük ve kadınlar lehinde olmadığı görülmektedir.

Kadınlar her zaman aile ekonomisine katkıda bulunmuş olsalar da bu katkı kayıt dışı olduğu için göz ardı edilmiş ve yok varsayılmıştır. Modern zamanlarda bilhassa sanayi devriminden sonra Batı’da işçi sınıfının oluşmasıyla birlikte kadınlar iş hayatına katılmış, süreç içerisinde bazı hak ve kazanımlar elde etmiş ve bu süreçte değişimlerin temelini atılmasında etkili olmuştur.

İnsanlar arasında en göze çarpan farklılık kadın, ya da erkek olmaları gibi görünmektedir (Şimga, 2018). Temelde yalnızca erkek ve kadın olarak kategorize edilen bireyler atanmış cinsiyetlerinin yanında bir de toplumsal cinsiyet şablonuna göre ayrı bir sınıflamaya tabii tutulmaktadırlar. Bu cinsiyet ayrımının, temelinde biyolojik farklılıklar ile ilgili negatif inançların yıllar boyunca pekiştirilmesi yatmaktadır (Lindsey, 2010). Bu pekiştirme hayatın her noktasında yapılmaktayken aile özellikle önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin cinsiyetleri ile iş ve aileleri arasındaki bağlantı nedir? Bu sorunun cevabı hiçbir şekilde cinsiyet rolleri, iş rolleri gibi basit değildir ve aile rolleri evrilmektedir. Bu soruyu ele almak için aile yaşamındaki faktörlerin iş alanındaki kararlar üzerindeki etkisini ve bunların cinsiyet ve toplumsal cinsiyetle olan bağlantılarını incelemek gerekmektedir. Erkekler bu noktada aile rollerini kadınlara nazaran daha az iş rollerini ise daha fazla önemsemektedirler (Powel ve Greenhaus, 2010). Tüm bunların yanı sıra babalarının eğitim düzeyi yükseldikçe kadınların psikolojik iyi oluşları anlamlı bir şekilde yükselmektedir. Eğitim düzeyi yükselen kadının ise psikolojik iyi oluşu düşmektedir (Haymana, 2019). Yani sadece kendi başına bilinçli olmak iyi oluş için yeterli değildir. Artan farkındalık eğer çevre, özellikle de aile tarafından da aynı şekilde desteklenmez ise yaşam kalitesinde belirgin değişimlere sebep olmaktadır. Kendi farkındalıkları yüksek ancak bilinçsiz bir çevreye mensup olan ve yardım kaynakları düşük erkek ya da kadınlar yarının toplumunu inşa etme sürecinde yorgun düşüp potansiyellerinin çok altında bir yaşam sürebilmektedir. Ayrıca eğitim ve meslek alanlarındaki cinsiyet farklılıkları üzerinde başarı beklentileri de oldukça etkilidir. (Eccles, 1986). Kendine güvenini kaybetmiş, hayattan beklentisi zayıf bireyler kısır döngü içerisinde belki yılgınlıkla belki de farkında bile olmadan kendilerini kısıp alan sistemi besleyip devam ettirebilmektedirler.

Toplumsal cinsiyet, genellikle atanmış cinsiyet ile uyumlu olduğu varsayılarak, kadınlık ve erkeklikle ilişkilendirilen toplumsal ve kültürel cinsiyet normlarını ifade etmek için kullanılır (Kavramlar Sözlüğü, 2019). Bireylere atanan ve oldukça katı olan toplumsal cinsiyet rolleri bireysel seçimleri engelleyebilir ve her iki tarafın da potansiyelini kısıtlayabilir (Europeia, 2012). Bu atanmış kalıplar özellikle de kültür ile yakından bağlantılıdır. Çünkü en genel tanımı ile toplumsal cinsiyet sosyo-kültürel özelliklerce belirlenir. Belirlenen bu roller ise kültürel olarak üretilir fakat biyolojik cinsiyete yüklenen, bedenlere işlenen kültürel kodlardır (Bayrakdar, 2018). Her toplumun - etrafında- varlığını sürdürdüğü kültürel kodları vardır. Kültür, toplumların tarihsel zaman içerisinde elde ettikleri birikimlerin hepsini bünyesinde barındırmaktadır (Şahin, 2019). Toplumsal cinsiyet kalıpları da diğer kültürel birikimlerle beraber kuşaklara aktarılmaktadır.

Aileler bu noktada bazı önlemler ile cinsiyet eşitsizliği inşasının önüne geçmek için adım atabilirler. Örneğin kardeşlerin cinsiyetlerine ve yaşlarına göre karşılıklı sorumluluklar belirlemek eşitlikçi aile yapısı temelinde anne ve babanın sorumluluklarından sayılabilir. Böyle bir ailede büyüyen çocukların toplumsal cinsiyet rollerini de eşitlik temelinde öğrenmeleri daha olasıdır (Erzeybek, 2015). Aile görüldüğü üzere kilit bir noktada bulunmaktadır. Kadın istihdamında da istihdam sürecinde sunulan ürün kalitesinde de önemli bir rol oynamaktadır (Dedeoğlu, 2000). Tüm bu verilerden de yola çıkarak cinsiyet eşitliğine olan duyarlılığı arttırmak için aile eğitimleri düzenlenmesi ya da okul öncesinden başlayarak programlarda daha duyarlı etkinliklere yer verilmesi önerilebilir (Yağan Güder ve Gülen Yıldız, 2016).

1.2.4. Eğitim ve Toplumsal Cinsiyet

Eğitim, kültürün nesilden nesle aktarılmasına aracılık eden bir organizasyon süreci olarak tanımlanabilir (Başerer Berber, 2021). Bireylerin en temel haklarından biri eğitim hakkıdır. Eğitim diğer hakların da öğrenilmesi ve kullanılması için de bir temel sağlar. Az gelişmiş ve gelişmekte olan toplumlarda bu hakkın kullanılmasında kız çocukları maalesef erkeklere oranla daha dezavantajlı konumdadır (Özaydınlık, 2014). Eşitsizliklerin temelindeki faktör yoksulluktur. Ataerkil bakış açısı, kadınlar arasındaki düşük okuma yazma oranları, çocuk gelinler, kız çocuğa bakış vb. birçok faktör bu

eşitsizliği besleyen ve devamını sağlayan sebeplere örnek gösterilebilir. Kadınlar arasında okuma yazma oranlarının arttırılması meselesi halen güncelliğini korumaktadır (Başerer Berber, 2021). Aynı zamanda ailenin sınıfsal konumu da eşitsizliğinin nedenlerinden biridir. Sınıfsal yoksulluk konusundan maalesef kız çocukları erkek çocuklara nazaran daha fazla etkilenmektedir (Sayılan, 2012).

Bununla birlikte eğitim almış kadınların kendi kız çocuklarını da eğitim alması yönünde destekleyecekleri düşünülmektedir. Kadınlar arasındaki okuma yazma oranını arttırmak için farklı projeler ve yoksul kesimlerdeki için burs imkânları sağlanarak bu problemin önüne geçilmeye çalışılabilir (Başerer Berber, 2021).

Ders kitapları, toplumsal hayatın ve kimliklerin inşa sürecinde kilit bir rol oynamaktadır. Bu kitaplarda toplumsal cinsiyet ayrımcılığını yansıtan birçok örnek görmek mümkündür (Sayılan, 2012). Helvacıoğlu, 1996'da yapmış olduğu çalışmada incelemiş olduğu ders kitaplarında yıllar içerisinde artan bir kadın erkek eşitsizliğinin baş gösterdiğine değinmiştir. Metinlerde kız çocuklar genelde hane içi işlerde aktifken erkek çocuklar kamusal alanda daha fazla görünürlüğe sahiptir. Mesleki anlamda kadınlar öğretmenlik gibi birkaç alanın dışında görünürlüğe sahip değildir (Helvacıoğlu, 1996). Bu çalışmadan 25 yıl sonra yine benzer bir çalışmada benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Dündar, 2021'deki çalışmasında Sosyal Bilgiler kitaplarını toplumsal cinsiyet bakış açısıyla incelemiştir. Erkeklerin kamusal alanda kadınlardan daha fazla temsil edildiği, kadınların genelde özel alanda resmedildiği ve meslekler açısından toplumsal cinsiyet kalıp yargıları doğrultusunda hareket edildiğini saptamıştır (Dündar, 2021). Bu araştırmaların da gösterdiği gibi toplumsal cinsiyet kalıpları bağlamında mesele sadece eğitime erişim hakkı konusundaki eşitsizlikten ibaret değildir. Toplumsal sistemin devamlılığını sağlamak gibi bir misyonu olan eğitim sistemi de ataerkil yapının şekillendirdiği toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını besleyecek şekilde yapılandırılmaktadır.

BÖLÜM 2

2.1. Oyun Nedir?

Çalışmanın bu bölümü oyunun toplumsal cinsiyet rollerinin bireysel bazda benimsenmesi, toplumsal bazda ise sürdürülebilirliğinin sağlanmasında etkili bir faaliyet olduğu ön kabulü ile tasarlanmıştır. Bu anlayış doğrultusunda oyuna farklı alanlardan farklı bakışlar sunulmuş, ilkeleri, nitelikleri ve oyunun cinsiyet ile ilişkisi irdelenmiştir.

Oyun aktiviteleri, küçüklere etraflarını kuşatan gizemli dünyada henüz tam manasıyla anlamlandıramadıkları yetişkinleri anlayıp tanıma olanağı sunar. Çocukları etkin kılar. Oyun aynı zamanda kültür, yaş, cinsiyet, sosyoekonomik düzey gibi birçok faktörden etkilenir (Pehlivan, 2005). İnsanlar dünyada en fazla oyun kapasitesine sahip olan canlılardır. Bebeklikten itibaren var olan bu kapasite hayat boyu devam eder. Birçok araştırmacı insanlık tarihi kadar eski olan oyun ile alakalı çalışmalar yapmıştır. Oyun, aynı zamanda çeşitli bilim dalları için de ilgi çekici bir hareket noktası olmuştur (Poyraz, 2011).

Çocukların bilişsel gelişimi üzerinde derinlemesine çalışmaları bulunan Piaget'e göre oyun, bir uyumdur (Uskan ve Bozkuş, 2019). Zekayı da çevreye uyum sağlama kapasitesinin bir göstergesi olarak gören Piaget, oyunun da bu uyum sürecindeki etkisini yadsımamaktadır. Türk Dil Kurumu'nun oyun tanımlarından birinde de yine Piaget'i destekleyen açıklamalar dikkat çekmektedir. TDK oyunu, *“Yetenek ve zeka geliştirici, belli kuralları olan, iyi vakit geçirmeye yarayan eğlence, bazice”* olarak tanımlamaktadır (TDK, 2023). Freud'a göre ise oyun çocuk tarafından iç güdü ve duyguların farkında olmadan yansıtıldığı bir deneyimdir. Oyun içindeki çocuk iç güdülerini doğrultusunda kişiliğini olduğu gibi yansıtır. Dolayısıyla oyunun çocuğun duygusal dünyasının bir yansıması olduğu iddia edilebilir (Duruoğlu, Erişim: 2023, Ankara Üniversitesi Açık Ders Malzemeleri). Kuramını oluştururken bilinç, ön bilinç ve bilinçdışı süreçlerinin üstünde oldukça fazla duran Freud bilinçdışını tanımlarken bireyin farkında olmadığı, yüzleşmekten kaçtığı fakat kişiliği üstünde oldukça yoğun bir

etkisi olan duygu ve düşüncelerin birleşiminden bahseder. Ön bilinci ise, kişinin belirli bir zaman ve yerde ayırt edemediği, bilincinde olamadığı, özel bir çaba ile bilinç düzeyine getirilebileceği düşünceler olarak ifade etmektedir (Topses ve Bulut Serin, 2018). Her davranışın bir nedeni olduğunu vurgulayan Freud yine oyunu da bu bakış açısıyla ele alıp şans eseri oluşmadığını, farkında olunan ya da olunmayan duyguları yansıttığını ifade etmektedir (Koçyiğit, Tuğluk ve Kök, 2007). Bu düşüncelerden yola çıkarak Freud'un oyuna bilinç düzeyinde bakmasının yanı sıra bilinçdışı düzeyde de meydana gelebilecek bir etkinlik olarak gördüğü yorumu yapılabilir.

Başka bir kişilik kuramcısı olan Erikson da yine meslektaşı Freud ile benzer şekilde oyunu kişilik gelişiminin bir aracı olarak kabul etmektedir. Freud'dan ayrıldığı nokta ise oyunu kültürel açıdan da incelemiş olmasıdır. Ona göre oyun çocuğun biyolojik ve sosyal ihtiyaçlarının bütünleşmesine ve gelişimsel dönemlerin sağlıklı geçirilmesine aracılık eder (Karabacak, 2021). Yine Erikson gibi kültür vurgusunu sık sık yapan başka bir bilim insanı olan Vygotsky de çocuğun gelişiminde oyunu harika bir ortam olarak görmüş, çok büyük bir etkisi olduğunu vurgulamıştır (Vygotsky, 1978). Ayrıca oyuna her zaman sembolik bir etkinlik olarak yaklaşmış, çocukların ait oldukları kültürlerin malzemelerini kullanırken oyunu bir araç olarak benimsediklerini ifade etmiştir (Nicolopoulou, 2004).

Bazı oyun kuramcılarının tanımlarına bakıldığında: Herbert Spencer'in oyunu fazla enerjinin harcanması olarak ifade ettiği görülmektedir. Türlerin hayatta kalmak için ihtiyaçları olmayan enerjilerine "fazla enerji" ya da "artık enerji" denir. Oyun da bu artık enerjinin dışa atım şekillerinden biridir. Bu sayede gerginlik azalmış olur. Ayrıca Spencer'a göre sağlıklı olan çocuklar sağlıklı akranlarına göre daha fazla oyun oynamaktadır. Haeckel ise "biyogenetik yasa" doğrultusunda çocuk oyunlarının önceki nesillerden kalma faaliyetlerin uzantısı olduğunu söylemiştir. Stanley Hall, hem bireyin hem toplumun evrimini oyunla ilişkilendirmiştir. Ona göre birey hayatı boyunca türünün önceden geçirdiği gelişme seyrinin aynısını geçirecektir. Oyun ise bunun en açık belirtisidir. Bu bakış açısıyla Hall "Biz atalarımızın eylemlerini prova ederiz." demiştir. Karl Gross ise 20. yüzyıl başında ortaya attığı kuramında oyunu gerçek yaşama alışma egzersizi olarak tanımlamıştır. Ona göre oyun aracılığıyla birey, yaşamın

daha sonraki dönemlerinde izlenecek şeylerin provasını gerçekleştirir (Yavuzer, 2013; Tezcan, 1993).

Homo Ludens, yani oynayan insan kavramı, Homo Faber (alet yapan) ve Homo Sapiens (düşünen insan) kavramlarının karşısına üçüncü bir kavram olarak Huizinga tarafından çıkartılmıştır. Huizinga da oyunu tanımlarken onu kültürün bir alt kodu olarak değil de kültürden de önce var olan, ona eşlik eden, ona damgasını vuran bir gerçeklik olarak ele alır (And, 1974; akt. Tekerek, 2006 ve Huizinga 2006). Huizinga yaptığı tanımda “oyun, özgürce razı olunan, ama tamamen emredici kurallara uygun olarak belirli zaman ve mekân sınırları içinde gerçekleştirilen, bizatihi bir amaca sahip olan, bir gerilim ve sevinç duygusu ile ‘alışılmış hayat’tan ‘başka türlü olmak’ bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem veya faaliyettir” olarak ifade eder (Huizinga 2006, s. 50).

Huizinga (2006), oyun kavramından bahsederken belli başlı noktaların altını özellikle çizmiştir. O, oyunu bir görev olarak ele almaz. Oyun, gerek yetişkinler, gerekse çocuklar için ihmal edebilecekleri bir uğraştır. Oyun keyfidir. “Oyun serbesttir, oyun özgürlüktür.” Oyunlar, kişilere gerçek yaşamdan kaçıp kendine has özellikleri bulunan geçici bir dünyaya girme bahanesi sunar. Yani “gündelik” hayat değildir. Oyunun içerisindeki küçük bir çocuk bile “...mış gibi yaptığının” bilincinde olarak hareket eder. Oyun, yaşamın gündelik yapısından da hayatın içerisinde kapladığı zaman ve mekan ile ayrılır. Sınırlı ve yalıtılmış bir yapısı vardır. Bazı sınırlar dahilinde “sonuna kadar” devam eder. Kendine has bir akışa sahiptir. Fakat Huizinga mekânsal sınırlılığın zamansal sınırlılığa göre daha çarpıcı olduğunu vurgulamaktadır. Her oyunun, ister maddi ister hayali, ister zorunlu ister keyfi, belirlenmiş kendi sınırları vardır ve o sınırlar içerisinde gerçekleşir. Bu alanlarda mutlak ve kendine has bir düzen hakimdir. Mutlak bir düzeni gerektiren oyunda en ufak bir düzen ihlali oyunu bozar, değerine ve niteliğine zarar verir.

Oyun hakkındaki tanımlar farklı branşlardan farklı çalışmacıların söylemleri ile sayfalarca sürdürülebilir. Oyun ile ilgili açıklama yaparken unutulmamalıdır ki oyunlar özellikle çocukların bazen söyleyemedikleri sözleri bazen gerçekleştirmek istedikleri hayalleri yansıtır. Çocuklar oyun aracılığı ile tamamen kendilerine ait bir dünyanın

içerisinde var olurlar. Bu var oluş onların hem bugünleri hem de gelecekleri ile alakalı birçok ipucu barındırmaktadır.

Oyun kavramı hakkında yapılan tanımların kesiştiği nokta; oyunun çocukların şahsi keşif bölgeleri, çocukluğun gücü ve öğrenme aracı olduğudur. Bu ortak noktalardan yola çıkarak öğrenme ile oyun arasındaki bağlantı yetişkinler tarafından da göz ardı edilmemelidir (Tuğrul ve diğerleri, 2014). Çünkü çocukların boş zamanlarında oynadıkları oyunlar günümüzde eğitimde faydalanılan bir araç halini almıştır. Boş zamanlarını faydalı bir şekilde değerlendirmeleri beklenen çocuklar bu dönemlerde belli alanlarda beceriler kazanıp ilgilerini geliştirirler. Yeteneklerini keşfetme olanağı bulurlar. Yeteneklerini oyun vb. etkinlikler ile tanıyan küçükler ileride meslek seçimlerinde başarıyı yakalama yolunda büyük bir adım atmış olurlar (Tezcan, 1993).

Genelde yaşları küçük insan ve hayvanların bir uğraşı olarak kabul edilse de birçok türün yetişkininde de oyuna rastlanır (Bateson ve Martin, 2020). Bateson ve Martin, oyun kavramına açıklık getirmek için altı ölçüt belirlemiştir. Buna göre:

1. Oyun “eğlenceli” olmalı; birey için ödüllendirici yönü bulunmalıdır.
2. Oyuncu -bir noktaya kadar- ciddi davranışların olağan sonuçlarından korunur.
3. Oyun süreci bir yenilik üretimidir. Bu süreçte birey davranışlarının ve kişiliğinin zıttı bir sosyal ilişki biçimi oluşturabilir.
4. Oyun esnasında bireysel eylem veya düşünceler tekrar tekrar gerçekleştirilir. Ancak bu tekrar, öğrenilmiş çaresizlikten kaynaklanan bir döngü değildir. Dolayısıyla mahrumiyet koşullarında tutulan hayvanlarda görülen çember çizerek dönme gibi amaçsız davranışlara benzemez.
5. Oyun iyilik halinin bir göstergesidir. Davranışları meydana getiren koşullara karşı hassastır ve yalnızca oyuncu hastalık ve stresten arınırken ortaya çıkar.
6. “Oyunsever oyuna, bireyin kendiliğinden ve esnek bir şekilde davranmaya daha yatkın olduğu özel bir olumlu ruh hali eşlik eder.

Özdoğan (2000) ise oyun faaliyetinin içerik bakımından sahip olması gereken özellikleri şu şekilde özetlemiştir:

1. Kendiliğinden ortaya çıkan oyuna mutluluk ve rahatlık eşlik eder.
2. Kaslarda ve sinirde, duyu organlarında ve zihinsel düzeyde meydana gelir ve bu üç düzey beraber işlev görür.
3. Oyun sırasında yeni şeyler keşfedilir, denemeler yapılır, taklit gözlenebilir ve deneyimlerin tekrarlanması olasıdır.
4. Her oyunun kendine has bir zaman ve mekan sınırlaması bulunmaktadır.
5. Oyun çocukların sosyal yaşamları ile iç dünyalarının birleştirilmesinde rol oynar.
6. Oyun, düzenli gelişim aşamaları gösterir.

Bütün oyunların hedefe yönelik bir amacı bulunmaktadır. Amacın olmadığı bir yerde oyundan da söz etmek mümkün değildir. Amaç, ilk olarak katılımı daha sonra öne geçmeyi, en son ise kazanmayı içerir. Bu üçlü birbirinden farklı şeyler değildir. Aksine iç içe, birbirini tamamlayarak bir bütünün parçalarını oluşturan birimlerdir. Ayrıca oyunun amacına göre mekan ve zaman değişiklik gösterebilir. Oyunun sınırları kimi zaman keskin, kimi zaman ise olabildiğince uzatılabilecek özelliktedir. Sürenin belli bir noktada sona ermesi ya da uzaması amacın ne olduğuna bağlıdır. Genelde sınırları ve süreleri belirlenmiş oyunlarda mekanlar da bellidir (Nutku, 1998). Örneğin bir satranç oyununda süre sınırı yoktur. Gerekli araçlara sahipseniz mekânsal anlamda katı sınırlamalar da geçerli değildir.

1.2.5. Oyunun İlkeleri (Besyohber.Net, 2024)

Bu tanımlamalardan yola çıkarak oyunun –birbiriyle ilişkili- dört adet ilkesi olduğu ileri sürülebilir. Bunlar: özgürlük, belirsizlik, kurallılık ve geçiciliktir.

Özgürlük ilkesi: Bir oyuna dahil olmak tamamıyla şahısların tercihlerine bağlıdır. Oyun, içinde kuralları olan sınırsız bir özgürlük alanı sağlamaktadır. Ancak bu özgürlük içinde belirsizliği de barındırır.

Geçicilik İlkesi: Oyun, yaşam boyu tekrarlanan bir uğraş olmasının yanı sıra belli kurallar dahilinde yer ve zaman bakımından sınırlandırılmıştır.

Belirsizlik İlkesi: Her oyun geçici bir süreyi kapsasa da sonucu önceden kestirilemez ya da bilinemez.

