

Medyada Kadın ve Erkek Roller

1. Temel kavramlar

- **Temsil (representation):** Medyanın insanları, grupları, olayları nasıl sunduğu.

Stereotip: Bir grup hakkında basitleştirilmiş, genelleştirilmiş ve tekrar eden imge/özellik seti. Belirli bir insan grubu hakkında oluşturulmuş, genellikle aşırı basitleştirilmiş ve genelleştirilmiş sabit fikirlerdir. *Örnek:* "Sarışınlar aptaldır", "Erkekler ağlamaz", "Kadınlar kötü şofördür." "kadınlar duygusaldır", "erkekler liderdir").

- **Cinsiyet rolleri:** Toplumun kadın/erkek için beklediği davranış kalıpları. Biyolojik cinsiyetten farklı olarak, toplumun kadın ve

erkekten beklediği davranış kalıpları, sorumluluklar ve normlardır. Medya bu rolleri sadece yansıtmaz, aynı zamanda **yeniden üretir.**

- . **Cinsiyetçilik / gender bias:** İçerikte ve üretimde sistematik ayrım.
- . **Objektifikasyon (nesneleştirme):** Kişinin kişilik/aktif kimliği yerine fiziksel özelliklerinin ön plana çıkarılması.

3. Medyada sık görülen stereotip örnekleri

Kadın stereotipleri:

- . **“Anne / eş / bakıcı” rolü.** (Aile, duygusallık, fedakârlık).
Fedakar Anne / Ev Hanımı: Genellikle mutfaktadır, hayatı

çocukları ve eşi üzerine kuruludur. Temizlik maddesi reklamlarının vazgeçilmez yüzüdür. Leke çıkınca dünyanın en mutlu insanı olur.

- **Cinsel obje / görünüşe indirgenmiş karakter** (güzellik odaklı). Kişiliği, zekası veya yeteneklerinden ziyade sadece bedeni ve çekiciliği ile var olan kadın. Araba fuarlarında arabanın yanında duran mankenler buna klasik bir örnektir.
- **Zayıf/bağımlı, yardım bekleyen figür.** Kendi sorununu çözemeyen, bir erkeğin (kahramanın) gelip onu kurtarmasına muhtaç karakter. (Örn: Süper Mario'daki Prenses Peach'in ilk versiyonları).
- **Komedi unsuru** olarak abartılı duygusallık.
- **Mesleksel stereotipler:** hemşire, öğretmen, sekreter, mağaza çalışanı.

- . **Femme Fatale (Ölümcül Kadın):** Güçlüdür ama bu gücünü "kötülük" veya erkekleri kandırmak için kullanır.
- . **"Smurfette" (Şirine) İlkesi:** Bir grup erkek karakterin içinde sadece **tek bir** kadın karakterin bulunması durumudur.
Mantığı: Erkekler "birey"dir (Gözlüklü, Uykucu, Bilgin...), kadın ise sadece "kadın"dır. Tek özelliği cinsiyetidir. **Örnekler:** *Şirinler* (Şirine), *Avengers* (ilk filmlerdeki Black Widow), *Stranger Things* (ilk sezonda Eleven).

Erkek stereotipleri:

- . **Sert Erkek (The Tough Guy)** “Güçlü lider” / karar verici / iş sahibi: Asla korkmaz, ağlamaz, sorunları şiddetle çözer.

Yaralansa bile acısını belli etmez. Duygularını bastıran, zorlayıcı, risk alan figür.

- . **Teknik/uzman roller** (mühendis, bilim insanı, CEO).
- . **Aile reisliği** ve ekonomik sağlayıcılık vurgusu. Duygusal dünyası zayıf ama finansal gücü yüksek olması beklenen figür.
- . **Beceriksiz Baba (The Bumbling Dad)**: Özellikle reklamlarda sıkça görülür. İş hayatında çok başarılıdır ama evde bir bebek bezini değiştiremez, çocuğa bakamaz, mutfakta sakardır. Bu, "Ev işi kadının doğal görevidir" algısını pekiştirir.

