

**YEREL MEDYA ÇALIŞANLARININ TOPLUMSAL
CİNSİYET ALGISI: MERSİN İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AYLA YUNUSOĞLU EROĞLU

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KADIN ARAŞTIRMALARI
ANABİLİM DALI**

**MERSİN
EKİM-2019**

**YEREL MEDYA ÇALIŞANLARININ TOPLUMSAL
CİNSİYET ALGISI: MERSİN İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AYLA YUNUSOĞLU EROĞLU

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

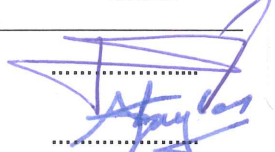


**KADIN ARAŞTIRMALARI
ANABİLİM DALI**

**Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Berna ARSLAN**

**MERSİN
EKİM-2019**

ONAY

Ayla YUNUSOĞLU EROĞLU tarafından Dr. Öğr. Üyesi Berna ARSLAN danışmanlığında hazırlanan "Yerel Medya Çalışanlarının Toplumsal Cinsiyet Algısı: Mersin İli Örneği" başlıklı bu çalışma aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi	Ünvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Başkan	Prof. Dr. Deniz Aynur GÜLER	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Ahmet TAYLAN	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Berna ARSLAN	

Yukarıdaki Jüri kararı Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 21.10.2019 tarih ve 2019/113 sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Y. Gürhan TOPÇU
Sosyal Bilimler Enstitü Müdürü



Bu tezde kullanılan özgün bilgiler, şekil, tablo ve fotoğraflardan kaynak göstermeden alıntı yapmak 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine tabidir.

ETİK BEYAN

Mersin Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak kullandığımı,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Mersin Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı,
- Tezin tüm telif haklarını Mersin Üniversitesi'ne devrettiğimi beyan ederim.

ETHICAL DECLARATION

This thesis is prepared in accordance with the rules specified in Mersin University Graduate Education Regulation and I declare to comply with the following conditions:

- I have obtained all the information and the documents of the thesis in accordance with the academic rules.
- I presented all the visual, auditory and written informations and results in accordance with scientific ethics.
- I refer in accordance with the norms of scientific works about the case of exploitation of others' works.
- I used all of the referred works as the references.
- I did not do any tampering in the used data.
- I did not present any part of this thesis as an another thesis at Mersin University or another university.
- I transfer all copyrights of this thesis to the Mersin University.

21 Ekim 2019 / 21 October 2019

İmza / Signature

Ayla YUNUSOĞLU EROĞLU

ÖZET

Toplumsal cinsiyet kavramı bireylerin içinde buldukları toplumun kültürel yapısı başta olmak üzere, sosyo-ekonomik yapılarında dahi farklı kadınlık ve erkeklik rollerini yüklediği bir tartışma alanıdır. Özellikle ataerkil toplumlarda kadının yaşam alanının, kamusal alandan ziyade ev ile sınırlandırılmış olması çalışma hayatından kadını soyutlamaktadır. Günümüzde erkek egemen bir toplum yapısı her katmanda kendini göstermektedir. Medya da erkek egemen yapısıyla ön plana çıkan sektörlerin başında gelmektedir. Toplumun eğitme, haberdar etme, bilgilendirme, toplumsallaştırma, kamuoyu oluşturma gibi bir çok işlevi olan medya sektörü, demokratik yaşamın ilerlemesine katkı sağlayan en önemli kurumdur. Medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algıları, başta çalışma ortamları olmak üzere haber üretim süreci, haber yazımı, haber dili gibi pek çok alanı etkilemektedir. Medya kuruluşlarının çalışan profiline kadınların erkeklere oranla çok düşük olması ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında sorun yaşanması bu sektör için çözüm bekleyen en önemli sorunlardan birisidir. Tüm bu sorunlar ışığında bu çalışma, Mersin yerel medyasında kadın ve erkek çalışanların toplumsal cinsiyet algısına odaklanmaktadır. Araştırmada Mersin ilinde gazete, radyo ve televizyon kuruluşlarında çalışanların demografik yapısını ortaya koymak, çalışanların toplumsal cinsiyet algısını belirlemek, toplumsal cinsiyet kaynaklı olmak üzere yaşadıkları sorunları belirlemek amaç edinilmiştir. Araştırmanın örneklemini, Mersin’de günlük olarak faaliyet gösteren 9 yerel gazete, 17 radyo, 6 televizyon kuruluşunun 78 çalışanı (hedeflenen 100 çalışandan 78 çalışan gönüllü olarak ankete katılmıştır) ile Mersin’deki ilgili mesleki örgüt temsilcileri ve yaygın basının Mersin temsilciliklerinde çalışanlar oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak medya çalışanlarının demografik yapısını ve likert ölçekle belirlenen meslek etkinliklerini ortaya koyabilmek amacıyla anket yapılması, ayrıca her medya kuruluşunu temsil edecek şekilde, çalışmaya gönüllü olarak katılan çalışanlardan oluşan grup ile derinlemesine görüşme tekniği türlerinden yarı yapılandırılmış görüşme uygulanmıştır. Böylelikle çalışanların yaşadıkları sorunların daha kapsamlı bir şekilde ele alınması ve bunun kendi ifade biçimleriyle ortaya konulması amaçlanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Kitle İletişim Araçları, Toplumsal Cinsiyet, Yerel Basın.

Danışman: Dr. Öğretim Üyesi Berna ARSLAN, Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Medya Çalışmaları Anabilim Dalı, Mersin.

