

## ÇOCUK KIYAFETLERİ ÜZERİNDEN GÜNDELİK HAYATIN İNŞASI: CİNSİYETLENDİRME ÜZERİNE NİTEL BİR ÇALIŞMA

Adem SAĞIR\*

Büşra IŞIN\*\*

Şura ŞALLI\*\*\*

### ÖZ

Cinsiyetin bir inşa süreci olduğu kabul edildiğinde, gündelik hayatın akışkanlığı içerisinde birçok toplumsal alan onu yeniden üretmektedir. Bu bağlamdan hareket edildiğinde toplumsal ilişkiler, sosyal çevre ve aidiyetlikler gibi birçok alt başlığı toplumsal cinsiyet tartışmalarına, yeniden üretim ve kimlik inşası olarak dâhil etmek mümkündür. Bu çalışma, toplumsal cinsiyet tartışmalarına farklı bir perspektif kazandırma kaygısından beslenmiştir. Çalışma çocuk kıyafetlerinde toplumsal cinsiyetle ilişkili temaların işaretlenmesi üzerinden yürütülmüştür. Araştırmanın temel problemi, “toplumsal cinsiyetin üretilmesinde kıyafetler nasıl bir etkileşim alanıdır” sorusu olmuştur. Çalışmada nitel araştırma yöntemi olarak derinlemesine görüşme tercih edilmiştir ve on katılımcı ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Çalışmaya 4 aile birlikte, altı kişi ise (2 erkek – 4 kadın) ayrı ayrı katıldı. Her katılımcıya bir alışveriş sitesi üzerinden alınan çocuk kıyafetleri bulunan 40 adet görsel verildi. Katılımcılara bu görseller üzerinden yanıtlaması gereken dört soru soruldu. Sorular kıyafetlerin cinsiyeti olup olmadığının katılımcılar gözünden tespit edilmesi gayesini güttü. Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirlik çalışması iki uzmanla yapılan mülakat ile sağlandı. Çalışma ailelerin toplumsal cinsiyet tartışmalarında kendilerini konumlandıkları yeri, süreci nasıl inşa ettiklerinin anlaşılması ve deneyimlerinin nerede durduğunun betimlenmesi sorunsalı etrafında geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Cinsiyet, toplumsal cinsiyet, cinsiyet rolleri, tüketim, çocuk kıyafetleri

## THE CONSTRUCTION OF EVERYDAY LIFE ON CHILDREN’S CLOTHES: A QUALITATIVE STUDY ON SEXUALIZATION

### ABSTRACT

When gender is accepted as a construction process, many social areas reproduce it in the fluidity of everyday life. From this context, it is possible to include many sub-titles such as social relations, social environment, and belonging to gender discussions as reproduction and identity construction. This study bears the concern of opening a different perspective on gender debates. The study is on emphasising gender-related themes in children clothing. The main problem of this research is where clothes stand in the production of gender. The study used the Qualitative research method. The researchers conducted in-depth interviews with ten participants. While four families participated together, six people participated separately. Each participant was given 40 images with children’s clothes from an online shopping site. Participants were asked four questions based on these images. The questions aim to identify gender-specific themes in clothes. The researchers also interviewed two expert participants to support the reliability of the study. The study aims to focus on where families position themselves in gender debates, understanding how they construct the process and describe where their experiences stand.

**Keywords:** Gender, gender roles, consumption, children’s clothing

\* Doç. Dr. Karabük Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü, Karabük. ademsagir@karabuk.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0763-0518>

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı, Karabük. busraisin@gmail.com , ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6614-1170>

\*\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı, Karabük. srslli@hotmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6647-6368>

## GİRİŞ

Toplumsal cinsiyet, biyolojik bir yapı ve oluşundan ziyade içinde bulunulan toplumun kültürü, geleneği, değerleri etrafında gerçekleşen süreci ifade etmek için kullanılmaktadır (Oakley, 2015; Connell, 2016; Beauvoir, 2019; Saygılıgil, 2020; Hanks, 2020;). Başka bir deyişle toplumsal cinsiyet kadın erkek rollerinin toplum tarafından belirlendiği gerçekliğine atıf yapmaktadır (Bhasin, 2003; Connell, 2016). Buna göre kültürün gündelik hayatı düzenleyen kısımları, toplumsal cinsiyet tartışmalarının da ana gündemi olmaktadır. Toplumsal cinsiyetle ilgili yapılan öncü çalışmalar, kültürün belirleyici konumuna sıklıkla atıf yapmaktadır (Schwartz, 1989; Acker, 1990; Acker, 2006; Beauvoir, 2019; Connell, 2016; Oakley, 2015). Yakın dönemde yapılan çalışmalar ise daha geniş bir araştırma sahasında toplumsal cinsiyetin mikro boyutlarına odaklanan çerçeveye sahiptir (Berkday, 2006; Adak, 2007; Demirbilek, 2007; Dedeoğlu, 2009; Parlaktuna, 2010; Ecevit ve Karkıner, 2011; Karabıyık, 2012; Yılmaz & Zoğal, 2015; Köysüren, 2016; Adak, 2018; Aktaş, 2020). Öncü ve sonraki çalışmaların ortak noktası ise toplumsal cinsiyetin toplumsal inşa olduğu kabulü üzerinden yükselmektedir. Bu inşa sürecinin tarihsel köklerinin varlığı, toplumsal cinsiyetin evrensel bir tartışma alanı olmasını göstermesi bağlamında da oldukça önemlidir (Block, 1982; Katz, 1986; Miller, 1987;). Nitekim Simone de Beauvoir "*kadın doğulmaz, kadın olunur*" derken toplumsal cinsiyetle ilgili kuşatıcı bir tarihsel gerçekliğe dikkat çekmiştir (Bora, 2008). Beauvoir, ayrıca kadının toplum tarafından yüklenen anlamlar bütünü olduğunu ileri sürerken, kadın ve erkek arasındaki eşitsizliğin sadece fiziksel ve biyolojik farkla açıklanmasının kadının gördüğü baskıyı azaltmayacağını vurgulamaktadır (Connell, 2016).

Bu araştırmanın çıkış noktası toplumsal cinsiyet tartışmalarında yer alan mikro bir bağlama yapılmak istenen atıftır. Çalışmanın mikro bağlamı, ailenin toplumsallaşma süreçlerinde cinsiyetçi üretimlerin yeniden üretildiği bir aracı kurum olduğunun kabulü üzerine kuruludur. Burayı besleyen temel damar, ailenin de başat aktör olduğu toplumsallaşma sürecinde bireyin, cinsiyet rollerinin dağılımını ve erkek-kadın eşitsizliklerinin nasıl şekillendiğini gözlemliyor ve sürece dahil oluyor olmasıdır (Kılıç ve Eyüp, 2011). Çocuğun doğumundan itibaren tercihlerine yönelik kalıplaşmış yargılar bulunmakta ve bu yargılar toplumsallaşmanın yönünü çizmektedir (Vatandaş, 2007). Cook ve Cook' un (2005) yaptıkları çalışmada 2,5-3 yaş aralığındaki çocukların cinsiyet kavramını seçtikleri oyuncak, oyun alanları, arkadaş seçimleri üzerinden gösterdiklerini tespit etmişlerdir. Birey, cinsel kimliğini farkına varmadan maruz kaldığı toplumsal koşullarla birlikte cinsiyet rollerini öğrenmektedir (Güder ve Alabay, 2014). Bu durum aslında çocukların toplumsal cinsiyet rolleri açısından etiketlenmelerini beraberinde getirmektedir (Shakin ve Sternlanz, 1985).

Çocukların cinsel kimliklerini öğrenmelerinde yetişkinlerin rolü yadsınamayacak kadar fazladır. Bununla birlikte yetişkin kıyafetlerinde bulunan tasarımların cinsiyetlendirilmesi durumu, çocuk kıyafetlerinde de görülmektedir (Paoletti, 1987; Cunningham ve Macrae, 2011; LoBue ve DeLache, 2011; Cohen, 2013; Jadv ve diğerleri, 2010 ). Frassanito ve Pettorini (2008)'nin yaptıkları çalışma da renkler üzerinden yapılan toplumsal cinsiyet tartışmalarına gönderme yapmaktadır. Çalışmada dikkat çeken nokta pembe ve mavi renklerinin kullanılmasıyla başlayan ayrımın ne zaman başladığı sorunsalının tartışılmasıdır. Frassanito ve Pettorini, 1868 yılında yayınlanan Little Women isimli çalışmada Amy'nin toplumdaki insanlar kız ve erkek olduğu anlaşılın diye Meg'in ikizleri Daisy ve Demi'ye pembe ve mavi fiyonk bağladığını aktarmaktadır. Bunun Fransız tarzını yansıttığı, çünkü Fransa'da pembe ve mavinin çoktan cinsiyetlendirildiğine dikkat çekilmektedir. Ancak bu ayrımın tüm Avrupa'da 1950'lere kadar yaygın olmadığı ve kullanılmadığı görülmektedir (Wong ve Hines, 2015; Del Gudice, 2012). İkinci dünya savaşından sonra üniformalar üzerinden yapılan cinsiyetlendirmenin yaygınlaştığına dikkat çeken yazarlar, erkeklerin üniformalarında yaygın bir şekilde mavinin kullanılmaya başlandığına değinmişlerdir. Nitekim 1950'lerden sonra sadece kıyafetler üzerinden değil, mobilya ve araç-gereçlerin renkleri üzerinden de ayrımın yaygınlık kazanmaya başladığına vurgu yapılmıştır. Bullough ve Bullough'ın (1993) yaptıkları çalışmada altı çizilen temel bağlam, cinsiyetlendirmeler söz konusu olduğunda kıyafetler ve renklerin önemli bir sınır olduğu gerçekliğidir. Çalışmada kadın ve erkek arasındaki toplumsal konumlandırmaların kıyafet ve renkler söz konusu olduğunda oldukça net ve sınırları keskin olduğuna vurgu yapılmıştır.