Kurallılık İlkesi: Oyunun kurucu ilkesi kurallılıktır. Tüm oyunlar önceden belirlenmiş birtakım kurallara sahiptir ve bu kurallar dahilinde oynanır.

Oyun bir sosyalleşme aracı olmanın yanı sıra toplumsal ilişkileri yansıtan bir ayna işlevi de görmektedir. Bu nedenle oyunun kurallarının toplumsal kuralların yansıması olduğu düşünülebilir (Selvi Bener, 2013). Kurallı bir oyunda çocuğun önünde iki seçenek bulunmaktadır: kuralları çiğneyerek amacına ulaşmak ya da sonuçlara rıza göstermek. Özdoğan'ın iddiasına göre (2000) “kurallara uyan çocuk ben merkezci düşünce yapısından kurtulur ve sosyal hayatın gerektirdiği normlara uygun davranışlar sergilemeye başlar. Kendini kontrol etmeyi öğrenir”. Ancak öz kontrol çabası, çocukta sıklıkla iç çatışmaya neden olur ve bu durum kuralların çiğnenmesi ile sonuçlanabilir. Kuralları bozulan oyun çöker (And, 2012).

Bütün oyunların önceden belirlenmiş sınırları ve kuralları mevcuttur. İşlevi doğrultusunda koyulan bu genel kurallara “ana kurallar” denir. Ancak diğerleri her seferinde oyuncular tarafından yeniden yapılandırılır. Bu kurallar oyunun düzenine ve gelişimine katkı sağlarlar. Düzendeki oluşacak en ufak sapma oyunu bozabilir. İhlal edilen kurallar ile bozulan oyun dünyasından gerçek dünyaya dönüş gerçekleşir (AÇEVokulöncesi.org, 2024).

Bununla birlikte evcilik gibi bazı oyunlarda kurallar sık sık değiştirilebilir. Ancak kurallara uymak esastır. Uymayanlar cezalandırılır. Temel amacı kazanmak olmayan oyunlar, kurallar koyarak ne kadar uzatılırsa çocuklar o derece özgür olurlar. Fakat kural koymak kolay bir iş değildir. Oyuncunun benlik sınırını devreye sokması gerekir. Başka bir deyişle istekler sınırlandırılmalı, egosal arzular kontrol altında tutulmalıdır. Böylece diğer oyunculara karşı üstünlük ertelenebilir. Oyuncuların arasında dengeleri eşitleme gündeme gelir (AÇEVokulöncesi.org, 2024).

Oyun bölgesi, fiziksel uygunluk vb. birçok nokta oyun kuralları ile sınırlandırılmıştır. Bir nevi yasak bölge olarak ifade edilebilen bu yerlere giriş ve çıkışlar yine belli kurallarca denetlenir. Kendi düzenleri bulunur, kesindir, bozulmazdır ve bozulması oyun bozanlık olarak kabul edilip cezaya sebebiyet verir (And, 2012).

Kurallar farklı şekillerde çiğnenebilir. Bu kuralları çiğneyenler oyunbozan ve oyunda hile yapan olarak ikiye ayrılır. İlki kurallara karşı saygısızdır, diğeri kurallar dahilinde hareket ediyormuş gibi davranır, sözde saygılıdır; fark edilmedikçe oyunun büyüünün içindedir. Oyunun kurallarına saygı göstermeyen oyunun dışına itilir (And, 2012). Fakat oyuncular topluluğu hile yapmaı oyunbozana göre daha kolay affeder çünkü oyunbozan açık şekilde evrenlerine zarar vermektedir. Büyülü dünyalarını bozar, bir haindir ve uzaklaştırılması icap eder (Huizinga, 2006). Fakat iki durumda da unutulmamalıdır ki oyunun kurallarını ihlal edenler, cezasız kalmazlar. Sonuç olarak tüm kurallar oyunu uzatmaya yöneliktir. Güç dengelerini eşitleyerek sonucu hızlandıracak etkenlere sınır koyar.

Özetle ifade etmek gerekirse, oyun gündelik yaşamın dışında olduğunu hissettirir; özgürdür, kurmacadır; fakat tüm bu niteliklerine rağmen oyuncuyu tamamı ile içerisine çekme yeteneğine vakıftır. Maddi olarak bütün çıkarlardan arındırılmıştır. Özellikle zaman ve mekan yönünden sınırlandırılmış, belli kurallara sahip olan ve belirli bir düzen dahilinde gerçekleşen, ancak sonu belirsiz olan bir eylemdir (Huizinga, 2006).

2.1.2. Araçlar – (Oyun ve Oyuncak İlişkisi)

Doğası gereği sosyal bir varlık olan insanın en temel sosyalleşme araçlarından biri oyundur. Oyunun hem birey hem de toplum açısından birçok işlevi bulunmaktadır. Örneğin birey açısından; toplumun bir parçası olmayı, kuralları, hayatı öğretir, toplumun yapısını tanımada yol gösterir, eşyaları ve dünyayı tanımada etkilidir. Toplum açısından ise; iş bölümüne, düzene, dayanışmaya, toplumsallaşma ile beraber yeni üyeler kazandırıp toplumun sürekliliğine katkı sağlar (Vatandaş, 2020).

Oyun, çocuğun hayattaki en temel uğraşlarından biridir. Genelde çocuk ile özdeşleştirilir ve eğlencenin yanında kültürel, ekonomik, eğitsel vb. birçok değer taşır

(Özdemir ve Ramazan, 2012). Oyun sürecinde kullanılan her türlü nesne -ister sanayi ürünü ister el yapımı, gerek ağaç dalı gibi doğadan edinilen bir nesne gerekse topaç gibi insanların ürettiği bir eşya da olabilen- oyuncak olarak adlandırılır (Dervişoğlu, 2017; Selvi Bener 2013). Oyuncaklar oyun oynama işinin en temel aracıdır. Çocukları eğitir, öğretir ve onları eğlendirir. Üretildiği dönemden izler taşıyan ve çocukların kültürel gelişiminde önemli bir yeri olan oyuncaklar dönem özelliklerini gelecek kuşaklara taşıyan somut birer kanıttır. Döneminin sosyal, ekonomik, ahlaki vb. yapısına ışık tutarlar (Yusubova, 2022; Samancı ve Çetintaş, 2018).



Şekil 1. Domuz şeklinde pişmiş toprak çingırak. Helenistik Döneme ait ve Kıbrıs'tan geldiği söyleniyor. MÖ 3.-2. yüzyıllara tarihleniyor. (The Met Fifth Avenue in Gallery 171, 2023).

Oyuncak, çağının en geniş manada tanığıdır. Geçmişle bağlantıları olsa da ya da temel işlevleri aynı kalsa da çocuklar ve çocukluk anlayışı değiştiğinden oyuncaklar da değişmektedir. Oyuncaklar, çocukların kendi güçlerini fark etmelerine ve yetişkinin dünyasına uyum sağlamalarına yardım ederler (Onur, 2010).

Oyun aracılığıyla kendi hayal dünyalarını zenginleştiren çocukların bu uğurda en büyük destekçileri oyuncaklardır. İlk başta çocukları eğlendirip oyalayan nesneler gibi görünseler de aslında onların hayal güçlerini geliştiren; dış dünyayı ve kendilerini daha iyi tanımalarına olanak veren; zihinsel, psikososyal ve bedensel gelişmelerine katkı sağlayan önemli araçlardır (Dervişoğlu, 2017). Bireysel oynamaya imkan tanıyabildiği gibi kolektif oyunlara da hizmet edebilir ve sosyal açıdan da önemli faydalar

sağlayabilirler.

Tabii ki bütün oyunlarda oyuncak yoktur. Yalnızca söz ya da davranışlar ile oynanan oyunlar da bulunmaktadır ama oyunların birçoğunda oyuncak vardır ve her yeni oyuncak yeni oluşacak oyunların yardımcısı ve üreticisi konumundadır. Bu sebeple de oyun ve oyuncak arasındaki bağ kopmaz bir hal almıştır (Vatandaş, 2020). Oyuncak, oyun için oldukça belirleyici bir konumda yer alıp oyunun iç dinamiklerini şekillendirmede etkili olabilmektedir. Bazen güç dengelerini eşitleyip oyuna heyecan katmakta, bazen sonucu ertelemekte, bazen de sahibine statü kazandırabilmektedir. Bir evcilik oyunundan yola çıkacak olursak genelde oyun içi rol dağıtımı oyuncak bebeğin sahibi tarafından gerçekleştirilir. Bu rol dağıtımı sırasında oyun ve oyuncakla direkt teması kuracak en güçlü ve belirleyici rolü -ki genelde bu rol anne rolüdür- oyuncak sahibinin kendisi alabilmektedir. Yani başka bir deyişle oyuncak sahibine oyunda kendiliğinden bir statü kazandırabilmektedir.

Oyuncakların bazen oynayanları oyuncaksız oynanabilen oyunlara nazaran daha fazla bireyselliğe itebildiğini söylemek mümkündür. Bunun en temel sebebi kullanılan oyuncakların ikinci ya da üçüncü kişilerin yerine geçebilmesidir. Bu da bir nevi bireyselliğe teşvik sayılabilir.

Çocuklar oyuncaklarını seçerken bilinçsiz ve rastgele bir süreç doğrultusunda karar vermezler. Vermiş oldukları bu kararı etkileyen birden fazla değişken söz konusudur. Bunların belki de en önemlileri anne babanın yaklaşımı ve toplumsal cinsiyet kalıplarıdır. Güder ve Albay (2016) yapmış oldukları çalışmada 3-6 yaş arası çocukların oyuncak tercihlerine toplumsal cinsiyetin etkisi penceresinden yaklaşmışlardır. Bu doğrultuda oyuncak tercihlerinde erkek ve kız çocukları arasında cinsiyete dayalı belirgin bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu farklılığın temelini toplumsal cinsiyet algısına dayandırıldığı çalışmada yaşı da bu etkiyi arttırdığı ifade edilmiştir. Aile, akran, oyuncağın rengi, anne babanın arasındaki geleneksel rol dağılımı gibi faktörlerin tercihlerde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında erkeklerin kızlara göre daha kalıp yargısal davrandıkları keşfedilmiştir. Yine Martin, Eisenbud ve Rose (1995) yapmış oldukları çalışmada çocukların eğer bir oyuncağı seviyorlarsa, aynı

cinsiyetten çocukların da bu oyuncacı diğer cinsiyetten çocuklardan daha çok seveceğini varsaymışlardır. Çok çekici oyuncakların bile diğer cinsiyet için etiketlendiğinde çekiciliğinin bir kısmını kaybetmesine neden olduğunu vurgulamışlardır. Çiftçi ve Özgün ise, (2011) yapmış oldukları çalışmada erkeklerin oyunlarda daha çok hız, güç, dayanıklılık gerektiren; kızların ise bakım verme, etkili grup içi iletişim ya da ebeveyn rolü oynama gibi tercihlerde bulunduklarını ifade etmişlerdir. Anne babaların cinsiyet rolleri algısının oyuncak seçimine etkisinin araştırıldığı çalışmada oyuncak tercihlerinin genelde anne babaların cinsiyet rol algıları ile paralel gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır.

2.1.3. Oyuncakların Sınıflandırılması

20. yy. dan itibaren günlük yaşamdan etkilenilerek üretilen oyuncaklarda çeşitlilik göze çarpmaktadır. Yapılan çalışmalarda çeşitli oyuncak sınıflandırmalarına rastlamak mümkündür (Omatça, 2006). Örneğin Poyraz (1999) oyuncakları sınıflandırma yoluna giderken yaş aralıklarını baz almıştır. Ak (2006) ise sınıflandırmalara yenilerinin eklenebileceğini savunup çalışmasında bazı alternatif sınıflandırmalara yer vermiştir. Örneğin endüstriyel bir ürün olarak oyuncak sınıflandırmalarının yok denecek kadar az olduğuna değinmiş, oyuncanın teknolojisine göre şöyle sınıflandırılabilceğini savunmuştur:

Sistemsiz, Basit Oyuncaklar	Bebekler, legolar, top vb.
Mekanik Oyuncaklar	Bisiklet, kurmalı oyuncaklar vb.
Elektronik, Pili Oyuncaklar	Uzaktan kumandalı araba, yürüyen bebek vb.
Dijital Oyuncaklar	Tetris vb.
Kızıl Ötesi Destekli, Etkileşimli Oyuncaklar	'My Real Baby', 'Furby' vb.

Tablo 1. Teknolojisine göre oyuncak sınıflandırması
Kaynak: (Ak, 2006)

Yapılan bu sınıflandırma günümüz şartlarında incelendiğinde bazı açıklar ortaya

çıkılmaktadır. Örneğin bebekler basit\sistemsiz oyuncak kategorisinde ele alınmıştır fakat bebekler günümüzde pilli\elektronik çeşitleri de oldukça yaygın bir alanda kendine pazar bulmaktadır.

Kullanılan malzemelere göre de bir sınıflandırma yapan Ak, oyuncakları hammaddesi açısından 5 gruba ayırmıştır. Üreticinin tercihinin bağlı olarak oyuncakları hemen her kategoriye dahil etmek mümkündür. Malzemesine göre olabilecek sıralama önerisi şöyledir: (Ak, 2006)

Cam Oyuncaklar	Seramik Oyuncaklar	Ahşap Oyuncaklar	Metal Oyuncaklar	Plastik oyuncaklar
-------------------	-----------------------	---------------------	---------------------	-----------------------

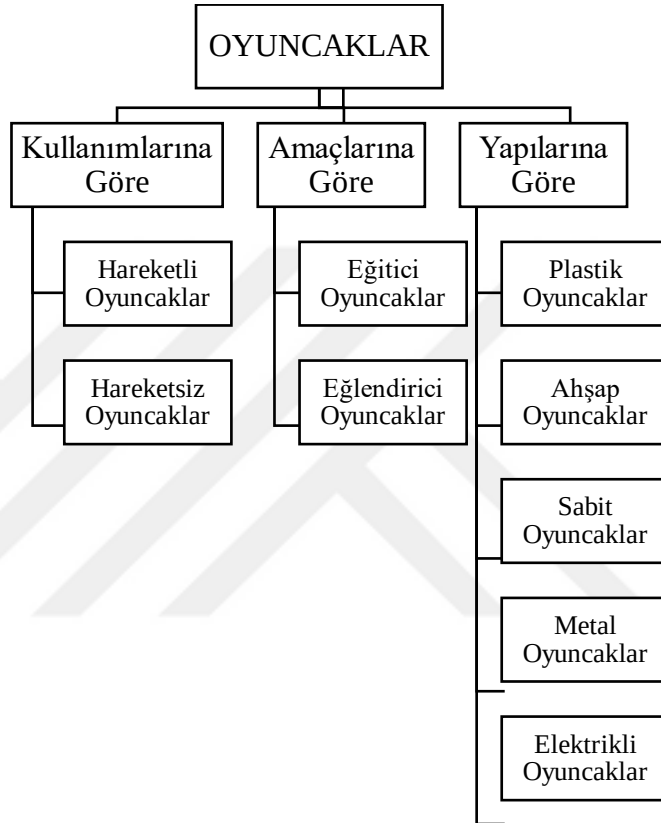
Tablo 2. Kullanılan Malzemelere Göre Oyuncak Sınıflandırması
Kaynak: (Ak, 2006)

Coillois yapmış olduğu sınıflamada bebekleri oluşturduğu 4 kategori içerisinde “taklit oyuncakları” kısmına dahil etmiştir. Daha önce de değinildiği üzere bebekler ile oynanan oyunlar genelde “miş” gibi anlayışına dayandığından bebeklerin dahil edildiği kategori yapılan sınıflandırma bazında anlamlı hale gelmektedir.

Savaş Oyuncakları	Ok ve kılıç...
Şans Oyuncakları	Zar, tombala...
Taklit Oyuncakları	Bebekler, maskeler...
Heyecan Oyuncakları	Salıncak, kızak...

Tablo 3. Roger Coillois'in Oyuncak Sınıflandırması
Kaynak: (Ergün, 1980)

Omatça ise (2006), çeşitlenen oyuncakları gruplandırmıştır. Bu sınıflandırmaya göre aynı oyuncak birden fazla alt başlıkta yer alabilmektedir. Örneğin bir oyuncak bebek, üreticinin tercihinin göre hem hareketli hem de hareketsiz oyuncaklar başlığında yer alabildiği gibi kullanım amacına göre hem eğitici hem de eğlendirici oyuncak sınıflandırmalarına dahil edilebilir. Bu gruplandırma şu şekilde gerçekleştirilmiştir (akt. Sofuoğlu ve Özalp, 2019):



Tablo 4. Omatça'nın Oyuncak Sınıflandırması.
Kaynak: (Sofuoğlu ve Özalp, 2019)

İçke (2013), yapmış olduğu incelemeler doğrultusunda oyuncakların çeşitli şekillerde cinsiyetleri temsil edebildiğini ifade etmiştir. Bu temsiliyetleri şu şekilde tabloştırmıştır:

Cinsiyete Yönlendiren Oyuncaklar		Cinsiyeti Temsil Eden Oyuncaklar	
Erkek	Kadın	Erkek	Kadın
• Oyuncak arabalar vb. • Silahlar • Elektronik aletler	• Mutfak takımları • Makyaj kitleri • Oyuncak bebekler ve bebek evleri	• Aksiyon figürleri • Oyuncak askerler	• Yetişkin görünümlü bebekler

Tablo 5. İçke'nin Oyuncak Sınıflandırması
Kaynak: (İçke, 2013)

Yukarıda da görüldüğü üzere mesele oyuncak olunca birçok farklı türü olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Yukarıda bu sınıflandırmaların yalnızca birkaçına örnek verilmiştir. Biz gerçekleştirmeyi düşündüğümüz çalışma doğrultusunda evrenimizi daraltarak bütün bu oyuncakların içerisinde örneklem olarak oyuncak bebekleri seçip bu doğrultuda analiz edeceğiz. Bu sebeple çalışmanın devamında oyuncak bebekler ile alakalı bilgi verilip diğer oyuncaklar ve oyuncak gruplarının üstünde durulmayacaktır.

BÖLÜM 3

3.1. Oyuncak Bebek

Bebek: İnsan biçimindeki minyatür oyuncak (Selvi Bener, 2013)

İlk örnekleri kil vb. doğal malzemeler ile verilen oyuncak yapımında, uygarlıkların gelişmesi ile farklı materyaller kullanılmaya başlanmıştır (Keleş, 2023). Önceleri tahtadan yapılan oyuncak bebeklerin biçimlendirilmesinde sonradan hamura başvurulmuş ardından kağıt hamuru biçimlendirilmiş ve kil olarak hamurun yerini almıştır. 1800'lü yıllarda porselen gibi farklı malzemeler de bebek yapımında kullanılan materyallerin arasında kendine yer bulmuştur. (Yıldız ve Yılar, 2022). Yani bugün algıladığımız günümüz bebeklerinin tarihi 19.yy'a uzanmaktadır (Onur, 2010).

Tarihi insanoğlunun tarihi kadar eskiye dayanan oyuncakın ilk örneklerinin yapımında kullanılan malzemeler geçici nitelikte olup korunabilmiş olanların bile kendileri hakkında bilgi verme özellikleri kısıtlıdır (Niemann ve Onur, 1991; Keleş, 2023). Genelde organik malzemeler kullanılarak imal edilen oyuncakların ardında pek fazla veri bırakmadığı düşünülmektedir. Oyuncaklar ile ilgili bilgilerimiz genelde antik yazılı kaynaklara, vazo resimlerine, pişmiş oyuncaklara ya da kabartmalara dayanarak elde edilmiştir (Topaloğlu Uzunel, 2015). Başta tapınmak için yaratılan objeler zamanla çocukların oyuncaklarına esin kaynağı olmuştur. Önceleri üretiminde kil, kemik taş, boynuz vb. materyallerden ardından seramik, tahta, plastik, tekstil ve metalden yararlanılmıştır (Begiç, 2016).



Şekil 2. MÖ 350-325 yıllarına tarihlenen Attika usulü kil figür, elinde bir tür çan tutuyor. Louvre Müzesi, Paris. Görsel: Egisto Sani-Flickr (aktaran Bursalı, 2016; web)



Şekil 3. Eklemlili uzuvları olan kemik bebek. Helenistik Dönem. Tarih: MÖ 4. yüzyıl sonu veya 3.yüzyıl (McClees and Alexander, 1941)

İlk dönemler bebek yaparken en fazla kullanılan malzeme pişmiş topraktır. Bu bebeklerin üretildiği dönem ve kültürün heykel sanatını da yansıttığı düşünülmektedir. Bunun yanında bebekler kız çocuklarının en sevdiği oyuncaklardandır. Eski Yunan ve Roma’da özellikle eklemlili bebeklerin yanında birçok bebek türü öne çıkmaktadır. Fakir ailelerin çocuklarının atölye üretimi bebeklere sahip olamayacağı için birçoğu olasılıkla ev yapımı bebeklerle yetinme mecburiyetinde kalmıştır (Selvi Bener, 2013).

3.1.1. Oyuncak Bebeğin İşlevleri

Oyuncakların tarih boyunca olduğu gibi hem ülkemizde hem de dünyanın geri kalanında dinden sosyal rollerin öğrenilmesine, eğitimden eğlence aracı olmaya kadar birçok işleve sahip oldukları söylenebilir. Genelde kız çocukların oyun aracı olarak kabul gören bebekler cinsiyet kalıp yargılarından etkilenen önemli materyaller olarak kendilerine hemen her devirde yer bulmuştur.

Boehn (1972; aktaran Bilgin, 2010) “Dolls” adlı eserinde daha çocukların eline geçmeden binlerce yıl evvel bebeklerin mevcut olduğunu söylemiştir. Bebeklerin yetişkinler için sihirli ve mistik manaları bulunan bir geçmişi vardır. Bu bilgilerin yanında bebek yapımı Paleolitik ve Neolitik çağlara kadar dayanmaktadır. Fakat daha

önce de belirtildiği üzere bu örnekler genelde dayanıklı malzemelerden yapılmadığı için o dönemlerden günümüze ulaşan pek örnek bulunmamaktadır. Bu sebeple oyuncakların tarihini kanıtlara dayalı olarak çok eskilere götürmek mümkün olmayabilir. Oyuncak üretiminin bir sektör haline gelmesi sanayi devriminin de etkisi ile yakın zamanlarda gerçekleşmiş olsa da öncesinde bu üretim atölye ya da ev ortamında, genelde kadınlar tarafından gerçekleştirilen ve bu sebeple muazzam bir kültürel deneyim aktarımının olduğu, döneminin heykel, resim ve seramik sanatının pratik bilgi birikiminden de yararlanmış olabileceği düşünülmektedir.

