

POPÜLER SİNEMADA MAVİ GÖZ TEMSİLİ: IMDB TOP 200 FİLMLERİ ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR ANALİZ

Aydın PERKTAŞ

aydinperktas@gmail.com

Bağımsız Araştırmacı, Türkiye

<https://orcid.org/0000-0002-6044-2447>

Sait YILDIRIM

saityildirim.erz@gmail.com

Iğdır Üniversitesi, Türkiye

<https://orcid.org/0009-0009-9930-4664>

Atıf	Perktaş, A., Yıldırım, S. (2026) POPÜLER SİNEMADA MAVİ GÖZ TEMSİLİ: IMDB TOP 200 FİLMLERİ ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR ANALİZ. <i>İletişim Çalışmaları Dergisi</i> , 12 (3), 319-334.
------	---

Geliş tarihi / Received: 04.06.2026

Kabul tarihi / Accepted: 02.09.2026

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v012i3005

ÖZ

Bu çalışma, IMDb Top 200 listesinde yer alan filmlerin başrol oyuncularının göz rengi dağılımını, sinemada görsel idealleştirme ve sembolik üstünlük üretimi bağlamında çözümlemektedir. Dünya nüfusunda kahverengi gözün ezici çoğunluğa sahip olduğu bilinirken, popüler sinemanın merkezindeki kahramanların belirgin biçimde mavi gözle temsil edilmesi, rastlantısal bir fiziksel dağılımın ötesinde, kültür endüstrisinin estetik tercihlerini meşrulaştıran sembolik bir biçimlenme olarak okunmaktadır. Nicel içerik çözümlemesi yöntemiyle yürütülen araştırmada, başrollerin göz renkleri film dili, yapım kökeni, cinsiyet ve dönem değişkenleriyle çapraz tablolarda incelenmiş; ilişkilerin istatistiksel anlamlılığı ki-kare testi ve Cramer's V katsayıları üzerinden değerlendirilmiştir. Düşük hücre frekanslarının söz konusu olduğu çözümlemelerde Fisher kesin testi tamamlayıcı olarak kullanılmıştır. Bulgular, mavi gözlü başrol oranının %45,5 düzeyinde olduğunu; bu oranın İngilizce dilinde çekilen yapımlarda %51,9'a, ABD menşeli yapımlarda %53'e yükseldiğini, İngilizce dışı yapımlarda ise %20,0'ye düştüğünü, bu yapımlarda kahverengi gözün %75,0 ile başat konuma yükseldiğini göstermektedir. Söz konusu farklılık, Bourdieu'nün sembolik sermaye, Hall'ün temsil ve kodlama-kod açma ile Baudrillard'ın hipergerçeklik kavramları çerçevesinde tartışılmıştır. Çalışma, sinemanın belirli bedensel özellikleri görünür kıldığı süreçle eş zamanlı biçimde bu özellikleri başrole uygun, ideal, karizmatik ve kah-

raman anlamlarıyla kodladığını ileri sürmektedir. Mavi gözün sinematik yoğunluğu, bedensel bir biyolojik özelliğin kültürel sermaye olarak yorumlanabilecek bir temsil değerine kavuştuğunu; görsel hegemonyanın sessiz mekanizmalarını ve hipergerçek bir güzellik standardının üretim biçimlerini görünür kılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Sinema Sosyolojisi, Göz Rengi, Beden Politikaları, Imdb Top 200.*

REPRESENTATION OF BLUE EYES IN POPULAR CINEMA: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF IMDB TOP 200 FILMS

ABSTRACT

This study analyzes the eye color distribution of leading actors in films listed in the IMDb Top 200 within the context of visual idealization and the production of symbolic superiority in cinema. Although brown eyes constitute the overwhelming majority of eye colors in the global population, the prominent representation of blue-eyed heroes at the center of popular cinema is interpreted not merely as a random physical distribution, but as a symbolic formation that legitimizes the aesthetic preferences of the culture industry. Conducted through quantitative content analysis, the study examines the eye colors of leading actors in cross-tabulations with the variables of film language, production origin, gender, and historical period. The statistical significance of these relationships was assessed using chi-square tests and Cramer's V coefficients. Fisher's exact test was used as a complementary procedure in analyses involving low expected cell frequencies. The findings show that blue-eyed leading actors constitute 45.5% of the sample; this rate rises to 51.9% in English-language productions and to 53.0% in U.S.-origin productions, while decreasing to 20.0% in non-English productions, where brown-eyed leading actors become dominant at 75.0%. These differences are discussed within the framework of Bourdieu's concept of symbolic capital, Hall's concepts of representation and encoding/decoding, and Baudrillard's concept of hyperreality. The study argues that cinema not only makes certain bodily features visible, but simultaneously encodes them with meanings such as suitability for the leading role, ideality, charisma, and heroism. The cinematic prominence of blue eyes reveals how a biological bodily trait acquires a representational value that can be interpreted as cultural capital, while also making visible the silent mechanisms of visual hegemony and the production of a hyperreal standard of beauty.

Keywords: *Sociology Of Cinema, Eye Color, Body Politics, Imdb Top 200.*

GİRİŞ

Sinema, ortaya çıktığı ilk dönemde teknik bir görsel deneyim ve eğlence aracı olarak değerlendirilmiştir. Zamanla toplumun kendini görmek, tanımlamak, hatırlamak ve yeniden inşa etmek için başvurduğu bir görsel kültür aracına dönüşmüştür. Lumière kardeşlerin 1895'te Paris'te düzenlediği ilk gösterim, başlangıçta teknik ve bilimsel nitelikleriyle tanımlansa da sinema ve medya, ilerleyen yıllarda modern yaşamın anlamını üretme ve yönlendirme süreçlerinin belirleyici imgelerinden biri hâline gelmiştir (Encyclopaedia Britannica, 2026). Ekranda görülen yüzler, bedenler, davranışlar, jestler ve renkler aracılığıyla izleyicinin beğeni, takdir, meşruluk ve normallik algısı sürekli yeniden inşa edilmiştir (Hall, 1997). Adorno ve Horkheimer (2002), kültür endüstrisi kavramıyla, popüler kültür ürünlerinin bireysel tutum ve davranışları standartlaştırırken estetik normları da fark edilmeyecek biçimde yeniden ürettiğini ortaya koymuştur. Şahin (2021), bu çerçevede Amerikan sinemasının küresel ölçekte kültürel hegemonya kurmasının yapısal kaynaklarına dikkat çekmektedir. Sinema, kültür endüstrisinin işleyişinin somutlaştığı alanlardan biridir. Çünkü ekrandaki bedenler gündelik yaşamda çok az karşılaşılan bir biçimde büyütülmüş, ışıklandırılmış ve estetik bir imgenin parçası olarak izleyiciye sunulabilmektedir.