Picariello ve arkadaşlarının (1990) yaptıkları çalışmada renklerin özellikle kıyafetler söz konusu olduğuna önemli bir ayrışma noktası olduğu ve bunun kökenlerinin ise Amerikan tüketim kültürü eğilimleri içerisinde aranılması gerektiğine dikkat çekmiştir.

Bu tartışmaların Türkiye’deki izleri sürüldüğünde alanyazında güçlü destekleyiciler bulunmaktadır. Örneğin ders kitaplarındaki görsellerde aile içi görevlerde kadın ve erkeğin yapması gerekenlerin vurgulanması, meslek tanıtım görsellerindeki cinsiyet yaklaşımlarının kullanılması -doktorun erkek, hemşirenin kadın, otobüs şoförünün erkek, öğretmenin kadın olması gibi- kız çocuğunun çiçekli, parlıtlı, gösterişli giyinmesi üzerinden yapılan görsel sunumlar (Gümüšoğlu, 2016) önemli tartışma alanıdır. Bir başka çalışmada masal kahramanları üzerinden sunulan cinsiyetlendirme yüklü rol ve sembollerin farklı yol ve yöntemlerle nasıl aktarıldığı, kıyafetlerin de bu bağlamda önemli bir detay olduğu görülmektedir (Sezer, 2018). Kaynak ve Aktaş’ın (2017) okul öncesi hikaye ve masal kitaplarında karakterlerin tercih ettikleri kıyafetlerde hangi renklerin ön olana çıktığı bulgulara bakıldığında, kadınların en çok tercih ettiği renklerin kırmızı ve pembe olduğu, erkek karakterlerin kıyafetlerinde tercih ettikleri baskın rengin ise mavi olduğu görülmüştür. Aynı çalışmada kadın karakterlerin kıyafet tercihlerinde elbise, etek ve pantolonun dağılımına bakıldığında elbisenin (%49) en fazla tercih edilen kıyafet olduğu görülmüştür. Pantolon ise an az tercih edilen kıyafet olmuştur. Güder Yağan ve diğerlerinin (2017) yaptıkları çalışmada ise kadın çizgi film karakterlerinin kıyafetlerinde pembenin en çok tercih edilen renk olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmaya konu olması bakımından kıyafetler iki açıdan önemsenmiştir. İlki kıyafetlerin literatürde yapılan araştırmalara paralel şekilde toplumsal cinsiyet tartışmalarının sembolik göstergeleriyle örülmüş bir alanını oluşturmasıdır. Kıyafetleri önemli kılan bir diğer unsur ise toplumu kuşatan endüstriyel bir alanın varlığıdır. Endüstri toplumsal anlamların göstergelerini pazarlamakta ve toplumsal cinsiyetin yeniden üretimine katkı sunmaktadır. Endüstri, cinsel kimlikler üzerinden her türlü ürünü pazarlamakta ve tüketicilerin toplumsal cinsiyetle ilişkili tutumlarını alışkanlığa dönüştürmektedir.

Bu çalışmada toplumsal cinsiyet tartışmalarının çocuk kıyafetleriyle ilişkili anlamları analiz edilmiştir. Çalışmanın kurucu varsayımı çocukların kıyafetlerinde kullanılan her türlü görsel, figür, şekil ve renk unsurlarının cinsiyete göre farklılaştığı iddiasıdır. Bir bütün olarak düşünüldüğünde hayvan görselleri, güç ifade eden figürler (silah, kılıç vb.), araba resimleri ve bunlara benzer semboller erkek bebeklere / çocuklara atfedilirken; çiçek, nakış, firfir, fiyonk figürler ise kız bebeklere / çocuklara atfedilmektedir. Çalışmanın temel varsayımı ebeveynlerin hayat hikayeleriyle bütünleşmiş toplumsal cinsiyetle ilişkili tutumların, çocukları üzerinden deneyimlendiği gerçekliğidir. Ebeveynler, kıyafet tercihlerinde çocuklara serbest bir alan sunmaktan ziyade kalıplaşmış ve inşa edilmiş toplumsal kabullerle hareket etmektedirler. Burada ebeveynlerin kıyafetleri renklerine, figürlerine, şekillerine göre cinsiyetlendirilmesi söz konusudur. Çalışmanın üç farklı sorunsalı bulunmaktadır. Bunlardan ilki ailelerin toplumsal cinsiyet tartışmalarında kendilerini konumlandıkları yerdir. Ailelerin süreci nasıl inşa ettikleri ve deneyimlerinin nerede durduğu ise diğer iki problemdir. Çalışma alanda yapılan öncü çalışma olması bakımından önemlidir. Çalışmanın nihai hedefinde çocuk kıyafetleri üzerinden toplumsal cinsiyetle ilişkili tutumların nasıl üretildiği ve toplumsal aktörler tarafından nasıl anlamlandırıldığı yer almıştır.

## YÖNTEM

### Araştırmanın deseni ve Çalışma grubu

Bu çalışma nitel araştırma tasarımı olarak gerçekleştirilmiştir. Tasarımın ilk aşamasında kıyafet görselleri seçilmiştir. İlk olarak Ocak (2019) ayı içerisinde üç farklı alışveriş sitesinde en çok tıklanan kıyafetler içerisinde 120 adet kıyafet görseli seçilmiştir. Sonraki adımda bu kıyafet görselleri içerisinde 40 görsel seçilmiştir. Görseller seçilirken tüketici yorumları dikkate alınmıştır. Yorumlara bakılırken toplumsal cinsiyetle tartışmalarıyla ilişkili kodlara odaklanılmıştır. Burada literatüre de paralel şekilde renkler, baskıda kullanılan figürler, kıyafet kesimleri ve kıyafetlerde kullanılan materyaller gibi birçok unsur, görsellerin seçilmesinde kullanılan çerçeveyi oluşturmuştur. Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeciler kartopu örnekleme ile araştırmanın

amacına uygun bir şekilde seçilmiştir. Örneklemde katılımcıların evli ve en az bir bebekleri (kadın veya erkek) olmasına dikkat edilmiştir. Çalışmanın örnekleminde 4 evli çift ve 6 bireysel görüşmeci yer almıştır. Bireysel katılımcılarla yapılan görüşmeler Mart (2019) ayı içerisinde kendi istekleri doğrultusunda evlerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, önce görsellerin tek tek (40 adet) gösterilmesi ve sonrasında görseller üzerinden sorular sorulmasıyla gerçekleştirilmiştir. Evli çiftlerle yapılan görüşmelerde katılımcılara verilen görseller üzerine evlerinde en az birkaç gün birlikte çalışmaları istenmiştir. Arkasında görüşme talep edilmiş ve görseller üzerinden evlerinde Nisan (2019) içerisinde ebeveynlerin her ikisiyle aynı anda derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

Araştırma, ebeveynlerin kıyafet tercihleriyle toplumsal cinsiyete dayalı değer yargılarını ilişkilendirmek kaygısıyla hazırlanmıştır. Çalışmanın temel problemi ise ebeveynlerin “*gündelik hayatlarını kıyafetler üzerinden nasıl deneyimledikleri*” nin deşifre edilmesidir. Bu deşifre, kıyafetlerde kullanılan sembol, şekil ve formların anlamlandırılmasını, kıyafetlerin hangi kaygılarla kullanıldığının betimlenmesini ve tüketicilerin kıyafetlere anlam / değer yüklemelerini içermektedir. Katılımcılarla yapılan derinlemesine görüşmelerde, görsellere eşlik eden sorular şu şekilde sıralanmıştır. “*Resimde ilk dikkatinizi çeken detay nedir?*”, “*kıyafetin cinsiyeti nedir?*”, “*cinsiyetlendirmeyi neye göre yaptınız?*”, “*cinsiyetlendirme algınızı belirleyen diğer özellikleri anlatabilir misiniz?*” ve “*sizce kıyafetlerde cinsiyet ayrımcılığı yapılıyorsa nasıl yapılıyor?*”

### Güvenvericilik

Çalışmada güvenvericiliğin sağlanabilmesi için veri edinme yöntemi üçgenlemesi yapılmıştır. Derinlemesine görüşme verileri araştırmacının gözlemleri ve literatür ile desteklenmiştir. Araştırmacının konumu görselleri internet üzerinden seçilmesi ve sınırlandırılması sürecinde ön plana çıkmıştır. Böylelikle araştırmacının kullandığı veri toplama araçları, incelediği olgunun toplumsal anlamını çözmeyi hedeflerken elde ettiği veriler üzerinde de araştırmacının kendi algısını da gösterme kaygısı taşınmıştır. Konuyla ilgili profesyonel bir terzi ve çocuk gelişimi bölümünde görevli bir akademisyen ile görüşme yapılması da araştırmanın güvenilirliğini arttırmak için veri kaynağı üçgenlemesi yapılmıştır. İki farklı uzmana 40 görsel gösterilmiş ve onların kıyafetlerde kullanılan cinsiyetçi tutumlara dair görüşleri, katılımcıların verileriyle ilişkilendirilerek yeniden kodlanmıştır. Bu kodlamayla bir taraftan endüstriyel üretimin müşterilerine attığı seçme davranışının meşrulaştırılma biçimlerine odaklanılmış, diğer tarafta ise ailelerin toplumsal cinsiyet karşısında nasıl baskılandığının betimlenmesi yapılmıştır. Çalışma için 12.02.2019 tarihinde Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'na başvurulmuş ve 27.02.2019 tarihinde (2019/04) araştırmanın uygulanabilirliğine dair olumlu karar alınmıştır.

### Araştırmanın çalışma grubu

Araştırmaya bireysel olarak dahil olan katılımcılar, ‘K’ ile çift katılımcılar ise ‘A’ harfi ile kodlanmıştır. Katılımcıların demografik bilgileri aşağıdaki şekildedir.