Tarihi binlerce yıl öncesine dayanan yapma bebekler günümüzde genelde bir çocuk oyuncakıyken geçmişte çok farklı amaçlar için kullanılabilmekteydiler (Kıyak, 2019). Örneğin aynı bugün olduğu gibi antik dönemlerde de bebekler kız çocukların annelerini taklit etmek amacıyla kullandıkları araçlardan biriydi. Kızlar pişmiş topraktan elde edilmiş mutfak aletleri aracılığıyla masalar kurup annelerinin yaptıkları işleri taklit ederlerdi (Sevim ve Gönül, 2012).

Dünyanın farklı noktalarında oyuncak bebekler ile alakalı farklı prosedürler işlemekteydi. Örneğin Kızılderililer ritüellerde kullandıkları bebekleri işlem bittikten sonra oynamaları için çocuklarına vermiştir. Kültürlerine sıkı sıkıya bağlı Kore’de ise küçük kızlar kendi bebeklerini kendileri yapmıştır. Yüz yapmadıkları bebeklerine bazen bunun yerine beyaz pudra sürmüşlerdir (Bilgin, 1990). Japon oyuncak bebekleri, Japon toplumunda kültürel bir rol oynamış, tılsımlar, figürler, özenle hazırlanmış festivallerin ve tiyatronun parçaları, tıbbi çalışma araçları ve değerli sanat eserlerinin yanı sıra çocuk oyuncakları olarak kullanılmışlardır (Kapania, 2018).

Birçok işlevi bulunan oyuncak bebeklerin tarih boyu karşımıza çıkan işlevlerinden biri büyü ve tılsımdır. Oldukça farklı türleri de bulunan voodoo bebekleri Mısır ve Yunan gibi birçok toplumda büyü amacıyla kullanılmıştır (Köseki, 2022). Afrika’da fildişinden oyulma bebek örneklerine rastlanmıştır. Saçları türlü bitkilerden oluşan bu bebekler doktorluk yapan büyücülerce hastalara ya da çevrelerindekiyle dağıtılmış ve bir kuvvet verici olarak kabul edilmiştir. Eskimolar, kano ve kayıklarının devrilmesini önlemek için kemikten oydukları küçük bebekleri tılsım amacı ile kullanmıştır (Bilgin,

1990). Temelleri kabuğu soyulmuş söğüt değneklerine dayanan Japon bebeklerinin kağıttan elbiseleri, iplik ya da söğüt şeritlerinden yapılan saçları bulunup felaketlerden çocuklarını koruması amacıyla annelere verilmiştir (Bilgin, 1997). Ayrıca ülkemizde de günlük hayatta farklı ritüellerin aracılığıyla bebeklerin kullanımlarına başvurulmuştur. Örneğin; doğum geleneğinde (*çocuğu olmayan kadınların bezden yapılma bebeği sargı ile göbeğine bağlayıp kısırlıktan kurtulması (Eskişehir)*, *hamile kadınların çocuğu güzel olsun diye kucağına güzel yapma bebek alması*), yağmur duasında, kukla ve bebek yapımında (*geleneksel seyirlik oyunlarımız, kuklalar, koçak ya da kabak oyunu*), baston korkulukları (*tarlalarda vb. mahsulü korumak için dikilen korkuluk ...*), düğünlerde yapma bebekler (*gelin arabasının önünde çiçekle süsleyip koyma*), kardan adamlar (*eriyinceye kadar kullanılan yapma bebek kategorisinde sayılabilir*) ve daha birçok türü kullanılmaktadır (Bilgin, 2010).

Adak işlevi de gören bebekler bazen antik mezarlarda ölen çocuğun yanında bazen de çeşitli törenlerde simgesel olarak kullanılmıştır. Eski Yunan ve Roma medeniyetinde evlenme yaşı gelen kızlar sahip oldukları yapma bebekleri mabetlerde “Venüs” ya da “Diana”ya” takdis ettirirlerdi. Evlenmelerine çok az kalana kadar oyuncak bebekleri ile oynamaya devam eden bu kızlar bunları, Yunanlı ise “Artemis” Romalı ise “Diana” mabedine bırakırlardı. Bu sayede kızlar topluma çocukluğu geride bıraktıklarını ilan ederdi (Bilgin, 1990).

Genelde pişmiş toprakla yapılan, ailenin ekonomisine göre kaliteleri çeşitlenen oyuncaklar dükkan, konut ve asıl önemlisi çocukların mezarlarında bulunmuştur (Yaraş ve Yaraş, 2010). Yalnızca oyuncak olarak kullanılmayan, adak değeri de taşıyan küçük bebeklerin adak nesnesi mi oyuncak mı olduğu ayrımının birçok araştırmacı oynar eklemlerden yapılabileceğini savunmaktadır. Kullanışlı, hareketli bebeklerin çocukların oynamasına uygun olduğunu düşünmektedirler. Bebek, üstündeki delik sayesinde olasılıkla kutsal bir alan ya da ağaca asılmaktaydı. Bebeğin çıkarıldığı kazı bölgesi de önemli bir kriterdir. Örneğin mezarda bulunan bebekler oyuncak statüsünde değerlendirilirken tapınak ya da sunaklarda bulunanlar adak nesnesi olarak kabul edilebilmektedir (Yaraş ve Yaraş, 2010; Elderkin, 1930).

3.1.2. Oyuncak Bebeğin Tarihçesi

Oyuncak bebeğin ilk örneklerine İ.Ö. 2000'lerde Mısır'da rastlanmıştır. Ardından 6.yy'da Yunan daha sonra da Roma'da gelişim göstermiştir (Onur, 2010). Roma ve Yunan Dönemi'nde rastlanan örneklerde erkek figür tasvirleri de vardır (Sevim ve Gönül, 2012). En eski Yunan bebeği Truva kazılarında bulunmuştur. Yine Eski Roma'da paçavra bebeklere rastlanmaktadır. Bu antik dönemde karşılaşılan oyuncaklar hemen her bölgede birbiri ile benzerlik göstermektedir. Bu basit denebilecek fakat çağ düşünüldüğünde büyüleyici olan bebeklerin arkasından Ortaçağ'a gelindiğinde tahta bebekler ortaya çıkmıştır. Dönem şartları oyuncak için uygun görünmese de Avrupa'da oyuncak sanayisinin köklerinin Ortaçağ'a dayandığı tahmin edilmektedir. Bu dönemde köylü ve kentli kesim için panayır ve pazarlarda basit kil bebekler satılmıştır. Fransa'da 12.yy'dan itibaren bebek kız çocuklara tahta at ise erkek çocuklara verilmiştir. Fakat genelde ikisi de varlıklı ailelere mensup çocukların oyuncaklarıydılar (Onur, 2010).

Sanayi Devrimi oyuncak sanayisinde de oldukça köklü değişimlere yol açtı. Oyuncak yapımında Sanayi Devriminin öncesindeki ahşap, zanaat işçiliği ve kil kullanımının hakimiyeti sanayi devrimi ile beraber yerini metal ile tenekeye bıraktı (Akbulut, 2009). Bu devrim ile beraber Avrupa ülkelerinde porselen endüstrisi hızlı bir ilerleme yaşadı, kaliteli ve özel üretimler gerçekleştirilmeye başlandı. Bu ürünlerden biri de varlıklı ailelerin çocukları için üretilmiş olan porselen bebeklerdi (Aker Ensari, 2016). Oyuncak üretiminde zanaat işçiliğinin önemi de yine sanayi devrimi ile birlikte dereceli olarak azaldı (Akbulut, 2009).

Batı dünyasında düzenli bir sanayi üretimi olarak oyuncağa bakıldığı vakit ilk olarak Almanya (Nuremberg bölgesi) karşımıza çıkmaktadır. Kuzey Almanya'nın sık ormanları ve bölgenin uzun süreli dinsel figür yapma geleneği ülkenin fabrikasyon bebekte öncü olmasındaki etkenlerdendir. İngiltere'de ise 18.yy'da çocuğa olan bakışın değişmesi ile (önceleri çocuklar yetişkinlerin minyatürü olarak görülürdü) tahta bebekler gibi bazı oyuncaklar ortaya çıkmıştır. Bu bilgilere dönemin resimlerinden ve günlüklerinden ulaşılmaktadır. Büyük ihtimalle İngiliz yaratisı olduğu tahmin edilen kağıt bebeklerin kökleri 18.yy sonlarına kadar uzanmaktadır. Kağıt git gide daha fazla kullanılmaya başlanmış ve metal oyuncaklar ilk defa piyasaya sürülmüştür. Yoksul

aileler için evde kesilip oyulabilecek oyuncaklar -kağıt bebek- üretilmiştir (Onur, 2010; Onur, 2002).

19.yy başlarında ‘manken bebek’ ortaya çıktı. Bu bebeklerin sert, deriden gövdeleri, yetişkin bir kadına benzer simaları ve giysileri bulunmaktaydı. Bu bebekler 1820-1830’lu yıllardaki çocukluk anlayışı hakkında da bilgi vermektedir. Bir çocuk gibi değil de yetişkin gibi görünen bu bebeğin sahibi küçük kız ile arasında mesafe vardır. Aradaki ilişki ve temas bir annenin çocuğuna teması gibi değildir. Bu bebeklerin eğitsel işlevi de yine geçmiştekine benzer şekilde küçük kızları ‘kadın’ rolüne hazırlamaktır (Onur, 2002).

Jane Fredlund, 1973 yılında yayımlanmış olduğu “Biz Böyle Oynardık” adlı eserinde oyuncakın tarihini ele almıştır. Yazar burada 1860 ile Birinci Dünya Savaşı arası yılların oyuncak bebek için altın çağ sayılabileceğini dile getirmiştir. Bu tarihlerde bebek üretimi için farklı teknikler geliştirildiğinin de altını çizmiştir (Onur, 2002).

1870 yılına kadar Amerika’da kız çocukları pek azı çocuk görüntüsünde olan ciddi, yetişkin tipli bebeklerle oynamaktaydılar (Bilgin, 1990). Yürüyen bebek de ilk olarak 1862 yılında Amerika’da ortaya çıktı ve aynı sene İngiltere’de patent aldı. Bebeklerle oynamak için oyuncak bebek evleri de aynı hızla üretildi ve piyasada kendine yer buldu (Onur, 2010).

Bebekler dünyanın geri kalanında olduğu gibi Kanada’da da kızların en eski ve popüler oyun gereçleriydi. Quebec’li kız çocuklarının en az 4 çeşit bebekleri bulunmaktaydı. Bunlar; üstleri ve bedenleri kumaştan, içleri samanla doldurulmuş, elleri, ayakları ve başları ağaçtan, taştan, porselenden ya da kağıt hamurundan olabilen birçoğu eklemli bebeklerdi. Ancak bunun yanında Kanada’nın Fransız kesiminde hemen hemen hiç bebek yapılmadığı saptanmıştır. (Onur, 2002).

19.yy ortalarına kadar üretilen bebeklerde korunan bir yetişkin görünümü hakimdi. Bu hakimiyet 1880'lerde üretilen bebeklere “yuvalı eklem” ve “uyuyan göz” eklenmesiyle Sonnoberg oyuncak imalatçıları tarafından kırıldı. Farklı bir bebek prototipi üretilmeye başlandı. Daha sonra üretilen bu bebeklere “ses” eklendi ve bu bebeklere olan talep 19.yy sonlarında tüm dünyada oldukça artış gösterdi (Niemann, 1991).

1885 yılına gelindiğinde oyuncak sektöründe göz üretiminde cam ve emaye kullanılmaya başlandı ve beş sene sonra açılıp kapanan gözler geliştirildi. Birinci Dünya Savaşı'nın ardından bebek üretiminde selüloitin (Selüloit pamuk artıkları ile nitrik ve sülfirik asit karışımı bir maddedir. Kalıba dökülebilir ve boyanabilir.) ve porselenin yerini plastik aldı. Selüloitin maddesi Fransa'da kolay tutuştuğu için güvenlik maksadı ile yasaklanmış ve yerini plastik almış olsa da İkinci Dünya Savaşı sonuna kadar bebek yapımında yaygın olarak bu madde kullanıldı (Onur, 2010; Onur, 2002).

Birinci Dünya Savaşı'nın ardından Alman firmalar hala “porselen bebek” tekeli elinde tutarken hızla ve şaşırtıcı bir şekilde gelişen sanayinin de etkisiyle İngiliz firmalar da güç kazandı. İki savaş arası dönemde “maskot oyuncak” üretimine başlandı. Bu maskot oyuncakların en hatıra kalanı “Sunny Jim”dir. İngiltere'ye 1920'lerde gelen bu tuhaf paçavra bebeğin kökeni de Birleşik Devletler'e uzanmaktadır. Yine bu tarihlerde Kedi Felix, Miki Fare vb. birçok çizgi film karakterinin üç boyutlu oyuncakları üretilmiştir. Takip eden 1930'lu yıllarda ekonomik krizin de etkisiyle oyuncak bulmak zorlaştığından ebeveynlerin evde oyuncaklarda patlama yaşanmıştır (Onur, 2002).



Şekil 4. Sunny Jim, 1920'ler (Web: cerealoffers.com)

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra da bebek yapımında aşağı yukarı yalnızca plastik kullanıldı. Gerçeklik birçok oyuncakta egemen oldu (Onur, 2010). “Action Man” ve “Cindy” bebekler aslına tamamen gerçeğe uygun üretilip bu egemen gerçeklik anlayışını yansıtan güzel örneklerdir (Onur, 2002).

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından başlayan “plastik çağı” ile beraber kalıp makinelerinin de yardımıyla seri üretim arttı ve metal yerine plastik kullanımı ile maliyet de azaltıldı. Bu sayede daha önceleri tarih boyu zengin ve fakir ailelerin çocuklarının arasında baş gösteren oyuncak ayrımı azaldı ve aşağı yukarı tüm çocuklar benzer oyuncaklar satın alıp oynayabilmeye başladı (Onur, 2002; Onur, 1997).

Ülkemizdeki duruma bakıldığında vakit ise Cumhuriyet öncesi oyuncakçılık ile alakalı kesin yargılarda bulunmak zordur. Oyuncak sektörünün ilerleyişi için öncelikle kültürel hazır oluş önemlidir. Resmin günah kabul edildiği bir ortamda bebek imal etmek ne kadar mümkündür? (Onur, 2002). Dünya genelinde bebeğin tarihini çok eskilere dayandırmak mümkün olsa da ülkemizdeki geçmişinin oldukça yeni olması dini kısıtlamalarla ilişkilendirilmektedir. Kasaba ve şehirlerde “bebek” olarak anılan bu oyuncakça Anadolu'nun pek çok yöresinde “gelin” denmektedir. Bebeklerin birçok ilde farklı adlandırılmaları mevcuttur. Bebek yapımında kullanılan geleneksel materyaller/malzemeler arasında ahşap, mısır koçanı, bez ve tebeşir bulunmaktadır (Bilgin, 2010). Uzun süre ev yapımı bebeklerin kullanıldığı ülkemizde kumaş parçaları ve dallarla yapılan bebekler zamanla kızların en değerli oyuncakları haline gelmiştir (Bilgin, 1990).



Şekil 5. Bez Bebek (Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020)

1940'lar ve 50'lerde ülkemizde genelde oyuncaklar ağaçtan, bebekler ise bezden üretilmiştir. Türkiye'de seri olarak bebek imalatı ilk kez Recep Ersan tarafından 1942 yılında İkinci Dünya savaşının ortalarında gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Kalıplarla çoğaltılan saman gövdeli bebeklerin kol ve bacaklarında ağaç talaşı kullanılmış, giysileri rengarenk kumaşlarla hazırlanmıştır. Eritilen kartonların kalıba basılması ile elde edilen karton yüzler daha sonra boyanmıştır. Baş için kullanılan karton pres yerini

zamanla seramik tipi başlara sonra da tamamen plastiğe bırakmıştır (Onur, 2002).

Recep Ersan 1950'den itibaren 'Taş Bebek' yapımına başlamıştır. Bu bebeklerin gözlerinde açılıp kapanan bir mekanizma bulunmaktadır ve kafalarının içi alçıdır. Fakat malzemesi gereği bu bebekler düşünce kırılabilir niteliktedir. İçi saman dolu olduğundan ithal taş bebeklere göre ülkemizde üretilenler daha uygun fiyata mal edilmiştir. 1950-1960 arası giyinmemiş, çıplak bebekler, yani 'Atom Bebekler' 'Şortlu Bebek' ve Recep Ersan'ın kızının adını verdiği 'Zeynep Bebek' piyasaya çıkmıştır. Yine Hasan ve Hüseyin Şekeroğlu kardeşler dönemin ilk bebekçilerindendir. Kauçuktan şişme oyuncaklar yapmışlardır. Rauf Alasya bez bebeğin yerini plastiğin almasıyla bebek imalatının hızla geliştiğini vurgulamaktadır (Onur, 2002).

1970'li yıllarda Türkiye'de milli kültürü temsil edecek bir bebek yaratma fikri çeşitli çevrelerce birtakım girişimler ile sonuçlanmıştır. Bu fikir doğrultusunda üretilen bebeklerden biri olan Elif Bebek yirmi farklı model ile üretilmiş ve başlarda genelde yurt dışı ziyaretlerinde hediyelik eşya olarak tercih edilen bir materyale dönüşmüştür. Ülke içinde popülerliği istenilen seviyelere ulaşamayan Elif Bebek, hem dış görünüşü hem de kıyafet tasarımı ile Türk kadının kimliğini yansıtmıştır. Bunun yanı sıra bebekte tasarım açısından Barbie bebeğin örnek alındığını vurgulayanlar olmuştur (Gürçayır Teke, 2019).



Şekil 6. Türkiye'nin Bebeği "Elif Bebek" Projesi (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, İstanbul Beylerbeyi Sabancı Olgunlaşma Enstitüsü, 2022)

İlk olarak 1983 yılında piyasaya sürülen ‘My Little Pony’ bir midilli görüntüsünde olmasının yanı sıra pembe ağırlıklı renk kullanımı sevimli olma çabası, saçları, iri gözleri ve gülümsemesi ile dikkat çekmektedir. Bu ve benzeri birçok oyuncak ile kızlara daha hayatlarının başında şefkatli olmaları ve beladan uzak durmaları gerektiği anlayışı aşılanmış ve süslenmenin cazibesi ile etki altına alınmaya çalışılmıştır (İçke, 2013).

Fatma İnhan, önceleri Almanya’dan Margaret Steiff’in peluş oyuncak hayvanlarını ithal ederken daha sonra bebek imalatına başlamıştır. 1974’te Pembe Panteri üretmiş, 1975 yılında ilk kez üstün teknolojiye bebek üretimine başlamıştır. Bebekler için açılır kapanır göz ithal edilmiş, ağlama sesi eklenmiş ve eklem hareketli manken bebekler üretilmiştir. Türkiye’de ilk kez pedagog, psikolog ve heykeltıraşlar üretim sürecine dahil edilmiştir. Fatma İnhan, ülkemizde oyuncak bebeğe yönelik dinsel sebeplerden kaynaklı tavrı bir yaklaşımın bulunduğunu ifade etmektedir. İnhan’ın aktardığına göre, Anadolu’ya fason iş verdiği dönemlerde bazı erkekler sırf yüzü olduğu için eşlerine bu bebekler yerine peluş oyuncaklar yaptırılmasını talep etmiştir (Onur, 2002).



Şekil 7. Fatoş Oyuncakları (İstanbul Oyuncak Müzesi, Erişim: 2024)

Mehmet İdikut’un 1988 yılında piyasaya sürdüğü ‘Lahana Bebek’ bir süre büyük bir rağbet görmüş ancak daha sonra ‘Et Bebek’ler popüler olmuştur. ABC adlı bir firma sektörün ihtiyacı olan değişime bir yenisini ekleyerek ‘çilek kokulu’ bebeği üretmeye başlamıştır (Onur, 2002).

Daha önceden de değinildiği üzere çocuklar oyun ve oyuncaklar aracılığı ile kendilerine ait, yaratıcısı oldukları bir evrene dahil olurlar. Bu evrende oynadıkları oyunlar kişiliklerinin şekillenmesinde etki sahibidir. Bebekler ile oynayan kız çocukları gelecekteki rollerini prova etme imkanına sahip olurlar. Bu bebekler ile oynanan oyunlar ve rol paylaşımı belli başlı niteliklerden etkilenmektedir. Örneğin üretilen bebeklerde artan vamp görünüş ile bu bebekler ile temas eden kız çocuklarının oyunları arasında bir bağlantı oluşmaktadır. Daha kadınsı, mükemmel vücut hatlarına sahip, süslü, çeşit çeşit kıyafetleri bulunan bebekler ile oynayan kızlar daha ziyade bu bebeklerin havalı kız arkadaşları, ya da direkt özdeşleşerek kendileri olurlar. Fakat üretilen ve temelde gerçek manada bebeğe daha çok benzeyen bebekler ile oynayan çocuklar onların daha ziyade anneleri olmayı tercih etme eğilimindedirler.

Oynanan oyunlar ve oyuncaklar çocukların yetişkinlik provaları olarak kabul ediliyorsa bu oyuncakların nitelikleri de oyundaki roller ve kurulan ilişkinin doğasının belirleyicisidir demek yanlış olmayacaktır. Yetişkin görünümlü bebeklere nazaran Et Bebekler, Bez Bebekler ya da Lahana Bebekler ile kurulan ilişkilerin çocukları toplumsal cinsiyet kodları dahilinde şekillendirdiği düşünülmektedir. Bu bebekler ile oynayan kızlar oyuncakları ile kurdukları iletişimde genelde onlardan beklenildiği üzere bakım veren, annelik yapan bir konumdadırlar.

Milenyum ile birlikte pazarda yenilik arayışı baş göstermiştir. Bu dönemde Barbie bebeğe alternatif olarak radikal bir fikir olan Bratz bebekler tanıtılmıştır. Bu bebekler önceki örneklerine kıyasla kadınlığa farklı bir açıdan yaklaştıkları için kimilerine göre radikal kabul edilmişlerdir. Bratz, idealist kaygıları bulunmayan bir genci temsil etmektedir. Büyük kafaları, abartılı makyajları, karikatürize edilmiş yüzleri ve büyük ayakları ile bir ergeni temsil etmektedirler. Çağdaş popüler kültürün kodlarını taşıyan bir diğer örnek ise Winx bebekleridir. Bu bebekler çizgi film karakterlerinden yola çıkarak tasarlanmıştır. Uzun bacaklar, ince bel, parlak saçlar, iri gözler ve masum ifade gibi özellikleri nedeniyle önemli bir temsiliyet gücüne sahiptirler (İçke, 2013).