Bu kalıplar hem kurgu (diziler, filmler) hem de haber/reklam/sosyal medya içeriğinde tekrarlanır.

4. Medyada neden stereotipleştirme olur?

1. **Ekonomi ve izleyici beklisi:** Popüler klişeler kolayca anlaşılır, reklam verenler klişe imajlara yatırım yapabilir.
2. **Üretim ekibi çeşitliliğinin eksikliği:** Karar verici pozisyonlarda erkeklerin veya homojen grupların yoğunluğu, belirli bakış açılarını öne çıkarır.
3. **Kültürel yeniden üretim:** Medya, toplumdaki normları yansıtır ve aynı zamanda pekiştirir — izleyiciler bu imgeleri normal olarak algılar.
4. **Hikâle anlatma kısaltmaları:** Karakteri hızlı tanıtmak için stereotipler kullanılır — ama bu tehlikeli genellemelere yol açar.

5. **Reklam ve cinselleştirme ekonomisi:** Ürün pazarlamada kadın bedeninin/erkek gücünün sömürülmesi.

(reklamlarda kadının ev işiyle ilişkili sunulması; haberlerde kadının görünürlüğünün düşük olması — bu tür tespitler küresel araştırmalarla destekleniyor). whomakesthenews.org+1

5. Nicel ve nitel kanıtlar — dünya çapında kısa bulgular

- **Haberlerde kadın görünürlüğü:** GMMP gibi küresel takipler düzenli olarak kadınların haberlerde az temsil edildiğini gösteriyor; haber öznesi/uzman/söylem veren olarak kadınlar genelde %25–30 civarında. Bu durum siyasetten bilime kadar birçok alanda sürüyor. whomakesthenews.org+1

- **Sinema / film:** USC Annenberg ve benzeri analizler, popüler filmlerde kadın konuşan rollerin toplamının erkeklerden düşük olduğunu, 2022–2023 verilerinde ilerleme duraklaması veya gerileme tespit edildiğini gösteriyor. Örneğin 2022’de bazı ölçütlerde kadın konuşan rolleri %34–35 civarındaydı; 2023’te inişler raporlandı. [AP News+1](#)
- **Çocuk filmleri ve aile filmleri:** Geena Davis Institute raporları, çocuk-ailesinema türünde zaman içinde ilerleme olduğunu; bazı yıllarda lead (başrol) kadın oranlarında iyileşme görüldüğünü bildiriyor — ama alanda hâlâ iyileştirilmesi gereken yanlar var. [Geena Davis Institute+1](#)

(Türkiye özelinde medyada beden imgesi, cinsiyet rolleri ve reklamlarda tekrarlayan kalıplarla ilgili çalışmalar var — akademik

çalışmalar gençlerin beden algısı ve cinsiyetçi temsilin etkisini vurguluyor). [DergiPark+1](#)

6. Ülke örnekleri

Aşağıdaki noktalar hem akademik raporlar hem de içerik gözlemleriyle desteklenen genel eğilimlerdir; yerel özellikler büyük değişkenlik gösterir.

A) Amerika Birleşik Devletleri (Hollywood, haberler)

- Sinemada ve TV’de uzun süre erkek hakimiyeti; son yıllarda bazı ilerlemeler (kadın-led yapımlar) ama genel eşitsizlik devam ediyor. 2022–2023 raporları iniş-çıkışları gösteriyor. [AP News+1](#)

- . Haberlerde uzman kaynak olarak erkeklerin daha sık görünmesi (ör. ekonomi, siyaset, bilim). [UNESCO](#)
- . Erkek oyuncular yaşlandıkça "karizmatik" kabul edilip başrol oynamaya devam ederken (Tom Cruise, Brad Pitt), kadın oyuncular belli bir yaştan sonra sadece "anne" veya "teyze" rollerine itilir.
- . Hollywood filmlerinde kadınların konuşma süresi erkeklere oranla hala çok düşüktür.