Toplumsal yapıda inşa sürecinin belirleyici bileşenlerinden biri filmlerdeki yıldız sistemidir. Yıldızlar herhangi bir birey ya da oyuncu değildir; kültürel anlamlarla yüklü sembolik bedenleri ifade ederler (Dyer, 1998). Bir yıldızın imajı, sinema endüstrisi tarafından üretilmiş bir kültürel üründür ve bu ürünün işleyişi büyük ölçüde sessiz ve bilinçaltına yönelen mekanizmalara dayanmaktadır. Belirli bir beden, saç rengi, yüz oranı ya da göz rengi, kameranın önünde defalarca yeniden üretildikçe doğal olarak sinemaya uygun sayılmaktadır. Ekranda anlamsız veya gereksiz bir unsur bulunmamakta; her nitelik ve görünüm sembolik bir anlam taşımaktadır (Hall, 1997; Mulvey, 1975).

Sinemanın oyuncu nitelikleri üzerinden inşa ettiği bu sistem, kimi zaman bir dayatma, yönlendirme, tek tipleştirme veya biçimlendirme oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışmada, sinemanın yönlendirme unsurlarından biri olan göz rengine odaklanılmaktadır. Dünya nüfusunda kahverengi gözün baskın olduğu bilinmesine karşın (Sturm & Larsson, 2009), popüler sinemanın merkezindeki başrol kahramanları, bulgularda da görüleceği üzere daha çok mavi göz ile temsil edilmektedir. Sembolik sermaye çerçevesinde bakıldığında, belirli bedensel özelliklerin prestij ürettiği, meşru sayıldığı ve bireyin konumunu değiştirdiği bir ortam oluşturmaktadır (Arpacı, 2020). Sinemada inşa edilen ve yinelenen ideal beden, zamanla gerçekliğin yerini alan bir biçime dönüşmekte; gündelik yaşamda pek rastlanmayan bir imaj, ekran aracılığıyla yaşamı düzenleyen bir norma evrilmektedir (Girgin, 2019).

Sinemada karakterlerin her bir niteliği bir anlama karşılık gelmektedir. Bu çalışmada başrol oyuncularının göz renkleri üzerinden bir anlamlandırmanın bulunup bulunmadığı incelenmektedir. Mavi gözün popüler sinemadaki yaygınlığı başrolün kabiliyeti, tesadüf veya tercihle değil, ideolojik ve estetik bir seçim örüntüsüne işaret ettiğine ilişkin öncül bulgular, konuyu incelenmesi gereken bir probleme dönüştürmüştür. Bu sebeple çalışma, IMDb (İnternet Film Veri Tabanı) Top 200 listesinin sunduğu somut bir örneklem üzerinden mavi göz yoğunluğunu ölçmeyi ve bu yoğunluğun film dili, yapım kökeni, başrol cinsiyeti ve dönem değişkenleriyle ilişkisini sembolik sermaye, temsil ve hipergerçeklik olguları çerçevesinde incelemeyi amaçlamaktadır. IMDb, sinema filmlerinin internet ortamında izleyiciyle buluşması neticesinde izleyicinin puanlama yaparak beğenisini belli sembol ve puanlamalara tabii tutmasıdır. En çok beğenilen filmler en çok puan alan filmler olarak değerlendirilmektedir. Çalışmada sınırlılık oluşturmak açısından IMDb oranlarına bakılarak dünyada en çok izlenen filmlerin nitelikleri çeşitli değişkenlerle beraber ele alınmış ve araştırma problemi tartışılmıştır.

Sinemada Görsel Temsil ve Estetik Normların İnşası

Sinema, sanayi devrimi sonrasında kentsel yaşamın boş zaman, kalabalık ve gözetim deneyimi arasında kurulmuş bir kültürel üründür. Bordwell, Staiger ve Thompson'un (1985) klasik Hollywood sineması çözümlemesi, sektörün stüdyo sistemini yükselttiği yıllarda belirli bir estetik standardı kurguladığını ortaya koymaktadır. Klasik dönem sineması ışık, kostüm, yüz hattı, gülümseme ve bakış teknikleri aracılığıyla başrol oyuncusunu seyircinin bilinçaltına yerleşen bir ideal görüntü olarak inşa etmiştir. Bu inşa sürecinin izleyici üzerindeki etkisi, medyaya uzun süre maruz kalan bireylerin ekranda sunulan dünyayı zamanla gerçek dünyanın doğal bir temsili gibi algılamaya başlamasıyla açıklanabilir. Bu durum, belirli beden tiplerinin, yüz özelliklerinin ve imajların toplumsal açıdan normal ya da ideal olarak kabul edilmesine zemin hazırlamaktadır. Medya burada gerçekliğin nasıl kurulacağını, algılanacağını ve anlamlandırılacağını belirleyen kültürel bir altyapı olarak işlev görmektedir. Sinema da bu altyapının en etkili bileşenlerinden biri olarak, görsel ideallerin üretildiği ve dolaşıma sokulduğu temel alanlardan biri haline gelmektedir (Couldry, 2012).

Kültürel iktidarın somutlaştığı bir figür olarak tanımlanan yıldız figürü (Marshall, 1997), Hollywood stüdyo sisteminde yirminci yüzyılın başlarında, stüdyoların içine yerleştirilmiş bir marka olarak kullanılmaya başlamasıyla biçimlenmiştir. Klasik Hollywood sinemasının izleyici bakışını eril hazzıya göre düzenlediğini, bu düzenin kadın bedenini ekranda bir bakılma nesnesi olarak konumlandığı dikkat çekmektedir (Brown, 2025). Sinemada cinsiyetin yanı sıra bedenle bağlantılı tüm fiziksel niteliklerin ideolojik bir kodlama içine yerleştirildiği de gözlenmektedir (Cengiz, 2021). Yıldız imgesi, hangi bedenin kameranın önünde durmasının

doğru, güzel ve kabul edilebilir sayılacağına dair bir karara işaret etmektedir. Bu karar, oyuncunun seçim süreçleri, kostüm, makyaj ve ışık örüntüleri içinde somutlaşır. İzleyicinin karşısına ideal beden ve görsel imajla çıkan oyuncu, tüketim kültürünün bir nesnesine dönüşmektedir (Çetgin, 2022; Kurttaş, 2021).