Türkiye’de başlarda ithalat ile başlayan oyuncak bebekçilik zamanla yerli firmaların oluşması ile yaygınlaşmıştır. Seri üretimlerin de başlaması ile ülkemizde olduğu gibi dünyada da güçlü markalar oluşmaya başlamış ve Barbie, tam da böyle bir dönemde, Ruth Handler tarafından piyasaya sürülmüştür. Çalkantılı geçen yılların ardından bugün gerek çıkardığı filmler, çantalar, yataklar vb. birçok lisanslı ürün ile de beraber Barbie Bebek pazar payını yıllar içerisinde büyütme ye devam etmiştir.



BÖLÜM 4

4.1. Barbie Fenomeni

Barbie bebek güçlü bir ekonomik krizin tam ortasında, 1950'lerde İkinci Dünya Savaşını takip eden dönemde satışa sunuldu (Korbeck, 2001). Dünyanın en ikonik bebeklerinden biri olan Barbie'nin yaratılması ile birlikte modern oyuncak endüstrisine büyük bir katkı sağlanmış oldu (Gerber, 2009). Hem sürekli olarak değişen hem de büyük değişimlere yol açan, bazen ilham veren bazen de tartışmaların odağında olan bu bebeğin uzun ve büyüleyici bir tarihi bulunmaktadır (Allison Lopez, 2024).

Gençlerin giydikleri, izledikleri ve dinledikleriyle trendleri belirledikleri 1950'lerde küçük kızlar kağıttan bebeklerle oynamaktaydılar (Korbeck, 2001). Korbeck (2001) ve Gerber (2009), kitaplarında Barbie bebeğin hikayesini yazarken asıl fikrin çıktığı nokta konusunda ortak bir anlayış sergilemektedirler. Onlara göre: Mattel'in kurucu ortağı Ruth Handler'ın geliştirdiği Barbie bebek fikri küçük kızı Barbara'yı oyuncaklarla oynarken izlediği sırada ortaya çıkmıştır. Bebekleriyle oynayan kızlar onlar vasıtasıyla hayaller kurmakta, üniversite öğrencisi, amigo kız, kariyer sahibi bir yetişkin gibi canlandırmalar yapmaktadırlar. Handler, gelecekle ilgili oynamanın ve rol yapmanın büyümenin önemli bir parçası olduğunu fark edip piyasayı araştırırken bir boşluk keşfetmiş ve bu boşluğu doldurmaya çalışmıştır. Fakat hepsi erkeklerden oluşan tasarım ekibi bu fikre başta şüphe ile yaklaşmıştır. Birkaç tasarımdan sonra Mattel, 1959'da New York'un yıllık Oyuncak Fuarı'nda şüpheli alıcılara Barbie'yi tanıtmıştır. Barbie, fuarda görevli olan ve alışveriş yapan hemen herkes erkek olduğundan beklenen ilgiyi görememiştir. Ayrıntılı kadın vücudu tasviri hedeflenenden farklı bir tepkiye neden olmuştur (Forest, 2019).

Daha önce de değinildiği üzere çocuklar oyunlar ve oyuncaklar aracılığı ile yetişkinliklerini prova etme imkanına sahip olabilmektedirler. Handler çocukların özdeşim kuracakları araçlar tasarlamak istemiştir. Belki de bu sebeple tasarladığı bebeğin gerçek formlara yakın olmasında ısrar etmiş olabilir. Ancak Barbie bebeği önceki emsallerinden farklılaştıran özellik sahipleri olan küçük kızların onlarla kurduğu ilişkinin doğasını değiştirmesidir. Barbie'ler küçük kızların hayali bebekleri olmanın

ötesinde onların rol modelleri olmak üzere tasarlanmışlardır.

Barbie öncesi dönemde, popüler bebeklerinin dışında farklı bebek prototiplerine çok rastlanmamıştır. Popüler olan oyuncak bebekler gerçek bebekler ve yürümeye yeni başlayan bebeklere benzer tasarlanmıştır (Korbeck, 2001). Önemli bir noktaya temas etmek isteyen Handler bu küçük plastik oyuncakların küçük kızların hayatında devasa bir yere sahip olacağını iddia etmiştir (Gerber, 2009).

Dönemin moda olan ya da gösterişli bebekleri: Dollikin, Little Bayan Ginger, Sindy, Bayan Revlon ve diğerleridir. Bu bebeklerin bazıları "genç" olarak etiketlenmiştir fakat makyajlı simaları ve şekillendirilmiş saçlarıyla oyuncak bebeklere benzemektedirler. Handler'ın amacı bu bebeklerden daha gerçekçi ve açık bir şekilde kadınsı bir versiyon tasarlamaktır. Dönemin oyuncak bebeklerinin bebek yüzleri, dar boyunları, yuvarlak karınları, düz göğüsleri ve düz bacakları bulunmaktadır. Handler, gençlerin bu bebeksi bebeklerle ergenlik oyunları oynayamayacağına iddia etmiştir. (Gerber, 2009).

Freud, psikoanalitik kuramında belli başlı savunma mekanizmalarından bahsetmektedir. Bu mekanizmalardan biri olan özdeşleşme temelde kişilerin çeşitli sebeplerle eksiklik olarak kabul ettikleri özelliklerini telafi edebilmek, benlik ve kişilik gelişimini oluşturabilmek için çevresinde gördüğü, sevdiği, hayranlık duyduğu kişilerin özelliklerini benimsemeye çalışmaları şeklinde ifade edilebilir. Kişi, kendini bu kişiler ile özdeşleştirerek beğeniyle kabul edilme arzusu içerisinde (Topses ve Bulut Serin, 2018). Handler gençlerin bebeksi görünümlü bebekler ile oynayarak ergenlik ya da yetişkinlik rollerini prova edemeyeceklerini düşünmektedir. Bilerek ya da bilmeyerek Freud'un da bahsettiği gibi özdeşleşme süreci için özdeşim kurulacak kişi ya da nesneye hayran olunması ya da sevdiği nitelikleri barındırması gerektiğini keşfetmiştir. Barbie aracılığı ile kız çocukların bebekle kurdukları ilişkinin doğasında da bir değişim meydana gelmiştir. Daha önceki örneklerde bebek çocukların oyunlarında bakım verecekleri, kendilerini onun annesi yerine koyabilecekleri bir nesnedir fakat Barbie ile beraber artık özdeşim nesnesi kişinin kendisi olmuştur. Eskiden bebeğin annesi rolünü sahiplenen oyuncu Barbie'nin yenilikçi görünüşü sayesinde artık bebek ile direkt özdeşim kurmaya başlamıştır.

Gerber (2009), “*Barbie and Ruth*” adlı kitabında Ruth Handler’ın yetişkin oyuncak bebek fikrini eşi Elliot’a aktardığında olumsuz yanıt aldığını ifade etmektedir. Kitapta yazılana göre Elliot cevap olarak “hiçbir anne kızına göğüsleri olan bir oyuncak bebek almaz” demiştir. Zaten Handler da çevresindekilerden annelerin cinsel görünümlü bir oyuncak bebek karşısında dehşete düşecekleri fikrini sık sık duymuştur. Handler’ın bebek tasarımı etrafındakilerce fazlasıyla kıvrımlı bulunmuştur (Gerber, 2009). Aslında temelde anatomik olarak bebekte cinselliği çağrıştıрма ihtimali olan kısım göğüslerdir fakat unutulmamalıdır kişilerin taklit sürecinde taklit nesnesinin kişiye olan benzerliğinin büyük bir önemi vardır. Yetişkinlik provalarını yapan kızların oynadıkları bebeklerde bulunan göğüsler de bu sebeple cinsellik vurgusundan ziyade bebeğin yetişkinliğine bir vurgu olarak kabul edilebilir. Dönem şartları ve önceki emsallerin ayrıntıdan uzaklığı Barbie’yi bu eleştirilerin odağında tutmuş olabilir.

Savaş sonrası ekonomi bu fikri pahalı bir deney haline getirmiştir. Handler’ın hayalindeki bebek; minik ayrıntılarla donatılmış, ufak yüzünde allık ve rimel, parmaklarında renkli ojeler bulunan küçük bir plastik oyuncaktır. Handler’a bu bebeğin yapılamayacağı, yapılsa bile satışının çok pahalı olacağı söylenmiştir. (Gerber, 2009).

Gerber (2009), Handler’ın çıkmış olduğu bir seyahatten ve bu seyahatte yeni bir bebek ile karşılaşmasından bahsetmektedir. Kağıt bebekler ilham kaynağı olsa da Barbie’nin soyu Bild Lilli, adındaki bir Alman bebeğe dayanmaktadır (Gerber, 2010). “Sarışın Bomba” olarak tanınan Lilli, dönemin bebeğe benzer bebeklerinden farklı olarak uzun bacaklı, modaya uygun giyinen ve büyüleyici makyajı olan bir kadındır (Allison Lopez, 2024). Piyasaya aslında sex oyuncuğu olarak sunulan bu bebek yetişkinlere yönelik tasarlanıp bütün dükkanlarında satışa sunulmuştur. Temelde doğrudan pornografik bir temsiliyete sahiptir. Sarı saçlarını at kuyruğu şeklinde bağlamış, gözleri baygın, kaşları kalkık ve kırmızı dudakları öpüşme pozisyonunda tasarlanmıştır. Daha önce hiç böyle



Şekil 8. Bild Lilly (Korbeck, 2001)

bebeklere rastlamamış olan Handler, kızı Barbara'ya bunlardan bir tane almayı teklif etmiştir. Barbara, farklı kıyafetlere sahip bebekler arasından hangisini seçeceği konusunda karar veremeyince Handler, kıyafetleri ayrı olarak satın almayı teklif etmiştir. Handler, "eğer müşteri farklı bir kostüm isterse, onunla birlikte gelen bebeği de satın almak zorundadır" cevabını almıştır. Bebeği şirkete getiren Handler başta olumsuz yanıtlar alsa da bazı değişiklikler de yapılarak yeni bir bebek tasarlanmıştır. Kalıplama işlemi için Japonya ile iletişim kurulmuş birkaç denemeden sonra Barbie bebek üretilmeye başlanmıştır (Gerber, 2010). Mattel, daha sonra piyasaya çıkarken örnek aldığı Lilly bebeğin şirketini satın alıp üretimini sonlandırmıştır (Ömür Tanyel, 2023, internet).



Şekil 9. İlk Barbie (Korbeck, 2001)

Moda tasarımı, her zaman Barbie'nin popülaritesinde önemli bir rol oynamıştır (İçke, 2013). Handler, Barbie bebek için bir kıyafet tasarımcısı ile çalışmıştır. Tasarımcıya: "Amerikan kıyafetleri istiyorum ve genç kızların yaşayacağı oyun ortamları istiyorum. Balo elbiseleri, gelinlikler ve kariyer ofisi elbiseleri gibi şeyler istiyorum. Onun giyinebilmesini istiyorum..." şeklinde bir konuşma yapmıştır. Değiştirilebilir kıyafetlerin bebeğin oyun değerini artırmanın anahtarı olacağına karar veren Handler ve firma (Mattel) bebeğe "Barbie Genç Moda Modeli" adını

vermiş, bebeğin cinselliğini değil de ebeveynler için birçok kızın onun gibi olmak isteyeceği fikrini abartılı bir şekilde sunmuştur (Gerber, 2009). İlk üretilen Barbie bebek de daha sonraki modelleri gibi modaya uygun tasarlanmıştır. Siyah beyaz çizgili tek parça bir mayo giyen ilk örnekte Barbie saçları at kuyruğu şeklinde bağlanmış ve topuklu terlikleri ile piyasaya sürülmüştür. Tırnakları, kırmızı dudakları ve yarısı kapalı, yana doğru bakan gözleri kadınsı görünümüne katkıda bulunmaktaydı. Bu da onu daha baştan çıkarıcı kılıyordu (Korbeck, 2001). Anlaşılacağı üzere örnek olarak alınan Bild Lilli bebeğin izlerine oldukça fazla rastlamak mümkündür. Moda genelde kadınlık ile özdeşleştirilmektedir. Barbie'nin de ürün değerinde önemli bir paya sahip olan bu

kavramı bebekte fazla vurgulamak aslında toplumsal cinsiyet kalıplarına dolaylı bir şekilde hizmet etmektedir çünkü bebeğin hedef kitlesi kız çocuklarıdır. Bu strateji kadınsılığı algısal olarak güzellik ve trendlerin içerisine hapsedmiştir.

Barbie bebek takip eden yıllarda inşa edilen gardırop ve kıyafetleri sayesinde birçok tarza ve zevke hitap etmeye başlamıştır. Mattel'in taktiğinin ana fikri, moda teorisinden ziyade ticarettir. Elbiseden bebeğin vücuduna/fonksiyonuna kadar değişen bu yenilikçi süreçte hem çocuklar hem de daha yaşlı koleksiyoncular bir Barbie ve birçok kıyafet yerine birçok Barbie satın almaya teşvik edilmiştir (Peers, 2004). Firma yola çıkarken Barbie'nin atası sayılabilecek Bild Lilli bebeklerin ayrı satılmayan kıyafetlerine bir çözüm bulma misyonunu da edinmiştir. Bu sağlanırken müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamaktan ziyade kendi yarattıkları arz talep dengesine hizmet edecek şekilde yol alınmıştır. Bebeğin değerini arttıran temel faktörlerden biri olan moda kapital düzende tüketim çılgınlığına sebep olabilecek bir aracı olarak kullanılmıştır.

Avusturya asıllı psikolog Ernest Dichter; pazarlamacılık konusunda çalışmaları ile ses getirmiştir. Gerber'in (2009), aktardığına göre Handler, Dichter'dan kendisine Barbie Bebek ile alakalı bir pazarlama planı sunmasını talep etmiştir. Dichter, Barbie'yi analiz ederken 191 kız çocuğu ve 45 anneyle röportaj yapmıştır. Barbie'nin "arkadaş canlısı, iyi ve herkes tarafından sevilen bir çocuk mu, yoksa kibirli ve bencil, hatta belki de basit bir çocuk mu?" olduğunu irdelemiştir.

Dichter, kızlara bir oyuncak bebekte ne istedikleri hakkında sorular yöneltmiştir. İstedikleri şeyin seksi görünen, büyüyünce benzemek istedikleri biri olduğu ortaya çıkmıştır. Uzun bacaklar, iri göğüsler, göz alıcı bir beden. Düzgün vücutlu, rüya gibi ve heyecanlı olmanın hayalini kuran küçük kızların bir gün muhteşem kıyafetlere sahip olmak, şık olmak ve film yıldızları gibi görünmek istediklerini aktarmıştır. Handler, bu tür fantezileri teşvik etmekte yanlış bir şey görmemiştir fakat anneler ve kızlarının başta bu bebeğe karşı tutumları aynı olmamıştır (Gerber, 2009). Dichter araştırması sırasında kızının Barbie'nin bakımlı haline özendiğini gören bir annenin fikrinin değiştiğini ifade etmesiyle kilit bir noktayı keşfetmiştir. Evlenmenin kritik bir öneminin olduğu yıllarda bakımlı olmak evlenilebilir olmak için avantaj sağlamaktadır. Hatta bebeğin ilk

reklamlarında bebeğin bir de gelinlikli modeli kullanılmıştır (Forest, 2019).

Özellikle 1950’lerde bebekler aracılığıyla erişimin güç olduğu yüksek moda dünyasından stiller ile etkileşim kurmak mümkün kılınmıştır. Tasarımcılardan gerçek ölçülerde kıyafet satın alamayacak olan alıcılar Barbie aracılığı ile bu kıyafetlere sahip olma imkanını yakalamıştır. Barbie, alıcılara bütçelerinin ve yaşam tarzlarının ötesinde yüksek moda dünyasının kilidini açan bir anahtar olarak kabul edilebilir. Alıcıların bir nevi kendilerinin yansıması olarak gördükleri bu oyuncak bebekler belki de modern çağın Dorian Gray’leri olarak kabul edilebilir (Peers, 2004).

Büyük markalar yapılan işbirlikleri ile yetişkinler için tasarlanan modellerin benzerlerini Barbie için de üretmeye başlamıştır. Bu yol ile hem markaların görünürlükleri hem de bebeğin ürün değeri artmıştır. Ayrıca markalar bu yolla müşterilerini çekirdekten yetiştirme imkanına sahip olmuştur. İleriki müşterilerinin zevklerine küçüklüklerinden itibaren bebekleri aracılığıyla şekil verme fırsatını yakalamışlardır.

Dichter, yapmış olduğu çalışmalar sonucunda kızların hepsinden aynı sonuçları almamıştır. Bazıları Barbie'nin "züppe", "zeki" ve "fazla gösterişli" göründüğünü aktarmıştır. İyi bir satış stratejisi bulmak için çalışılan Dichter, Barbie'nin göğüslerinin büyütülmesini önermiştir (Gerber, 2009).

Televizyon kampanyaları ile alakalı çalışan Schneider, "Çocukların oyuncak bebekle oynamasını izlerken, küçük kızların Barbie'yi bir gün olmak istedikleri genç kadın olarak gördükleri sonucuna vardık" diye yazmıştır. Ruth Handler, her zaman bebeğin oyun değerinin kızların hayranlığına bağlı olduğuna inanmıştır (Gerber, 2009). Barbie bebeklerin pazarlama stratejisinin kilit noktası onu gerçek bir kız olarak temsil etmeye dayanmaktadır (İçke, 2013). Carson/Roberts, bebeği gerçek bir insan gibi gösteren bir reklam yaratarak bu fikri hayata geçirmiştir. Barbie reklamının her versiyonu daha sonra çocuklar üzerinde test edilmiş ve sonuç olarak kızların etkilendikleri saptanmıştır.

Barbie, Mart 1959'da televizyona bir oyuncak bebek olarak değil, sanki genç bir mankenmiş gibi çıkmıştır. Oyuncak reklamcılığı açısından bu o zamana değin keşfedilmemiş bir stratejidir. Altmış saniyelik reklamda yalnızca bir kez, o da zorla, Barbie'ye oyuncak bebek denmiştir. Bunun yerine Barbie yüzen, dans eden, parti yapan ve kıyafet değiştiren bir kız olarak tanıtılmıştır (Gerber, 2009). Barbie en başından beri gerçek bir insan gibi tasarlanmış ve pazarlanmıştır. Bir kimliği, stili, sosyal çevresi ve daha fazlası bulunmaktadır. Bu sebeple Barbie yalnızca oyuncak olarak değil müşterilerine sunduğu senaryo ve ürün deneyimi ile de bir devrim niteliğindedir (İçke, 2013).

Özellikle daha küçük çocuklar (Piaget'in Bilişsel Gelişim Kuramına göre "işlem öncesi dönem" yani 2-6 yaş arası) olayları anlamlandırırken mantık dışı bir yaklaşım sergileyebilmektedir. Cansız nesnelere insana ait özellikler yükleyebilirler. Bazı çocuklar oyuncaklarına gerçek bir kişiymiş gibi yaklaşma eğilimindedirler. Bu durum animizim/canlandırmacılık olarak adlandırılmaktadır. Kullanılan strateji doğrultusunda bebeğin değeri oyuncaklara zaten gelişim döneminden de kaynaklı gerçek bir kişiymiş gibi yaklaşma eğiliminde olabilen çocuklar için artmıştır. Aynı zamanda bu strateji ile kurulacak özdeşim sürecine de hizmet edilmiştir.

Televizyon reklamlarının büyüleyici etkisi ve daha birçok etken kızların ebeveynlerini Barbie için rahatsız etmelerine neden olunca talep hızla artmıştır. Küçük kızlar, tıpkı Ruth Handler'ın tahmin ettiği gibi, büyük kız rolü oynamak istemekteydiler. Barbie'nin küçük kızların hayal gücü için bir tür Rorschach testi olacağını öngören Handler bir nevi haklı çıkmıştır (Gerber, 2009). Özellikle reklamda bebeğin gelinlikli modeli hem kızlar hem de anneleri için dikkat çekici bulunmuştur. Kendilerini özdeşleştirdikleri bebeklerin gelinlikli halleri eş bulma fikrini destekleyeceğinden o dönemde ailelerin de yumuşamasına zemin hazırlamış olabilir (Forest, 2019).

Carson/Roberts, Connie Francis'in 1950'lerin zengin tonlu, lirik pop melodileri tarzında ve Mattel'in satış konuşmasını açıkça ortaya koyan bir şarkı sipariş etmiştir: "*Someday I'm going to be just like you, 'til then I know just what I'll do . . . Barbie, beautiful Barbie, I'll make believe that I am you.*" Türkçe karşılığı "*Bir gün ben de tıpkı senin*

gibi olacağım, o zamana kadar ne yapacağımı bileyim. . . Barbie, güzel Barbie, sen olduğuma inanacağım.” (Gerber, 2009). Barbie bebek 50’li yılların oyuncak bebeklerinden farklı olarak yeri mutfak olmayan bir kadını temsil etmiştir (İçke, 2013). Toplumsal cinsiyet eleştirilerinin temelinde kadının kamusal alanın dışına itildiği ve konumunun özel alan ile sınırlandığı düşüncesi yatmaktadır. Konumu mutfak olan kadın kendine çalışma hayatında yeterince yer bulamamaktadır. Barbie bebek yeri mutfak olmayan kadını yansıtmaya çalışırken bu sefer de kadınlığı temelde dış görünüş, güzellik ve moda ekseninde şekillendirmiştir. Aynı zamanda pazarlama sürecinde çekilen reklamlar ile desteklenen özdeşim mantığı kullanılan şarkı ile de pekiştirilmiş ve önceleri alttan verilen mesaj artık açık açık dile getirilmeye başlanmıştır.

Birçok kıyafeti olan Barbie bebek küçük kızlar için bakımlı birer kadın olma yolunda iyi bir yol göstericidir. Bu görüşten hareketle anneler için de eğitici bir araç olarak sunulmuştur. Bebeğin kıyafetlerinin kızların aksesuar kullanmayı öğrenmesine nasıl yardımcı olabileceği vurgulanarak, bebeğin cinsel imaları arka plana atılmıştır. ABD genelinde on binlerce oyuncak bebek satın alınırken, anneler de bebeğe alışmaya başlamıştır (Gerber, 2009). Oyuncak bebekler ilk zamanlardan bu yana kız çocuklara geleceğin provasını yaptırmak amacıyla kullanılmıştır. Daha önceleri oynanan oyunların doğası gereği mutfakta yemek yapılır sofralar kurulur misafirler ağırlanırdı. Yenilenmiş görüntüsü ile artık daha “ben” odaklı olan oyuncaklar ile kalıplanmış cinsiyet rollerinin dışında fakat bu sefer de içi boş, yalnızca görüntü odaklı bir yaklaşım ekseninde kızların eğitiminde kullanılmıştır.