ABSTRACT

The concept of gender is a field of discussion that individuals carry different femininity and masculinity roles in the cultural structure of the society, even of different socio-economic structures. Particularly in patriarchal societies, the living space of women is limited to house rather than the public space, and this excludes women from working life. Male-dominated society evinces itself in every layer in our age. And the media is one of the leading sectors that male-dominated structure appears clearly. The media sector, which has many functions such as educating, informing, socializing and forming public opinion, is the most important institution contributing to the progress of democratic life. Gender perceptions of media employees affect many areas such as news production process, news writing, news language, and especially working environments. The fact that the number of male employees outnumbers females in media causes problems in the name of gender inequality and this is one of the most important problems waiting for a solution in this sector. In this sense, this study focuses on the gender perception of journalists working in the local media of Mersin. This study aims to reveal the demographic structure of all employees working in newspapers, radio and television broadcasting in Mersin, to determine the gender perception of the employees and to identify the problems that they experience in relation to gender. The sample of the research consists of 78 employees from 9 local newspapers, 17 radios and 6 televisions operating daily in Mersin and representatives of the relevant professional organizations in Mersin and the representatives of the widespread press. (78 employees of 100 targeted employees had participated in the survey voluntarily.) Conducting a survey to reveal the demographic structure of media employees and professional activities determined on a Likert scale as a data collection tool, and in addition, by applying semi-structured interview technique, which is a type of in-depth interview technique with the group consisting of selected employees representing each media organization, it is aimed to address the problems experienced by the employees in a more comprehensive manner and to reveal this in their own way of expression.

Keywords: Mass Media, Gender, Local Press

Advisor: Asst. Prof. Dr. Berna ARSLAN, Mersin University, Faculty of Communication, Media Studies Department, Mersin

TEŞEKKÜR

Gazetecilik mesleğini üniversite tercih sıralamasına yazdığım da rehber öğretmenim “Bu meslek kadınlara uygun değil” demişti. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü’nü sıralamaya yerleştirdiğimde ise babam “İstanbul çok pahalı bir şehir, orada okutamam” demişti. Ben de “Baba, okulun puanı çok yüksek, yazayım zaten kazanamam” demiştim. Oysa gazetecilik hayatta en çok istediğim şeydi. Bölümü sevdim, okulu sevdim, gazeteciliği sevdim. Okul yıllarında Sabah Gazetesi’nde bölge muhabiri olmak istediğimi söylediğimde herkes şaşırmişti. Bölge muhabirliği o dönemde ağırlıklı olarak erkekler tarafından yapıldığı için bir kadın gazeteci bu alanda nasıl var olabilirdi? Var olmaya çalıştım; bundan 25 yıl önce bölge muhabirliğinde kendimi bir kadın olarak görünür kıldım. Mersin’e geldiğimde gazetecilik alanında kadın muhabir sayısı bir elin parmağını geçmiyordu. Meslekte hem vardık, hem de yoktuk. O zamanlardan beri kadın muhabirlerle ilgili bir şey yapmalıyım düşüncesi bende oluşmuştu. İşte bu tez 20 yıllık bir hayalin, mücadelenin ürünüdür. Pes ettiğimde bana yeniden umut aşıl原因an, güç veren değerli danışmanım Dr. Öğretim Üyesi Berna Arslan’a çok teşekkür ediyorum. Hocam Berna Arslan olmasaydı, bu tez inanın var olmayacaktı. Öğrettikleri ve bana kattıklarıyla her zaman kapısını çalabildiğim, tez boyunca da ikinci danışmanım gibi desteklerini esirgemeyen Dr. Öğretim Üyesi Erhan Arslan’a da teşekkürü bir borç bilirim. Yüksek lisans döneminde bana emeği geçen tüm hocalarıma da gönülden teşekkür ederim. Prof. Dr. Deniz Aynur Güler ve Dr. Öğretim Üyesi Ahmet Taylan’a zamanlarını ayırıp tez jürimde yer aldıkları ve sundukları değerli görüşlerinden dolayı da teşekkür ederim. Ayrıca Arş. Gör. Dr. Binaz Bozkur’a, Mehmet Ülker’e, Bilal Savaş’a ve Öğr. Gör. Taner Sezer’e tezime verdikleri destekten dolayı da teşekkür ederim. Hem seminer, hem de tez dönemimde görüşmelerimi deşifre etmekte bana yardım eden eşim Feti Ahmet Eroğlu’na, sabrı için oğlum Yiğit Eroğlu’na da sonsuz teşekkürler. Beni her şeye rağmen İstanbul’da okutabilen babam Mustafa Yunusoğlu’na ve beni böyle mücadelecı yetiştiren annem Fatma Yunusoğlu’na teşekkür ediyorum. Son olarak da Mersin’de yerel medya alanında çalışan ve bu teze katkılarını gönüllü olarak sunan basın çalışanlarına teşekkür ediyorum. İyi ki varsınız...

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇ KAPAK	i
ONAY	ii
ETİK BEYAN	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
1. GİRİŞ	1
2. CİNSİYET VE TOPLUMSAL CİNSİYET KAVRAMI	5
2.1. Cinsiyet Kavramı	5
2.2. Toplumsal Cinsiyet Kavramı	6
2.3. Toplumsal Cinsiyet Rollerı	7
2.3.1. Kadınlık Rollerı	9
2.3.2. Erkeklik Rollerı	10
2.4. Toplumsal Cinsiyet Kuramları	11
2.4.1. Psikanalitik Kuram	12
2.4.2. Biyolojik Kuram	12
2.4.3. Sosyobiyolojik Kuram	13
2.4.4. Sosyal Öğrenme Kuramı	13
2.4.5. Sosyal Bilişsel Kuram	15
2.4.6. Bilişsel Gelişim Kuramı	15
2.4.7. Toplumsal Cinsiyet Şeması Kuramı	16
3. KAVRAMSAL VE KURAMSAL AÇIDAN FEMİNİZM	17
3.1.Feminizm Kavramı	17
3.1.2. Feminist Kuramlar	20
3.1.2.1.Liberal Feminist Kuram	20
3.1.2.2. Marksist Feminist Kuram:	22
3.1.2.3. Sosyalist Feminist Kuram	23
3.1.2.4. Radikal Feminist Kuram	24
3.1.2.5. Eko-Feminist Kuram (Çevreci Feminist Kuram):	26
3.1.2.6. Psikanalitik Feminist Kuram	27
3.1.2.7. Kültürel Feminist Kuram	27
3.1.2.8. Postmodern Feminizm:	28
3.1.2.9. Queer Teori	29
4. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ROLÜ VE ÖNEMİ	31
4.1. İletişim, Kitle İletişim ve Basın Kavramı	31
4.2. Kitle İletişimin Önemi ve Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri	32
4.3. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri	35
4.3.1. Haber verme işlevi	35
4.3.2.Toplumsallaştırma işlevi	35
4.3.3. Motivasyon İşlevi	36
4.3.4. Tartışma-Diyalog İşlevi	36
4.3.5.Kamuoyu Oluşturma İşlevi	37
4.3.6. Eğlendirme İşlevi	37
4.3.7. Eğitim İşlevi	37
4.3.8. Kültürel İşlevi	38
4.4. Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Basın	38
4.4.1. Ulusal (Kitle Basını)Basın	39
4.4.2. Yerel Basın	39