Sinemayla ünlünen ve tanınan kahramanlar, reklamlar, afişler, dergiler ve diğer kültürel akışlara dahil olarak toplumun diğer alanlarına yayılır ve kendine yer edinir. Fiziksel çekicilik ve güzellik algıları estetik aracılığıyla biçimlendirilerek genel bir kültürel koda dönüşür. Sinemada bu paylaşılmış kodlar belirli bir yüzü, ifadeyi ve göz tipini ön plana taşıyacak biçimde yeniden örgütlenir. Bu aşamada göz rengi, biyolojik bir özellik olmakla birlikte üzerinde uzun bir kültürel anlam birikimi bulunan bedensel bir niteliktir. Göz rengi dağılımına bakıldığında, açık renkli gözlerin Avrupa kökenli nüfuslarda yoğunlaştığı, dünya genelinde ise kahverengi tonların belirgin biçimde baskın olduğu görülmektedir (Sturm & Larsson, 2009). Dünya nüfusuna ilişkin tahmini dağılımlar da bu durumu desteklemektedir. Küresel ölçekte kahverengi gözün yaklaşık %70–80 oranıyla en yaygın göz rengi olduğu; mavi gözün yaklaşık %8–10, ela gözün %5, amber gözün %5, gri gözün %3 ve yeşil gözün ise yaklaşık %2 oranında görüldüğü belirtilmektedir (World Population Review, 2026). Göz renginin kültürel anlamlandırılması yalnızca çağdaş medya temsilleriyle sınırlı değildir; açık renkli gözlerin tarihsel ve antropolojik bağlamda da dikkat çekicilik, farklılık ve çekicilikle ilişkilendirildiği görülmektedir. Frost, Kuzey ve Doğu Avrupa’da saç ve göz renginin olağan dışı biçimde çeşitlendiğini; mavi, gri, ela ve yeşil göz renklerinin bu coğrafyada kahverenginin yanında belirgin bir çeşitlilik oluşturduğunu belirtmektedir. Bu çeşitlilik nadir renk avantajı çerçevesinde açıklanmakta; açık renkli gözlerin tarihsel olarak yalnızca biyolojik bir özellik değil, aynı zamanda fark edirlilik ve çekicilikle ilişkilendirilen bir fenotip olarak anlam kazandığını göstermektedir (Frost, 2006). Bu değerlendirmeyi çağdaş çekicilik algısı bağlamında destekleyen Gründl ve arkadaşları ise mavi gözün toplumsal düzeyde güçlü bir estetik stereotip ürettiğini göstermektedir. Araştırmada mavi gözlerin katılımcılar tarafından olumlu bir özellik olarak daha sık dile getirildiği; ancak ölçülen çekicilik puanlarında mavi gözlerin kahverengi ya da diğer göz renklerinden anlamlı biçimde daha çekici bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, mavi gözün nesnel bir çekicilik üstünlüğünden çok, kültürel olarak üretilmiş bir güzellik imgesi ve algısal bir ön kabul olarak işlediğini göstermesi bakımından önemlidir. Dolayısıyla popüler sinemada mavi gözlü başrol temsillerinin yoğunluğu, biyolojik bir çekicilik gerçeğinden ziyade, izleyicinin zihninde önceden kurulmuş olan mavi göz güzelliği stereotipinin görsel kültür içinde yeniden dolaşıma sokulmasıyla ilişkilendirilebilir (Gründl vd., 2012).

Benzer biçimde Kleisner ve arkadaşlarının çalışması, göz renginin, güvenilirlik algısı bakımından toplumsal anlamlar üretebildiğini göstermektedir. Araştırmada

kahverengi gözlü yüzlerin mavi gözlü yüzlere göre daha güvenilir algılandığı saptanmış; ancak göz renginin tek başına bu algıyı doğrudan belirlemediği, güvenilirlik izleniminin daha çok göz rengiyle birlikte değişen yüz morfolojisiyle ilişkili olduğu belirtilmiştir. Özellikle erkek yüzlerinde mavi gözle ilişkilendirilen daha köşeli yüz yapısı, uzun çene, daha dar ağız ve aşağı yönlü ağız köşeleri daha düşük güvenilirlik algısıyla bağlantılı bulunmuştur. Bu çıkarıma bakıldığında mavi gözün popüler kültürde çekicilik ve ayrıcalıkla kodlanmasına rağmen, yüzün bütünsel morfolojisi içinde farklı sosyal anlamlar da üretebildiğini göstermektedir (Kleisner vd., 2013). Aynı zamanda mavi renge atfedilen, idealize edilmiş yaklaşımın yapısal olarak inşa edilmiş bir kod olduğu görülmektedir.

Kuramsal Çerçeve

Beden, imaj, medya ve toplum ilişkisi kuramsal açıdan ele alındığında, Bourdieu'nün (1984, 1986) sermaye kuramında bedensel özelliklerin iki ayrı düzlemde anlam kazandığı görülmektedir. İlk olarak beden, bireyin sahip olduğu kültürel sermayenin somutlaşmış halidir; ikinci olarak ise sembolik sermayeye dönüştürülebilen bir varlık olarak ele alınmaktadır. Bourdieu sosyolojisinde bedenin biyolojik bir varlığın ötesinde toplumsal yapının kayıt yüzeyi olarak kavramlaştırıldığını vurgulanmaktadır. Burada belirleyici olan, bedenin doğal özelliğinden ziyade bu özelliğin sektör tarafından nasıl tanındığı ve nasıl yeniden üretildiğidir. Sinema, bu çerçevede belirli bedensel özelliklerin başrol seçimi aracılığıyla görünürlük kazanmasına; bu görünürlüğün, sinema sektörü içinde prestijin belirli beden imgeleri etrafında yoğunlaşmasına ve bu prestijin gündelik yaşamın estetik standartlarını biçimlendiren bir kültürel referans haline gelmesine olanak vererek sembolik sermaye üretir. Mavi gözün başrollerde yoğun biçimde temsil edilmesi, fiziki bir özelliğin sektörel olarak sermayeleştirilmesinin bir işaretidir.