Korbeck (2001), *“Best of Barbie: Four Decades of America's Favorite Doll”* adlı eserinde Barbie bebeklerin tarihi hakkında açıklayıcı ve geniş bir bilgi aktarımı sağlamıştır. Yazara göre üretilen ilk bebeklerin yüzü oldukça ciddi ve sert bir ifadeye sahiptir. Bebeğin ilk on yılına da bu sebeple değişimler damga vurmuştur. Bu değişiklikler bebeklerin hem çocukların hem de satıcıların aklında hep canlı kalmasına imkan sağlamıştır. Dönemin kadınları gibi Barbie bebek de 1960’lı yıllarda ipucu almak için moda dergilerinden ve medyadan faydalanmıştır. Modaya ve medyaya yön vermesiyle güçlü olduğu düşünülen bebek aslında bu alanları etkilemesinden ziyade iyi takip etmesiyle canlılığını korumuştur.



Şekil 10. Barbie Bubblecut Saç Modeli (Korbeck, 2001)

Yapılan değişiklikler bu yılların da ötesine geçmiş, stiller ve saç şekilleri her zaman değişmeye devam etmiştir. Bebek için belki de en büyük iki değişiklik yine 1960'lı yıllarda tanıtılmıştır: konuşma mekanizması ve eklemli -bükülebilen- gövde. 1961'de Barbie bebeğe -at kuyruğu hala canlılığını korumasına rağmen- alternatif bir saç modeli verilmiştir: Bubblecut adı verilen daha kısa, kabarık bir kesim (Korbeck, 2001). Konuşma mekanizması aslında süreç içerisinde belki de en güçlü değişimlerden biridir çünkü artık bebeğin edilgen ve pasif yapısı da kırılmaya ve tek taraflı iletişim süreci son bulmaya başlamıştır.

Barbie bebekler sadece bölgeden bölgeye değil, farklı yaş gruplarının ihtiyaçları ve bakış açılarına göre de değişime uğramıştır. Aynı zamanda 'peri' ya da 'prenses' kostümlerinin oyuncak işlevini karmaşık bir hale getirmesi ve bazı moda döngülerine son vermesi ile birlikte Barbie'nin moda ikonu rolü de karmaşıklaşmıştır. Buna rağmen çok az bebek Barbie'nin sahip olduğu çeşitliliğe, canlılığa ve modayla etkileşime sahip olmuştur (Peers, 2004).

Barbie, 1960'larda kadın hareketinin ikinci dalgasında patlak veren cinsiyetçilik, toplumsal cinsiyet rolleri ve feminizm konusundaki ateşli tartışmalardan etkilenmiştir. Feminist seslerin bu kadar yükseldiği bir süreçte dahi tartışmalı bir ikon olmasına rağmen Barbie tüketim kültürü tarafından sahiplenilmiş ve satışları katlanarak devam etmiştir (Gerber, 2009). Belki de sürekli tartışmaların merkezinde olması bebeğin satışlarının artmasındaki en önemli etkenlerden biridir. Reklamın kötüsü olmaz çünkü reklamın amacı ürünün görünürlüğünü arttırmaktır. Her ne kadar bazı çevrelerce bebek imaj olarak yanlış bulunsa da bu eleştiriler sayesinde bebeğin görünürlüğü artmıştır.

Oyuncak bebek tasarımcısı Sandra Bilotto feminizmin; kadınları ‘güzel’ ve ‘feminen’ olma fırsatından mahrum ettiğinden bahsetmektedir. Kadınsılığı keşfetmeye yönelik kaçırılan bu fırsatın da daha sonra bebekler tarafından tekrar sağlandığına değinmektedir (Peers, 2004). Ruth, Barbie bebek aracılığıyla kızlara istediklerine, hatta belki de ihtiyaç duyduklarına inandıkları bir şeyi vermiştir (Gerber, 2009). Bebek farklı kariyerler sunsa da temelde imajı dış görünüş üzerinden oluşturulmuştur. Kadınlığı “güzellik ve feminenlik” bağlamında ele almak yanlış olacaktır. Her kadın feminen olmak mecburiyetinde değildir. Feminenlik TDK’na göre *kadınsılık* demektir. Peki kadın olarak doğan bir birey ne gibi davranışlar sergiler? Davranışları feminen ya da maskülen olarak ayırmak toplumsal cinsiyet yargılarını meydana getiren yapıyı inşa eder. Oysa davranışların cinsiyeti olmaz. Cinsiyet biyolojiktir. Davranışlar ise yaşantılar sonucu şekillenir yani genelde öğrenilmiştir.

Erkek egemen tüketim kültürünün belirlediği kadın ideali olan Barbie trendleri bazen belirlemiş bazen de onları takip etmiştir. Bebek, 1950’lerin idealize edilmiş kadını yansıtmıştır. Güncel politik ya da kültürel standartların kökeni üzerinde durmaya eğilimli olmayan Handler, kızlara aşılana büyük memeli sarışınlar olma arzusundan faydalanmıştır (Gerber, 2009). Özellikle dönemin popüler kadın figürlerine bakıldığında karşımıza genelde bebeğin dış görünüşüne benzer özelliklerde kişiler çıkmaktadır. Marilyn Monroe bu prototipe uygun örneklerden biridir. Sarı saçları ve belirgin vücut hatları ile dikkat çekmektedir. Kendini güncelleme sürecinde moda ve medyadan sık sık yararlanan bebek erkek egemen sistemde dönemin güzellik kriterlerini belirlememiş olsa da bunlardan yararlanarak çocukların dünyasına yayılmasına sebebiyet vermiştir.

Takip eden yıllarda oyuncağın doğası gereği oynanan oyunlarda bir eksiklik ortaya çıkmış ve Barbie için bir erkek arkadaşına ihtiyaç duyulmuştur (Korbeck, 2001). Ken bebeklerin 1961’de mağazalara girmesiyle birlikte bir nevi anatomik mayın tarlasının geçilmesi gerekmiştir. Gerber’in (2009) kitabında ifade edildiği üzere Hanler’ın Ken bebeğin cinsiyetini belli edecek bir çıkıntının bulunması için tasarım ekibini ikna etmesi gerekmiştir (Gerber, 2009). Bununla birlikte ince bir erkek vücudu tasvir edilirken kaslı görüntü ihmal edilmemiştir. Bebek sert ve erkeksi kabul edilebilecek yüz hatlarının



Şekil 11. Ken Bebek (Korbeck, 2001)

yerine daha yumuşak ve gülümseyen bir ifadeye sahip olarak tasarlanmıştır. Ken bebek kalıplaşmış erkek cinsiyet rollerinin dışında bir temsiliyete sahiptir (İçke, 2013). Yaratıldığı 1960'lı yıllarda etkileri devam eden Freudyen görüşün de katkılarıyla bazı kesimlerce Ken bebeğin büyüme çağındaki bir kız için heteroseksüel erkekliği temsil etme gücü bulunduğu kabul edilmiştir. İnsan dünyasında temsil kaygılarının yükü genellikle görünüşünü ve davranışlarını daha geniş sosyal ve davranışsal kaygılara göre ayarlamak zorunda olan kadınlar tarafından üstlenilirken, oyuncak bebek dünyasında bu yük erkeklerle verilmiştir (Peers, 2004). Barbie'nin mükemmelleştirilmiş kadın vücudu vurgusunun kızlara etkisi üzerinde fazlaca durulsa da Ken bebeğin erkekler için aynı etkisinden bahsedildiğine rastlanmamıştır. Oyuncak bebekler genelde kız çocukların oyun gereçleridir. Bebekler ile oynayan erkekler sık sık çevreleri tarafından eleştiri ve zorbalığa maruz kalabilmektedir. Ken bir erkek figür olsa da bebek olması sebebiyle kız çocuklar tarafından kullanılmıştır ve bu sebeple Barbie kadar eleştirilere hedef olmamıştır.

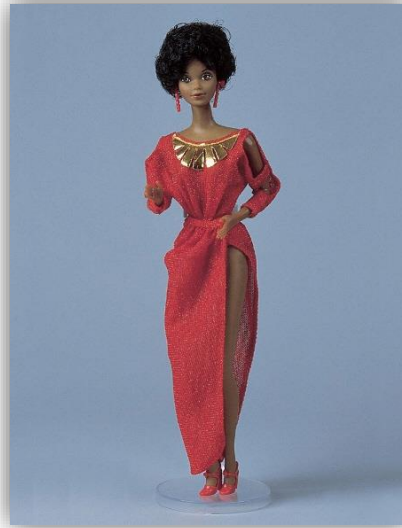
Peers (2004), Barbie'nin dünyasının fiilen kadın merkezli olduğunu aktarmıştır. Ken bebek, erkek temsili olmasına rağmen bağlamsal olarak kadınlara hitap etmektedir (İçke, 2013). Hem genç kızlar hem de koleksiyoncular Ken'lerden çok daha fazla Barbie'ye sahip olma eğilimindedirler. Bu da bebekler arasında kadınsılığın aşırı derecede fazla olduğuna ve heteroseksüel olarak açıklanamayacak bir sosyal yapıya işaret etmektedir (Peers, 2004).

1960'lı yıllarda oyuncak bebek için bir dizi dönüm noktası yaşanmıştır. Barbie'nin çevresi genişlemeye başlamış: önce erkek arkadaşı Ken; sonra Barbie'nin arkadaşı Midge ve Ken'in arkadaşı Allan, ardından Barbie'nin küçük kız kardeşi Skipper; kısa süre sonra Barbie'nin kız kardeşi ve erkek kardeşi ikizler Tutti ve Todd piyasaya sürülmüştür (Gerber, 2009). Barbie'nin çevresi hızla genişlese de bir eksiklik göze çarpmaktadır. Handler Barbie'yi kızlar için olmak istedikleri rol modeller olarak

tasarlamıştır. Bu bebekler sarışın, mavi gözlü ve beyaz tenlidir. Siyahi kız çocukları Barbie'nin ne kendilerine ne de annelerine benzemediğini fark etmiştir. Toplumun aynası gibi olan bebeklere bakan siyahi bir kız baktığı aynada kendisini görememektedir (Davis, 2024). Bu görüşlerin ışığında Mattel ilk Afrikalı-Amerikalı bebek olan Barbie'nin kuzeni 'Black Francie'yi tanıtmıştır (Korbeck, 2001). Aynı zamanda bebek Barbie'nin hem arkadaşı hem de bebek bakıcısı olarak tanıtılmıştır (Davis, 2024). Siyahi oyuncak bebeklere rastlamanın imkansızla yakın olduğu bir dönemde üretilen bu bebekler bir devrim niteliğinde görünse de bebek bir Barbie değildir onun arkadaşıdır ve dönemin klasik siyahi mesleklerinden biri olan bakıcılık imajı da bulunmaktadır. Bu da bazı kesimlerce kırıcı bulunmuştur. Günümüz şartlarında bu nitelikler olumsuz algılanabilse de siyahi bebekler dönem bazında büyük ve güçlü bir adım olarak kabul edilebilir. Barbie'nin arkadaşı olarak değil de gerçek anlamda bir Barbie olan ilk siyahi bebek ise 1980 yılında üretilmiştir (Davis, 2024). Ayrıca Barbie bebeğin boyut olarak küçük olması birden fazla örneğinin ve onun geniş aile ve arkadaş çevresinin satın alınmasını ve muhafaza edilmesini nispeten kolay bir hale getirmiştir (Peers, 2004).



Şekil 12. Black Francie (Korbeck, 2001)



Şekil 13. İlk Siyahi Barbie (Korbeck, 2001)

1965 yılında Barbie'nin pijama partisi oyun setine ibresi hep 55 kilogramı gösteren bir tartı eklenmiştir. Aynı sette bir de el kitabı göze çarpmaktadır. Kitabın ön kapağında 'Nasıl kilo verilir?' sorusu bulunurken arka yüzünde 'Yemek yemeyerek' ifadesi bulunmaktadır. Bu haliyle bebek çağrıştırdıkları ile bir nevi anoreksiyaya davet hazırlamaktadır (Forest, 2019).

Ruth Handler eski Barbie bebeğini getiren kızların belli bir ücret karşılığında Jack Ryan (*Ryan, 1965'te Barbie'de ortaya çıkan bükülebilir bacakları ve Barbie için döner kalçaları icat etmiş ve patentini almıştır.*) tarafından tasarlanan yeni Barbieler ile değiştirebilecekleri bir pazarlama fırsatı yaratmıştır. Her Barbie girişiminde olduğu gibi bu sefer de talep beklentilerin çok üzerine çıkmıştır. Elliot, 1968 yılında New York Times'a verdiği bir demeçte Barbie fenomenini sanki bir bağımlılıkmiş gibi tanımlamıştır. "Birine bağlanıyorsunuz ve diğerini satın almak zorundasınız. Bebeği al ve sonra kıyafetleri al. Pek çok ebeveynin bizden bu yüzden nefret ettiğini biliyorum ama bu uzun bir süre devam edecek" demiştir (Gerber, 2009).

1964 yılında ilk ve son kez açılıp kapanabilen "uyku gözleri" olan Barbie bebek üretilmiştir. Bu bebek kafası plastikten, pembe ışıltılı mayosu ve şapkasıyla bir plaj güzeli olarak tasarlanmıştır. 1965'e gelindiğinde Barbie bebekler rahat Amerikalı kız görünümüne bürünmüştür. Önceki yıldan kalan tek yenilik, çoğu Barbie bebek için takip edilecek bir standart haline gelecek olan bükülebilir bacaklardır. Amerikalı Kız Barbieler düz kahrküllere ve kısa kesilmiş saçlara sahiptirler (Korbeck, 2001).



Şekil 14. Amerikalı Kız Barbie (Korbeck, 2001)



Şekil 15. Konuşan Barbie
(Korbeck, 2001)

Mattel 60'ların sonlarında Barbie bebeklere konuşma mekanizması eklemiştir. Bu sayede küçük kızların duygu ve düşüncelerini aktardıkları, konuştukları araçlar konumundaki Barbie bebekler köklü bir değişikliğe uğramışlardır. Ardından Mattel hedef kitleyi genişletmek adına yine aynı tarihlerde İspanyolca, Almanca, Fransızca gibi birçok farklı dili konuşan bebekleri piyasaya sürmüştür. 60'lı yılların müziğini, moda akımlarını ve daha birçoğunu etkisini altına alan akımlar Barbie bebeği de etkisi altına almayı başarmıştır (Korbeck, 2001). Temelde girişimleri ile farklı kültürleri kapsıyor gibi görünse de atılan adımlarla tüketimi arttırmak amaçlanmıştır.

1970'lerde her zamankinden daha popüler hale gelen Barbie zamanın ritmine uygun olarak bir moda bebeği olmanın çok ötesine geçmiştir. Uzayan saçlar ve hareketli vücutlar Mattel'in Barbie bebek için planladığı yeniliklerden sadece birkaçıdır. Bunlar 60'lardaki değişikliklerden oldukça farklıdır. Çünkü bebeğin görünüşündeki daha ince fakat kalıcı değişiklikleri içermektedir (Korbeck, 2001). Bu dönem çıkan modeller içerisinde en popüler olanı Malibu Barbie'dir. Bir sahil güzeli olan model bronz teniyle dikkat çekmektedir. Güneş ışınlarının insan bedenine olan zararlı etkileri bu modelden yıllar sonra keşfedilmiştir (Forest, 2019).

Mekanik hilelerin çok hoş karşılanmadığı 70'lerden 80'lere geçildiğinde Mattel tekrar vites değiştirmiştir. Barbie küreselleşerek daha fazla insana ulaşmaya devam etmiştir. 1970'lerde uzun saç erkekler arasında da moda olmaya başladıktan sonra 1975 yapımı Ken bebek yandan ayrılmış omuz hizasında saçları ile dikkat çekmiştir (Korbeck, 2001). Bebeğin niteliğini arttıran unsurlardan biri de budur çünkü yapılan değişiklikler Barbie ile sınırlı kalmamıştır. Firma zaten diğer bebek üreticilerinden sunduğu senaryo deneyimi ile ayrılmakta ve öne çıkmaktadır. Mattel de bu farklılığını korumak için bebeğin evrenindeki her bir ayrıntıyı iyice düşünerek hareket etmiştir. Değişen oyuncak

değildir çünkü firma halihazırda Barbie'nin bir oyuncak gibi görülmesini istememiştir. Değişen zaman ve şartlardır. Barbie ve onun dünyası da bu değişime ayak uydurmuştur çünkü değişen sisteme uyum sağlayamazlarsa sistemin dışında kalabileceklerinin farkındadırlar.



Şekil 16. Süperstar Barbie
(Korbeck, 2001)

1970'lerin sonlarında Barbie bebek yine dönemine uyum sağlamayı başarmıştır. Aşağı yukarı 20 yılın ve sayısız değişimin ardından Barbie en iyi yüzlerinden birini yaratmıştır (Korbeck, 2001). 1977'de 'Süperstar Barbie' ortaya çıkmıştır. Artık 1970'lerdeki gibi ağırbaşlı ve sade ya da 1960'lardaki gibi zarif ve olgun olmayan bu yeni Süperstar Barbie, birçok gözlemci için mükemmel Barbie'dir. Oyuncak bebek, disko fenomeninin ihtişamını ve 1980'lerin modasını aşıl原因an ruhu temsil etmiştir (Peers, 2004).

Barbie bebek ilk başlarda çıktığı döneme de uygun olarak “gençlik çağındaki bir manken” olarak tanıtılmıştır. Ardından kendine çalışma hayatında farklı roller edinmiştir. Hemşirelik, öğrencilik, öğretmenlik, balerinlik veya mankenlik bunlardan bazılarıdır. Gerçek şu ki Mattel, Barbie bebek için yeni bir kimlik veya fırsat yarattığında zamanın ruhuna derinden uyum sağlamaktaydı. 60'ların başında bile dönem şartlarında “kadın işi” olarak kabul edilmeyen kariyerlerin peşine düşmüşlerdir. Örneğin 64'te, Amerika'nın uzay programının en yoğun olduğu dönemde kadın astronot kıyafeti henüz aya ilk insanın ayak basmasına birkaç yıl varken Barbie tarafından giyilmişti (Korbeck, 2001). Barbie, kariyer seçimleri ile bir nevi mükemmel kadının portresini çizmiştir. Barbie tüm özelliklerinin ötesinde temelde bir 'kadın'ı temsil etmektedir. Üstlendiği her rol ile her koşulda bir kadını yansıtmaktadır (İçke, 2013).



Şekil 17. Barbie'nin Farklı Kariyerlerinden Örnekler (Korbeck, 2001)

Toplumsal cinsiyet kategorilerinin sınırlarını aşan kariyer tercihleri özellikle dönem düşünüldüğünde oldukça önemlidir fakat atlamamak gereken bir nokta vardır. Birden çok kariyere sahip olsa da Barbie adı geçince insanların aklına güzelliği ile ön plana çıkan bir bebek olarak gelmektedir. Kariyer fırsatları onun kimlik inşasında önemli bir yere sahip olsa da saçında, makyajında ya da kıyafetlerinde gerçekleştirilen değişimler özellikle çocukların dünyasında daha kalıcı etkiler bırakmıştır. Tüm bunların yanında bireyler üstünde ağır baskılara sebep olabilen mükemmel olma düşüncesi daha önceleri zaten bebeğin görüntüsü ile desteklenmekteydi. Zamanla bebekte gerçekleşen değişimler ile de bu imaj güçlendirilmiştir. Mükemmel olmak mantık dışı derecede arzulanırsa bireyin yaşantısında sorunlara sebep olabilir. Bebek mükemmele yaklaştırılırken yapılacak düzenlemeler ile oyuncular için erişilmesi imkansız bir konumda olmadığı da pekiştirilebilir.

Bebekler, gerçekleştirilen değişiklikler ile beraber belirli işlevleri yerine getiren yeni gövdelere sahip olmuştur. Örneğin 1976'nın Balerin Barbie'si dansa benzer bazı hareketleri gerçekleştirebilme kabiliyetine sahip tasarlanmıştır. Mattel bu sayede pazara yalnızca bir dizi kıyafet yerine, her biri farklı kapasite ve kimliklere sahip bir dizi farklı Barbie'yi sunmuştur (Peers, 2004). Tüketimi arttırıp pazar payını genişletirken atılan adımlar işe yarasa da sanayi devrimi ile beraber kapanmaya başlayan fark tekrar gün yüzüne çıkmıştır. Önceleri varlıklı ailelerin ulaşabildiği oyuncaklar seri üretimle birlikte

geniş kitlelere ulaşmıştır fakat artık senaryo deneyimi gereği bir Barbie'ye sahip olmak çocuklar için yeterli gelmemeye başlamıştır. Artan seçenekler arzı da çeşitlendirmiştir. Bu da daha varlıklı ailelerin çocuklarının birden fazla bebeğe sahip olabildiğini olanaklı kılmıştır fakat ekonomik olarak bunu karşılayamayacak ailelerin çocukları için de yeni bir eksikliğe neden olmuştur. Bir bebeğe sahip olsalar bile sahip olunabilecek birçok bebek ve aksesuarı bulunmaktadır. Önceleri hayal güçleri ile bir bebekle birden fazla oyun oynayabilen çocuklar için durum daha da güç bir hale gelmiştir çünkü halihazırda firma satış yaparken onlara bebeği bir astronot, hemşire, oyuncu ya da model olarak satmıştır. Boş bir kağıdı şekillendirmek daha kolaydır fakat halihazırda sınırları biraz daha belli bir ürün ile oynarken hayal gücü de dolaylı yoldan sınırlandırılır.



Şekil 19. Barbie International Serisinden Bir Örnek (Korbeck, 2001)

1959'da ilk Barbie bebeğini piyasaya sürerek bir trend belirleyen Mattel, 1980'lerde de aynısını yapmaya devam etmiştir. 1980'lerde International serisinin piyasaya sürülmesi ile Barbie bebeklerin etnik duvarlarının yıkıldığı bir on yıl yaşanmıştır. Bu serideki bebekler farklı ulusların otantik giysileri ile piyasaya sürülmüştür. Bu çok kültürlü alana aslında ilk kez Francie ile adam atan Barbie daha sonra da çalışmalarını hız kesmeden

devam ettirmiştir (Korbeck, 2001). Yaygın olarak kabul gören fikirlerden biri Barbie'nin

'beyazlık' ve 'sarışnılık' ile eşanlamlı olduğudur. Bu düşünce Mattel lisansı ile özellikle 1980'lerde farklı ülkelerin (Japonya, Kore, İspanya, Brezilye...) yerel üreticileri tarafından pazarlanan Barbie örnekleri ile zayıflamıştır (Peers, 2004). Önceleri mavi gözleri ve sarı saçları ile dikkat çeken Barbie'ler popülerken zamanla çeşitlilik ve kapsayıcılık rüzgarına kapılan firma, tekerlekli



Şekil 18. Barbie Backy Modeli (Ondeio, 2022)

sandalyeli Barbie'den Down Sendromlu Barbie'ye, Vitiligo'lu Barbie'den büyük beden Barbie'ye kadar çeşitliliği sürekli arttırmıştır (Melike Tümer, 2024). Güzellik algılarına bir tepki gibi ortaya çıkan ve bebeklerdeki çeşitliliği artırma hedefindeki Becky, ilk tekerlekli sandalyeli Barbie tasarımıdır. Önceleri oldukça iyi satış rakamlarına ulaşan bebeğin zamanla tasarımının uygun olmadığı fark edilmiştir. Çünkü bebek tekerlekli sandalyesiyle Barbie evinin kapısından dahi geçememiştir.