B) Türkiye

- . Reklam ve dizi sektöründe hem geleneksel cinsiyet rolleri hem de modern/şehirli kadın imgeleri birlikte yer alıyor; bunun gençlerde beden algısı ve rol beklentilerine etkisi üzerine

akademik çalışmalar bulunuyor. (rnek: beden imgesi ve reklam analizi alışmaları). [DergiPark+1](#)

- **TV Dizileri:** Senaryolar genellikle holding sahibi zengin bir erkek ile, onun şirketinde çalışan veya tesadüfen karşılaştığı sakar/masum fakir kız üzerine kuruludur. Kadınlar arası ilişkiler genellikle "entrika" ve "kıskançlık" zerinedir.
- **Haber Dili:** Kadın cinayetleri haberlerinde sıklıkla faili aklayan diller kullanılır (rn: "Kıskançlık krizi cinayeti", "Ařk cinayeti" gibi başlıklar cinayeti romantize eder).
-

C) Hindistan (Bollywood) ve Nijerya (Nollywood)

- Popüler sinemada kadın tasvirleri sıklıkla aile/romantizm etrafında; son yıllarda güçlü kadın kahramanlar olsa da

cinsiyetçi klişeler devam ediyor. (Bu ülke senaryolarında sınıf, kast/etnisite ve modernleşme imgeleri de cinsiyetle birlikte çalışır.) — (özel örneklemeler için ders esnasında somut film/dizi klipleri gösterilebilir). Filmlerde genellikle iki tip kadın vardır: Geleneksel değerlere bağlı, fedakar "iyi kadın" ve batılı giyinen, modern ama ahlaken sorgulanan "kötü kadın/vamp".

D) Japonya, Güney Kore

- Popüler kültürde (drama, reklam) ideal kadın/erkek imgeleri kültürel normlara göre farklı; örneğin “nazik, uysal” kadın imgeleri veya “duygusal kontrol” beklenen erkek imgeleri sık görülür. (Bunu yerel drama örnekleriyle tartışın.)
- **K-Pop ve K-Drama:** Dünyayı kasıp kavuran Kore medyasında kadın ve erkekler üzerinde inanılmaz bir "kusursuzluk" baskısı

vardır. Erkeklerin "Flower Boy" (yumuşak, bakımlı erkek) olması kabul görse de, kadınların "porselen bebek" gibi görünmesi, zayıf olması ve belirli estetik kalıplara uyması katı bir zorunluluktur.

E) İskandinav ülkeleri

- Kamu yayıncılığı ve içerik politikalarında cinsiyet eşitliğine vurgu; bazı alanlarda daha fazla eşitlikçi temsil politikaları var ancak endüstri pratikleri karmaşık. (Politikalar ile gerçek temsil arasındaki boşluk tartışılmalı.)

Analiz Aracı: Bechdel Testi

Öğrencilerinize bir filmin veya dizinin kadın temsilini ölçmeleri için bu basit testi öğretebilirsiniz. Bir yapımın testi geçmesi için şu 3 şartı sağlaması gerekir:

1. Filmde **adı olan** en az iki kadın karakter var mı?
2. Bu iki kadın birbirleriyle **konuşuyor mu**?
3. Konuştukları konu **bir erkek dışında** bir şey mi?

• **Şaşırtıcı Gerçek:** *Yüzüklerin Efendisi, Star Wars (Orijinal üçleme), Harry Potter (bazı filmleri), Avatar* gibi dev bütçeli birçok film bu basit testi geçemez. Çünkü kadınlar genelde sadece erkek ana kahramanın hikayesine hizmet etmek için oradadır.

Sonuçlar: Bu Temsiller Bize Ne Yapıyor?