4.4.2.1. Yerel Basının İşlevleri ve Sorunları	40
4.4.2.1.1. Teknolojik Sorunlar	42
4.4.2.1.2. Ekonomik Sorunlar	43
4.4.2.1.3. Etik Sorunlar	44
4.4.2.1.4. Yönetim Organizasyon Sorunları	44
4.3.2.1.5. İnsan Kaynakları Sorunu	45
5. YEREL MEDYA ÇALIŞANLARININ TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISI	47
5.1. Araştırmanın Problem İfadesi	47
5.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	48
5.3. Teorik Çerçeve ve Araştırma Soruları	49
5.4. Araştırmanın Önemi	50
5.5. Alanyazın	50
5.6. Sayıtlar	51
5.7. Araştırmanın Metodolojisi	51
5.8. Örneklem	52
5.9. Veri kaynakları	52
5.10. Değişkenler	53
5.11. Analiz Yöntemi	53
5.12. Sınırlılıklar	54
6. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ	55
6.1. Bulgular ve Yorum	55
6.1.1. Anketten Elde Edilen Bulgular	55
6.1.2. Yarı Yapılandırılmış Görüşme ve Bulguları	77
7. SONUÇ	92
KAYNAKLAR	96
EKLER	96
ÖZGEÇMİŞ	104

TABLolar DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 2.1. Kadınlardan ve Erkeklerden Beklenen Özellikler	11
Tablo 6.1. Ankete Katılan Yerel Medya Çalışanlarının Yaşlarına Göre Dağılımı	55
Tablo 6.2. Ankete Katılan Yerel Medya Çalışanlarının Cinsiyetlerine Göre Dağılımı	56
Tablo 6.3. Ankete Katılan Yerel Medya Çalışanlarının Mesleki Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı	56
Tablo 6.4. Yerel Medya Çalışanlarının Görev Dağılımı	56
Tablo 6.5. Yerel Medya Çalışanlarının Mesleki Tecrübeleri	59
Tablo 6.6. Yerel Medya Çalışanlarının Meslek Kuruluşlarına Üyelik Durumları	59
Tablo 6.7. Cinsiyete Göre Üye Olunan Meslek Kuruluşları	60
Tablo 6.8. Yerel Medya Çalışanlarının Medya Sektöründen Önceki Çalışma Yaşamları	60
Tablo 6.9. Yerel Medyanın Organizasyon Yapısına İlişkin Düşünceleri	62
Tablo 6.10. Yerel Medya Çalışanlarının Haber Üretim Sürecindeki Düşünceleri	66
Tablo 6.11. Yerel Medya Çalışanlarının Meslek Yaşamı ile İlgili Düşünceleri	70
Tablo 6.12. Yerel Medya Çalışanlarının Mobbing ve Taciz ile İlgili Düşünceleri	73
Tablo 6.13. Yerel Medya Çalışanlarının Toplumsal Cinsiyet İle İlgili Düşünceleri	76

1. GİRİŞ

Toplumsal cinsiyet, toplumda kadın ve erkek arasındaki ilişkileri düzenlemektedir. Özellikle ataerkil toplumlarda erkeklik ve kadınlık kodları ve bunların birbirleriyle olan ilişkileri toplumsal cinsiyet düzeni ile aktif rol oynamaktadır. Bu açıdan kadın ve erkeklerin toplumsal cinsiyet algıları, toplumsal yapının şekillenmesini sağlamakta; mesleki seçimlerini de etkilemektedir. Öğretmenlik, hemşirelik gibi meslekler kadınlara, doktorluk, polislik gibi meslekler ise erkeklere atfedilmektedir. Kadınlar, özel alan içerisinde anne, eş kimliğiyle varlıklarını sürdürmeye çalışırken, erkekler ise kamusal alanda var olmaktadır. Kadın ve erkekler arasındaki bu mesleki ayırım, ataerkil kodlarla örülmüş toplumsal cinsiyet algısının da bir sonucudur. Fakat günümüzde bu konuda önemli ölçüde değişimler gözlemlenmektedir. Ev içi ortamlardan çok kamusal alanlarda görünür hale gelen kadınlar, birçok meslekte var olmaktadır. Mühendislik, tıp, otomotiv gibi pek çok alanda çalışan kadınlar, medya sektöründe de yer almaktadır.

Medya yeni dünya düzeni içerisinde önem kazanmış ve hızlı bir değişim göstermiştir. “1980’lerden itibaren Neo-liberal politikalara dayalı yeni dünya düzeninde medyaya önemli görevler verilmiştir. Yeni dünya düzeni içinde temel politika araçları olan özelleştirmeler ve hızlanan tekelleşme medya alanına da yansımıştır” (Kaya, 2009:233). Ticari televizyon kanallarının ve radyoların kurulmasıyla, medya alanında çalışan kadın gazetecilerin sayıları da artmıştır. “Türk basınında gazeteci kadınların sayıca çoğalıp daha etkin bir şekilde mesleğe atılmaları üniversitelerde iletişim ile ilgili bölümlerin açılmaya başladığı ve kadın hareketinin ivme kazandığı 1980’li yıllara denk gelmektedir” (Tekvar, 2016:428). Ancak bu artış, kadınların yönetim kademelerindeki temsiline yansımadağı gibi, kadın gazeteciler medyadaki ataerkil yapılanmanın bir sonucu olarak alt kademelerde görev almaktadır. Çiçek Tahaoglu’nun 2014 yılında medyada kadın-erkek çalışanlarının profilini ortaya koymak amacıyla yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre; Türk medya yapılanması erkek egemen bir yönetim kadrosundan oluşmaktadır. Araştırma sonucundan elde edilen verilere göre; “Türk medyasında genel yayın yönetmenlerinin % 10’u kadın, % 90’ı erkek çalışanlar; gazete künyelerinin % 19’u kadın, % 81’i erkek çalışanlar, haber yönetim kadrolarının % 83,5’inin erkek, % 16,5’inin kadın çalışanlardan oluştuğu saptanmıştır” (Tahaoglu, 2014).