Firma, konu hakkında bir iyileştirme yapacağını ifade etse de sonrasında konu ile alakalı herhangi bir girişimde bulunulmamıştır (Onedio, 2022). Aynı zamanda çekilen Barbie film ve dizilerine bakıldığı vakit karşımıza başrolde neredeyse her zaman klasik Barbie çıkmaktadır. Diğer Barbie'ler yan rollerdedir (örneğin arkadaşı). Dünya yine o sarışın, beyaz tenli ve mavi gözlü kız ekseninde şekillenmektedir. Üretimde etnik çeşitliliğe yer verilse de reklamlar ya da kampanyalarda yine klasik model kullanılmaya devam edilmiştir.

Jacques Lacan 20.yy'ın önemli psikanalistlerinden biridir. Kuramının temelini oluşturan Ayna Teorisi oldukça ses getirmiştir. Kuramı bazı kesimlerce fazla karışık bulunmuştur. Temelde bebeğin yaklaşık 6-8 aydan sonra aynaya bakınca kendi varlığının ayrımını yapmaya başladığını aktarır. Artık kendisi 'öteki'dir. Lacan için başka bir öteki de diğerleridir. Süreç başında kendinin öteki olduğunu idrak eden birey zamanla başka ötekiler olduğunu da anlamaya başlar. Ona göre birey kişiliğini oluştururken ötekilerin ona bakışından etkilenir. İnsan temelde ötekinin arzusunu arzular. Birey kendini ötekinin arzusu dahilinde yansıtır. Ötekinin arzusunun nesnesi olmak birey için çok değerlidir. Ayrıca ona göre birey her zaman eksiktir (Lacan; çev. Tura, 1994, Topçu, 2021 ve Psikolojik Bakış, 2019). Lacan'ın aktardıkları göz önünde bulundurulunca Barbie'nin yaşadığı değişim süreci ile ilişki kurmak çok da mantık dışı olmayacaktır. Firma'nın temelde pazarlama stratejilerine bakıldığında zaman zaman farklılıkları kapsayan bir tutumla üretim yaptıklarını görebiliyoruz. Bu üretimler ne çok ses getirmiş ne de eksikler giderilmek için verilen sözler tutulmuştur. Birey ötekinin arzusu olmayı arzular. Bunun için de arzulanabilir, yani kabul edilebilir olmalıdır. Vitiligolu, Down Sendromlu ya da tekerlekli sandalyeli Barbieler belki de bu sebeple klasik modeller kadar ses getirmemiştir. Çünkü bu modeller 'mükemmel'i simgelememektedir. Zaten

kusurlu ve eksik olan birey türünün üstün örneği ile özdeşleşmez ise arzu edilir olma fırsatını da kaçırılacaktır.

1980’lerde üretilen bebekler yeni, taze ve ışıltılı bir tarza sahiptir. Anahtar kelimenin ‘aşırılık’ olduğu dönemde payetli üstler ve saten etekler giyen Barbie’nin bir limuzinden el salladığı kolayca hayal edilebilir (Korbeck, 2001). Moda, birçok kişi tarafından kadınlığın bir sembolü gibi görülmektedir. Gösterişli bebekler de bunun bir kanıtı gibi işlev görmüştür. Barbie bebeğin modayı takip eden genç bir kadın olarak kimliği göz ardı edilemez. Bebek kimine göre kapitalist sistemin kötü bir sembolü iken kimilerine göre bir moda sembolü ya da kültürel değişimin bir göstergesidir (Peers, 2004). Peers (2004), bebeğin elbise ve aksesuarlarındaki çeşitliliğin kadınların annelik dışındaki işlevi ve kimliği hakkında kaygı yarattığını aktarmaktadır. Moda genelde kadınları annelikten uzaklaştıran bir güç olarak tanımlanmaktadır. Barbie de zaman zaman bu konu ile alakalı eleştirilere maruz kalmıştır. Fakat her kadının anne olmak gibi zorunlu bir kimliği bulunmakta mıdır? Yıllarca kullanılan “her kadın anne doğar” gibi dayatmalar ile kadına isteği dışı roller yüklenmektedir. Modanın ve bebeğin aksesuarlarının çeşitliliğinin kadınları annelikten uzaklaştırdığı tartışmaları da otomatik olarak cinsiyetçi bir bakışın yaratisıdır. Çünkü zaten her kadına zorunlu bir annelik statüsü verilmesi toplumsal cinsiyet kalıplarının başka bir göstergesidir.

Devam eden yıllarda Mattel yine modaya ayak uydurarak Western Barbie’yi piyasaya çıkartmıştır. Bu bebekler konsept olarak ilginç olsa da biraz kafa karıştırıcı bulunmuştur. Yüz hatları fazla çekici bulunmayan bu modeldeki yüz kalıpları bir daha kullanılmamıştır (Korbeck, 2001). Bebek zaman içinde dış görünüşüyle değer kazandığı gibi bu modelde de aynı sebeple değer kaybetmiştir. Yani Barbie geçen yıllara rağmen niteliğini yine güzelliğine, ya da güzel olmamasına borçludur.

Mattel, 1985 yılında bir rapor yayınlamıştır. Bu raporda “zamanın değiştiğinden, Barbie’nin de zaman gibi değişmekte olduğundan, devam eden başarının günceli yakalama becerisinden ileri geldiğinden, günümüzde kızların da Barbie gibi bir Astronottan Süperstara istedikleri kişiye dönüşebileceklerinden...” bahsedilmiştir. Bu mottodan hareketle Mattel yeni bir reklam sloganı tasarlamıştır: “Biz kızlar her şeyi

yapabiliriz, değil mi Barbie?” (Korbeck, 2001). İdealize edilmiş Batılı kadını temsil eden Barbie bebekler kızları güzel görünmek için çaba harcamaya ve ihtiyacından fazla eşyaya sahip olmaya teşvik etmiştir (İçke, 2013). Bir Barbie’ye sahip olabilmek çocuklar üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir çünkü onun aracılığıyla kendilerini hayal ettikleri farklı konumlarda canlandırabilirler. Bu gibi sebeplerin sonucunda zamanla önemli olan oyuncak bebekten ziyade onun imajı ve konsepti haline geldi. Çünkü bebeğin dış görünüşünden ziyade ‘Barbie olmak’ fikri daha çok dikkat çekmektedir. Firma artık Barbie’ye bir konsept yaratma fikri ekseninde hareket etmeye başlamıştır.

Artık tek pazarın küçük kızlar olmadığı 90’lı yıllarda yetişkin koleksiyoncular kaliteli ve daha pahalı bebeklere gerekli ödemeyi yapmaya hazır bir kitle olarak karşımıza çıkmaktadır. Mattel artık pazara sunduğu ürünlerde bu koleksiyoncuları da dikkate alarak üretmeye başlamıştır. Mattel, 94’ten itibaren Nostaljik Seri koleksiyonunun bir parçası olarak ilk vintage oyuncak bebeğin reproduksiyonunu yayınlamıştır. Tam bir kopya olmasa da bu reproduksiyon koleksiyoncuları tatmin edebilecek kadar gerçeğine uygun tasarlanmıştır (Korbeck, 2001).

Peers (2004), oyuncak bebeklerin toplumdaki kadınların temsili gibi olduğunu ve kadınların konumları ile alakalı birçok konuyu gündeme getirdiğini ifade etmektedir. Ötekileştirme, erotizm ya da sansür bunlardan yalnızca birkaçıdır. Konu küresel şirketler ve markalaşmaya kadar götürülebilir.

Mattel farklı markalarla dünya çapında giysi ve aksesuar yapmak üzere sözleşmeler imzalamıştır. Barbie serisini geliştirmek amacıyla fan dergileri yayınlanmış ve Barbie markasıyla çocuklara uygun kıyafetler üretilmiştir (Gerber, 2009). Barbie’nin Latin alfabesi dışındaki alfabelerde basılmış çocuk kitapları olduğu gibi çeşitli pazarlara özel ürünleri de bulunmaktadır. Farklı ülkelerin sosyal yaşantılarına ve geleneklerine göndermeler yapan çeşitli başlıklar ve kıyafetler bunlara örnek verilebilir (Peers, 2004) Aynı zamanda Harley-Davidson gibi oldukça popüler ve güçlü markalar ile işbirlikleri de yapmaktadır (Korbeck, 2001). Barbie hızlı bir şekilde hayatın her alanına yayılmıştır. Bu anlaşmalar ve marka işbirlikleri bebeğin görünürlüğünün artmasında büyük bir rol oynamaktadır. Barbie olmak isteyen kızlar fan dergilerini takip ederek, üretilen lisanslı

kıyafetleri ve materyalleri kullanarak bebekle arasındaki bağı ve benzerliği güçlendirmeye çalışmaktadır. Piyasaya hızla sürdükleri film ve diziler ile de çocuklar için medyada güçlü bir görünürlüğe sahiptirler. Hatta 2023 yılında çıkan 'Barbie' adlı film ile bebek kendisi de yansıttığı cinsiyetçi rolleri eleştirmiş ve büyük bir gişe başarısı yakalamıştır. Hatta bebeğin evreni oluşturulurken kullanılan pembe boyalar yüzünden dünya genelinde bir süreliğine pembe boya tedarik sıkıntısı yaşandığı iddia edilmiştir (Hirwani, 2023; çev. Çelik)

Ruth, kadınlara yönelik cinsiyetçi bir bakış açısını teşvik ettiği veya genç kızların kendilerine ilişkin görüşlerine zarar verdiği gerekçesiyle Barbie'ye yönelik eleştirileri her zaman kesin bir dille reddetmiştir. Bir muhabire Barbie'nin "çok eğitici bir ürün olduğunu" söylemiştir. "Çocuklar renk koordinasyonunu, moda tasarımını, bakımlı olmayı, saç şekillendirmeyi, görgü kurallarını ve insan ilişkilerini öğreniyor; sosyal durumlarla, birbirleriyle ilişki kuruyorlar." (Gerber, 2009). Kız çocuklarının oyuncak bebekler aracılığıyla doğru bir şekilde sosyalleştirilmesi gerektiğine inananlar Barbie'yi itham etmeye başlamıştır. Bazıları için Barbie, kapitalizmi ve sığ, şehvetli kadın bedeni vizyonunu teşvik etmektedir. Bunun yanı sıra bazıları da ikinci dalga feministlerin reddettiği Barbie'de çok değerli bir feminist gücün var olduğunu ifade etmiştir. Barbie ile karşılaştırıldığı vakit pek az akademik yorumcu diğer bebekler ve ifade ettikleri hakkında endişelerini yansıtmıştır. Barbie, oyuncak bebeğin doğasına aykırı olarak yapay ve manipülatif bulunmuştur. Ayrıca unutulmamalıdır ki moda bebekleri küçük kızlara uygun bulunmayan bir cinsellik sunmanın yanı sıra onları her yeni ürünü satın almaya teşvik etmiştir (Peers, 2004). Mattel, daha önceden konuşma mekanizmasını eklediği bebeklere 1992 senesinde "Yeterince giysimiz olacak mı?", "Alışverişi seviyorum!" gibi cümleler ekleyerek Barbie'nin tüketim için bir rol model olduğu savını güçlendirmiştir. Küçük kızların rol modeli olan Barbie'nin yaşam tarzına göre mutluluğun kaynağı pahalı eşyalara sahip olabilmekten geçmiştir (Ömür Tanyel, 2023). Aynı zamanda bebeğe bu dönemlerde eklenen 'Matematik dersi çok zor.' ifadesi oldukça cinsiyetçi bulunmuş ve eleştirilere sebep olmuştur (Forest, 2019). Güzel olmak, beğenilmek ve mutlu olmak. Kızlara bu mesaj aşılanmaktadır. Mutlu olmak alışverişe gitmektir. Yeterince giysisi olmayan bir kız yeterince güzel midir? Sürekli tüketim kişilerin niteliğini arttıran bir anahtar işlevindedir.

Feminizmin gelişimini incelerken sürece dönemler halinde yaklaşmak mümkündür. İkinci dalga feminizm net bir tarih vermek mümkün olmasa da 1960'ların başlarından 70'lerin sonlarına kadar devam etmiştir. Tüketim üzerine kurulan kapital düzenin yükselmeye başladığı dünyanın en çalkantılı dönemlerinden birinde 68 Kuşağı Hareketi ya da Siyahi Hakları gibi konular ile etkileşimli gelişmiştir. Kadın bedeninin bağımsızlığını savunan bu kuşağın feministleri kürtağın yasallaşması konusunda çaba göstermiştir. İş yerinde eşit işe eşit ücret, cinsellik, ev içi emek vb. konulara değinilmiştir. Tez ile bağlantısını kurabilmek amacıyla özellikle yaptıkları bir girişimden bahsetmek yerinde olacaktır. 1968 senesinde Amerika'da düzenlenen bir güzellik yarışmasına karşı çıkıp eylem düzenlenmiştir. Eyleme katılanlar kadını metalaştırdığını düşündükleri için sütyen ve Playboy dergilerini fırlatmışlardır (Habib, 2019 ve Aramızda Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları, 2020). Kadının cinselliği üzerinden öne çıkmasına ve güzellik yarışmalarına karşı olan ikinci dalga feministlerin Barbie bebekte gördükleri şey açık olarak bellidir. Bebek ilk üretilmeye başladığı dönemden beri güzelliği ile öne çıkmaktadır. Bir kadın figürü olan bebek aynı zamanda kız çocuklarına hitap etmektedir. Durum böyle olunca da aslında bünyesinde ikinci dalga feministlerin karşı oldukları birçok şeyi barındırmaktadır. Ruth Handler eleştirileri kabul etmese de bebekle ilgili verdiği demeçlerde genelde saç şekillendirmek, bakımlı olmak ya da modaya uyak uydurmak gibi faydalar sağlayabileceğinden bahsetmektedir. Genelde bu gibi vurgular yapılması da bebeğın niteliklerini içi boş bir hale getirmektedir. Ayrıca bebekle birlikte eşsiz bir senaryo deneyimini de sunan firmanın eleştirilere cevap verirken birçok kariyere sahip olması ya da zaman içerisinde oluşturdıkları etnik çeşitlilikten değil de bakım, moda ve güzellik öğretileri odaklı yaptıkları savunma bebeğın işlevi konusunda kafa karıştırabilmektedir. Barbie zaman içerisinde uğradığı değişimlerle gelişmiş ve bağımsız güzel bir kadın mıdır yoksa güzel bir kadın olan Barbie'ye sırf yenilik kisvesi altında dış görünüşünün önüne geçemeyecek bazı tasarımsal ayrıntılar mı eklenmiştir?

Barbie bebek tarzı ile her zaman modaya ayak uydurup çağının en büyük tanıklarından biri olmuştur. Mattel, milenyuma hoş geldin programı "My Design" ile yeni bir değişim süreci başlatmıştır. Hem yetişkinler hem çocuklar için yeni bir sistem geliştiren Mattel kişilerin hayalleri, ilgi alanları ve kişiliklerini bir bebeğın yansıtabilmelerine fırsat

vermiştir. Bu ilke aslında Ruth Handler'in Barbie'yi yaratırken yola çıktığı mottolardan biridir. Program 2000 yılında durdurulmuştur. Bu tarihe kadar kullanıcılar çevrimiçi bir adresten programda bulunan fiziksel özelliklere sahip bir bebeği özelleştirme imkanına sahip olmuştur. Bu uygulama belli katı sınırlar dahilinde gerçekleştirilmiştir ve Barbie ile aradaki sınırların daha da silikleşmesine, arkadaşlığın pekişmesine katkı sağlamıştır (Korbeck, 2001).

İçke (2013), Barbie'nin piyasaya çıktığı günden bugüne gerek fiziksel gerek karakterizasyon açısından bir dizi değişim yaşadığını aktarmıştır. Ayrıca tüm bu değişimlerin ışığında temel yapısal özelliklerin büyük ölçüde aynı kaldığına değinmektedir. Korbeck de (2001), Mattel'in 2000 sonrasında da Barbie için değişim ve gelişim sürecini dinamik tutmaya devam ettiğini aktarmaktadır. Barbie, en etkileyici serilerden biri olan 'Manken' serisi ile köklerine de bir dönüş gerçekleştirmiştir. Bu hamle Barbie'nin günceli yakalarken geçmişini unutturma derdinde olmadığına başka bir ifadesi olarak değerlendirilebilir.

Peers (2004), Mattel'in Barbie'nin giysilerini değiştirmekten bebeğin formatını değiştirmeye kadar olan sürecin yirminci yüzyılın sonlarında inşa edilmiş, mükemmelleştirilmiş, yapay, geliştirilmiş, değiştirilmiş ve protezlenmiş vücuda duyulan hayranlığın habercisi ve referansı olduğunu aktarmaktadır. Barbie, sabit ya da özelleştirilmiş olarak değil, ilerici değişimin ürünü ve kültürel yeniden yapılanmaya tabi olan son zamanlardaki beden kavramlarını örneklendirmiştir. Ayrıca İçke (2013), Barbie'nin gerçekten uzak fizik ölçüleri ile sık sık tartışma konusu olduğunu aktarmıştır.

Barbie bebek beden algısıyla alakalı birtakım problemlere sebep olmuştur. Örneğin Barbie bebek sendromu adında bir sendrom tanımlanmıştır. Sendrom, Barbie gibi imkansız fiziksel görünüm ölçütlerine ulaşma dürtüsünü ifade etmektedir. Bir Barbie bebek standart olarak ortalama 30 cm'dir. Bir yetişkin ile oranlandığı vakit boyu ortalama 175 cm kabul edilirse bebeğin bel ölçüsü aşağı yukarı 45 cm olur. Bunun yanında gerçek bir insan olsaydı Barbie adet görmek için gerekli miktarda vücut yağına sahip olmayacaktı. Ayakkabı numarası ise vücuduyla orantısız bir şekilde 34.5 olacaktı.

Bu da dengede, hatta belki ayakta durmasını imkansız hale getirecekti (Ömür Tanyel, 2023). Bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere Barbie bebek ile yaratılan güzellik algısının gerçek hayatta karşılığı olmadığı gibi bebek kusursuz ve imkansız ölçüleri ile birçok kızı olumsuz etkileme potansiyeline de sahiptir. Kız çocukları için bir rol model olan Barbie sahip olduğu erişilmesi imkansız güzellik standartları ile ikinci dalga feministlerin karşı oldukları kadın bedeninin bağımsızlığı meselesi ile de çelişmektedir. Orijinal Barbie'ye bakıldığında yaşayan herhangi bir kadınla bağdaştırmak neredeyse imkansızdır. Zaten hali hazırda canlı bir insanın sahip olamayacağı vücut ölçülerine sahiptir. Bu sebeple gençlerin vücutlarını sevmesi ve sağlıklı yeme alışkanlıkları geliştirmeleri gibi konularda zorluklar yaşamalarına sebep olabilir. Barbie bebek bu bakış açısı ile kızlar için kötü bir rol modeldir çünkü mükemmel, ulaşılması imkansız vücut hatları ve temelde estetik kaygılar üzerine inşa edilmiş imajı ile psikolojik sorunlara da neden olabilmektedir.

2000'li yıllarda Barbie bebek oldukça güçlü bir rakip ile karşılaşmıştır. Bratz bebekleri Barbie'nin temsil etmeyi amaçladığı birçok şeyi yansıtmaktadır. Bebeklerin etnik kökenleri belirsizdir. Barbie bebekler ise daha ziyade sarışın ve beyaz tenli kadın imajını yansıtmaktadır. Aynı zamanda Barbie'ler Bratz bebeklerin yanında sanki daha küçük kızlara yönelik oyuncaklarmış gibi görünmektedir. Bratz'ler görünüşleri ile dönemin gençlerine daha fazla hitap etmiştir fakat ilerleyen süreçte ayakta kalmayı başaramamıştır (Forest, 2019). Barbie bebeğin başarısı da buradan kaynaklanmaktadır. Uzun yıllar süren serüveninde birçok rakibi olsa da karşısında ayakta kalmayı başaran olmamıştır. Kuşkusuz bu durum bebeğin yalnızca görüntüsünden kaynaklanmamaktadır. Gücünün sırrı bebeğin evreninden yani sunduğu senaryo deneyiminden kaynaklanmaktadır.

2015 senesinde Mattel 'Sheroes' serisi ile başarılı kadınların üzerinden modellenen Barbieleri tanıtmıştır. Bu seride sporcular, bilim insanları, aktivistler ve sanatçılar gibi farklı iş kollarından ve kültürlerden temsiller bulunmaktadır (Güler ve diğerleri, 2023). 2016 yılındaysa 'Barbie Fashionista' serisini tanıtmıştır. 2000 öncesi gücünü kaybetmeye başlayan Barbie bu seri ile büyük bir çıkışa imza atmıştır. Serideki bebekler farklı vücut tipleri, saç ve ten renkleri ile piyasayı canlandırmıştır (Forest, 2019).

Bugün 65 yaşında olan Barbie bebek, dahil olduğu kızların hayatlarında kültürel bir iz bırakmıştır. Ruth Handler, piyasaya sürdüğü bebeğin sarı saçları, mavi gözleri ve ince vücudu ile bir güzellik algısı inşa etmiştir. Çocukların zihninde güzel olmak sarışın, mavi gözlü ve ince olmak ile eş bir konuma gelmiştir. Bebek, oyuncakla vakit geçiren çocukların zihinlerinde bu inşa ettiği algı sebebiyle belli standartları dayatması nedeniyle sık sık eleştirilerin odağında olmuştur (Melike Tümer, 2024). Güzelliğin standartları nelerdir? Bebek eğer Amerika’da değil de Afrika’da üretilseydi güzelliği sarışınlığı, mavi gözleri ve beyaz teni ile mi tescillenirdi? Oyuncak bir bebek de olsa ne yazık ki her ürün coğrafyasının kültürü dahilinde dizayn edilmektedir. Üretici kültür dahilinde tasarlanan bir ürünün ünü coğrafyasının sınırlarını aşınca da kapsayıcılık, eşitlik ve temsiliyet gibi tartışmalara neden olabilmektedir. Tek bir ürün ile toplumun her kesimini yansıtmak mümkün olmasa da donatılan nitelikler ile ayrışma en aza indirilebilir. Örneğin bebek sarışın ve beyaz tenli olabilir ama en azından vücut hatları daha erişilebilir kılınabilir.