**Tablo 1.** Örneklem demografik özellikleri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Meslek
K1	Erkek	40	Evli	Akademisyen
K2	Erkek	33	Evli	Gençlik Lideri
K3	Kadın	33	Evli	Ev Hanımı
K4	Kadın	40	Evli	Ev Hanımı
K5	Kadın	35	Evli	Ev Hanımı
K6	Kadın	33	Evli	İlahiyatçı
A1	Kadın ve Erkek	K:37 E:38	Aile	K: Kişisel gelişimci E: Akademisyen
A2	Kadın ve Erkek	K:35 E:36	Aile	K:Akademisyen E:Mühendis
A3	Kadın ve Erkek	K:38 E:40	Aile	K:Esnaf E:Mağaza Sorumlusu
A4	Kadın ve Erkek	K:38 E:42	Aile	K:Akademisyen E:Akademisyen

## Kıyafetlerde odakların görünüşleri

Kıyafetlerde dikkat çeken detayların sıklık dağılımları Tablo 2’de aşağıdaki şekilde sıralanmıştır.

**Tablo 2.** Dikkat çeken detay sıklık dağılımı

Seçenekler	F	M	Seçenekler	F	M
Renk	61	40	Tasarım	17	10
Figür	86	69	Kumaş	12	4
Desen	53	37	Etiket/Barkot/Marka	1	18
Kesim	7	3	Aksesuarlar	23	13
Şekil	10	4	Kıyafet Türü	17	11
Şapka	11	10	Kullanılan Nesnelere	23	12

Katılımcıların kıyafetlerin cinsiyetini belirlerken dikkat çeken detaylar 12 farklı biçimde gruplandırılmıştır. “Figür” kategorisinde yazı ve sayılar ile özel olarak belirtilen hayvan isimleri - panda, ayı gibi- yer almaktadır. “Desen” kategorisinde özel olarak dikkat çekilen çizgiler, üçgen desenleri, çiçek desenleri ve nakış desenleri içermektedir. “Şekil” kategorisinde, kulak detayları, kıyafetin uzunluğu, kloş şeklinde olması ve kıyafetin zıbyn özelliğinde olması ile birleştirilerek kodlanmıştır. “Tasarım” kategorisi, tarz, yaka şekli, set halinde olan kıyafetler, takım ve forma özelliği taşıyan kıyafetler ile sade kıyafetleri de kapsamaktadır. “Kumaş” kategorisi özel olarak kumaş ismi belirten katılımcıların ifadelerini -pelüş gibi- içermektedir. “Aksesuarlar” kategorisi salopet, askı, kravat, arma ve papyon diyen katılımcıların cevapların ifadelerinden oluşturmaktadır. “Kıyafetin Türü” kategorisi; yelek, hırka, ceket, pantolon, elbise ve etek ifadelerini kapsamaktadır. “Kullanılan Nesnelere” kategorisi kıyafetlerde bulunan küçük nesnelere dikkat çeken ebeveynlerin ifadelerini kapsamaktadır. Bunlar; kurdele, dantel, fırfır, ponpon, kuşak, fermuar ve çıt çıt gibi içeriklere sahiptirler.

**Tablo 3.** Cinsiyetlendirme kaynağı sıklık dağılımı

Seçenekler	F	M	Seçenekler	F	M
Renk	128	83	Kumaş	9	4
Figür	41	35	Kıyafet Türü	16	9
Desen	53	36	Kullanılan Nesnelere	23	17
Kesim	13	4	Şekil/Tasarım	39	39

Kıyafetlerin cinsiyetlendirme kaynağının sıklık dağılımı gösteren kategoriler tablo 3’ de gösterilmiştir. Bunlar şu şekildedir; “Figür” kategorisi yazı ve özel olarak belirtilen hayvan isimlerini de kapsamaktadır. “Desen” kategorisi çiçek, nakış, kalp, benekler, çizgiler gibi özel olarak belirtilen desenleri içermektedir. “Şekil/Tasarım” kategorisi kıyafetlerin takım halinde, üniforma görünümlü, kıyafetin modeli, sade olması, ortak detaylar içermesi, yaka şekli gibi detayları belirten katılımcıların da tercihlerini kapsamaktadır. “Kıyafetin Türü” kategorisi katılımcıların belirttiği pantolon, hırka, yelek, ceket, elbise gibi seçeneklerini kapsamaktadır. “Kullanılan Nesnelere” kategorisi kıyafetin özel detaylarına dikkat çeken katılımcıların tercihlerini belirten ortak bir kategori niteliği taşımaktadır. Bu detaylar ise şunlardır; dantel, şapka, papyon, tül, fırfır, sim, fiyonk ve kurdele’ dir. Görsel 1’ yer alan kıyafetlerin ortak özelliği, hepsine katılımcılar tarafından belli bir cinsiyet atfedilmesidir Görsel 1’ deki kıyafetler tamamen erkek çocuğa , Görsel 2’ deki kıyafetler kız çocuğuna atıfla katılımcılar tarafından değerlendirilmiştir.

**Görsel 1.** Katılımcıların Tamamının Kıyafetin Cinsiyetini “Erkek” Olarak Değerlendirdiği Görseller



**Görsel 2. Katılımcıların tamamının kıyafetin cinsiyetini “kadın” olarak değerlendirdiği görseller**



Katılımcıların tamamının her iki cinsiyete attıkları kıyafet olmamıştır. Bu durum, insanların cinsiyet kategorileriyle düşündüğünü göstermesi bakımından oldukça önemlidir. Ayrıca bilinçli ya da bilinçsiz şekilde gündelik hayatın birçok alanında şeylere cinsiyetlendirme yapıldığı gerçeğini bu duruma eklemek mümkündür. Böylece katılımcıların kıyafetlere yükledikleri özel anlamların deneyimlerle doğrudan bağlantısı kendiliğinden ortaya çıkmaktadır

**BULGULAR**

Çalışmanın bu bölümünde verilerde elde edilen bulguların dikkat çeken yönlerine odaklanılmıştır.



**Fotoğraf 1: Taraftarlık İmgesi**

Fotoğraf 1’de katılımcıların yükledikleri anlam taraftarlık olgusu üzerine olmuştur. Alanda yapılan birçok çalışma taraftarlık kimliğinin erkeklerle ilişkilendirildiği ve kadınların taraftar olma konusunda erkeklere göre daha düşük istekte oldukları görülmektedir (Talimciler, 2010; Talimciler, 2017; Bora, 2007; Miller, 1989; Sandoval-Garcia, 2005; Şen, 2013). Katılımcıların *Taraftarlık* kimliğini renklerle ilişkilendirilerek kıyafete *verdikleri ilk tepki* bir erkek kıyafeti olarak tanımlamak olmuştur. Görselde yer alan sayılar, renkler ve kıyafet şekli de *erkeklik* atfını besleyen kaynaklar olmuştur. Ayrıca görselde ait katılımcıların ifadelerinde hayvan figürlerinin erkek çocuğu için daha uygun olduğu görüşü karşımıza çıkmaktadır. Fotoğraf 1 için cinsiyetlendirmeyi kadın olarak ifade eden katılımcılar, bu durumu renk ve şekiller ile ilişkili bir biçimde ifade etmişlerdir.



**Fotoğraf 2: Mavili Takım Pijama**

Fotoğraf 2’yi kız çocuğu olarak düşünen katılımcılar kıyafet üzerindeki çiçek detayına dikkat çekmişlerdir. Kıyafette çiçek detayının kullanılması durumundan dolayı rengin mavi olmasının önemli olmadığını vurgulayan bazı ebeveynler olmuştur. Fotoğraf 2’deki kıyafetin üzerinde bulunan ayı figüründen yola çıkarak cinsiyet tahmininde bulunan katılımcılar, bu kıyafeti hem erkek hem de kız

çocuklarının giyebileceği kıyafet olabileceğine vurgu yapmışlardır. Bu bağlam üzerinden düşünüldüğünde kıyafetlerin üzerinde kullanılan nesnelere toplumsal cinsiyet algısının şekillenmesinde etkili olduğu söylenebilir.



**Fotoğraf 3: Kedili Kalpli Takım**

Fotoğraf 3'te katılımcılar renklere göre cinsiyetlendirme yapmışlardır. Katılımcıların çoğunluğunda gri renginin her iki cinsiyet için kullanılabilir ortak bir renk olduğu algısı hakimdir. Bundan dolayı katılımcılar bu rengin iki cinsiyet içinde kullanılabilirliğini söyleyerek kıyafete erkek ve kız çocuğu cinsiyeti atfetmemişlerdir. Kıyafete sadece kadın cinsiyetini atfedilenler ise kıyafet üzerindeki kalp figürünü göz önüne alarak böyle bir tercih yaptıklarını ifade etmişlerdir. Böylece toplumsal cinsiyet tartışmalarında karşımıza çıkan erkeğin rasyonel düşünmeyle kadının ise duygusallıkla ilişkilendirilmesi tartışmalarının kıyafetler üzerinden farklı bir boyutunun devam ettiği görülmektedir (Acker, 1990; Acker, 2006; Adak, 2018; Bora ve Günel, 2016; Ellemers, 2014; Kandiyoti, 2019; Mavin& Williams, 2013)



**Fotoğraf 4. Pandalı Bahçıvan**

**Fotoğraf 5. Baykuşlu Takım**

Katılımcıların bazı kıyafetlerdeki nesnelere birbiri arasındaki ilişkilerden yola çıkarak kıyafetlere cinsiyet atfettikleri görülmüştür. Örneğin fotoğraf 4'de yer alan kıyafete kız çocuğu kıyafeti cinsiyetlendirilmesini yapan katılımcılardan birisi bunun nedenini "*pandanın dil renginin pembe olması*" üzerinden açıklamıştır. Katılımcı görüşünden yola çıkarak renklerle ilişkilendirilen bir toplumsal cinsiyet etiketlemesinin burada da kendisini gösterdiği anlaşılmaktadır. Benzer şekilde üzerinde baykuş görseli olan fotoğraf 5'te kıyafete pembe renginin kullanılması, katılımcıların cinsiyetlendirme yaparken kız çocuğu kategorisini tercih etmelerine neden olmuştur.