Basın İlan Kurumu’nun resmi ilan yayımlama hakkı bulunan süreli yayınların asgari kadrolarında yer alan fikir işçilerine yönelik 2019 yılı istatistiklerine göre de, 81 ilde resmi ilan yayımlama hakkı olan 1.075 gazetede çalışan toplam 7.593 kişinin 5.179’unu erkek çalışanlar, 2.414’ünü ise kadın çalışanlar oluşturmaktadır (BİK, 2019). Basın İlan Kurumu’nun verilerine göre yerel basında çalışan kadın sayısı, toplam çalışanların % 3,14’ünü oluşturmaktadır. Bu sonuca göre yaygın basındaki erkek egemen yapı yerel basında da paralellik göstermektedir.

Binark ve Bek (2007:147-148) ise medyanın mevcut yapılanmasında kadınların sorunlu temsiliyetine vurgu yaparak medyanın kadınların eşitsiz konumlarının yeniden üretildiği bir yapı olduğunu belirtmektedir. Binark ve Bek'e göre (2007:147-148) "Medya kadınları, belli imge ve yaşam tarzlarıyla sınırlayan ve kadınlık durumuna ilişkin kurguları ile kadınların eşitsiz konumlarını yeniden üretebilen bir yapı içerisindedir." Haberin eril bir dil ile okuyucuya sunulması toplumsal cinsiyet eşitliği yönünde olumsuz algılamalara ve uygulamalara yol açabilmektedir. Toplumsal cinsiyet algısının öncelikle yerel medya çalışanları tarafından da doğru bir şekilde algılanması gerekliliği gözlenmektedir.

Yerel medya, vatandaşlar ile yerel yönetimleri bir araya getiren önemli bir kitle iletişim aracıdır. Yerel basının önemini Gezgin (2007:177) Şu şekilde vurgulamaktadır: "Kitle iletişim araçlarından biri olan yerel medya, toplumsal, ekonomik, kültürel ve sosyal gelişmeleri halka aktarmaktadır. Bu açıdan yerel medya, toplumun ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasal özelliklerini de bir ayna gibi yansıtmaktadır. Yerel basının gelişmiş ülkelerde büyük önemi vardır. Bu ülkelerde önce yerel gazeteler okunmaktadır. Çünkü yerel gazeteler o toplumda yaşayan insanların gerçek sesidir. Yerel basın organları vatandaşların, kendi şehir ve beldelerindeki sorunlar, olaylar, ekonomik ve sosyal gelişmeler ve yerel yönetimlerin aldığı kararlar hakkında bilgi sahibi olmaları açısından son derece önemlidir. Yerel basın demokrasinin temeli, halkın sesi ve bilgi kaynağıdır." Dolayısıyla, güçlü bir yerel medya hizmet ürettiği bölgelerde halka doğru bilgiler aktarılmasını sağlamaktadır ve kamuoyunun oluşturulması sürecinde etkili olmaktadır.

Yerel medya toplumsal yapı içinde son derece önemli bir konuma sahip olmasına rağmen çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Vural (2007:341) bu sorunları haberlerin toplanması sırasında ortaya çıkan sorunlar, teknik ve ihtiyaç duyulan malzemelere ilişkin sorunlar, ekonomik sorunlar, yerel yönetim mekanizmaları ile yaşanan sorunlar, biçimsel ve içeriksel nitelik sorunları, vasıflı eleman çalıştırma sorunu, dağıtım sorunu ve motivasyona ilişkin sorunlar olarak sıralamaktadır. Bu sorunlar içindeki "yetişmiş eleman sorunu" hem medya alanında nitelikli çalışanlar, hem de toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında özellikle önem taşımaktadır. Kadınların hem yaygın hem de yerel medyada daha fazla yer almaları olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmesine rağmen, bu durum beraberinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dayalı sorunların yaşanmasına da neden olmaktadır. Medyada toplumsal cinsiyet eşitsizliği sorunu, erkek egemen medya yapılanması içinde özellikle haber üretim sürecinde haber diline yansıyan eril tahakkümde kendini açıkça göstermektedir. Haberin eril bir dil ile okuyucuya sunulması ise toplumsal cinsiyet eşitliğini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu bağlamda, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda öncelikle çalışanların nasıl bir tutum sergilediği önem kazanmaktadır.

Yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algısına odaklanan bu araştırmanın kuramsal bölümünde öncelikle, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramı ve kuramlarına değinilmiştir. Toplumsal cinsiyet kavramı biyolojik cinsiyetten farklı olarak, bireylerin içinde yaşadığı toplumun kültürel yapısına bağlı olarak değışen ve bu doğrultuda kadına ve erkeğe yüklenilen farklı rollerle birleşen bir yapıyı ortaya koymaktadır. Dolayısıyla toplumu her anlamda etkileme gücüne sahip olan medya aracılığıyla iletilen mesajlar, bu iletiyi üreten medya çalışanlarının, çalışmanın içeriğini oluşturan toplumsal cinsiyet algılarının belirlenebilmesi için, toplumsal cinsiyet kavramı ve kuramlarının açıklanması hedeflenmiştir. Araştırmanın kavramsal ve kuramsal açıdan ele alındığı feminizm bölümünde; kadın hakları tarihsel sürecinden itibaren toplumsal cinsiyet olgusuna evrilen feminist kuramlar açıklanmıştır. Feminist hareketlerin başlangıcı olarak kabul edilen liberal feminizm, kadınların erkeklerle eşit haklara sahip olması ve bütün bireylerin kamusal ve siyasi hayata katılma hakkı olduğu görüşüne dayanmaktadır. Kadınlara yapılan her türlü ayrımcılığın yasaklanması gerektiği düşüncesini savunan hareket daha sonra sosyalist, marksist ve radikal feminist hareketlere evrilmiştir. Gelişen ve değışen toplumsal yapı içinde feminizm kavramı da farklı boyutlarıyla gelişme göstermiştir. Günümüzde kültürel feminizm, postmodern feminizm gibi kavramlar tartışılmaktadır. Bu çalışmada feminist kuramların tartışılması, Mersin ili yerel medya çalışanların feminizme bakış açılarının değerdendirilmesinde önem taşımaktadır.