1. **Özgüven Sorunları:** Medyadaki kusursuz (Photoshop'lu) bedenleri gören gençler (hem kız hem erkek) kendi bedenlerinden nefret etmeye başlar (Yeme bozuklukları, steroid kullanımı).
 2. **Meslek Seçimi:** Bilim insanı, pilot veya mühendis rollerinde sürekli erkekleri gören kız çocukları, bu mesleklerin kendilerine göre olmadığını düşünür (Cam Tavan Sendromu).
 3. **Şiddetin Normalleşmesi:** Erkeğin "hayır" cevabını kabul etmeyip ısrar etmesinin "romantizm" olarak sunulduğu diziler, gerçek hayatta tacizi besler.
-

7. Medyada stereotipleştirmenin etkileri

- **Toplumsal normların pekişmesi:** İzleyiciler hangi davranışların “normal” olduğunu medya aracılığıyla öğrenir.
- **Meslek tercihleri ve fırsatlar:** Medyada cinsiyetçi temsiller bazı mesleklerin “erkek/ kadın işi” olarak algılanmasına yol açar (STEM vs bakım işleri gibi). [Universitas Gadjah Mada](#)
- **Beden imajı ve öz-değer:** Özellikle gençlerde medya etkisiyle beden memnuniyetsizliği, yeme bozuklukları, özgüven sorunları artabilir. [DergiPark](#)
- **Kamuoyunda ses/iktidar eşitsizliği:** Haberlerde uzman olarak kadınların daha az görünmesi, kamu politikası tartışmalarında kadın perspektifinin yok sayılmasına neden olur.
whomakesthenews.org

Medyada Cinsiyet Dışı Tektipleştirme Örnekleri

Medya, karmaşık karakterler yazmak yerine "zihinsel kestirmeler" kullanır. Bu kestirmeler, izleyicinin bir karakteri gördüğü an (hiçbir şey söylemese bile) onun kim olduğunu "anlamasını" sağlar. Ancak bu durum ırkçılığı, sınıf ayrımcılığını ve zorbalığı besler.

1. Etnik ve Irksal Tektipleştirmeler

Dünya medyasında (özellikle Hollywood) belirli milletler sıkı kalıplara hapsedilmiştir.

A. Ortadoğulu / Arap: "3B Kuralı"

Batı medyasında Ortadoğulu karakterler genellikle şu üç kategoriye sıkıştırılır (3B Syndrome):

1. **Bomber (Bombacı/Terörist/Savaşçı/Diktatör):** En yaygın kalıp.
 2. **Belly Dancer (Dansöz/Egzotik Kadın):** Peçeli, gizemli, haremlerde yaşayan, özgür olmayan kadın imgesi.
 3. **Billionaire (Milyarder):** Petrol zengini, cahil ama para saçan şeyh.
- . **Örnek:** *Homeland*, *24* gibi dizilerde veya *True Lies* gibi filmlerde Araplar neredeyse istisnasız "kötü adam"dır. *Aladdin* filminde bile pazar yerindeki esnaf barbarca resmedilirken, "iyi" karakterlerin aksanı Amerikan aksanıdır.

B. Asyalılar: "Model Azınlık" ve "İnek Öğrenci"

- . Uzak Doğuluların “zeki ama sosyal olarak beceriksiz”, teknolojiye düşkün, sürekli çalışan insanlar olarak sunulması.
- . Erkekler için “kavgacı dövüş ustası”, kadınlar için “itaatkâr” stereotipi.
- . **Matematik Dahisi / Hacker:** Bir soygun filminde bilgisayarın başına geçip "Hallediyorum" diyen kişi genellikle Asyalıdır.
- . **Dövüş Ustası:** Her Asyalı mutlaka Kung-Fu veya Karate bilir.
- . **Duygusuz Robot:** Özellikle Asyalı erkekler genellikle asexüel (cinsel çekiciliği olmayan), sadece iş odaklı ve sosyal becerileri zayıf gösterilir.
- . **Örnek:** *The Big Bang Theory* dizisindeki Raj karakteri (konuşamayan Hintli göçmen) veya aksiyon filmlerindeki sayısız "Kung-Fu ustası yaşlı adam" tiplemesi.