**Fotoğraf 6. Şapkalı-Papyonlu Tulum**



Fotoğraf 6’ daki kıyafetin “*takım*” görünümünden dolayı *katılımcıların tamamı tarafından* cinsiyetinin erkek çocuğu olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca takım olan kıyafetler dışında papyon kullanılan kıyafetler bazı katılımcılar tarafından erkek cinsiyeti ile ilişkilendirilmiştir. Öte yandan katılımcılar koyu renk, papyon kullanımı, kıyafetin deseni ve şapkaya Yaptıkları vurgularla kıyafetin erkek çocuklarına ait olduklarını ifade etmişlerdir.



**Fotoğraf 7.** Mavili Pijama

Fotoğraf 7’de katılımcıların çoğunluğu cinsiyetlendirme tercihlerinde erkek kategorisini kullanmışlardır. Cinsiyetlendirme yapılırken kıyafet renginde yer alan mavi kullanılmıştır. Kıyafette ayı figürünün kullanılması katılımcıların cinsiyetlendirmeyi yaparken vurguladıkları bir başka nokta olmuştur. Katılımcıların hayvan figürlerini sıklıkla erkek cinsiyetiyle ilişkilendirdikleri görülürken, ayı figürünü ise özellikle erkeğe atfetmişlerdir. Ayı ve erkek ikilisinin biraraya getirilmesi, “*kabalık*” söyleminin içerdiği bir ilişkisellik olarak ortaya çıkmıştır (Connell, 2019). İngilizce sözlükte “ayı”(bear) kelimesinin argosu olarak da “*kaba adam*”ın verildiği görülürken, Türkiye’de yaygın bir söylem olarak ise argoda böyle bir ilişkiselliğin kullanıldığını söylemek mümkündür.



**Fotoğraf 8.** Dantel Takım

Fotoğraf 8’de katılımcıların tamamı kıyafete kız çocuğuna atf yaparak betimlemişlerdir. Katılımcıların görseldeki kıyafette yer alan *dantel*, *pile*, *çiçek* ve *kurdelayı* kadınlarla ilişkilendirerek kodladıkları görülmüştür. Bu bağlamda katılımcıların zihinlerinde ve deneyimlerinde hakim olan temel yargının erkek kıyafetleri üzerinde dantel, kurdele, çiçek gibi detayların bulunamayacağı kabulü vardır. Kuşkusuz literatürde yer alan çalışmalarda toplumda kadın deyince süs, güzellik, kibarlık ve estetik kavramlarının akla geliyor olması, verilerde ortaya çıkan bu sonuçla da doğrudan ilişkili görülmektedir (Ecevit ve Elçik, 2013, Bilgin, 2016; Özgen, 2017).





**Fotoğraf 9. Mor Elbise**

Fotoğraf 9’da katılımcıların tamamı kıyafetin cinsiyetini kadın olarak değerlendirmişlerdir. Katılımcılar, elbise olmasından dolayı erkek çocuklarına giydirilemeyeceğine vurgu yapmışlardır. Katılımcılardan elde edilen verilere bakıldığında, mor renk dışında elbise de çiçek ve sim’ in olması, karpuz kol olması, elbisenin eteğinde fır fırın yer alması, kadın cinsiyet atfının yapılmasında etkili olduğu tespit edilmiştir.



**Fotoğraf 10. Yazılı Gri Zıbın**

Fotoğraf 10’ daki kıyafette bulunan yazılar ve figürler cinsiyeti belirlemelerinde etkili olmuştur. Kıyafet üzerinde “yakışıklı”(Awesome) kelimesini gören aile ise cinsiyetlendirmeyi erkek olarak belirlemiştir. Ayrıca görselin karmaşık olması, İngilizce kelimelerin varlığı ve rengin cinsiyetlere atfedilebilecek bir renk olmaması gibi nedenlerden dolayı kıyafeti her iki cinsiyetin de kullanabileceğini ifade eden katılımcılar da olmuştur.



**Fotoğraf 11. Panda Aşk**

Fotoğraf 11’de katılımcıların çoğunluğu kıyafeti kız çocuğuna ait olarak değerlendirirken iki katılımcı renginden dolayı erkek çocuğunun da giyebileceği bir kıyafet olarak değerlendirmiştir. Kıyafette bulunan “love” yazısından ve pandanın kirpikli olmasından dolayı kıyafeti kadın olarak değerlendiren katılımcılar da bulunmaktadır. Bu bağlamda aşk gibi duygu yüklü ifadeler kadınlara atfedilmesi toplumsal cinsiyet bağlamında dikkat çekici olmuştur (Greenbaum, 1990; Harraway, 2006; Kimmel, 2013). Fiziksel özellikler dikkate alındığında kirpik kadına yüklenen bir özelliği içermesi bakımından (Çimen, 2011; Sarbay, 2015) da dikkat çeken bir başka detay olmuştur.



Fotoğraf 12’de kıyafet üzerinde cinsiyete dair değerlendirme yapan katılımcılar kıyafeti kız çocuğuna ait olarak tanımlamışlardır. Bunun en önemli nedeni görselde yer alan kıyafetin elbise olmasıdır. Kıyafetteki çiçek detayları kıyafetin cinsiyetini belirleyen diğer bir başka etken olmuştur. Kıyafeti erkek çocuğuna ait olarak tanımlayan katılımcı olmamıştır. Elbisenin kadına ait bir kıyafet olması görüşlerin belirlenmesinde katılımcıların tercihlerini belirlemiştir. Pembe rengine sahip kıyafetlere yüklenen anlamın ise kadın kıyafeti yargısı taşıması önemli bir noktadır.



Fotoğraf 13’ de katılımcıların değerlendirmeleri incelendiğinde tamamı bu kıyafeti kız çocuğuna ait olarak tanımlamışlardır. Kıyafetin elbise gibi olması ve alt kısmının etek gibi olması katılımcıların bu sınıflamayı yapmalarını etkilemiştir. Kıyafetteki fiyonk detayı da katılımcıların kıyafeti cinsiyetlendirirken dikkat dikkatini bir diğer nokta olmuştur.

### **Bir Güvenilirlik ve Tutarlılık Çalışması**

Bilimsel araştırmalarda evrene ulaşmak oldukça zor olduğu için örneklemin belirlenmesi araştırmanın güvenilirlik ve geçerliliği noktasında oldukça önemlidir (Mertes, 2004). Nitel araştırmalarda örneklemin niceliğinden çok araştırma konusuna uygun bir şekilde belirlenen katılımcıların ya da dokümanların tercih edilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada tutarlılığın ve güvenilirliğin artırılması için iki uzmanla derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiş, böylece verilerin güvenilirliği sağlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011; Patton, 2014). Terzi ile yapılan mülakat Safranbolu’da Nisan (2019) ayı içerisinde kendi mekânında gerçekleştirilmiş ve toplam iki saatlik bir görüşme kaydı oluşmuştur. Çocuk gelişimi uzmanı akademisyen ile üniversite ofisinde Nisan (2019) ayı içerisinde görüşülmüştür.

### **Terzi’nin Gözüyle Görseller-Toplumsal Cinsiyet**

19 yıllık tecrübeye sahip Terzi A., sıcak renklerin (kırmızı, sarı, pembe, turuncu gibi renkler) kadınlara ve soğuk renklerin (mavi, lacivert, siyah, gri gibi renkler) erkeklere atfedildiğini ifade etmekle birlikte günümüzde bu algının kırıldığını dile getirmiştir. Terzi A. ayrıca kültürlerarası etkileşim sonucunda toplumların cinsiyet algısında da köklü değişiklikler olduğunu ifade etmiştir. Kıyafet seçiminde toplumsal cinsiyet tutumlarına değinen Terzi A., bu durumun çocukluktan itibaren bireylere aşılandığını ve oldukça geleneksel değer yargılarına sahip olduğuna vurgu yapmıştır.

Katılımcı A., toplumun geleneksel kodlarına atıf yaparken Terzi A.’nın kullanmış olduğu “*erkek adam ağlamaz*” benzeri söylemlerin kıyafet tercihlerinde de belirgin bir etki yarattığına dikkat çekmiştir. Katılımcı A., toplumsal cinsiyetin bir diğer görünümü olarak çocuk yaşta, *erkekler duygularını bastırarak hareket ederken*, kız çocukları ise daha *civil civil ve duygularını açıkça ifade eden bir yapıya sahiptir* şeklinde varolan toplumsal kabulün altını çizmiştir. Bu durumun çocukluktan yetişkinliğe kadar geçen bir süreç olduğunu belirten Terzi A., bireylerin gündelik hayatlarının her alanında toplumsal yargılardan etkilendiklerini ifade etmiştir. Kadına yüklenen sorumlulukların aslında kadının anne olması ile ilişkili olduğunu ve kadınların bazı sorumluluklarından ötürü evde vakit geçirmeleriyle birlikte *kadına yüklenen davranış biçimlerinin oluştuğunu* söyleyen Terzi A., kıyafet tercihlerinin aslında toplumsal alanda yaygın olan bu geniş toplumsal cinsiyet ağıyla doğrudan ilişkili olduğuna vurgu yapmıştır.