Hall'ün (1973, 1997) temsil ve kodlama-kod açma kuramları, medyanın gerçeği olduğu gibi göstermediğini, aksine onu seçen, kodlayan ve yeniden üreten bir araç olduğunu ileri sürmektedir. Sinemada başrollerin beden ve fiziki özellikleri bu anlamlandırmanın bir kodu olarak görülmektedir. Sinemada egemen kodun sık tekrar edilmesi, alternatif imajların görünür hale gelmesini zorlaştırmaktadır. Cengiz ve arkadaşları (2021) ise Hall'ün temsil kuramı çerçevesinde sinemada ötekinin nasıl kurulduğunu inceleyerek, baskın temsil rejiminin alternatif kimliklere sınırlı bir alan bıraktığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda mavi göz temsili, Stuart Hall'un temsil ve ideoloji yaklaşımı üzerinden değerlendirildiğinde kültürel olarak anlamlandırılmış bir görsel kod olarak okunabilir. Hall'a göre temsil, anlamın kültür içinde üretildiği ve dolaşıma sokulduğu temel süreçlerden biridir. Medya metinleri de bu anlam üretiminin en etkili alanları arasında yer alır. Bu nedenle sinemada mavi gözlü başrol oyuncularının yoğunluğu, güzellik ve kahramanlık gibi anlamların görsel düzeyde kodlanması olarak değerlendirilebilir.

Hall'un ideoloji anlayışı da bu noktada açıklayıcıdır. Çünkü ideoloji, toplumsal gerçekliği anlamlandıran kavramlar, imgeler, kategoriler ve temsil sistemleri aracılığıyla işler. Dolayısıyla mavi göz, popüler sinemada Batı merkezli estetik normların ve ideal beden imgelerinin yeniden üretildiği sembolik bir gösterge haline gelmektedir. İzleyici bu kodu egemen okuma içinde doğal ve çekici bir özellik veya estetik bir tercih olarak kabul edebilir (Gökgül, 2022). Frith ve arkadaşlarının (2005) reklam çözümlemesi, Batı merkezli güzellik kodlarının küresel ölçekte beden üzerinden evrensel söyleme dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Sinemanın küresel dolaşımı bu temsil rejimini yaygınlaştırmaktadır.

Baudrillard ise modern medya kültürünü, gerçekliğin yerine geçildiği bir aşama olarak değerlendirmektedir. Hipergerçeklik, kopyanın orijinalden daha gerçek, daha tutarlı ve daha çekici görünmeye başladığı bir kültürel duruma karşılık gelmektedir. Sinemada başrolün yüzü ve imajı, gündelik yaşamda karşılaşılan bir yüzden daha simetrik ve net bir görüntü sunmaktadır. Bu görüntü, zamanla seyircinin gerçek yüzleri değerlendirirken referans aldığı standardı belirlemektedir (Baudrillard, 1994). Ekran, gündelik gerçekliği aşan bir hakikat etkisi üretmekte ve bu etki seyircide kendi gerçekliğine olan güveni dahi sarsacak düzeye ulaşmaktadır. Mavi gözün sinemadaki yoğun varlığı, Baudrillard'ın çerçevesinde, gündelik yaşamdaki görüleni aşan bir norma dönüşmektedir. Dünyanın büyük çoğunluğunda seyirci kahverengi gözlü bireylerle karşılaşmasına rağmen ekranda gördüğü başrolün çoğunlukla mavi gözlü olması, başrolün yüzünün mavi gözlü olmasının doğal olduğu duygusunu pekiştirmektedir (Aydoğan, 2023). Kuramsal yaklaşımın birlikte okunması, Bourdieu açısından bedensel özelliğin sermayeleşmesini, Hall açısından temsilin ideolojik kuruluşunu ve Baudrillard açısından ekranın gerçeklikten daha gerçek bir görsel norm üretmesini görünür kılmaktadır. Bu yaklaşım, sinemanın toplum üzerindeki görsel hegemonyasını anlamak açısından önemlidir.

YÖNTEM

Araştırma Deseni

Çalışma, nicel içerik çözümlemesi yaklaşımı çerçevesinde tasarlanmıştır. İçerik çözümlemesi, medya metinlerinde belirli özelliklerin sıklığını, dağılımını ve diğer özelliklerle birlikteliğini sistematik biçimde ölçmeyi sağlayan bir yöntemdir (Krippendorff, 2018). Görsel temsil analizi geleneğine bağlı kalınarak başrol oyuncularının göz rengini, bağımsız değişkenler (film dili, yapım kökeni, cinsiyet, dönem) ile çapraz tablolarda incelenmiştir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini IMDb'nin küresel film veri tabanında listelenen filmler oluşturmaktadır. Örneklem olarak, izleyici oylamasına dayalı sıralamada en üst sıralarda yer alan 200 film seçilmiştir (IMDb Top 200). Liste, 1 Şubat 2026 tari-

hinde <https://www.imdb.com/chart/top> adresinden alınmıştır¹. IMDb Top listelerinin dinamik niteliği gereği, bu çalışmanın bulguları söz konusu tarihteki sıralamayla sınırlıdır. Filmlerde başrol oyuncularının göz renkleri, cinsiyetleri, filmin dili, yapım kökeni ve dönemi araştırma değişkenleri olarak ele alınmıştır. Film kökeni çoğunlukla ABD kaynaklı olduğu için hem bu vurguyu yapmak hem de karşılaştırma yapmak maksadıyla ABD ve ABD dışı biçiminde kategoriye gidilmiştir. Örneklem seçiminde temel dinamik en çok izlenen ilk 200 film olmasıdır, o sebeple film kökeni veya diğer unsurların örneklem seçiminde belirleyici özelliği bulunmamaktadır. Bir filmde birden fazla oyuncunun başrol olarak listelendiği durumlarda öncelikle IMDb oyuncu sıralaması dikkate alınmış; anlatının merkezindeki karakteri taşıyan oyuncu temel alınmıştır. IMDb sıralaması ile anlatı merkezi arasında belirsizlik olduğu durumlarda, olay örgüsünü yönlendiren ana karakter başrol olarak kodlanmıştır. Ayrıca çalışmada her film tek analiz birimi olarak ele alındığından, karşılaştırmalı istatistiksel tutarlılığı sağlamak amacıyla her film için yalnızca bir başrol oyuncusu kodlanmıştır. Görünürlük genel anlamda başrol oyuncularından gerçekleştiği için bu çalışmada da sadece başrol oyuncularının göz renkleri dikkate alınmıştır.