Araştırmanın kuramsal yapısını oluşturan bir diğer bölüm ise kitle iletişim araçlarının rolü ve önemi, yerel basın kavramı ve yerel basının sorunlarının tartışıldığı kısımdır. Kitle iletişim araçlarının toplumsal yapı içindeki rolü ve önemi tartışılmaz bir gerçektir. Yerel basın kuruluşları ise toplumsal sorumluluk bağlamında yerine getirmekle yükümlü olduğu işlevleri göz önünde bulundurulduğunda, topluma hizmet anlayışı ön planda tutulması gereken kuruluşların içinde başat konumda olan yapılardır. Yerel basın kuruluşlarının amaç ve işlevlerini ortaya koymak, sorunlarını tartışmak çalışmanın uygulama aşamasında toplanan verilerin analizi için temel oluşturması amaçlanmaktadır.

Araştırmanın uygulama bölümünde, yerel medyada çalışanların genel profili çizilerek, haber üretim sürecinde ve organizasyon yapısı içerisinde karşılaştıkları durumları, yaşadıkları sorunları; toplumsal cinsiyet algılarını ve bu algılarının mesleklerine olan yansımalarını ortaya koyabilmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda Mersin yerel medyasında çalışan 78 gönüllü katılımcıya 44 sorudan oluşan anket uygulanmış; sonuçlar SSPS programı ile analiz edilmiştir. Ayrıca yarı yapılandırılmış görüşmeye katılan 10 gönüllü çalışana toplumsal cinsiyet ve feminizm üzerine hazırlanmış sorular yönetilerek; her iki yöntemden elde edilen veriler analiz edilerek yorumlanmıştır. Elde edilen bulgular Mersin yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algıları konusundaki tutumlarını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda yapılan araştırma ile; Mersin yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algılarının, hem haber üretim sürecine

hem de organizasyon yapısı içinde yaşadıkları sorunlarına yönelik etkileşimini ortaya koyabilmek de mümkün olacaktır.



2. CİNSİYET VE TOPLUMSAL CİNSİYET KAVRAMI

Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları, birbirinden hem bağımsız hem de birbirleriyle bağlantılı kavramlardır. Kadın ve erkekler, belirli bir biyolojik yapıyla doğmaktadır. Cinsiyet, tamamen biyolojik olarak yapılan bir sınıflandırmadır. Ancak bu biyolojik sınıflandırma, kadın ve erkeği doğduğu andan itibaren kültürel ve toplumsal kodlarla yeniden üretmekte ve anlamlandırmaktadır. Toplumsal cinsiyet ise, toplumun kadın ve erkekten beklentileri, kadın ve erkeğe yüklediği rolleri içermektedir. Bu bölümde, cinsiyet kavramı ile toplumsal cinsiyet kavramları ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

2.1. Cinsiyet Kavramı

Cinsiyet kavramı, cinsellik kavramını içinde barındırmaktadır. Bu nedenle öncelikle cinsellikle ilgili yapılan tanımlar incelenmiştir. Foucault (1993:84) cinsellik teriminin 19. yüzyılda kullanıldığını ifade etmektedir. “Cinselliğin Tarihi” isimli eserinde cinselliği her şeyin nedeni olarak görmektedir: “Son birkaç yüzyılda, belli bir eğilim, bizi, ne olduğumuz sorusunu cinselliğe sormaya itti. Ve bu cinsellik, pek de doğa-cinsellik, (yani yaşayan sistemin öğesi, bir biyoloji konusu) değil de tarih-cinsellik, ya da anlam-cinsellik, söylem-cinsellik’ti. Kendiliğimizden cinselliğin etkisi altına girdik ama cinselliğin fiziğinden çok cinselliğin mantığı etkisi altına girdik” (Foucault, 1993:84).

Giddens (2014:25) ise “Mahremiyet’in Dönüşümü” aldı eserinde, cinselliğin sadece bir dürtü olarak anlaşılmaması gerektiğini ifade etmekte; cinselliğin daha çok, iktidar ilişkileri için özellikle yoğun bir transfer noktası olduğunu ve ürettiği güçle karışık enerji sayesinde bir toplumsal kontrol odağı olarak işletilebilecek bir şey olduğunu belirtmektedir.

Giddens (2014:29) cinselliğin biyoloji ve zoolojinin biliminde teknik bir terim olarak 1800’lerde kullanıldığını vurgulamaktadır. Giddens, kelimenin, yüzyılın sonuna doğru, günümüze yakın anlamda; Oxford English Dictionary’nin “cinsel olma veya cinsiyeti olma” niteliği olarak tanımladığı anlamında kullanılmaya başlandığını belirtmektedir.

Dökmen (2017:21) cinsiyet teriminin daha çok biyolojik olarak kadın ve erkeği tanımladığını ifade etmektedir: “Cinsiyet ikili bir sınıflamaya karşılık gelir. Kadın ve erkek. Bebekler doğduklarında (hatta doğmadan önce) sahip oldukları cinsiyet organlarına bakılarak ya kadın cinsiyet grubuna ya da erkek cinsiyet grubuna ait olarak kimliklenir” (Dökmen, 2017:21).