Terzi A. ile yapılan görüşme de diğer katılımcılara yöneltilen aynı soru formu kullanılmış ve daha önce seçilmiş olan 40 kıyafet görseli tek tek gösterilerek kıyafet ve cinsiyet betimlemesi yapması istenilmiştir. Kıyafetlerle ilişkili tercihler konusunda Terzi A.’nın dikkat çektiği ilk nokta ailelerin kıyafetler üzerinde şekil ve motifleri oldukça önemsedikleri üzerine olmuştur. Özellikle kadın ve erkek bedenlerine uygun olan kıyafetlerle ilgili genel toplumsal kabulün, ailelerin seçiminde oldukça etkili olduğunu ifade etmiştir. Kuşkusuz Terzi A.’nın bu vurgusu, görsellerde yer alan kıyafetlere niçin kadın ve erkek atfı yapıldığının bir yönünü açıklamaktadır. Görsellerin değerlendirilmesi sırasında Terzi A.’nın bir diğer kabulün de erkek kıyafetlerinde düz kesimlerin varlığıyla, kız kıyafetlerinde ise *kavisli kesimler, ince beli yansıtacak kıyafetler* olduğudur. Terzi A.’nın kıyafetlerle ilgili tercihlerin nasıl şekillendiğine dair yaptığı bu atıf, tüketim endüstrisinin sürecin destekleyici bir aktörü olduğuna gönderme yapmaktadır. Nitekim bu bağlam literatürde renklerin kıyafetlerde kullanılmasının yağın bir Amerikan kültürü etkisi olduğuna yapılan göndermelerle ilişkilidir. Nitekim bu konuyla ilişkili dikkat çeken Picariello ve arkadaşlarının (1990) yaptıkları araştırma Amerikan kültürü içerisinde “*pembenin kızlar, mavinin erkekler için olduğu*” vurgusunun yaygın bir toplumsal kabul olduğuna atıf yapılmıştır. Amerikan eğilimlerin, tüketim kültürünün önemli bir uzantısı olduğu düşünüldüğünde kıyafetlerle ilişkili yaygın kullanım tarzlarının da bu gerçekliğe paralel ilerlediği görülmektedir.

Kıyafet görsellerinin incelenmesi sırasında Terzi A.’nın dikkat çektiği bir başka nokta toplumsal cinsiyetin gündelik hayatta bireylerden bağımsız nasıl inşa edildiğini göstermesi bakımından önemli kabul edilmiştir. Terzi A., “aslında iki cinsiyette de *küçük yaşta oluşan vücut şekli olmamasına rağmen*, kadınlara dönük toplumsal tutumlardan dolayı kız çocuklarının *küçük yaşlarından itibaren kıyafetleinde bel kavisleri* bulunduğu dikkat çekmiştir. Öte yandan Terzi A., kıyafet seçiminde ailenin etkisini açıklarken *ebeveynler kendilerinin giyemediği yahut elde edemediği şekil ve motifleri kendi çocuklarında istediklerini* ifadelerini kullanmıştır. Terzi A., yaptığı betimlemeyi güçlendirmek için kendi müşterileri üzerinden örneklendirme yapmıştır. Ebeveynler, kendi seçtikleri şekil ve motifleri çocuklarının fikrini almadan istedikleri renk ve modelde çocuklarına diktirmektedir. Bu durumu Terzi A., “*çocukken yahut gençken istediğini yapamamış ebeveynler, bunu kendi çocukları üzerinde denemektedirler*” söylemiyle toplumsal bir zemine dayandırmaktadır.

### **Çocuk Gelişimci Akademisyen Gözüyle Görseller-Toplumsal Cinsiyet**

Çalışmaya katılım sağlayan bir diğer uzman çocuk gelişimci akademisyen Ş.’dir. Akademisyen Ş., 40 adet kıyafet görseline baktığında sadece kadına atfedilebilecek kıyafetler ile –elbise, fırfır gibi özelliklerinden dolayı- sadece erkeğe ait algılanan kıyafetler –maç, takım gibi özelliklerinden dolayı- dışında kıyafetlerin çoğunluğunu her iki cinsiyetin de giyebileceği türde olduğunu ifade etmiştir. Bu kategorilendirmenin arkasında Akademisyen Ş.’nin “*renk, karakter ve motiflerin kıyafetler üzerinde bir ayrım oluşturmadığına*” duyduğu inancın olduğu görülmüştür.

Akademisyen Ş., görselleri değerlendirirken toplumsal cinsiyetin kıyafetlerdeki uzantıları olarak kız çocuklarda daha feminen, pembe, çiçekli ve gösterişli özellikler taşımasının görülmesi gerektiğine vurgu yapmıştır. Erkeklerde ise *mavi, yeşil, sarı gibi renklerin tüm tonlarının kıyafetlerin bir yerinde kullanılması, zekâ ile ilintili nesnelere kıyafetlerde yer alması* gibi seçenekler dikkat çekmektedir. Kuşkusuz Akademisyen Ş.’nin toplumsal cinsiyet tartışmalarında kıyafetler üzerinden yaptığı temel vurgulardan birisi erkeklerin tercih hakkının daha fazla olduğu söylemidir. Örneğin uzay, robot

mesleki şeylerin erkek kıyafetlerinde sıklıkla dikkat çeken bir tema olduğuna vurgu yapan Akademisyen Ş., kız çocuklarında ise sadece prenses motiflerinin kıyafetlerde tema olarak kullanıldığına vurgu yapmıştır.

Kıyafetlerle ilgili ebeveynlerin tutumlarını ölçmeye dönük hazırlanan bu çalışmada Akademisyen Ş.’nin sürece dahil edilmesi, çalışmada ulaşılan sonuçların geçerliliği ile ilgili güçlendirme yapmaktır. Akademisyen Ş.’nin çocuk kıyafetlerindeki renklerin toplumsal cinsiyet bağlamında aileler üzerindeki etkisini “*renklerin tüm insanlığa ait olduğunu*” ifade ederek eleştirmiştir. Ancak bunun pratikte de böyle olmamasının temel nedeninin Akademisyen Ş., toplumsal alanın çok güçlü olmasına yaptığı vurgudur. Akademisyen Ş., ebeveynlerin bu ayrımı yaptığını ve kız çocuklarına pembe, erkek çocuklarına ise mavi rengini atfettiklerini vurgulamıştır. Kıyafetler üzerinden yapılan bu ayrımın özellikle okul öncesi dönemde etkili olduğunu söyleyen Akademisyen Ş., aslında böyle keskin ayrımlara gidilmemesi gerektiğini ifade etmiştir. Akademisyen Ş., toplumsal cinsiyet tartışmalarının dışına çıkarak idealize ettiği bir gündelik alanı betimlemektedir. Bu betimlemede “*çocuklara kıyafet tercihleri konusunda keskin bir baskı uygulamanın doğru olmadığı*” ve “*çocukların kendi seçimini kendilerinin yapabileceği*” vurgusu yer almaktadır.

Akademisyen Ş., toplumsal cinsiyetle ilgili tutumların yeniden üretiminde ve güncel tutulmasında ailenin merkezde yer aldığına vurgu yapması, bu çalışmada niçin evli ebeveynleri seçildiği ve aileye odaklanıldığını ortaya koymaktadır. Ailelerin çocuk yetiştirirken takındıkları tavırlarda belirgin bir şekilde kız-erkek ayrımı yapıldığına dikkat çeken Akademisyen Ş., erkek çocuklarına “*paşam, aslanım, şehzadem*” diye hitap eden ebeveynlerin kız çocuklarına prensesim diye seslendiklerini ifade etmiştir. Böylece aslında ergenliğe gelindiğinde ailelerin kız çocuklarına daha kısıtlayıcı bir yaşam sunduğu görülürken, erkek çocukları içinse daha serbest bir gündelik hayatın oluştuğuna dikkat çektiği görülmüştür.

## SONUÇ

İnsan sosyal çevrenin, etkileşimlerin ve ilişkilerin inşa ettiği dünyanın içerisinde yaşar. Sosyalleşme adı verilen süreçte doğmayı, tanınmayı ve yaşamayı öğrenir. Sosyalleşmede ailenin rolü, bu çalışmanın niçin çocuk kıyafetleri üzerinden yapıldığını da temellendirir. Ebeveynlerin sahip olduğu yargılar, çocukların gelişiminde ve geleceğinde önemli rol oynamaktadır. Cinsiyetle ilişkili toplumsal sınırlar ve çerçeveler sosyalleşmenin ayrılmaz bir parçasıdır. Toplumsal cinsiyet, bu çerçevelerin tartışıldığı bir kavramsallaştırma değildir. Aile, toplumsal cinsiyet rollerinin üretildiği bir yerdir. Toplumsal cinsiyet gündelik hayatta ebeveynlerin deneyimledikleri ve aynı zamanda çocuklarına yansıttıkları bir gerçekliktir.

Bu çalışma, toplumsal cinsiyet tartışmalarına farklı bir perspektif kazandırma kaygısından beslenmiştir. Çalışma çocuk kıyafetlerinde toplumsal cinsiyetle ilişkili temaların işaretlenmesi üzerinden yürütülmüştür. Araştırmanın temel problemi, “toplumsal cinsiyetin üretilmesinde kıyafetler nasıl bir etkileşim alanıdır” sorusu olmuştur. Çalışmada nitel araştırma yöntemi olarak derinlemesine görüşme tercih edilmiştir ve on katılımcı ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Çalışmaya 4 aile birlikte, altı kişi ise (2 erkek – 4 kadın) ayrı ayrı katıldı. Her katılımcıya bir alışveriş sitesi üzerinden alınan çocuk kıyafetleri bulunan 40 adet görsel verildi. Katılımcılara bu görseller üzerinden yanıtlaması gereken dört soru soruldu. Sorular kıyafetlerin cinsiyeti olup olmadığının katılımcılar gözünden tespit edilmesi gayesini güttü. Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirlik çalışması iki uzmanla yapılan mülakat ile sağlandı. Katılımcılarla sürecin yönetilmesi ve sürdürülmesi iki varsayımdan hareketle gerçekleştirildi. İlk varsayım görsellerde yer alan kıyafetlerdeki her türlü figür, şekil, desen ve rengin cinsiyete göre farklılaşmasıdır. Bu varsayımın temelleri, hayvan görselleri, güç ifade eden figürler (silah, kılıç vb.), araba resimleri ve bunlara benzer sembollerin erkeğe; çiçek, nakış, firfir, fiyonk figürlerin ise kadına atfedildiği bir gündelik alana dayanmaktadır. Çalışmanın diğer varsayımı ise toplumsal cinsiyetle ilişkili tutumların ebeveynlerin hayat hikayeleriyle bütünleştiği ve bunların çocuklar üzerinden deneyimlediği düşüncesidir. Bu varsayımın arkasında ise ebeveynlerin kıyafet tercihlerinde kalıplaşmış ve inşa edilmiş toplumsal alandan hareket ettiği söylemi yer almaktadır. Kuşkusuz endüstriyel üretimin toplumsal cinsiyeti nasıl ve hangi araçlarla ürettiği bu çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Çalışma ailelerin toplumsal cinsiyet tartışmalarında kendilerini

konumlandıkları yeri, süreci nasıl inşa ettiklerinin anlaşılması ve deneyimlerinin nerede durduğunun betimlenmesi sorunsalı etrafında geliştirilmiştir.