C. Latin Kökenliler: "Suçlu veya Hizmetçi"

- . Latin erkekler genellikle uyuşturucu baronu veya çete üyesidir.
- . Latin kadınlar ise genellikle "ateşli/sinirli sevgili" ya da zengin ailenin "hizmetçisi" rollerindedir.
- . Yoksulluk ve sokak çeteleri vurgusu
- . **Örnek:** *Modern Family* dizisindeki Gloria karakteri (Sofía Vergara), sürekli bağırarak, abartılı giyinen, "ateşli Latin" klişesinin komediye dökülmüş halidir.

D. Siyahiler: "Sihirli Zenci" ve "Kurban"

- . Fakirlik, açlık, savaş ve "kabile" hayatı imgesi.
- . Afrika'nın tek bir ülkeymiş gibi sunulması.

- . Erkeklerin “savaşçı”; kadınların “acı çeken anne” rolüne indirgenmesi.
- . **Magical Negro (Sihirli Zenci):** Beyaz ana karakterin sorunlarını çözmek, ona bilgelik vermek veya onu motive etmek için hikayeye giren, kendi hayatı/amacı olmayan siyahi karakter. (Örn: *Yeşil Yol*, *Matrix* - Morpheus).
- . **Kurban/Suçlu:** Haberlerde siyahiler genellikle ya suç faili ya da polis şiddeti kurbanı olarak gösterilir; başarı hikayeleri daha az yer bulur.

Bunların dışında klasik **batılılar ise zaman zaman olumsuz görünen özellikleri ile dahi yüceltilir.** İngilizlerin “soğukkanlı, ciddi, zengin”; Almanların “katı disiplinli”; İtalyanların “romantik ve duygusal”; Fransızların “şık ve flörtöz” gibi kalıplarla sunulması.

2. Fiziksel Görünüm Tektiplendirmeleri

Beden üzerinden yapılan ayrımlar, özellikle gençler üzerinde yıkıcı etkilere sahiptir.

A. Şişman Karakterler: "Komik Şişman"

- . Kilolu insanlar medyada nadiren ciddiye alınır. Ya "ana karakterin komik ve sakar arkadaşı"dırlar ya da sürekli yemek yiyen tembel tiplerdir.
- . Asla romantik bir ilişkinin "aranan" tarafı olmazlar.
- . **Örnek:** *Friends* dizisindeki Monica'nın gençliği (Fat Monica). Kiloluyken sadece yemek düşünür ve komiktir; zayıflayınca "normal" ve sevilebilir bir insana dönüşür.
- .

B. Gözlüklü / Diş Telli Karakterler: "Ezik (Nerd)"

- . Bir karakterin zeki ama sosyal olarak başarısız olduğunu göstermek için hemen kalın bir gözlük takılır.
- . "Çirkin Ördek Yavrusu" dönüşüm sahnelerinde, kızın güzelleşmesi için yapılan ilk şey **gözlüğünü çıkarmaktır**. Bu, "gözlüklü insanlar çirkindir" mesajı verir.

C. Kötü Adamlar: "Yara İzi ve Engellilik"

- . Filmlerde kötü adamların yüzünde genellikle bir yara izi, yanık veya fiziksel bir deformasyon vardır. Bu, bilinçaltına "Çirkin veya engelli olan kötüdür, güzel olan iyidir" mesajını kodlar (Disney Etkisi).

- . **Örnek:** *Aslan Kral*'daki Scar (adı bile "Yara"), *James Bond* filmlerindeki kötü adamların çoğu (Blofeld), *Batman*'deki Joker veya Two-Face.

D. Zayıf bireyler

- . Başrol kadınların “ince ve kusursuz” olması beklentisi.
- . Zayıf erkek = “zayıf karakter”, “komik tip” olarak kullanılır.

E. Çekicilik kalıbı

- . Güzel/kaslı birey = iyi karakter, dürüst, başarılı.
- . Çirkin/kısa boylu karakter = kötü, sinsiy veya komik.