Değişkenler ve İşlevsel Tanımlar

Araştırmmanın temel değişkenleri aşağıdaki gibi tanımlanmıştır:

Göz rengi: Başrol oyuncusunun resmi biyografilerinde, profil fotoğraflarında ve röportajlarında istikrarlı biçimde rapor edilen göz rengi. Dört kategoride kodlanmıştır: mavi, yeşil, ela, kahverengi.

Cinsiyet: Oyuncunun kamuya açık biyografisinde belirtilen toplumsal cinsiyet kimliği dikkate alınmıştır.

Film dili: Filmin orijinal dili. Çözümleme amacıyla iki kategoride toplanmıştır: İngilizce ve İngilizce dışı.

Yapım kökeni: Filmin yapım ülkesi. ABD ve ABD ortaklı yapımları kapsayan “ABD menşeli” kategorisi ile diğer ülkelerdeki yapımları kapsayan “ABD dışı” kategorisi karşılaştırılmıştır.

Dönem: Filmin yapım yılı. Dört kategoride kodlanmıştır: 1959 ve öncesi, 1960–1979, 1980–1999, 2000–2024.

Kodlama Süreci ve Güvenirlilik

Kodlama süreci çalışmanın iki yazarı tarafından bağımsız biçimde yürütülmüştür. Göz rengi değişkeni; resmi oyuncu sayfaları, yayımlanmış röportaj görselleri ve yüksek çözünürlüklü profil fotoğrafları üzerinden kodlanmıştır. Kodlayıcılar

¹ Listede bulunan animasyon filmleri listeden çıkartılmıştır.

arası uyuşum, 200 birimin tamamı üzerinden hesaplanmış ve Cohen'in kappa katsayısı $\kappa = 0,88$ olarak elde edilmiştir. Bu değer, içerik çözümlemesi literatüründe yüksek uyuşum olarak kabul edilen eşiğin ($\kappa \geq 0,80$) üzerindedir (Krippendorff, 2018). Uyuşmazlık görülen birimlerde iki yazar tarafından yeniden değerlendirme yapılmış; ilgili oyuncuya ait farklı kaynaklar birlikte incelenerek nihai kodlama ortak uzlaşısıyla tamamlanmıştır. Işıklandırma ve dijital renk derecelendirmesinin yarattığı belirsizlik durumlarında, oyuncunun film dışı yüksek çözünürlüklü görselleri öncelikli kaynak kabul edilmiştir.

Verilerin Analizi

Tanımlayıcı düzeyde frekans ve yüzde dağılımları raporlanmıştır. İlişkisel düzeyde Pearson ki-kare testi uygulanmış; beklenen hücre frekansının 5'in altına düştüğü çapraz tablolarda Fisher kesin testi tamamlayıcı olarak kullanılmıştır. Etki büyüklüğü için Cramer's V katsayısı raporlanmış; istatistiksel anlamlılık eşiği $\alpha = 0,05$ olarak alınmıştır. Analizler SPSS 26.0 yazılımı ile yürütülmüştür.

Etik Beyan

Çalışma, kamuya açık ikincil veriler (IMDb platformu) üzerinden yürütüldüğünden ve insan/hayvan deneği içermediğinden etik kurul izni gerektirmemektedir. Çalışmanın tüm aşamalarında araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur.

BULGULAR

IMDb Top 200 örnekleme, başrol oyuncularının cinsiyet, film dili ve yapım kökeni bakımından oldukça asimetrik bir dağılım sergilemektedir. Tablo 1, çalışmanın temel betimleyici çerçevesini özetlemektedir.

Tablo 1.

Örneklemin Temel Betimleyici Dağılımı

Değişken	Kategori	n	%
Başrol Cinsiyeti	Erkek	187	%93,5
Başrol Cinsiyeti	Kadın	13	%6,5
Film Dili	İngilizce	160	%80,0
Film Dili	İngilizce Dışı	40	%20,0
Yapım Kökeni	ABD Menşeli	151	%75,5
Yapım Kökeni	ABD Dışı	49	%24,5

Tablo 1'de, veri setinde yer alan filmlerin temel dağılımı gösterilmektedir. Bulgulara göre başrol cinsiyeti bakımından örnekleme belirgin bir erkek ağırlığı vardır. Başrollerin %93,5'i erkek, yalnızca %6,5'i kadındır. Film dili açısından bakıldığında filmlerin %80,0'i İngilizce, %20,0'si İngilizce dışı yapımlardan oluşmaktadır. Benzer biçimde yapım kökeninde de ABD menşeli filmler %75,5 oranıyla çoğunluktadır; ABD dışı yapımların oranı ise %24,5 düzeyindedir.

Tablo 2.

Başrol Oyuncularının Genel Göz Rengi Dağılımı

Göz Rengi	n	%
Mavi	91	%45,5
Kahverengi	71	%35,5
Yeşil	20	%10,0
Ela	18	%9,0
Toplam	200	%100,0

Tablo 2’de başrol oyuncularının göz rengi dağılımı, çalışmanın merkezdeki sorusunu doğrudan yanıtlamaktadır. Mavi gözlü oyuncuların başrol içindeki payı %45,5’tir. Yeşil ve ela tonları birlikte örneklemin yaklaşık beşte birini oluşturmaktadır. Kahverengi göz oranı ise %35,5 oranındadır.

Tablo 3.