Çalışmanın verilerine bakıldığında dikkat çeken ilk nokta kıyafetlerde kullanılan her türlü sembolün toplumsal cinsiyetle ilişkili keskin sınırlar oluşturduğunun tespitidir. Verilere bakıldığında toplumsal cinsiyetle ilgili ebeveyn tutumları, figür, motif, şekil, renk ve desen gibi sembollerle doğrudan ilişkilendirildi. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu hayvan figürlerini, koyu renkleri, keskin hatlara sahip kıyafetleri (cep, yaka, fermuar yeri, paça...vb), papyon, kravat gibi detayları erkekle ilişkili bulurken, firfir, fiyonk, dantel, etek, tül ve *soft/sıcak/yumuşak* renkleri ise kız çocuklarıyla ilişkilendirmiştir. Katılımcıların ortak noktası, bu tutumların oluşmasında sosyal çevrenin ve kültürün baskın bir role sahip olduğu gerçekliğidir. Katılımcılar bu algının oluşmasında sosyal çevrenin etkili olduğunu ve geçmişten gelen bu algıda kültürün rolü olduğunu vurgulamışlardır.

Çalışmada ortaya çıkan ortak tutumlar, kız çocuklarına gösterişli, çiçek desenli kıyafetler atfi yapılırken; erkek çocuklarına ise hayvan figürlerinin ağırlıkta ve koyu renkli kıyafetler atfi yapılmasıdır. Katılımcıların tercihlerinin gündelik hayatta deneyimledikleri cinsiyetler arası farkları yansıtması bakımından önemsenmiştir. Katılımcılar cinsiyet tercihlerinde renklerin kullanılmasını istemeden yaptıklarını ifade etmişlerdir. Ebeveynlerin bu keşfi, toplumsal cinsiyetin gücünü göstermesi bakımından önemsenmiştir. Katılımcıların bazıları cinsiyetler arası farkların doğuştan getirildiğini söylemiştir. Böylece katılımcıların gözünden gündelik hayat deneyimleri üzerinden biyolojik cinsiyetin varlığına atıf yapılmıştır. Bu bağlamda katılımcıların bazıları, kıyafetlerin cinsiyet ayrımını göstermesi gerekliliğine vurgu yapmışlardır. Kıyafetlerdeki ayrımlar, kişinin cinsel kimliğini tanıması açısından da önemli bulunmuştur. Ancak biyolojik farklılıkların keskinliği kadar, haklar konusunda cinsiyetler arasında mutlaka eşitlik olması gerektiği özellikle vurgulanmıştır.

Kıyafet görsellerinde toplumsal cinsiyetle ilişkilendirilen en belirgin tema “renk” olmuştur. Renk, kadın ve erkek cinsiyetlerinin birincil göstergesi olarak yaygın bir anlama sahiptir. Ebeveynlerin kadın rengi olarak pembeye, erkek rengi olarak da maviye atıf yapmaları önemli bir sonuç olmuştur. Bu sonuç, literatür ile uyumlu çıkmıştır. Kuşkusuz kıyafetlerde ön plana çıkan farklı nesnelere ve detaylar renkleri tamamlayıcı göstergelerdir. Kıyafetlerdeki hayvan görselleri, kullanılan kelimeler, eşya figürleri ve benzeri semboller cinsiyetler arasındaki sınırları çizen göstergeler olmuştur. Ayrıca zeka ve akıl ile ilişkili göstergeler erkeğe özgü bulunması, duygusallığa dönük göstergelerin kadına atfedilmesi de literatürle uyumlu çıkmıştır. Böylece çalışmada kıyafetlerdeki tercihlerin, ebeveynlerin tutumlarıyla uyumlu olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcılar, tercihlerinin netliğine rağmen renklerin, eşyaların ve nesnelere bir cinsiyetinin olmaması gerektiğini idealize ettikleri görülmüştür. Ancak pratikte baktıkları her kıyafet görseline belli bir anlam yüklemişlerdir. Çalışmada katılımcıların içinde oldukları bu durum için “escher evreni” kavramsallaştırması kullanışlı durmaktadır. Escher evreni ile toplumsal cinsiyetin çarpıştığı bağlam, cinsiyetlere yüklenen anlamların yeniden üretimidir. Yeniden üretimin farkında olmadan gerçekleşmesi ise bir paradoks olarak okunmuştur. Escher evreninin paradoks ve sonsuzluk teması içeriyor olması (Sağır ve Aktaş) bu bağlamda anlamlı bulunmuştur. Toplumsal cinsiyetle ilişkili yapılan her tartışma, farklı içeriklerde yeni paradokslar üretmektedir. Escher evreninde etrafını çevreleyen alanın farkında olsa da birey gündelik hayatın etkilerinden uzaklaşmamaktadır. Bu bağlamda katılımcıların kadın-erkek eşitliği önermesi, “*erkeklerin erkek, kadınların da kadın gibi olması gerektiği*” söylemi içinde ters yüz olmaktadır. Dolayısıyla Escher evreninin paradoks ve sonsuzluk temasına tersyüz olma halini de eklemek mümkündür. Böylece Escher evreni, toplumsal cinsiyet tartışmalarında yeniden üretime yeni bir yaklaşım olarak düşünülmüştür.

Çalışmada toplumsal cinsiyetin toplumsal kaynaklarının ne olduğu tartışılmadı. Toplumsal cinsiyet eşitsizliklerin yeniden üretiminde hangi araçların kullanıldığı ve kapitalizmin sürecin neresinde durduğu sorusu çalışmanın kapsamı dışında tutuldu. Çalışmada günümüzde cinsiyetler arasındaki eşitsizlikler ortadan kalkıyor gibi gözükse de toplumsal anlamların farkında olmadan sürdürülmesi anlamlıdır. Toplumsal cinsiyetin görünmez eli, gündelik hayatı bireyler için bir escher evrenine dönüştürmektedir. Bu “el”in ise kültürel bir miras olarak kuşaktan kuşağa da aktarıldığı söylemek mümkün görünmektedir. Bu çalışma kullandığı yol haritası bağlamında Türkiye’de ilk olma özelliğini

taşımaktadır. Toplumsal cinsiyet çalışmalarına “Escher Evreni” kavramını kullanarak yeni bir yaklaşım üretmiştir.

## KAYNAKLAR

- Acker, J. (1990). Hierarchies, jobs, and bodies: A theory of gendered organizations. *Gender & Society*, 5, 390-407.
- Acker, J. (2006). Inequality regimes gender, class, and race in organizations. *Gender and Society*, 20 (4), 441-464.
- Adak, N. (2007). Kadınların ikilemi: İş ve aile yaşamı. *Sosyoloji Dergisi*, 17,137-152.
- Adak, N. (2018). Akademide kadınlar: Yükseköğrenime giriş ve kariyerde ilerleme.” *Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi*, 1, 23-38.
- Aktaş, G. (2013). Feminist söylemler bağlamında kadın kimliği: Erkek egemen bir toplumda kadın olmak. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 30(1), 53-72.
- Aktaş, Z. (2020). Yükseköğretimde kadın akademik yöneticilerin karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri. *Çalışma ve Toplum*, 1(64), 269-300.
- Alexander, G. M. (2003). An evolutionary perspective of sex-typed toy preferences: Pink, blue, and the brain. *Archives of Sexual Behavior*, 32(1), 7-14.
- Arat, Y. (1989). *The patriarchal paradox: Women politicians in Turkey, fairleigh dickinson*. New Jersey: University Press.
- Aslan, K. (2002). Değişen toplumda aile ve çocuk eğitiminde sorunlar. *Ege Eğitim Dergisi*, 1(2), 25-33.
- Beauvoir, D. S. (2009). *İkinci cinsiyet* (Çev. G. Acar-Savran). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Berktaş, F. (2018). *Tarihin cinsiyeti*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bhasin, K. (2003). *Toplumsal cinsiyet: Bize yüklenen roller* (Çev. K. Ay). İstanbul: Kadınlarla Dayanışma Vakfı.
- Bilgin, R. (2016). Geleneksel ve modern toplumda kadın bedeni ve cinselliği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 219-244.
- Black, P. (2004). *The beauty industry: Gender, culture and pleasure*. London: Routledge.
- Block, J. H. (1982). Psychological development of female children and adolescents. P. W. Berman and E. R. Ramey (Ed.), *Women: A Development Perspective* in (s.107-124), Bethesda, MD: National Institutes of Mental Health.
- Bora, A. (2008). *Kadınların sınıfı*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bora, A. & Günel, A. (2016). *90'larda Türkiye'de feminizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bora, T. (2007). Erkeklik ve futbol: Beşlik yeme kaygısı. *Kaos GL* 32, 16-17.
- Bullough, V. L. & Bullough, B. (1993). *Cross dressing, sex, and gender*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Butler, J. (2019). *Cinsiyet belası feminizm ve kimliğin altüst edilmesi* (Çev. B. Ertür). İstanbul: Metis Yayınları.
- Cohen, P. N. (2013). Children's gender and parents' color preferences. *Archives of Sexual Behavior*, 42, 393-397.
- Connell, R. W. (2019). *Erkeklikler* (Çev: N. Konukçu). Ankara: Phoenix Yayınları.
- Connell, W. R. (2016). *Toplumsal cinsiyet ve iktidar* (Çev. Cem Soydemir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Cunningham, S. J., & Macrae, C. N. (2011). The colour of gender stereotyping. *British Journal of Psychology*, 102, 598-614.
- Çimen, D. (2011) *Toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında televizyon reklamlarında kadın*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Radyo Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- Dedeoğlu, S. (2009). Eşitlik mi ayrımcılık mı? Türkiye'de sosyal devlet, cinsiyet eşitliği politikaları ve kadın istihdamı. *Çalışma ve Toplum*, 2(21), 41-54.
- Del Giudice, M. (2012). The 20th century reversal of pink-blue gender coding: a scientific urban legend? (Letter to the editor). *Archives of Sexual Behavior*, 41, 1321-1323.
- Demirbilek, S. (2007). Cinsiyet ayrımcılığının sosyolojik açıdan incelenmesi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44(511), 12-27.