Oyuncak bebeklerin çocuklar ya da yetişkinler tarafından kullanılmasından kaynaklı birtakım problemler doğmaktadır. Oyuncak bebekler hedef kitle açısından uygun beden ve cinsiyet görüntülerine sahip olmalı ve bu noktalar bir 'uzman' tarafından düzenlenmelidir. Bu mesele oyuncak bebek ve moda alışverişinin çok ötesine geçmektedir (Peers 1998). Bu konu kamuda fazla açıklık ve istismar, çocuk cinselliği ve istismarı, uygunsuz cinsellik gibi bazı endişeler uyandırabilmektedir. Barbie gibi bazı bebekler de kamu ahlakı ve çocukluk masumiyeti hakkındaki tartışmaların tam göbeğinde bulunmaktadır (Peers, 2004).



Şekil 20. Hamile Barbie
(Onedio, 2022)

Barbie bebek kendini sürekli yenilemeye devam ederken piyasaya sürdüğü bazı tasarımlar ile kamuda büyük tepkilere yol açmıştır. Örneğin 1963 senesinde üretilen “Midge Hadley” (mıknatıslı bir ek karın parçası olan bebeğin küçük bebeği Ryan bulunmaktadır), genç yaşta çocuklarda hamilelik isteği oluşturabileceği tartışmalarına sebebiyet vermiştir. “Grow up Skipper” adlı bebek 1975 yılında piyasaya sürülmüştür. Barbie bebeğin çocukluktan ergenliğe geçişini simgeleyen

“Skipper Roberts” adlı bebek büyüyen göğüs tasarımı ile aileler tarafından pek hoş karşılanmamıştır. Yine 1978 senesinde piyasaya çıkan “Kissing Barbie”nin arkasındaki tuşu sayesinde ağzı dudaklarının öne çıkması ile öpücük halini almaktadır. Bu bebek dudak parlatıcısı ve Ken’e yazdığı aşk mektubu ile beraber satılmaktaydı. Bazı muhafazakar aileler tarafından öpücükler uygunsuz bulunmuş ve yine eleştirilerin odağı haline gelmiştir. Yine bir özel seri üretimi olan “Barbie Lounge Kitties” leopar desenli seksi kıyafeti ve abartılı makyajı ile hedef kitlesi olan küçük kızlar



Şekil 21. Barbie Lounge Kitties (Onedio, 2022)

için uygun bulunmayan modellerden biridir. 1997 senesinde bir marka işbirliği ile piyasaya sürülen “Oreo Fun Barbie” modeli ırkçı bulunduğu için eleştirilerin hedefi olmuştur ve piyasadan çekilmiştir. Belki de en fazla eleştiri alan, hatta işin içine çocuk istismarına sebebiyet verebileceği düşüncesi ile FBI’ın girdiği model olan “Barbie Video Girl” kolyesindeki kamerası sayesinde 30 dakikalık video kaydı alabilmekteydi. 2015 yılında Mattel’in Siri adlı uygulamaya benzer bir teknoloji kullanarak tasarladığı iki taraflı konuşma kapasitesine sahip “Hello Barbie” ise bir mikrofon ve yapay zeka uygulamasına sahipti. Fakat bir internet güvenlik firması sunucularda meydana gelebilecek bir siber saldırı sonucu bilgisayar korsanları tarafından wifi ağı üstünden cihazlara erişim sağlanabileceği ve Barbie’nin mikrofonu ile özel hayatı ihlal edip gizlice dinleme sağlanabileceğini ifade etmiştir. Tüm bu güvenlik meseleleri bebeğe olan ilginin düşmesine sebep olmuştur (Onedio, 2022 ve Allison Lopez, 2024). Üretilen farklı modelleri eleştirilere hedef olabilen Barbie ile alakalı firmanın sürece yaklaşımı dikkat çekicidir. Örneğin sürekli çağırttığı uygunsuz cinsellik imajı ile eleştirilen bebeğe hamile bir model eklenmesi kafa karıştırıcıdır. Ya da ergenliğe geçişi simgeleyen Skipper adlı bebeğin eklenen tasarım hilesi ile büyüyen göğüsleri bulunmaktayken bebeği pazarlama sürecinde ‘iki katı eğlence’ sloganını kullanmak ne kadar kabul etmeseler de bebekte var olan bir cinsellik vurgusunu yansıtmaktadır. Bunun haricinde çocuklara Lounge Kitties gibi modeller ile sunulan uygunsuz cinsellik içerikleri ile de yine bebekte kabul etmeyip çarpıttıkları kadın bedenini metalaştırma sürecinin bir yansımasıdır.

Barbie bebek şimdiye kadar yaratılmış en popüler moda bebeği unvanını elde etmiştir (Korbeck, 2001). Mattel şirketi günümüzde Lego'nun ardından gelerek en büyük ikinci oyuncak şirketi olma unvanına sahiptir ve 2020 yılında yalnızca Barbie bebek ve aksesuarlarının satışından 1.35 milyar dolar kazanmıştır (Ömür Tanyel, 2023). Mattel'in tasarım ve geliştirme ekibi, Amerikalı gençlerin yaşamlarıyla ilgili trendleri belirleyerek güncelliğini her zaman korumuştur. Barbie, tüm bu gelişmelerin ardından çağa uyum sağlayarak en popüler moda bebeği olma unvanını elinde tutmayı başarmıştır (Korbeck, 2001).



SONUÇ

Bu çalışmada Barbie bebeğin serüveni kaynaklardan elde edilen verilerin yorumlanması yoluyla incelenmiştir. Toplumsal cinsiyet kalıpları ışığında bebekteki temsiliyetler ortaya çıkartılmıştır. Aynı zamanda bebeğin temsiliyetlerinin olması muhtemel bazı psikolojik temelleri üzerine tartışılmıştır.

Oyun çocukluğun dilidir. Oyun eylemine yetişkinlerde de rastlanır. Bu eylemin çocuklar için ifade ettiği şey yetişkinler için ifade ettiklerinden daha farklıdır. Oyun, çocuklara büyülü bir dünyanın kapılarını açar. Bu dünyanın zarar görmesi çocuk için büyük sorunlar yaratabilir. Bu alana giriş yapan çocuk oyun dünyasında bazı temel araçlardan faydalanabilir. İşte oyuncaklar tam da burada karşımıza çıkar.

Oyuncaklar aracılığıyla anda vakit geçiriyor gibi görünen çocuklar aslında kimi zaman geçmişin yeniden canlandırmalarını kimi zaman da geleceğin provalarını yapmaktadırlar. Oyuncaklara toplum tarafından belli başlı cinsiyet kodları yüklenmiştir. Bu kodlar yüklenirken toplumsal cinsiyet kalıpları etkili olmuştur. Bazen oyuncağın rengi, bazen yapısı bazen de senaryo kapsamı onu kız ya da erkek oyuncağı haline getirmiştir. Bebekler oynanan oyunların senaryosu gereği tarih boyu genelde kız çocuklara ait bir oyuncak olarak kabul edilmiştir. Bu sebeple bebekler kadınlık hakkında birtakım bilgileri bünyesinde barındırmaktadır.

Barbie bebek dünyanın düşünsel olarak en çalkantılı olduğu dönemlerden birinde 1959 senesinde ortaya çıkmıştır. Yaşanan iki dünya savaşının ardından dünyada tüketim temelli bir anlayışın oluşmaya başladığı, ikinci dalga feminizim ve siyahi haklarının ayak seslerinin hissedildiği bir ortamda üretilmiştir. Böyle bir ortamda bebeğin yukarıda aktarılan faktörlerden ayrı değerlendirilmesi bebek ile alakalı yorumların eksik kalmasına sebep olacaktır.

Tarih boyunca kız çocuklarını geleceğin kadını rolüne hazırlamak oyuncak bebeğin işlevlerinden biri olmuştur. Barbie bebek işlevsel olarak bir değişime sebep olmasa da bu işlevin içeriğinde birtakım farklar yaratmıştır. Yukarıda örnekler ile de anlatıldığı üzere oyuncak bebeğin tasarımı onunla kurulacak bağ ve oynanacak oyun için kritik bir öneme sahiptir. Barbie öncesi bebekler gerçek dünyadaki bebek temsilleri ile benzeştiğinden kız çocukları bu bebeklerle genelde bakım verme içerikli oyunlar oynayıp geleneksel kadın rollerini prova etmiştir. Barbie bu anlamda sektörde bir devrim gerçekleştirmiştir. Barbie bebek de kız çocuklarını geleceğe hazırlamaktadır fakat bu gelecek daha farklıdır. Barbie, yeri yalnızca ev olmayan bir kadını temsil etmiştir. İstek ve ihtiyaçları daha farklı bir kadın profili çizmiştir. Bebek yetişkin ve bağımsız kadın imajı ile oynanan oyunların içeriğinde değişiklik yaratmıştır. Kızlar bebek ile kurdukları bağ sonucu kendilerini bebeklerinin annesi olarak değil de havalı kız arkadaşları ya da direkt kendileri olarak hayal etmişlerdir.

Bebek kız çocuklara eşsiz bir senaryo deneyimi sunmuştur. Bunu sağlarken çizdiği kusursuz beden imajı toplumun bazı kesimlerini endişelendirse de firma bu konudaki eleştirileri kabul etmemiştir. İmajını tazelemek amacıyla farklı modellerin üretimine başlasalar da (vitiligolu, tekerlekli sandalyele vb.) girişimler hiçbir zaman firma tarafından orijinal Barbie kadar desteklenmemiştir. Geçen 65 senenin ardından hala güzel bir modelden bahsedilince akıllarda oluşan sarışın, mavi gözlü ve kusursuz vücut hatlarına sahip klasik modelin üstüne çıkacak bir model tasarlanamamıştır.

Oyun evreninde kız çocuklarına erkek çocuklar kadar geniş bir hayal dünyası sunulmamıştır. Barbie bu duruma başkaldırının sembollerinden biridir. Daha önceki örneklerde oyuncak bebekler ile yapılabilecekler ev işleri ve annelik gibi cinsiyetçi görevlerle sınırlıdır. Barbie bu sınırlı seçenekleri arttırmıştır. Piyasaya ilk çıktığı zamanlarda hayatının evlilik öncesi döneminde olan genç ve bağımsız bir kadın profili çizmiştir. Kızları ev yaşamının dışında bir hayatla tanıştırmıştır. Bu açıdan oyuncak bebekler arasında devrim yaratan bir figür olarak kabul edilebilir.

Ruth Handler verdiği bir röportajda hiçbir zaman dünyayı değiştirmek gibi bir amacı olmadığından bahsetmektedir. 60'lı yıllarda kadın doktor sayısı yok denecek kadar azdır (Forest, 2019). Barbie'ye farklı kariyerler vermek için çabalayan firmanın girişimleri kadınların toplumda güçlü temsillerini oluşturmaya katkı sağlamaktansa bir doktor olan Ken bebeğe iyi bir aksesuar olmaktan ileri gidememiştir. Buna karşın Barbie bebek aksesuar gibi görünse de kendi evreninin her zaman esas öznesi konumundadır. Barbie bebeğin erkek arkadaşı olarak tasarlanan Ken hiçbir zaman Barbie kadar popüler olamamıştır. Ataerkil sistemin hakim olduğu gerçek dünyada genelde erkeklerin yanında daha pasif kadın figürler görmeye alışık olsak da oyuncak bebeklerin dünyasında Barbie bebek başrolü hiçbir zaman kaybetmemiş ya da Ken ile paylaşmamıştır.

Barbie geçirdiği değişimler ile müşterilerin taleplerine karşılık veriyormuş gibi görünse de aslında kendileri tarafından yaratılan bir tüketim sistemine hizmet edilmiştir. Bebeğin imajında oldukça önemli bir etkisi olan aksesuarları ve genişleyen çevresi ile sürekli tüketim özendirilmiş ve çocuklar için sahip oldukları Barbie sayısının asla yeterli olmayacağı fikri aşılanmıştır.

Bebeğin ortaya çıktığı coğrafya gereği oldukça önemli bir problem olan siyahi sorunları toplumun bir kopyası gibi görülebilecek bebek dünyasında da hissedilmiştir. Amerika'daki nüfusta güçlü bir görünürlüğü olan siyahiler için kendilerine benzeyen bir bebekle oynayamamak büyük bir problem teşkil etmiştir. Mamie ve Kenneth Clark oyuncak bebekler ile bir deney gerçekleştirmiştir. 'İçselleştirilmiş Irkçılık' deneyinde siyahi ve beyaz çocuklara ten renkleri hariç hiçbir özelliği farklı olmayan oyuncak bebekler sunulmuş ve bazı sorular yöneltilmiştir. Çocuklara ten rengi dışında tüm nitelikleri aynı olan bebeklerden hangisinin güzel olduğu sorulduğunda beyaz bebeğin daha güzel olduğu yanıtı alınmıştır. Bu seçimi yalnızca beyaz çocuklar değil siyahi çocuklar da aynı şekilde yapmıştır. Amerika'da siyahi ve beyaz çocukların ayrı okullarda eğitim görmesi sisteminin değişmesi yönünde alınan kararların üstünde bu deneyin büyük etkisi olduğu aktarılmıştır (Davis, 2024). Firma süreç içerisinde Barbie'nin arkadaşı olan 'Black Francie' modelini çıkartsa da bir siyahinin Barbie olabilmesi için aradan 21 sene geçmesi gerekmiştir. Bebeği tasarlarken kız çocuklara bir

rol model vermek ve kuracakları özdeşim ile bağlarını güçlendirmek isteyen firma bu yaklaşımı ile siyahi müşterilerinin beklentilerini uzun süre karşılayamamıştır.

Barbie bebek birçok kariyere sahip olsa da akıllarda genelde güzelliği ile kalmıştır. Genelde kullandığı kıyafetler toplumsal cinsiyet kalıplarının kadınlara dayattığı pembe renk ve tonlarında üretilmiştir. Dünyası toz pembe bir düzlemde şekillenmiştir. Firma ürettiği bebekle kız çocuklara ulaşmaları mümkün olmayan beden ölçülerini dayatmıştır.

Oyuncaklar geleceğin inşasında önemli bir yere sahiptirler. Çocuklar oyunlar ve oyuncaklar aracılığı ile ileride yaşamaları muhtemel hayatlarının provalarını gerçekleştirirler. Bu provalar genelde ataerkil kodlar dahilinde canlandırılır. Hemen bütün oyunlarda toplumsal cinsiyet kodlarına rastlamak mümkünken kız çocuklarının en temel oyun gereçleri olan bebeklerde temsiliyet daha fazladır. Bunun temel nedeni toplumsal cinsiyet kalıplarının kadınları erkeklerden daha fazla etkilemesi ve dezavantajlı bir duruma sokması olabilir.

Firma attığı adımlarla bebeği güçlü bir sosyal figür konumuna erdirmek istese de genelde geçici nitelikteki bu değişimler bebeğin tarihinde yapılan değişikliklere birer örnek olarak kalmıştır. Barbie her zaman sarışın, kusursuz beden ölçüleri olan ve mavi gözlü bir genç kızdır. En önemli ilgi alanı da modadır. Zaten güzel bir kadını modadan bağımsız düşünmek imkansızdır.

Bu çalışmada Barbie'nin sunduğu senaryo deneyimi ve yapısal özellikleri ile kız çocuklarını nasıl bir geleceğe hazırladıkları irdelenmiştir. Yeri yalnızca ev olmayan bir kadın imajını yansıtan bebek bu sefer de kadınlığı daha farklı cinsiyetçi kodlar dahilinde yansıtmıştır. Önceki bebek örneklerinde toplumsal cinsiyet kalıplarına annelik rolü üstünden rastlanırken Barbie bebekte bu kodlara daha ziyade dış görünüşü ve ilgi alanları (mükemmel vücut tipi ve moda takıntısı vb.) üstünden rastlanmaktadır. Yeri yalnızca ev olmayan geleceğin kadınları bu sefer de moda ve güzellik ekseninde şekillenmektedir.

KAYNAKÇA

- Adaçay, F. R. (2018). Toplumsal cinsiyetin yaratılması ve sürdürülmesinde temel kurumların rolü. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, 1(2), 345-363.
- Ak, D. (2006). Oyun ve oyuncak kavramlarının tarihsel ve kültürel değişimine endüstriyel tasarım açısından bir bakış. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Aker, S. E. (2016). Avrupalı bir gelenek: porselen bebekler. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 5(27), 2015-2026.
- Akbulut, D. (2009). "Günümüzde Geleneksel Oyuncaklar", *Milli Folklor Dergisi*, 21 (84): 182-191.
- Akkaya, B. (2022). 2019-2021 yılları arası televizyon reklamlarında aile içi toplumsal cinsiyet rollerinin incelenmesi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- Altın, B. (2014). Kadınlarda benimsenen cinsiyet rollerine göre kişilik özelliklerinin incelenmesi. İstanbul Bilim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Altun, A. G. M. (2007). Medya ve toplumsal cinsiyet algısı için eleştirel bir perspektif. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 11(11), 71-75.
- Altun, N. (2019). Kadınlarda toplumsal cinsiyet rollerine göre çocukluk çağı travmaları ile erken dönem uyumsuz şemaları arasındaki ilişkinin incelenmesi. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Anbarlı, Z. Ö. (2019). Dijital televizyon dizilerinde hegemonik erkeklik. *Erciyes İletişim Dergisi*, (1), 81-104. DOI: [10.17680/erciyesiletisim.485373](https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.485373)
- And, M. (2012). Oyun ve Bögü, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul. (3.Baskı) ISBN: 978-975-08-0647-6
- Arslan, B., ve Koca, C.. (2006). Kadın sporcuların yer aldığı günlük gazete haberlerinin sunum biçimine dair bir inceleme. *Spor Bilimleri Dergisi*, 17(1), 1-10.
- Ataman, Ö, E. (2002). Sinemada toplumsal cinsiyet rolleri: 1980-1999 yılları arasında Türk Sineması'nda toplumsal cinsiyet rollerinin sunumu. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir.
- Baştürk, E. ve Şakar, S. B. (2020). Basketbol reklamları üzerinden spor medyasında cinsiyetçi söylem ve hegemonik erkeklik temsili. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 6(2), 503-517. DOI: [10.46442/intjcss.826816](https://doi.org/10.46442/intjcss.826816)
- Bateson, P. & Martin, P. (2020). Oyun, Oyunseverlik, Yaratıcılık ve Buluş, Ayrıntı Yayınları, İstanbul. ISBN: 978-975-539-962-1
- Batgi, G. (2019). Masallar ve toplumsal cinsiyet: cinsiyet rollerinin inşası. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Bayrakdar, S. (2018). Toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden sembolik şiddet: Türk atasözleri ve deyimlerinde annelik-babalık cinsiyet rollerinin kültür kodlarına dayalı bir inceleme. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri*, 4(5), 178-194.
- Begic, H. N. (2016). Türk kültüründe geleneksel bez bebekler. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 9(18), 217-228.
- Berber, Z. B. (2021). Eğitimde toplumsal cinsiyet eşitsizliğini giderme yolları. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 10(3), 1215-1223.

- Bhasin, K. (2003). Toplumsal cinsiyet “Bize Yüklenen Roller”. (K.Ay, Çev.) Dayanışma Vakfı Yayınları. İstanbul: Kuşak Ofset Birinci Basım.
- Bilgin, N. (1990). Folklorik Yapma Bebekçilik Kültür Bakanlığı Halk Kültürünü Araştırma Dairesi Yayınları:140. Maddi Kültür Dizisi: 4.Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Bilgin, N. (1997). Folklorik Yapma Bebekçilik, II. Baskı. Ankara: T.C.Kültür Bakanlığı.
- Bilgin, N. (2010). Yapma Bebekler, II. Baskı. Ankara: T.C.Kültür Bakanlığı. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul. ISBN: 978-975-17-3518-8
- Bingöl, O. (2014). Toplumsal cinsiyet olgusu ve Türkiye’de kadınlık. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(3), 108-114.
- Blackstone, A. 2003. "Gender Roles and Society." Pp 335-338 in Human Ecology: An Encyclopedia of Children, Families, Communities, and Environments, edited by Julia R. Miller, Richard M. Lerner, and Lawrence B. Schiamberg. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO. ISBN I-57607-852-3
- Buran, K. (2023). İş-aile çatışması ve kadın akademisyenler üzerine kamu üniversitelerinde bir araştırma. Tokat Gazi Osman Paşa Üniversitesi ,Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Tokat.
- Butler, J. (1998). *Sex and gender in Simone de Beauvoir’s Second Sex*. na. <https://www.jstor.org/stable/2930225>
- Büker, S. (2008). Toplumsal cinsiyet eşitliği, Nika Yayınevi, Ankara.
- COM. 2011. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the regions. A Renewed EU Strategy 2011–14 for Corporate Social Responsibility, COM (2012a) 681 final, 25 October 2011. European Commission: Brussels.
- Connell, R. W. (2005). Change among the gatekeepers: Men, masculinities, and gender equality in the global arena. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 30(3), 1801-1825. <http://www.jstor.org/stable/10.1086/427525>.
- Çakır, M. (2022). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının aile algısında toplumsal cinsiyet olgusunun incelenmesi. Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Çalışır, G., ve Çakıcı, F. O. (2015). Toplumsal cinsiyet bağlamında sosyal medyada kurulan benlik inşasının temsili. *Turkish Studies (Elektronik)*, 10(10), 267-290.
- Carter, C., & Steiner, L. (2004). Introduction to critical readings: Media and gender. *Critical readings: Media and gender*, 1, 1-10.
- Çelebi, E. (2022). Medyanın toplumsal cinsiyet rolleri üzerinde etkisi. *Elektronik sosyal bilimler dergisi*, 21(82), 822-829.
- Çiçek, B., ve Çopur, Z. (2018). Bireylerin kadınların çalışmasına ve toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumları. *International Journal of Eurasian Education and Culture*, 3(4), 1-21.
- Çiftçi, M. A., ve Özgün, Ö. (2011). Okul öncesi dönemdeki çocukların oyuncak tercihlerinin ve akran etkileşimlerinin ebeveyn cinsiyet rolleri algısı bağlamında incelenmesi. *Education Sciences*, 6(3), 2246-2261.
- Dedeoğlu, S. (2000). Toplumsal cinsiyet rolleri açısından Türkiye’de aile ve kadın emeği. *Toplum ve Bilim*, (86), 139-170.
- Demir, E. (2021). Halit Ziya’nın Aşk-ı Memnu romanında kadın temsillerinin toplumsal cinsiyet perspektifinden incelenmesi. *Turkish Academic Research Review*, 6(1),

293-307.