İnsanları kadın ve erkek olarak sınıflandırmayı kabul etmeyen görüşler de bulunmaktadır. Fausto-Sterling (2000:78) biyolojik olarak insanların erkek ya da kadın olarak

kategorileştirilmesine karşı çıkmaktadır. Ona göre insanları iki cinsiyetten birine ait düşünmek yeterli değildir, bazı insanların biyolojik yapıları bu ikili sisteme uymayabilmektedir.

Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları, farklı kullanım alanına sahip kavramlardır. Bu kavramlar, birbiriyle çok karıştırılmakta ve birbirine paralel olarak da kullanılmaktadır; ancak cinsiyet ve toplumsal cinsiyet iki farklı kavramdır.

2.2. Toplumsal Cinsiyet Kavramı

Toplumsal cinsiyet kavramı, kadın ve erkeklere toplumun yüklediği kodları ifade etmektedir. Kadın ve erkeği tanımlayan biyolojik özelliklerinden farklı olarak toplumsal cinsiyet, kadınlık ve erkeklığe yüklenen anlamları ve onlardan beklenen davranışları anlatmak için kullanılmaktadır.

Dökmen'e (2017:25) göre toplumsal cinsiyet (gender) kavramı, kadınlık ve erkeklığe ilişkin toplumun ve kültürün yüklediği anlamları ve beklentileri ifade etmektedir; kültürel bir yapıyı karşılamakta ve genellikle bireyin biyolojik yapısıyla ilişkili bulunan psikolojik özellikleri de içermektedir.

Ecevit (2011:4) ise toplumsal cinsiyeti, biyolojik cinsiyetten farklı olarak, kadınlık ve erkeğin sosyal ve kültürel açıdan tanımlamaktadır: "Toplumsal cinsiyet, toplumların kadın ve erkeği birbirinden ayırt etme biçimini, onlara verdiği toplumsal rolleri anlatmak için kullanılmaktadır" (Ecevit, 2011:4).

Benzer olarak Giddens'e göre "Toplumsal cinsiyet, her bir üyesi için, uygun diye görülen davranış hakkındaki toplumsal beklentilerdir. Toplumsal cinsiyet, erkek ve kadınların birbirinden farklı olmasına yol açan fiziksel niteliklere değil, erkeklik ve kadınlık hakkındaki toplum tarafından oluşturulmuş özelliklere göndermede bulunmaktadır" (Giddens, 2000:621).

Scott (2007:11) toplumsal cinsiyetin cinsler arasındaki toplumsal ilişkileri düzenlemek için de kullanıldığına dikkat çekmektedir:

Söz konusu kullanım kadınların farklı şekilde tahakküm altına alınması ilişkin ortak payda olarak ifade edilen kadınların doğurganlığı ve erkeklerin fiziksel olarak güçlü olmaları gibi biyolojik açıklamaları açık bir biçimde reddeder. Aksine "toplumsal cinsiyet" kadınlar erkeklere ilişkin rollerin tamamen toplumsal olarak üretildiğini ifade eden kültürel inşalar"a işaret etmenin bir yoludur (Scott, 2007:11).

Bu kavramı ilk kullanan kuramcılardan biri olan Anne Oakley 1972 yılında Cinsiyet, Toplumsal Cinsiyet ve Toplum (Sex, Gender and Society) adlı kitabında cinsiyetin biyolojik, toplumsal cinsiyetin ise toplumsal olarak oluşmuş bir düzlemde belirlendiğini ileri sürmektedir. Vatandaş (2007:31) Ann Oakley'in cinsiyetin (seks) biyolojik açıdan kadın ve erkek ayrımını anlattığının, toplumsal cinsiyetin ise (gender) erkeklik ile kadınlık arasındaki toplumsal bakımdan eşitsiz bölünmeye gönderme yaptığının ifade etmektedir: "Her ne kadar geleneksel

bakış açısında, cinsiyet ve toplumsal cinsiyetin basit ve açık bir şekilde birbirleriyle örtüştüğü anlayışı devam ediyor olsa bile, artık bugün bu ikilinin birbirlerinden ayrı anlamsal boyutlarını konu edinen geniş bir literatür oluşmuş bulunmaktadır” (Vatandaş, 2007: 31).

Toplumsal cinsiyet araştırmaları erkekleri içine de alacak şekilde genişletilmiştir. “1980’lerin sonlarına doğru toplumsal cinsiyet araştırmalarına erkekler de dâhil edilmiştir. Son yıllarda daha kapsamlı bir ifadeyle cinsiyet, erkeğin ve kadının toplumsal ve kültürel olarak inşa edilen rollerini tanımlamaktadır” (Keskin, 2014:45). Toplumsal cinsiyetin şekillenmesine aile başta olmak üzere çeşitli yapılar da etki etmektedir: “Okul, din, devlet gibi toplumsal yapılar içerisinde beraber yaşayan kadın ve erkeğin toplumsal cinsiyet alanında da beraber çalışılması doğal görünmektedir. Toplumsal cinsiyet kadınlık ve erkeklik arasındaki farklılıkları ortaya koyarken; evrensel bir nitelik taşıyan biyolojik cinsiyetin aksine, kültürel açıdan bazı değişkenlikler göstermektedir” (Demirbilek, 2007:13).

Ataerkil toplumlarda kadın ve erkekler arasındaki ilişkiler toplumsal cinsiyet düzeni ile oluşturulmakta; özellikle de geleneksel öğretiler bu ilişkilerde etkili olmaktadır. Connell (2017:183-184) “Toplumsal Cinsiyet ve İktidar” isimli kitabında toplumsal cinsiyet ve aile arasındaki ilişkiyi anlatmaktadır: “Evler ve aileler içindeki cinsel iş bölümü, kendine has bir literatüre sahiptir ve iyi tanımlanmıştır. Geniş iş alanları ve çok ince ayrıntıların her ikisi de, bu bölünmeye maruz kalmaktadır. Sözelimi Pauline Hunt’un araştırdığı İngiliz köyünde kadınlar pencerelerin iç yüzeyini temizlerken kocaları da dış yüzeyleri temizlemektedir” (Connell, 2017:183-184).