- Dumanlı, D. (2011). Reklamlarda toplumsal cinsiyet kavramı ve kadın imgesinin kullanımı; bir içerik analizi. *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 132-149.
- Ecevit, Y. & Elçik, G. (2013). *Toplumsal cinsiyet çalışmaları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Ecevit, Y. & Karkiner, N. (2011). *Toplumsal cinsiyet sosyolojisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Ellemers N. (2014). Women at work: How organizational features impact career development. *Policy Insights From Behavioral and Brain Sciences*, 1, 46-54.
- Frassanito, P. & Pettorini, B. (2008). Pink and blue: The color of gender. *Childs Nerv Syst*, 25, 881-882.
- Greenbaum, J. (1995). The head and the heart: Using cender analysis to study the social construction of computer systems. *Computers And Society*, 20(2), 9-17
- Güder Yağan. S. & 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.
- Güder, Yağan, S. & Yıldız, G.T. (2016). okul öncesi dönemdeki çocukların toplumsal cinsiyet algılarında ailenin rolü. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31(2), 424-446.
- Güder Yağan, S., Ay, S., Saray, F., & Kılıç, İ. (2017). Okul öncesi dönem çocuklarının izledikleri çizgi filmlerin toplumsal cinsiyet kalıpyargıları açısından incelenmesi: Niloya örneği..” *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi – ENAD*, 5(2), 95-110.
- Gümüšoğlu, F. (2016). *Ders kitaplarında toplumsal cinsiyet – 1928’den günümüze*. İstanbul: Tarihçi Kitabevi.
- Hakeem, A. (2010). Deconstructinggender in trans-genderidentities. *Group Analysis*, 43(2), 141-154.
- Hanks, M. E. W. (2020). *Tarihte toplumsal cinsiyet* (Çev. M. Çıyan Şenerdi). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Harraway D. (2006). *Siborg manifestosu* (Çev. O. Akinhay). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Jadvar, V., Hines, M., & Golombok, S. (2010). Infants’ preferences for tys, colors, and shapes: sex differences and similarities. *Archives of Sexual Behavior*, 39, 1261-1273.
- Kandiyoti, D. (2019). *Cariyeler bacılar yurttaşlar* (Çev: Ş. Tekeli ve diğerleri). İstanbul: Metis Yayınları.
- Karabıyık, İ. (2012). Türkiye’de çalışma hayatında kadın istihdamı. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(1), 231-260.
- Katz, P. A. (1986). Gender identity: Development and consequences. R. D. Ashmore ve F. K. D. Boca (Ed.), *The Social Psychology of Female-Male Relations: A Critical Analysis of Central Concepts içinde* (ss. 21-65). London: Academic Press.
- Kaynak, D., & Aktaş, E. (2017). Okul öncesi hikaye ve masal kitaplarında toplumsal cinsiyet rolleri. *EKEV Akademi Dergisi*, 21 (72), 67-85.
- Keskin, F., & Uluşan, A. (2016). Kadının toplumsal inşasına yönelik kuramsal yaklaşımlara dair bir değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (26), 47-68.
- Kılıç, L. K., & Eyüp B. (2011). İlköğretim Türkçe ders kitaplarında ortaya çıkan toplumsal cinsiyet rolleri üzerine bir inceleme. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)*, 2(3), 129-148.
- Kimmel, M. S. (2013). Homofobi olaraak erkeklik: Toplumsal cinsiyet kimliğinin inşasında korku, utanç ve sessizlik. (Çev: M. Bozok). *Fe Dergi*, 2, 92-107.
- Koytak, E. (2012). Tahakküme hükmetmek: Bourdieu sosyolojisinde toplum ve bilim ilişkisi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(25), 85-101.
- Köysüren, A. Ç. (2013). *Kültürel ve dini algıda toplumsal cinsiyet*, Ankara: Sentez Yayıncılık.
- LoBue, V., & DeLoache, J. S. (2011). Pretty in pink: The early development of gender-stereotyped colour preferences. *British Journal of Developmental Psychology*, 29, 656-667.
- Mavin, S., & William, J. (2013). Women’s impact on women’s careers in management: Queen bees, female misogyny, negative intra-relations and solidarity behaviours. in vinnicombe, burke, blakebeard & moore (eds). *Handbook of Research on Promoting Women’s Careers*. London: Elgar Publishing.
- Miller, C. L. (1987). Qualitative differences among gender-stereotyped toys: implications for cognitive and social development in girls and boys. *Sex Roles*, 16(9/10), 473-487.

- Miller, T. (1989). Sport, media and masculinity. *Sports and Leisure*. Ed. Lawrence, Geoff ve David Rowe. Australia: Harcourt Brace Jovanovich.
- Oakley, J. G. (2000). Gender-based barriers to senior management positions: Understanding the scarcity of female ceos. *Journal of Business Ethics*, 27, 321–334.
- Oakley, A. (2015). *Sex, gender and society*. Dorchester: Ashgate Publishing, Ltd.
- Özgen, İ. (2017). Tüketim kültürü ve medyada güzellik söylemi: Bir alımlama çalışması. *Global Media Journal TR Edition*, 8(15), 1-28.
- Paoletti, J. B. (1987). Clothing and gender in America: Children's fashions, 1890-1920. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 13(1), 136-143.
- Parlaktuna, İ. (2010). Türkiye'de cinsiyete dayalı mesleki ayrımcılığın analizi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 10(4), 1217-1230.
- Picariello, M. L., Greenberg, D. N. & Pillemer, D. B. (1990). Children's Sex-Related Stereotyping of Colors. *Child Development*, 61 (5): 143-1460.
- Sağır, A. & Aktaş, Z. (2019). Simulakr öznenin inşası: Belirsizliklerinden belirliliklere post-truth bir kayma." *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(19), 1-19.
- Sancar, S. (2013). *Erkeklik: İmkânsız iktidar ailede, piyasada ve sokakta erkekler*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Sandoval-Garcia, C. (2005). Football: Forging nationhood and masculinities in costa rica. *International Review of the History of Sport*, 22, 212–30.
- Sarbay, S. Z. (2015). Çelik ile Çeliktaz'ın reklam kokan aşkı: Arçelik reklamlarında toplumsal cinsiyet rolleri. *İLEF Dergisi* 2(1), 95-114.
- Saygılıgil, F. (2020). *Toplumsal cinsiyet tartışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Schwartz, F. N. (1989). management women and the new facts of life. *Women in Management Review*, 4(5), 65-77.
- Scott, J. W. (2013). *Feminist tarihin peşinde*. F. Dinçer ve Ö. Aslan (Ed.). İstanbul: bgst Yayınları.
- Sezer, M. Ö. (2018). *Masallar ve toplumsal cinsiyet*. İstanbul: Kor Kitap.
- Shakin, M., Shakin, D., & Sternglanz, S. H. (1985). Infantclothing: Sexlabelingforstrangers. *Sex Roles*, 12(9-10), 955-964.
- Şen, H. (2013). Futbolun değişen yapısı üzerine sosyolojik bir analiz. *Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 88-106.
- Talimciler, A. (2010). *Sporun sosyolojisi sosyolojinin sporu*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Talimciler, A. (2017). Futbol taraftarlığındaki erkeklik imgesi (Bucaspor-Göztepe ve Karşıyaka taraftarlı üzerine bir inceleme). *Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1), 27-57.
- Topuz, S. K., & Erkanlı, H. (2016). Toplumsal cinsiyet bağlamında kadın ve erkeğe atfedilen anlamların metafor yöntemiyle analizi. *Alternatif Politika*, 8(2), 300.
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı. *Sosyoloji Konferansları*, (35), 29-56.
- Wong, W. I., & Hines, M. (2015). Preferencesforpinkandblue: Thedevelopment of colorpreferences as a distinctgender-typedbehavior in toddlers. *Archives of sexualbehavior*, 44(5), 1243-1254.
- Yılmaz, M., & Zoğal, Y. (2015). Kadının işgücüne katılımının tarihsel gelişimi ve kadın istihdamını etkileyen faktörler: Türkiye ve Avrupa örneği. *Uluslararası Ekonomi Kongresi-Ekon World 2015-Torino*.