Göz Rengi ile Film Dili Arasındaki İlişki

Göz Rengi	Ela		Kahverengi		Mavi		Yeşil		Toplam	
Film Dili	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
İngilizce	17	%10,6	41	%25,6	83	%51,9	19	%11,9	160	%100,0
İngilizce Dışı	1	%2,5	30	%75,0	8	%20,0	1	%2,5	40	%100,0
Toplam	18	%9,0	71	%35,5	91	%45,5	20	%10,0	200	%100,0

Tablo 3’te mavi göz yoğunluğunun yapısal kaynaklarını anlamak için, ilk olarak filmlerin dil koduyla göz rengi arasındaki ilişki incelenmiştir. İngilizce filmlerde mavi gözlü başrol oranı %51,9’a yükselirken İngilizce dışı dillerdeki filmlerde bu oran %20,0’ye düşmektedir. Aynı zamanda İngilizce dışı filmlerde kahverengi göz %75,0 düzeyindedir. Pearson ki-kare testi ($\chi^2 = 34,28$; $sd = 3$; $p < 0,001$) ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu göstermektedir. Cramer’s V değeri 0,41 olarak hesaplanmış olup, görece güçlü kabul edilen bir etki büyüklüğüne karşılık gelmektedir.

Tablo 4.

Göz Rengi ile Yapım Kökeni Arasındaki İlişki

Göz Rengi	Ela		Kahverengi		Mavi		Yeşil		Toplam	
Yapım Kökeni	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ABD Menşeli	16	%10,6	39	%25,8	80	%53,0	16	%10,6	151	%100,0
ABD Dışı	2	%4,1	32	%65,3	11	%22,4	4	%8,2	49	%100,0
Toplam	18	%9,0	71	%35,5	91	%45,5	20	%10,0	200	%100,0

Tablo 4’te yapım kökenine bakmak, mavi gözün sektörel yoğunlaşmasının kurumsal kaynağını görmeyi sağlamaktadır. ABD menşeli yapımlarda mavi gözlü başrol oranı %53’e çıkarken, ABD dışındaki yapımlarda bu oran %22,4’e düşmektedir. ABD dışı yapımlarda kahverengi göz %65,3 ile üst sıraya yerleşmekte-

dir. Ki-kare testi ($\chi^2 = 23,94$; $sd = 3$; $p < 0,001$) anlamlı bir ilişkiye işaret etmekte; Cramer's V katsayısı 0,35 olarak hesaplanmaktadır.

Tablo 5.

Göz Rengi ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Göz Rengi	Ela		Kahverengi		Mavi		Yeşil		Toplam	
Cinsiyet	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Erkek	17	%9,1	66	%35,3	85	%45,5	19	%10,2	187	%100,0
Kadın	1	%7,7	5	%38,5	6	%46,2	1	%7,7	13	%100,0
Toplam	18	%9,0	71	%35,5	91	%45,5	20	%10,0	200	%100,0

Tablo 5'te cinsiyet bilgisi kamuya açık kaynaklarla tamamlanmış olup gözlem sayısı 200 olarak hesaplanmıştır. Fisher kesin testi anlamsız çıkmıştır ($p = 0,98$; Cramer's V = 0,03). Kadın başrol sayısının düşüklüğü, cinsiyet ve göz rengi ilişkisinin istatistiksel olarak güç kazanmasını engellemektedir.

Tablo 6.

Göz Rengi ile Dönem Arasındaki İlişki

Göz Rengi	Ela		Kahverengi		Mavi		Yeşil		Toplam	
Dönem	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1959 ve öncesi	1	%2,5	17	%42,5	21	%52,5	1	%2,5	40	%100,0
1960–1979	2	%6,9	11	%37,9	12	%41,4	4	%13,8	29	%100,0
1980–1999	5	%9,3	11	%20,4	28	%51,9	10	%18,5	54	%100,0
2000–2024	10	%13,0	32	%41,6	30	%39,0	5	%6,5	77	%100,0
Toplam	18	%9,0	71	%35,5	91	%45,5	20	%10,0	200	%100,0

Tablo 6'da genel olarak dönemlere göre göz rengi dağılımının değiştiği görülmektedir. 1959 ve öncesinde mavi göz oranı %52,5 ile en yüksek düzeydedir. 1960–1979 döneminde mavi göz yine ilk sıradadır ancak kahverengi göz oranı ona oldukça yakındır. 1980–1999 döneminde mavi göz oranı %51,9'a yükselmiştir. 2000–2024 döneminde ise kahverengi göz %41,6 ile ilk sıraya çıkmış, mavi göz oranı %39,0'a düşmüştür. Bu durum, son dönemde kahverengi gözlü başrolerin daha görünür hâle geldiğini göstermektedir. Dönem ile göz rengi arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla Pearson ki-kare testi uygulandığında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($\chi^2 = 17,54$; $sd = 9$; $p = 0,041$). Cramer's V katsayısı 0,17 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmakla birlikte düşük düzeyde bir etki büyüklüğüne sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte 2000–2024 döneminde kahverengi göz oranı mavi göz oranının üzerine çıkmış olsa da iki oran arasındaki fark sınırlıdır. Dünya genelinde kahverengi gözün baskın göz rengi olduğu dikkate alındığında, mavi gözün bu dönemde hâlâ kahverengiye

oldukça yakın bir oranda temsil edilmesi, mavi göz görünürlüğünün tamamen zayıflamadığını göstermektedir.