- Dervişoğlu, E. (2017). Cumhuriyetten günümüze, yazarların anılarında oyun ve oyuncaklar. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 10(19), 89-106.
- Doğan, M. D. (2020). “Medya ve toplumsal cinsiyet üzerine tartışmalar” kitabı. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 2(2), 53-57.
- Dökmen, Z. Y. (2009). *Toplumsal Cinsiyet Sosyal Psikolojik Açıklamalar*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Dündar, S. (2021). *Ortaokul sosyal bilgiler ders kitaplarında toplumsal cinsiyet* (Master's thesis, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Eccles, J. S. (1986). Gender-Roles and Women's Achievement. *Educational Researcher*, 15(6), 15-19. <https://doi.org/10.3102/0013189X015006015>
- Elderkin, K. M. (1930). Jointed dolls in antiquity. *American Journal of Archaeology*, 34(4), 455-479.
- Ergün, M., 1980. Oyun ve oyuncak üzerine. *Milli Eğitim* 1(1), s. 102-119
- Erol, E. ve Toplu, M. (2022). Gotham’da bir sisifos: Joker filmi özelinde hegemonik erkekliğin inşası. *International Journal of Economics Administrative and Social Sciences*, 5(1), 57-73.
- Ersöz, A. G. (2010). Türk atasözleri ve deyimlerinde kadına yönelik toplumsal cinsiyet rolleri. *Gazi Türkiyat*, 1(6), 167-182.
- Erzeybek, B. (2015). Anne-babaların çocuklarını yetiştirirken benimsedikleri toplumsal cinsiyet rolleri tutumlar. Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Europeia, C. (2012). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. *A Roadmap for moving to a competitive low carbon economy in, 2050*.
- Gerber, R. (2009). Barbie and Ruth, HarperCollins e-books.
- Güder, S., ve Alabay, E. (2016). 3-6 yaş arasındaki çocukların oyuncak tercihlerinin toplumsal cinsiyet bağlamında incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(2), 91-111.
- Gürgen, İ. (2018). Hammurabi Kanunları’nda ve Tevrat’ta kadınla ilgili hükümlerin değerlendirilmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(04), 333-348.
- Gürhan N. (2010). Toplumsal cinsiyet ve din. *e-Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi*, 4, 58-80.
- Hareket, D. ve Dündar, H. (2023). Çocuk hikâye kitaplarında toplumsal cinsiyet unsurları: Ayşegül kitap serisi örneği. *Disiplinlerarası Çocuk Hakları Araştırmaları Dergisi*, 3(5), 8-37. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/dicod/issue/76595/1258283>
- Haymana, P. (2019). Toplumsal cinsiyet rollerinin kadınların iyilik hali algısı ile ilişkisi. İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Helvacıoğlu, F. (1996). *Ders kitaplarında cinsiyetçilik*. Kaynak yayınları, İstanbul.
- Huizinga, (2006). *Homo Ludens*. Ayrıntı Yayınları ISBN 975-539-099-5
- İçke, S. (2013). *Representation of gender in contemporary toy design: An analysis of Barbie Doll* (Master's thesis, İzmir Ekonomi Üniversitesi).
- İlkel Toplum. TDK (Türk Dil Kurumu). *Genel Türkçe Sözlük*. <https://sozluk.gov.tr/>

- (Erişim Tarihi: 04.10.2023).
- İmamoğlu, S. (2009). Genç yetişkinlikte kişilerarası ilişkilerin cinsiyet, cinsiyet rolleri ve yalnızlık algısı açısından incelenmesi. Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Kara, Y. ve Serpen, A. (2023). Sosyal hizmette queer bakış açısı: toplumsal cinsiyet rollerinden bağımsız bir yaklaşıma doğru. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33(2), 925-937. DOI: 10.18069/firatsbed.1201775
- Karabacak, R. (2021). Oyuna psikanalitik bir bakış: Psikanalitik kuramcılarının oyuna yönelik görüşleri. *Psikoteori Dergisi*, 2(2), 11-15.
- Karakaya, H. (2018). Toplumsal cinsiyet algısı, din ve kadın. *Journal of Analytic Divinity*, 2(2), 36-62.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi temelli sosyal hizmet araştırmaları dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kaya, Ş. (2018). Kadın ve sosyal medya. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(2), 563-576.
- Keleş, N. (2023). Resim sanatında oyuncak bebek ile küçük kız imgesi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Kılıç, M. (2019). Psiko-Sosyal Yönleriyle Eğlence, Nobel, Ankara. ISBN: 978-605-7846-77-8
- Kıyak, S. (2019). Kastamonu ilinde turistik bebeklerin incelenmesi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Klingorová, K., & Havlíček, T. (2015). Religion and gender inequality: The status of women in the societies of world religions. *Moravian Geographical Reports*, 23(2), 2-11.
- Koçyiğit, S., Tuğluk, M. N., ve Mehmet, K. Ö. K. (2007). Çocuğun gelişim sürecinde eğitsel bir etkinlik olarak oyun. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (16), 324-342.
- Korbeck, S. (2001). *Best of Barbie: Four Decades of America's Favorite Doll*. Krause Publications. ISBN: 0-87349-261-7
- Kopania, K., & w Białymstoku, W. S. L. (Eds.). (2018). *Dolls and Puppets: Contemporaneity and Tradition*. Aleksander Zelwerowicz National Academy of Dramatic Art. The Department of Puppetry Art in Białystok. ISBN: 978-83-88358-02-9
- Kösekli, K. (2022). Eski Yunan toplumunda büyü. Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Denizli.
- Köten, E. ve Akdemir, H. E. (2021). Rap müzikte toplumsal cinsiyet temsilleri: Toplumsal cinsiyet klişeleri, hegemonik erkeklik ve cinsiyetçilik. *Lectio Socialis*, 5(1), 43-59. DOI: 10.47478/lectio.839758
- Kurt Fidan, M. (2022). Hristiyanlıkta kadın imgesi: günahkâr Havva ve bakire Meryem düalizmi. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)*, 22(2), 239-252. <https://doi.org/10.30627/cuilah.1189616>
- Küçüksayacıgil, A., ve Küçükşen, K. (2021). Tanzimattan günümüze Türk edebiyatında toplumsal cinsiyet yansımaları ve kadının konumu. *Edebî Eleştiri Dergisi*, 5(2), 371-386.
- Lacan, J. (1998). Fallus'un anlamı. (Çev. Tura. S., M.) Afa Yayınları, İstanbul. ISBN: 975-414-250-5
- Laskar, K. A. (2021). Gender-sensitive portrayal in cartoon shows for preschoolers: A critical analysis of Masha and the Bear. *Asia Pacific Media Educator*, 31(2), 212-

228. DOI:10.1177/1326365X211048587

- Lindsey, L. L. (2010). *Gender Roles. A Sociological Perspective* (6. bs.). USA: Routledge.
- Martin, C. L., Eisenbud, L., & Rose, H. (1995). Children's gender-based reasoning about toys. *Child development*, 66(5), 1453-1471.
- Mora, N. (2008). Medya ve kültürel kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-14.
- Moya, exposite ve ruiz, 2000, Moya, M., Exposito, F., & Ruiz, J. (2000). Close relationships, gender, and career salience. *Sex Roles*, 42, 825-846.
- Murataj, O. (2020). Toplumsal cinsiyet rolleri üzerine kurulmuş kültürler arası evlilikler: Sırbistan'da yaşayan Arnavut-Sırp çiftlerin evlilikleri üzerine bir vak'a çalışması. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktor Tezi, Ankara.
- Niemann, H. (1991). "Oyuncağın Gelişim Tarihi", (Çev.Bekir Onur). *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*. 1(24), 55-61.
- Nicolopoulou, A. (2004). Oyun, bilişsel gelişim ve toplumsal dünya: Piaget, Vygotsky ve sonrası. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 37(2), 137-169.
- Nutku, Ö. (1998). *Oyun, Çocuk, Tiyatro*. Özgür Yayınları, İstanbul.
- Oktan, A. (2008). Türk sinemasında hegemonik erkeklikten erkeklik krizine: Yazı-Tura ve erkeklik bunalımının sınırları. *Selçuk İletişim*, 5(2), 152-166. DOI: 10.1177/2056305116664217
- Omatça, İ. (2006), Ahşabın, oyuncak üretiminde kullanımı ve önemi. Dumlupınar Üniversitesi, Simav Teknik Eğitim Fakültesi, Mobilya ve Dekorasyon Eğitimi Bölümü, Lisans tezi
- Onur, B. (1992). Tarih boyunca oyunlar ve oyuncaklar. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 25(2), 365-386.
- Onur, B. (2002). *Oyuncaklı Dünya*, Dost Kitabevi, Ankara. ISBN 975-298-032-5
- Onur, B. (2010). *Oyuncaklı Dünya*. İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Onur Sezer, G. ve Bilge, A. (2023). Çizgi filmler ve toplumsal cinsiyet rolleri. Başal, H. A., Kaldırım, Y. ve Bahçeli Kahraman, P. (Eds.) *Türk Dünyasında Kadın Olmak*.(131-139). ISBN: 978-625 7546 22 5
- Özaydınlık, K. (2014). Toplumsal cinsiyet temelinde Türkiye'de kadın ve eğitim. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, (33).
- Özbay, C. (2013). Türkiye'de hegemonik erkekliği aramak. *Doğu Batı Dergisi*, 63: 185-204.
- Özdemir, M. (2010). Türkiye'deki reklâmlarda toplumsal cinsiyet ve sunumu. *Millî Folklor*, 22(88), 101-111.
- Özdemir, A. A., ve Ramazan, O. (2012). Oyuncakla çocuk, anne ve öğretmen bakış açısı. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-16.
- Özdoğan, B. (2000). *Çocuk ve Oyun*, Anı Yayıncılık, Ankara. ISBN: 975-6956-30-5
- Özkantar, M. Ö. (2019). Türk televizyonlarında yayınlanan gelin kayıynvalide programları: Hegemonik erkeklik bağlamında bir inceleme. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 4(7), 16-35.
- Peers, J. (2004). *The Fashion Doll: from Bebe Jumeau to Barbie*, Berg, New York.
- Peers, J. (1998). In a Barbie world [Mattel has initiated legal action against artists who want to play around with Barbie.]. *Artlink*, 18(3), 30-32.
- Pehlivan, H. (2005) *Oyun ve Öğrenme*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Poyraz, H. (2011). *Okul öncesinde oyun ve oyun örnekleri*. Anı Yayıncılık.

- Powell, G. N., & Greenhaus, J. H. (2010). Sex, Gender, and Decisions at the Family → Work Interface. *Journal of Management*, 36(4), 1011-1039. <https://doi.org/10.1177/0149206309350774>
- Samancı, H. ve Çetintaş, H. B. (2018). Dünyada ve Türkiye’de oyuncak kütüphaneleri: Alipaşa ve Bergama oyuncak kütüphaneleri örneği. *Bilgi Dünyası*, 19(2), 145-166. doi: 10.15612/BD.2018.670
- Sayılan, F. (2012). Toplumsal cinsiyet ve eğitim. *Ankara: Dipnot Yayınları*, 1-33.
- Selvi-Bener, S. (2013). Antikçağda Oyun ve Oyuncaklar. Kitap Yayınevi, İstanbul.
- Sevim, C., ve Gönül, E. (2012). Tarihsel süreç içerisinde oyuncağın gelişimi ve seramik oyuncaklar. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(2), 23-40.
- Sofuoğlu, S. D., ve Özalp, M. (2019). Masif ağaç malzemenin oyuncak yapımında kullanımı. *Mobilya ve Ahşap Malzeme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 120-129.
- Şahin, M. (2019). Kültür aktarımında toplumsal cinsiyetin rolü. *Akademik Hassasiyetler*, 6(11), 233-249.
- Şakrak, B. E. (2020). Dizi filmlerde toplumsal cinsiyet bağlamında kadının temsili örnek inceleme: “Kadın” dizisi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(22), 420-434.
- Şahyar Akdemir, D. , Tüfekçioğlu, S. ve Karlıdağ, B. (2023). İnsan hakları, toplumsal cinsiyet eşitliği ve Avrupa Birliği Avrupa Parlamentosunda kadın temsiliyeti üzerine bir inceleme. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 497-517. DOI: 10.53443/anadoluibfd.1230453
- Şeker, A. (2017). Türk romanında toplumsal cinsiyet açısından kadın temsillerine yönelik sosyolojik bir çözümleme. *Journal of International Social Research*, 10(54).
- Hu Şimga, H. (2018). Kadın ve İnsan Hakları. *Maltepe Üniversitesi İnsan Hakları Araştırma ve Uygulama Merkezi ve UNESCO Felsefe ve İnsan Hakları Kürsüsü Bülteni*, 4, 4-5.
- Teke, S. G. (2019). Folklorik Bebeklerin Temsil Gücü: Elif Bebek Projesi Örneği. *Milli Folklor*, 16(123), 134-149.
- Tekerek, N. (2006). Oyun kavramından dramaya dramadan dramatik eğitime from. *Tiyatro Araştırmaları Dergisi*, 22(22), 47-73.
- Tezcan, E. (2022). Toplumsal cinsiyet temalı filmlerin üniversite öğrencilerinin toplumsal cinsiyet algıları ve spora özgü başarı motivasyonları üzerine etkisi. Trabzon Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Trabzon.
- Tezcan, M. (1993), Boş Zamanlar Sosyolojisi, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara. ISBN: 975-482-117-8
- Topaloğlu Uzunel, A. (2015). *Antik Yunan ve Roma oyuncakları üzerine*. Uluslararası Oyun ve Oyuncak Kongresi 5-7 Mayıs 2015, Atatürk Üniversitesi, S.210-216, Erzurum.
- Topses, G. ve Bulut Serin, N. (2018). Psikolojik danışma ve kişilik kuramları, Nobel, ankara. ISBN: 978-605-133-362-5
- Turan, S. Ü., ve Bilgin, V. (2020). Toplumsal cinsiyet ekseninde din ve aile içi roller. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 29(2), 459-493.
- Tuğrul, B., Ertürk, H. G., Özen Altınkaynak, Ş., ve Güneş, G. (2014). Oyunun üç kuşaktaki değişimi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 27(1), 1-16.
- Uskan, S. B. ve Bozkuş, T. (2019). Eğitimde oyunun yeri. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 123-131.

- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (35), 29-56.
- Vatandaş, S. (2020). Oyun ve oyuncak: teknolojik ve toplumsal dönüşüm sürecinde oyun ve oyuncakın anlamsal ve işlevsel değişimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(28), 913-930.
- Voicu, M. (2009). Religion and gender across Europe. *Social Compass*, 56(2), 144-162.
- Vygotsky, L. (1978). *Mind in society: The Development of Higher Psychological Processes*. Cambridge: Harvard University Press.
- World Health Organization. 1998. Gender and health, Technical paper. Switzerland, pp. 5-20.
- Yağan Güder, S. ve Güler Yıldız, T. (2016). Okul öncesi dönemdeki çocukların toplumsal cinsiyet algılarında ailenin rolü, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31(2).
- Yaraş, A., ve Yaraş, C. (2011). Antik Çağda Oyuncaklar ve Günümüze Yansımaları. *Günümüzde Çocuk Oyunlarında Ve Oyuncaklarında Yaşanan Değişimler Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü*, 61-75.
- Yavuzer, H. (2013). *Çocuk Psikolojisi*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Yazıcı, M. (2020) Kadın algısında devrim: Kur'an. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kadın ve Aile Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 113-126.
- Yeter, E. (2015). Toplumsal cinsiyet bağlamında kadının özneliği ve din, *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 15 (2), 189-210.
- Yusubova, N. (2022). Tarihi ve kültürel oyuncak mirasının tasarlanmasında bir öneri: Tofaş Bursa Anadolu Arabaları Müzesi örneği, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Endüstri Ürünleri Tasarım Anabilim Dalı, İstanbul.
- Yıldız, V. A. ve Yılar, Ö. *Türkiye'de Çocuk, Oyun ve Oyuncak Müzeciliği*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Yılmaz, D. V., Zeyneloğlu, S., Kocaöz, S., Kısa, S., Taşkın, L., ve Eroğlu, K. (2009). Üniversite öğrencilerinin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), 775-792.

WEB Kaynakları

- AÇEVokulöncesi.Org. (2024). Oyun Kavramı, <https://www.acevokuloncesi.org/oyun-drama-performans-etkinlikleri/kavramlar-ve-perspektif/oyun-kavrami/2/> (Erişim Tarihi: 22.01.2024)
- Besyohaber.Net. (2020). Oyun Nedir? <https://www.besyohaber.net/oyun-nedir/> (Erişim Tarihi: 22.01.2024)
- Birleşmiş Milletler Genel Kurulu. (1948). İnsan hakları evrensel bildirgesi. (Erişim Tarihi: 08.10.2023)
- CEDAW (Kadınlara Karşı Her Türü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi), 1979. <http://www.kaced.org/images/files/CEDAW%20metni.pdf> (Erişim Tarihi: 15.07.2023).
- Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği (2019). Kavramlar Sözlüğü. <https://cinselsiddetlemucadele.org/wpcontent/uploads/2020/02/KAVRAMLAR-SOZLUGU-2019-web-1.pdf> (Erişim Tarihi: 15.07.2023).
- Cerealofers.com (2024) Sunny Jim Rag Doll.

- https://cerealoffers.com/Cereal_Partners/Force/1920s30s/Sunny_Jim_Rag_Doll/sunny_jim_rag_doll.html (Erişim Tarihi: 15.06.2024).
- Durualp, E. (2024). Oyun kuramları, Ankara Üniversitesi Açık Ders Notları, PowerPoint Sunusu. <https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=31140> (Erişim Tarihi: 22.01.2024.)
- Güler, İ., Adalı, T. ve Günsal, N. (2023). A'dan z'ye Barbie. Bantmag.com. <https://bantmag.com/adan-zye-barbie/> (Erişim Tarihi: 10.12.2023).
- Habib, İ. (2019). Feminizmin farklı dalgaları üzerine bir özet. Feminisite.net. <https://feminisite.net/index.php/2019/12/feminizmin-farkli-dalgaları-uzerine-bir-ozet/> (Erişim Tarihi: 15.06.2024).
- Hirwani, P. (2023). Barbie çılgınlığı dünya çapında pembe boyda kıtlığına yol açtı. INDEPENDENT. <https://www.indyturk.com/node/637386/k%C3%BClt%C3%BCr/barbie-%C3%A7%C4%B1lg%C4%B1nl%C4%B1%C4%9F%C4%B1-d%C3%BCnya-%C3%A7ap%C4%B1nda-pembe-boya-k%C4%B1tl%C4%B1%C4%9F%C4%B1na-yol-a%C3%A7t%C4%B1> (Erişim Tarihi: 15.06.2024).
- İstanbul Oyuncak Müzesi. (2024). Plastik oyuncaklar. Fatoş oyuncakları. İzi Travel. <https://izi.travel/pt/16dd-istanbul-oyuncak-muzesi/tr#/browse/6c95f85c-5434-4187-82e2-4ec3cb7cb49b/tr> (Erişim Tarihi: 15.06.2024)
- Kültür Atlası (2020). Bez bebek-Edirne. Türkiye Kültür Portalı. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/edirne/kulturatlası/bez-bebek-1> (Erişim Tarihi: 15.06.2024).
- Lopez, A. (2024). Barbie bebeğın tarihi. <https://tr.yourtripagent.com/history-of-barbie-doll-541> (Erişim Tarihi 23.04.2024).
- Serdaroğlu, U. TDK (Türk Dil Kurumu). Genel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 04.10.2023).
- Onedio. (08.07.2022). Hamile bebeklerden video kaydı alabilenlere: tarihin tozlu sayfalarında kalan yasaklanmış Barbie bebekler. <https://onedio.com/haber/hamile-bebeklerden-video-kaydi-alabilenlere-tarihin-tozlu-sayfalarında-kalan-yasaklanmış-barbie-bebekler-1080722> (Erişim Tarihi 23.04.2024).
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. (2022). Türkiye'nini bebeğı Elif Bebek projesi. İstanbul Beylerbeyi Sabancı Olgunlaşma Enstitüsü. https://sabanciolgunlasma.meb.k12.tr/meb_iys_dosyalar/34/22/215177/icerikler/elif-bebek-projesi-mebe-bagli-olgunlasma-enstituleri-terafından-yapilmistir_2883980.html?CHK=34bfc8c53ea65bdb273bce4ec08f7e98 (Erişim Tarihi: 15.06.2024).
- Tanyel, Ö. (16.07.2023). Tartışmalı bebek Barbie. <https://www.cumhuriyet.com.tr/cumhuriyet-pazar/tartismali-bebek-barbie-2099796> (Erişim Tarihi 23.04.2024).
- TDK (Türk Dil Kurumu). Genel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 25.10.2023)
- TRT Haber, (10 Aralık 2021). <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/turkiyede-gunde-ortalama-4-saat-33-dakika-televizyon-izlendi-634701.html> (Erişim Tarihi: 06.10.2023)
- TÜİK, (29 Ağustos 2023). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim->

[Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2023-49407](#)
06.10.2023).

(Erişim Tarihi:

Tümer, M. (07.03.2024). Sarışın Barbie 63 yılda nereye geldi?

<https://www.haberturk.com/sarisin-barbie-65-yilda-nereden-nereye-geldi-3667282?page=4> (Erişim Tarihi 23.04.2024)

Youtube Videoları

Aramızda Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları. (2020). Nedir bu feminist dalgalar? (Video). Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=CchUV3wE0r0&t=696s> (Erişim Tarihi: 21.02.2024).

Topçu, E. (2021). "BEN" nasıl meydana geldi? Ayna evresi, benlik kuramı ve "J. LACAN". (Video). Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=BwIcahBmIv8&t=900s> (Erişim Tarihi: 21.02.2024).

Psikolojik Bakış, (2019). Yeni Başlayanlar İçin 3 Adımda Jacques Lacan'ı Anlamak: (Video). Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=MG_Q_LY2ocY (Erişim Tarihi: 21.02.2024).

Belgeseller

Davis, L. (Yapımcı ve Yönetmen). (2024). Siyah Barbie, (Belgesel). A Netflix Documentary; Amerika.

Forest, B., J. (Lead editör and VO written by) (2019). The toys that made us (Season 1, Episode 2) (A Netflix original series). Brian Volk-Weiss (Excutive Producers).