3. Yaş Gruplarına Göre Tektiipleştirme

A. Yaşlılar: "Teknoloji Özürlü ve Huysuz"

- Yaşlılar genellikle teknolojiden hiç anlamayan, sürekli geçmişini anlatan, huysuz veya bakıma muhtaç aciz varlıklar olarak gösterilir. Bilgelikleri veya aktif yaşamları genellikle göz ardı edilir.
- **Reklamlarda:** Sadece takma diş yapıştırıcısı, ağrı kesici veya emeklilik sigortası reklamlarında görünürler.

B. Gençler (Z Kuşağı): "Telefon Bağımlısı ve Saygısız"

- Dizilerde gençler genellikle ellerinden telefonu düşürmeyen, bencil, duygusal olarak dengesiz, moda takıntılı, sürekli

eğlenen, sorumsuz, dünyadan bihaber ve ailesine sürekli isyan eden tipler olarak resmedilir.

4. Meslek Tektiplendirmeleri

- . **Bilim İnsanları:** Genellikle sosyal hayattan kopuk, dağınık saçlı, "çılgın" ve insanlarla iletişim kuramayan tipler. (Örn: *Geleceğe Dönüş* - Doc Brown).
- . **Kütüphaneciler/Sekreterler:** Genellikle topuz saçlı, gözlüklü, sinirli ve insanlara "Şşşt!" diyen, hayatı olmayan kadınlar.
- . **Doktorlar:** Erkek ve otoriter; genelde "kahraman kurtarıcı". Hemşirelerin kadın olması gerektiği varsayılır (cinsiyet de işin içine giriyor).

- . **Öğretmenler** Aşırı fedakâr, düşük ücretle çalışan, idealist ama yorgun. Kadın öğretmen = şefkatli; erkek öğretmen = disiplinli.
- . **Polisler** Sert, duygusuz, sürekli suç kovalayan karakterler. Bazı ülkelerde polisler aşırı kahramanlaştırılır (ABD örneği).
- . **Mühendisler / Yazılımcılar** “Gözlüklü, asosyal, sürekli bilgisayar başında erkek” imgesi. Sosyalleşemeyen, duygularını ifade edemeyen tipler.
- . **Avukatlar** Kurnaz, sürekli hızlı konuşan, manipülatif.

Sınıf ve ekonomik durum stereotipleri

► Fakir insanlar

- Medyada sürekli “suça meyilli”, “dezavantajlı”, “bağımlılık sorunu yaşayan” kişiler.
- Giyim üzerinden kodlanan sınıf: kirli kıyafetler = kötü karakter.

► Zengin insanlar

- Kibirli, soğuk, aşırı lüks tüketen, gerçek hayattan kopuk.
- Türk dizilerindeki “aşırı zengin, görkemli villalarda yaşayan iş insanı” klişesi buna iyi örnektir.

► Orta sınıf

- “Mükemmel aile düzeni”, düzenli iş, istikrarlı hayat.

Engellilik temsilleri

Medyada engelli bireyler çoğunlukla iki uç stereotipe hapsedilir:

► (1) “Sürekli acı çeken, merhamet uyandıran kurban”

- . Tekerlekli sandalyede olan bir karakterin hayatının tek tanımı “trajedi” olur.
- . Bağımsız yaşam becerileri göz ardı edilir.

► (2) “Kahraman engelli” (inspirational porn)

- . Engelli kişi abartılı şekilde “ilham kaynağı” yapılır.
- . Normal bir yaşamın gerçek zorlukları görünmez.

Din ve inanç stereotipleri

- ▶ **Müslümanlar:** ABD ve Avrupa'da 1990'lardaki medya, Müslümanı terörle ilişkilendiren şablonlarla sunuyordu; 11 Eylül sonrası daha da arttı (son yıllarda bazı pozitif temsiller arttı). Kadınlar “baskı altında, özgür olmayan” stereotipine hapsedildi.
- ▶ **Hristiyanlar:** Çoğu yapımda “ahlak bekçisi” karakter; bazen aşırı muhafazakâr veya fanatik olarak işlenir.
- ▶ **Ateistler:** Bazen “etikten yoksun, maddeci” olarak yansıtılır (özellikle muhafazakâr yapımlarda).

