



























































- Tuchman, G. (1978). The symbolic annihilation of women by the mass media. *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media* Tuchman, G., Daniels, A.K., Benet, J. (Edt.), (s. 3-38). New York: Oxford University Press.
- Williamson, J. (2001). *Reklamların dili: reklamlarda anlam ve ideoloji*. (A. Fethi., Çev.) Ankara: Ÿtopya Yayınevi.
- Wolf, S. (2012). *Cinsellik ve sosyalizm: LGBT ŸzgŸrleŸmesinin tarihi, politikası ve teorisi*. (K. Tanrıyar, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Yılmaz, R.A. ve Uluyağcı, C. (2007). Televizyon reklâmlarında çocuğa ilişkin toplumsal cinsiyet rollerinin sunumu, *İst. G.Ÿ. İletişim Fak. Yayını*, Sayı 6: 141-157.
- Yüksel, N. Aysun. (2006). Otomobil reklamlarında yerleşik toplumsal cinsiyet kalıpları: Türkiye'de yayımlanan televizyon reklamları üzerine bir çalışma, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*. Cilt 4 Sayı 2: 115-123.