2.3. Toplumsal Cinsiyet Roller

Toplumsal cinsiyet rollerini tanımlayabilmek için öncelikle rol kavramını irdelemek gerekmektedir. “Rol, örgütlü sosyal yapı içinde bireyin bulunduğu pozisyonu, bu pozisyonla ilgili sorumlulukları, ayrıcalıkları ve diğer pozisyonlardaki insanlarla etkileşimi yönlendiren kuralları gösterir” (Dökmen, 2017:28).

Bir kişinin toplum içerisindeki rolleri farklılık gösterebilmektedir. Kişilerin eğitim durumları, meslekleri, statüleri, kimlikleri gibi etkenler, toplumsal yapıdaki farklı rollerini belirleyen unsurlardır. Bu çerçevede değerlendirildiğinde bireylerin annelik, babalık, hemşirelik, öğretmenlik, mühendislik, genel müdürlük, işçi veya memurluk gibi rolleri bulunmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri ise, cinsiyet farklılıklarından kaynaklı toplum tarafından kadın ve erkekten beklenen davranışlardır. İnsanlar içine doğdukları toplumsal yapı ve kültürel öğeler ile harmanlanarak büyürler ve gelişirler. Her toplumun kültürel yapısı, gelenek görenekleri, normları birbirine göre farklılık gösterdiği için kadınlardan ve erkeklerden beklenen davranış kalıpları da değişmektedir.

Dökmen (2017:31) toplumsal cinsiyet rollerini, kadınlığın ve erkekliğin sosyal ortamlarda ifşa edilişini olarak görmektedir. Cinsiyet rolünün, kadın ve erkeğe uygun bulunan kişilik özellikleri ve davranışları ve kültürel beklentileri ifade ettiğini belirtmektedir. Toplum içerisinde var olma çabası gösteren kadın ve erkeğe, doğdukları andan itibaren yine o toplum tarafından çeşitli geleneksel roller ve kültürel kodlamalar yüklenilmektedir. Kız ve erkek çocukları doğdukları andan itibaren toplum tarafından sınırları çizilen bir sosyal yapının içerisinde yer almaktadırlar. Sosyalleşme süreci içerisinde kız ve erkek çocukları kendilerinden beklenen toplumsal cinsiyet rolleri kapsamında büyümektedir. Bir çocuk doğmadan önce, ebeveynler tarafından cinsiyetine göre pembe ve mavi renklerle donatılmış bir dünya oluşturulmaktadır. Kız çocuklarının “pembe”, erkek çocuklarının ise “mavi” renklerle özdeşleştirilmeleri, ataerkil toplumların kız ve erkek çocuklarına yükledikleri toplumsal cinsiyet rollerinin bir sonucudur.

Giddens (2000:100) bebeklerin toplumsal cinsiyetlerini öğrenmelerinin neredeyse kesinlikle bilinçsiz olduğunu iddia etmektedir: “Çocuklar kendilerini doğru bir biçimde erkek ya da kız olarak adlandırmadan önce bir dizi sözle ifade edilmeyen sinyaller almaktadırlar. Örneğin erkek ve kadın yetişkinler bebekleri genellikle farklı biçimde tutarlar. Kadınların kullandıkları kozmetiklerin, bebeğin erkeklerle eşlediklerinden farklı kokuları vardır. Sistemik giyiniş, saç biçimi, gibi farklılıkları bebeğe, öğrenme sürecinde görsel sinyaller sağlamaktadır” (Giddens, 2000:100). Böylelikle doğumdan itibaren anne ve babanın kendi kültürel yapısı ile özdeşleşen davranış biçimleri, çocuğun yetişkinliğe erişme sürecine kadar kadınlık ve erkeklik öğretileriyle büyümesinde etkin rol oynamaktadır.

Kadın ve erkekler arasındaki toplumsal cinsiyet farklılıklarını açıklayan görüşler bulunmaktadır. “Doğacı görüş, toplum içinde kadın ve erkekler arasındaki sosyal farklılıkların biyolojik farklılıkların bir yansıması olduğunu savunmaktadır. Bu görüşe göre toplumsal iş bölümü tarihsel farklılıklar çerçevesinde oluşmaktadır. Örneğin tarihsel süreçte erkekler fiziksel olarak üstün görüldüğü için savaşçı ve avcı olmuşlardır. Kadınlar ise, fiziki olarak zayıf görüldükleri çocuk doğurma özellikleri nedeniyle eve bağımlı yaşamışlardır. Bu nedenle, erkeklerin ev dışında, kadınların ise ev içindeki işleri üstlenmeleri şeklinde bir toplumsal iş bölümü oluşmuştur. Gelişimci görüş ise cinsiyet rollerinin kültürel olarak belirlendiği ve sosyal olarak inşa edildiğini savunan görüştür. Bu görüşe göre ise cinsiyet ile toplumsal cinsiyet arasında zayıf bir ilişki bulunmaktadır” (Ecevit, 2011:5). Günümüzde kadınların çocuk doğurması dışında kadın ve erkek arasında biyolojik farklılıklarının bir önemi kalmamıştır. Çünkü teknolojinin gelişmesiyle kas gücüyle yapılan çok az iş türü bulunmaktadır. Bu durumda kadınlar erkeklerin yapabildiği pek çok işi yapabilmektedir. Örneğin erkekler de çamaşır ev içi işlerde aktif rol oynamakta, çamaşır yıkayabilmekte, ütü yapabilmektedirler.