Coğrafi stereotipler

Türkiye içi örnekler:

- **Karadenizliler:** Sinirli, hırçın, sürekli bağırıp hızlı konuşan; teknede balık tutan erkek figürleri.
- **Doğulular:** Geri kalmış, aşiret düzeni; şiddetle ilişkilendirilme.
- **Egeliler:** Rahat, umursamaz, sürekli zeybek oynayan, “yavaş” karakter.
- **İstanbulular:** Kültürlü, zengin, “şehirli” modern yaşam tarzı.
- **Taşra – şehir ayrımı:** Taşra “bilgisiz ve muhafazakâr”, şehir ise “aşırı modern ve mesafeli” gibi yansıtılır.

Dünya örnekleri:

- . **Amerikalılar:** Aşırı milliyetçi, hamburger-cola tüketen, silah meraklısı.
- . **Kanadalılar:** “Aşırı kibar ve sürekli özür dileyen”.
- . **İskandinavlar:** Soğuk, mesafeli, minimalist hayat süren.

5. Türkiye Medyasından Yerel Örnekler TR

Küresel örneklerin yanı sıra, kendi medyamızdaki yerel klişeleri de derse eklemek çok etkili olacaktır:

1. **"Saf/Kurnaz Köylü":** Türk sinemasında ve dizilerinde şehre gelen köylü ya aşırı saftır, kolayca kandırılır (Köyden İndim Şehre) ya da "şark kurnazı"dır, kuralları dolanarak iş yapar.

2. **"Zengin Kötü Adam"**: Yeşilçam'dan bugüne, zengin fabrika sahipleri veya holding patronları genellikle puro içen, acımasız, fakir kızı ezen karakterlerdir.
3. **"Almanyalı/Gurbetçi"**: Genellikle bozuk Türkçe konuşan, abartılı giyinen, görgüsüz ve sürekli "Bizim Almanya'da..." diye cümleye başlayan karakterler.
4. **"Ege/Karadeniz Şivesi"**: Ege veya Karadeniz'de geçen dizilerde karakterler genellikle karikatürize edilmiş abartılı bir şiveyle konuşur ve sürekli bağırış çağırış içindedirler. Bölge insanı sadece "komiklik unsuru" olarak kullanılır.

Çok spesifik örnekler

- . **Hollywood filmlerinde Rus karakter = mafya, casus, soğuk savaşçı.**

- Fransız karakter = romantik, şarap ve sanatla iç içe.
- Amerikan liseli genç = sporcu (jock), popüler kız (queen bee), çalışkan nerd — üçlü tipik yapı.
- Türk dizilerinde “iyi kız – kötü kadın” ikilemi; taşralı erkek = dürüst ama eğitimsiz, şehirli = kibirli.
- Bilim insanı = beyaz önlüklü, laboratuvar gözlüklü, genellikle erkek.
- Spor haberlerinde siyahi sporcular “fiziksel güç”, beyaz sporcular “strateji ve zeka” ile ilişkilendirilir.
- Reklamlarda yaşlılar hep “sigorta”, “sağlık ürünü”, “emeklilik” temalarında gösterilir.
- Göçmen işçiler = inşaat, temizlik; beyaz yakalı işlerde neredeyse hiç gösterilmez.

- . **LGBTİ+ karakterleri uzun süre ‘yan karakter’, komik arkadaş’ temsiline sıkıştırılmıştır.**
- . **Medyada veganlar = “aşırı uç, agresif savunmacı” olarak resmedilebilir.**

Aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra gözünüzde nasıl biri canlanıyor:

Gözlüklü, sivilceli, bilgisayar başında.

Sarışın, çok süslü, elinde küçük bir köpek var.

Yüzünde büyük bir yara izi var, kısık sesle konuşuyor.