## Extended Abstract

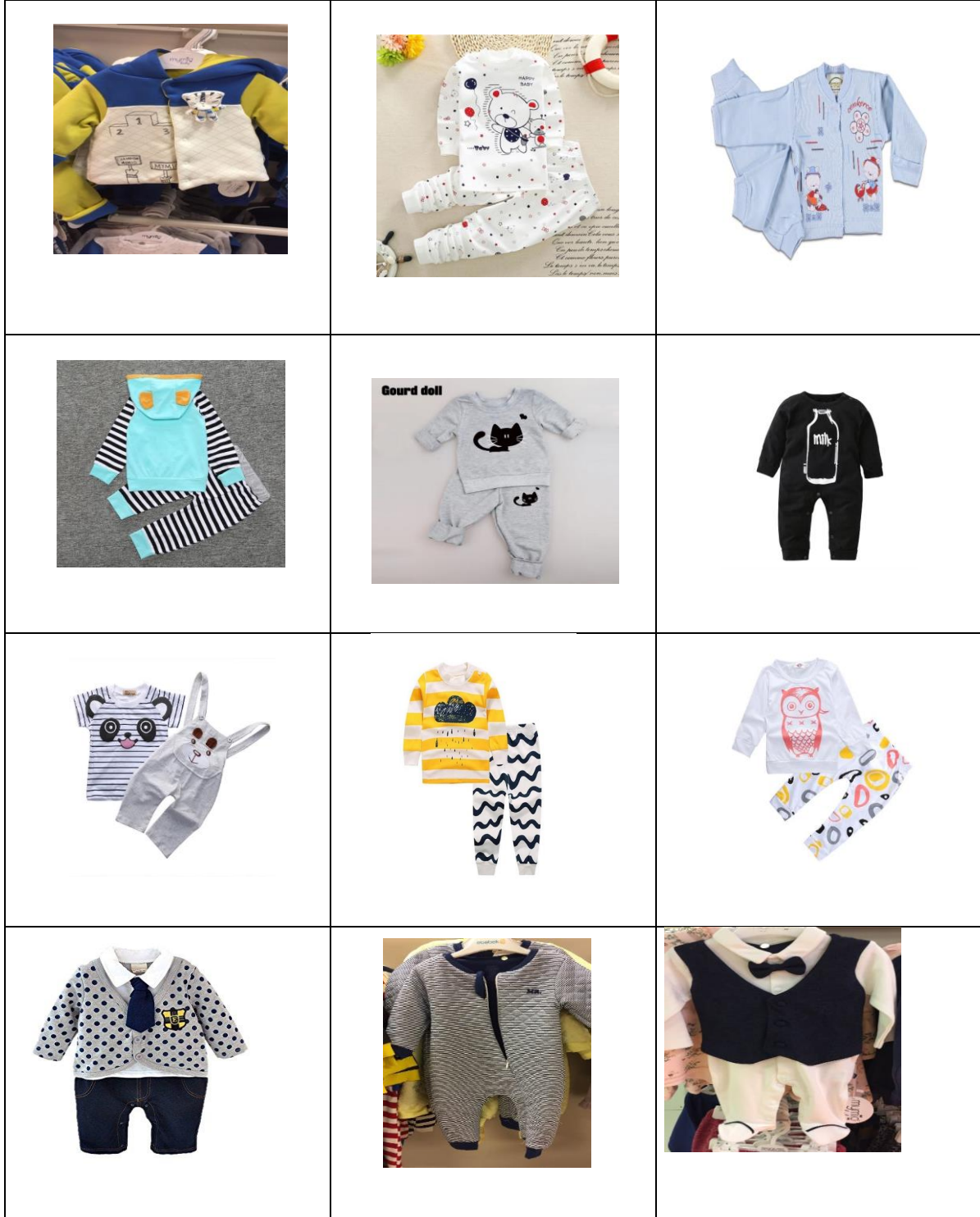
A person lives in the world built by the social environment, relationships, and interactions. She/he learns to be recognised and live in the process called socialization. The role of the family in socialization also lies behind why this study is conducted through children's clothing. Parents' judgments play a significant role in children's development. Social boundaries and frameworks related to gender are an integral part of socialization. Gender is a conceptualization in which these frameworks are discussed. A family is a place where gender roles are produced. Gender is a reality that parents experience in everyday life and at the same time reflect on their children. This study bears the concern of opening a different perspective on gender debates. The study is on emphasising gender-related themes in children clothing. The main problem of this research is where clothes stand in the production of gender. The study used the Qualitative research method. The researchers conducted in-

depth interviews with ten participants. While four families participated together, six people participated separately. Each participant was given 40 images with children clothes from an online shopping site. Participants were asked four questions based on these images. The questions aim to identify gender-specific themes in clothes. The researchers also interviewed two expert participants to support the reliability of the study. Managing and maintaining the process with the participants was based on two assumptions. The first assumption is that all kinds of figures, shapes, patterns, and colours in clothes differ according to gender. This assumption is related to a daily life composed of symbols thought to represent the sexes (for example images of animals, figures expressing power [weapon, sword, etc.], car pictures, and similar symbols being associated with males; flowers, embroidery, ruffles, and bow figures with females). Another assumption of the study is that parents experience their life stories through their children. Gender-related roles are at the centre of these life stories. Behind this assumption is the fact that there is a stereotypical social space in parents' clothing preferences. Gender reproduction is beyond the scope of research. The study aims to focus on where families position themselves in gender debates, understanding how they construct the process and describe where their experiences stand. The first point that draws attention in the study is the determination that all kinds of symbols used in clothes create sharp borders related to gender. Research data, parental attitudes regarding gender were directly associated with symbols such as figure, motif, shape, colour, and pattern. The majority of the participants found details such as animal figures, dark colours, clothes with sharp lines (pocket, collar, zipper place, trotter, etc.), bow tie, and tie related to the male gender. The majority of the participants associated ruffles, bows, lace, skirts, tulle, and soft/warm/soft colours with girls. Social environment and culture are the primary actors in the formation of these attitudes. This point is the common opinion of the participants. The first mutual attitude in the study is the reference to girls with flamboyant, floral-patterned clothes. The other is a reference to boys in dark-coloured clothes made of animal figures. Participants' preferences in this direction have been considered in terms of reflecting gender differences. Participants have stated that it is involuntary to make colour discrimination in their gender preferences. This discovery of parents demonstrates the power of constructed gender images. Some of the participants have said that the differences between the sexes are innate. Thus, the participants have referred to biological sex through their experiences. In this context, some of the participants have emphasized the need for clothing to show gender distinction. The distinction in clothing became an underlined reality in recognizing one's sexual identity. Despite the biological differences, the participants emphasized equal rights. The most prominent theme associated with gender in clothing visuals has been colour. Colour has a prevalent meaning as the primary indicator of the male and female genders. Parents' reference to pink as a female colour and blue as a male colour has been a significant result. This result is compatible with the literature. Undoubtedly, the different objects and details that come to the fore in clothes are complementary indicators of colours. Animal visuals, words, item figures, and similar symbols on clothes have been signs that draw the boundaries between genders. Also, while intelligence-related indicators were found specific to men, emotional indicators were attributed to women. Thus, any choice in clothes is related to the attitudes of the parents. Participants idealized that, despite the clarity of their preferences, colours, items, and objects should not have a gender. However, in practice, they attribute an obvious meaning to each clothing visual they look on. The concept of "Escher Universe" seems useful for this situation in which the participants are in this study. The context in which the Escher universe and gender collide is the reproduction of the meanings attributed to the sexes. The reproduction of gender is an unwitting paradox. The fact that the Escher universe contains paradox and infinity theme (Sağır ve Aktaş, 2019) was found meaningful in this context. Every discussion about gender produces a new paradox in different contexts. Although the Escher is aware of the surrounding area in her/his universe, the individual cannot get away from the effects of daily life. In this context, the participants' proposition of equality between men and women is reversed in the discourse that men should be like men and women should be like women. Here it is possible to add the inverted state to the Escher universe. The Escher universe is thus useful as a proposal for a new approach to reproduction in gender debates. What the social resources of gender are is not the subject of this study which uses the concept of the Escher universe to describe the reproduction of inequalities in gender debates. The connection between capitalism and consumption phenomena with gender is not the subject of this study. But the relevance of capitalism to the problem of how the standard usage of clothing maintains gender differences is crucial. Although it seems the inequalities between the sexes

are disappearing today, it is meaningful to continue the social meanings without realizing it. The invisible hand of social gender changes daily life into an Escher universe for the individuals. It seems possible to say that this “hand” is passed down from generation to generation as a cultural heritage. This study uses a road map that is the first of its kind in Turkey, by producing a new approach to gender studies using the concept of “Escher Universe.”














## Ekler

### Ek 1. Seçilmiş Kıyafetler









Çalışmada 40 adet görsel katılımcılara gösterilmiştir ve görselleri değerlendirmeleri istenmiştir.

## **Ek 2. Araştırma Soruları**

- 1.Görselde ilk dikkatinizi çeken detay nedir?
- 2.Kıyafetin cinsiyeti nedir?
- 3.Cinsiyetlendirmeyi neye göre yaptınız?
- 4.Kıyafetlerde cinsiyet ayrımı yapılıyor mu? Yapılıyorsa hangi şekillerde karşımıza çıkıyor?

## Etik Kurul Belgesi



T.C.  
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU  
KARARLARI

TOPLANTI TARİHİ 27.02.2019  
TOPLANTI NO : 2019/04

**Karar 4:**

12/02/2019 tarihli ve 7161 sayılı Doç.Dr. Adem SAĞIR 'ın dilekçe ve ekleri görüşüldü.  
Karabük Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalı öğretim üyesi Doç.Dr. Doç.Dr. Adem SAĞIR'ın danışmanlığında yürütölen “Erken Çocukluk Döneminde Sosyalleşmenin Boyutlarının Değerlendirilmesi ” konulu çalışma kapsamında uygulanmak üzere ekte sunulan anket çalışmasının etik kurallara uygunluğu oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

ASLI GİBİDİR

Prof. Dr. Zeki TEKİN  
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurul Başkanı