TARTIŞMA

Bulgular incelendiğinde, mavi gözün sinematik merkezi rolünün kuramsal düzlemde anlamlı olduğu görülmektedir. Mavi göz, sinema sektöründe kahramanlık, çekicilik, liderlik ve karizma gibi anlamlarla yüklenmiş bir sembolik sermayeye dönüşmektedir. Bedensel özellikler, toplum tarafından sermayenin nesnesi haline gelerek görüldükçe değer kazanmakta ve değer kazandıkça yeniden görülmektedir (Arpacı, 2020). Bu döngü, mavi göz yoğunluğunun kendiliğinden var olmuş gibi hissedilmesini açıklamaktadır. Hall'ün (1973, 1997) temsil kuramında vurgulandığı üzere, medya temsilleri gerçekliği doğrudan yansıtmak yerine onu seçen, kodlayan ve yeniden kuran süreçlerdir. Bulgulara bakıldığında İngilizce yapımlarda %51,9, İngilizce dışı yapımlarda %20,0 düzeyinde görülen mavi göz oranı, evrensel başrol yüzünün öyle olmadığını; aksine belirli bir dil, kültür ve sektör eklemlenmesi içinde kurulduğunu göstermektedir. Tablo 3'te ortaya çıkan bu farklılık, çalışmanın temel iddiasını doğrudan destekleyen bulgulardan biridir. Çünkü İngilizce yapımlarda mavi gözün başrol temsili içinde belirgin biçimde yükselmesi, mavi göz yoğunluğunun genel bir sinema eğiliminden çok, İngilizce merkezli popüler sinema alanında üretilen estetik kodlarla ilişkili olduğunu göstermektedir. Buna karşılık İngilizce dışı yapımlarda kahverengi gözün %75,0 oranıyla yükselmesi, başrol yüzünün kültürel ve dilsel bağlama göre farklılaştığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle film dili değişkeni, mavi göz temsili için hangi kültürel üretim alanlarında yoğunlaştığını göstermesi bakımından çalışmanın en açıklayıcı değişkenlerinden biri olarak değerlendirilebilir. Baudrillard'ın (1994) hipergerçeklik kuramında, gerçeğin yerine geçen inşa edilmiş gerçeklik bağlamında, gerçek yaşamda kahverengi gözlü bireylerin baskınlığına karşın sinemanın ürettiği görsel alanda mavi göz belirgin bir temsil yoğunluğu kazanmaktadır. Tartışmanın öne çıkan unsurlarından biri, bulguların küresel sinema endüstrisinin ekonomik ve kültürel coğrafyasına nasıl yerleştiğidir. Batı merkezli estetik anlayışlar, küresel pazarda evrensel güzellik adı altında dolaşıma sokulmaktadır (Söylemez & Göktürk, 2021). Sinema, bu dolaşımın en güçlü taşıyıcılarından; çünkü reklamlar ve afişlerin aksine anlatsal bütünlüğüyle izleyiciyi saatler boyunca ekranda tutarak bedensel ideali bir karakterin etrafında hikayeleştirir. ABD menşeli yapımlarda mavi göz oranının yüksek olması, İngilizce dışı filmlerde ise kahverengi göz renginin artması, söz konusu hegemonik temsil örüntüsünün belirgin göstergelerinden biri olarak yorumlanabilir. Tablo 4'te ABD menşeli yapımlarda mavi gözlü başrol oranının %53,0'a yükselmesi, ABD dışı yapımlarda ise bu oranın %22,4'e düşmesi, mavi göz temsili için özellikle Hollywood merkezli üretim düzeni içinde yoğunlaştığını göstermektedir. ABD dışı yapımlarda kahverengi göz oranının %65,3'e çıkması, mavi gözün başrol düzeyindeki görü-

nürlüğünün evrensel bir estetik gerçeklikten ziyade belirli bir endüstriyel ve kültürel merkezin temsil rejimiyle ilişkili olduğunu düşündürmektedir. Bu nedenle yapım kökeni değişkeni, mavi gözün sinematik prestij ve başrol uygunluğu ile ilişkilendirilmesinde Hollywood'un belirleyici konumunu görünür kılmaktadır. Bu durum, küresel hegemonik kodun mutlak olmamakla birlikte geniş ölçekli bir temsil etkisi ürettiğini düşündürmektedir. Şahin (2021), ABD sinemasının kültür endüstrisi içindeki konumunu ele alırken yapımların kültürel kodlarının ihraç edilebilir evrensel bir biçim altında üretildiğini vurgulamaktadır. Göz rengi üzerinden bakıldığında idealleştirme çabaları bu evrenselleştirme girişimlerini açıklamaktadır. Ayrıca bulgular dönemsel açıdan incelendiğinde 1980–1999 döneminde mavi göz yoğunluğunun zirveye ulaşması da dikkat çekicidir. Bu dönem, Hollywood'un küresel pazara açıldığı, yüksek bütçeli ve geniş izleyici kitlelerine hitap eden popüler film anlayışının yaygınlaştığı ve pazarlama mekanizmalarının bedensel sembollerini yıldız imgesiyle bütünleştirerek yeniden ürettiği bir süreci ifade etmektedir (Smaill, 2014). Ancak 2000–2024 döneminde kahverengi gözün mavi gözün önüne geçmesi, keskin bir kopuştan çok sınırlı bir yakınlaşma olarak değerlendirilmelidir. Dünya genelinde kahverengi gözün baskınlığı dikkate alındığında, mavi gözün bu dönemde hâlâ yüksek düzeyde temsil edilmesi sinematik görünürlüğünü koruduğunu göstermektedir.

Cinsiyet boyutunda göz rengi farkının istatistiksel anlamlılığa ulaşmaması, kadın başrol sayısının yapısal olarak çok düşük olmasıyla doğrudan ilişkilidir. Mulvey'nin (1975) eril bakış kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, IMDb Top 200'ün başrol cinsiyet dağılımı yıldız sisteminin tarihsel olarak eril kahraman temsiline dayandığını göstermektedir (Köprü, 2024). Bu yapı, göz rengi gibi bedensel kodların cinsiyet eksenli farklılıklarının doğru biçimde test edilmesini zorlaştırmaktadır. Görsel hegemonya, görünürlük ve standartlaşma yoluyla işleyen bir iktidar biçimidir. Bir bedensel özellik kameranın önünde yeterince sık yer aldığı, izleyici bu özelliği zamanla normal saymaya başlamaktadır. Mavi göz örneği bu inşa sürecinin nicelik açıdan önemli bir göstergesidir.

SONUÇ

Bu çalışma, IMDb Top 200 filmlerinde başrol oyuncularının göz rengi dağılımını inceleyerek popüler sinemanın görsel idealleştirme mekanizmalarına dair sosyolojik bir çerçeve sunmaktadır. Dünya genelinde kahverengi gözün baskınlığına rağmen, sinema filmlerinin başrollerinde mavi gözün daha yoğunlukla yer alması ve bu yoğunluğun belirli coğrafi/dilsel bölgelerde belirgin biçimde farklılaşması; ideal olanın hegemonik kültüre göre inşa edildiğini göstermektedir. Bulgular, mavi gözün başrol kategorisinde yüksek bir orana sahip olduğunu, bu oranın İngilizce dilindeki ve ABD menşeli yapımlarda anlamlı biçimde yükseldiğini göstermektedir. İngilizce dışı yapımlarda kahverengi gözün baskınlığı, mavi göz

yoğunlaşmasının sektörel ve estetik bir kodlamanın ürünü olduğunu düşündürmektedir. Göz rengi, sembolik bir değer olarak evrenselleştirilmekte ve gündelik gerçekliğin yerine geçen bir norma dönüşmektedir. Bu süreç, Hollywood yıldız sisteminin estetik temsil rejimi içindeki etkisini görünür kılan göstergelerden biri olarak değerlendirilebilir. Bu yönüyle çalışma, göz rengi gibi çoğu zaman doğal ve bireysel kabul edilen bir bedensel özelliğin, popüler sinema aracılığıyla nasıl kültürel sermaye ve görsel hegemonya göstergesine dönüşebildiğini nicel verilerle ortaya koymaktadır. Bu çalışma bazı sınırlılıklar çerçevesinde değerlendirilmelidir. İlk olarak araştırma, IMDb Top 200 listesiyle sınırlıdır. Söz konusu liste izleyici oylamalarına dayalı olduğundan, Hollywood ve İngilizce dilindeki yapımlar lehine yapısal bir yoğunlaşma içermektedir. Ayrıca IMDb Top 200 listesindeki kadın başrol oranının oldukça düşük olması, cinsiyet değişkenine ilişkin çözümlemelerin istatistiksel gücünü sınırlamaktadır. Bunun yanında göz rengi değişkeni kamuya açık görseller ve biyografik kaynaklar üzerinden kodlanmıştır. Her ne kadar kodlayıcılar arası yüksek uyum elde edilmiş olsa da ışıklandırma, dijital renk düzenlemeleri, lens kullanımı ve görsel kalite farklılıkları bazı oyuncuların göz renginin belirlenmesinde sınırlılık oluşturabilmektedir. Gelecek çalışmalarda IMDb dışındaki farklı film listeleri, türlere göre ayrıştırılmış örneklemeler ve birden fazla başrol oyuncusunun birlikte kodlandığı geniş veri setleri üzerinden karşılaştırmalı analizler yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2002). *Dialectic of enlightenment* (E. Jephcott, Trans.). Stanford University Press.
- Arpacı, M. (2020). Pierre Bourdieu'nün sosyolojisinde beden, cinsiyet ve cinsellik. *Habitus Toplumbilim Dergisi*, 1, 119–136.
- Aydoğan, T. (2023). Simülasyon kuramı bağlamında *Truman Show* filminin analizi. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 647–660.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation* (S. F. Glaser, Trans.). University of Michigan Press.
- Bordwell, D., Staiger, J., & Thompson, K. (1985). *The classical Hollywood cinema: Film style and mode of production to 1960*. Routledge.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (R. Nice, Trans.). Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood.
- Brown, T. (2025). Hollywood film style and the production code: Criticism and history. *Quarterly Review of Film and Video*, 42(1), 1–50.

- Cengiz, G. (2021). Sinemada toplumsal cinsiyetin ideolojik işlevleri: *Mor Yıllar* film analizi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 1102–1115.
- Cengiz, G., Ayaz, Y., & Bediroğlu, A. (2021). Stuart Hall perspektifinden temsil ve öteki kavramı: *My Name Is Khan* ve *Crash* filmleri bağlamında değerlendirme. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 38, 428–457.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity.
- Çetgin, F. (2022). Değişen güzellik anlayışı ve kadın bedeni üzerinden sanatta temsili. *Sanat-Tasarım Dergisi*, 13, 32–37.
- Dyer, R. (1998). *Stars* (Rev. ed.). British Film Institute. (Original work published 1979)
- Encyclopaedia Britannica. (2026, May 21). Lumière brothers. In *Encyclopaedia Britannica*. <https://www.britannica.com/biography/Lumiere-brothers>
- Frith, K., Shaw, P., & Cheng, H. (2005). The construction of beauty: A cross-cultural analysis of women's magazine advertising. *Journal of Communication*, 55(1), 56–70.
- Frost, P. (2006). European hair and eye color: A case of frequency-dependent sexual selection? *Evolution and Human Behavior*, 27(2), 85–103.
- Girgin, Ü. H. (2019). Simülasyon evrenine özgü sinema. *SineFilozofi*, 4(8), 196–225.
- Gökgül, A. N. (2022). Stuart Hall'un kültür kuramına katkıları. 4. *Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 21, 55–70.
- Gründl, M., Knoll, S., Eisenmann-Klein, M., & Prantl, L. (2012). The blue-eyes stereotype: Do eye color, pupil diameter, and scleral color affect attractiveness? *Aesthetic Plastic Surgery*, 36(2), 234–240.
- Hall, S. (1973). *Encoding and decoding in the television discourse*. Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- IMDb. (n.d.). *IMDb top 250 movies*. Retrieved February 1, 2026, from <https://www.imdb.com/chart/top/>
- Kleisner, K., Priplatova, L., Frost, P., & Flegr, J. (2013). Trustworthy-looking face meets brown eyes. *PLOS ONE*, 8(1), Article e53285.
- Köprü, M. (2024). Sinematik hazzın dönüşümü: Mulvey'in tezi ile IMDb verileri

arasındaki çelişki üzerine. *International Journal of Communication and Media Research*, 4(2), 69–80.

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage.

Kurtdaş, E. M. (2021). Kadınların omuzlarındaki ağır yük: “Güzellik”. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 39, 220–259.[h](#)

Marshall, P. D. (1997). *Celebrity and power: Fame in contemporary culture*. University of Minnesota Press.

Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6–18.

Smaill, B. (2014). Cinema and the female star: Feminism, theory, history. In K. Hole, D. Jelača, E. A. Kaplan, & P. Petro (Eds.), *The Routledge companion to cinema and gender* (pp. 1–15). Routledge.

Söylemez, S., & Göktürk, G. (2021). Hollywood sinemasında Türkiye’ye yönelik oryantalist bakışın sosyolojik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 54, 248–269.

Sturm, R. A., & Larsson, M. (2009). Genetics of human iris colour and patterns. *Pigment Cell & Melanoma Research*, 22(5), 544–562.

Şahin, A. (2021). Kültür endüstrisi bağlamında sinema ve Amerikan sineması. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 349–364.

World Population Review. (2026). *Eye color percentage by country 2026*. Retrieved February 1, 2026, from <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/eye-color-percentage-by-country>