Cinsiyete dayalı iş bölümü ile ilgili analiz çalışmaları sosyal feministler aracılığıyla olmuştur. 1920'li yıllarda radikal çıkıştaki iniş nedeniyle politika alanındaki kadın sorunu, sosyoloji ve psikoloji biliminde incelenmeye başlanmıştır. Böylece de kadın ve erkekler arasındaki psikolojik farklılıklar ve bu farklılıkların nedenleri araştırılmıştır. Özellikle ABD'de cinsiyet farklılığı araştırmaları önem kazanmıştır. Konuyla ilgili erkeklik ve kadınlık için test ölçekleri geliştirilmiştir. (Connell, 2017:60-61)

Feminist yazar Jessie Taft, kadınların kültürel olarak marjinalleşmesi fikrini geliştirdiğini belirtmektedir. Bu durum toplumsal cinsiyete dair toplum analizinin merkezine iktidarı ve dışlanmayı yerleştirmektedir. Toplumsal rol kavramının 1930'lı yıllarda ortaya çıkmasından sonra, 1940'lı yıllarda ise "cinsiyet rolü", "erkeklik rolü", "kadınlık rolü" terimleri kullanılmıştır. 1950'li yıllarda ise Mirra Komarovsky ve Talcott Parsons gibi Amerikan sosyologları tarafından cinsiyet rollerine yönelik bir işlev teorisi geliştirmiştir (Connell, 2017:60-61).

2.3.1. Kadınlık Rollerini

Toplumsal cinsiyet rollerinin şekillenmesinde kültürel beklentiler büyük önem taşımaktadır. Bu roller ilk olarak aile içerisinde öğrenilmektedir. Aileler, toplumun beklentilerini doğrultusunda toplumsal rollere uygun çocuklar yetiştirme görevini üstlenmektedir. Ataerkil aile yapısında kadına yüklenen rol genelde eş ve annelik rolü olmaktadır. Kadınlar daha çok özel alanda çocuklarının bakımını üstlendiği rolleri ile öne çıkmaktadır.

Toplumsal cinsiyet çalışmalarında dişil kavramı sıkça kullanılmaktadır. Girginer (1994:18) kadına yüklenen "dişil" özelliklerin duygusallık, akı ve mantığı temsil etmeme olduğunu belirtmektedir: "Kadın, yumuşak bir dil kullanır, çok konuşkan, oldukça anlayışlı, oldukça nazik, diğerlerinin duygularının farkında, dinine bağlı, kendi dış görünüşüyle oldukça ilgili, alışkanlıklarında düzenli, güvenlik ihtiyacı çok güçlü, duygularını kolayca ifade edebilir, sanat ve edebiyattan hoşlanır" (Girginer, 1994:18).

Modern kadın imgesinde, kadın aile, ev, iş yaşamı arasında bir denge kurma görevini üstlenmektedir. Bunu gerçekleştirirken de kendisinin her zaman güzel olmak zorunda hissetmektedir. Kadının ev içinde sadece annelik rolü yoktur, kadın diğer bireylerin de yemeğini hazırlama, çamaşırını yıkama, alışverişini yapma gibi yükümlülükleri de yerine getirmektedir. Dolayısıyla da kız çocuklarının ilk rol modelleri anne olurken, sonrasında okulda öğretmen, sosyal yaşamda da farklı kaynaklar rol model seçilmektedir.

Kitle iletişim araçları, toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesinde son derece önemlidir. Ataerkil yapının içinde toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesi ve içselleştirmesi sürecinde

anne, baba, aile, öğretmenler, arkadaş grupları ve özellikle medyanın etkisinin büyük önemi bulunmaktadır. Connell (2017:85-86) bu etkenleri de toplumsallaştırma etkenleri olarak tanımlamaktadır. Kitle iletişim araçlarında ideal kadın imgesi yeniden üretilmektedir ancak erkek egemen ideoloji aracılığıyla üretilen bu imgede kadınların dış görünüşlerine odaklanılmaktadır. Medyada kadın özellikle anne, eş, şiddet mağduru ve cinsel obje temsili ile sunulmaktadır. Özellikle reklamlarda ise kadın cinsel obje olarak yansıtılmaktadır. Reklamlarda, anne ve eş rolünü üstlenen kadın, her zaman hane içinde, mutfakta, yemek pişirirken, çocuğunun kişisel bakımı ile ilgilenirken, temel ev işlerini yaparken görüntülenmektedir. Anne ya da eş rolünü üstlenen kadın reklamlarda erkek egemen ideoloji tarafından yüklenilen tüm görevlerini yerine getirirken güzel ve bakımlı kadın imajıyla da sunulmaktadır. Böylelikle toplum tarafından belirlenen kadınlık rollerinin sınırları kitle iletişim araçları tarafından yeniden inşa edilmektedir. Pira ve Elgün (2004:535) kadına yönelik kişisel bakım ürünlerinde ve makyaj malzemelerine yönelik ürünlerde ataerkil ideolojinin yansımalarının görüldüğünü belirtmektedir. “Son birkaç yüzyıl kitle iletişim aracılığıyla tüketim kültürü kadına ilişkin bir beden tasviri yapmış ve medyadaki sunumlar aracılığıyla izleyenleri ona benzetmeye çalışmaktadır. Kadın bedeni ataerkil ideoloji ve onun belirlediği bir formun bir parçası haline gelmiştir. Kişisel bakım ürünlerinin reklamlarında sunulan erkek beğenisine göre şekillenen kadın ince belli, bakımlı, iyi giyinen, saçları her zaman düzgün olan, ürüne göre bazen dişiliğini bazen ise saf, masum tarafını öne çıkartabilen egzotik ve erotik bir prototiptir” (Pira ve Elgün, 2004; 535).

2.3.2. Erkeklik Roller

Kadın ve erkeklik rolleri, toplumsallaşma süreciyle yakından ilgilidir. Sancar (2009:16) erkeklik denen toplumsal konumun, bir iktidar analizi içinden bakmadan anlaşılamayacağını savunmaktadır: “Erkeklik, sürekli başka konumların “ne olduğu” hakkında konuşma hakkını elinde tutan ve bu sayede kendi bulunduğu konumu sorgulama dışında kalan bir iktidar konumudur” (Sancar 2009:16).

Erkeklik konusunda yapılan araştırmaların artmasıyla birlikte bu alanda en çok tartışılan tezlerin yazarı R. W. Connell olmuştur. Connell Gender and Power” (Toplumsal Cinsiyet ve İktidar, 1987) ve “Masculinities” (Erkeklikler, 1995) adlı iki eseri ile farklı erkeklikleri ortak paydada toplayan şeyin kadınlar üzerinde kurdukları iktidar olduğunu belirtmiş ve bunu “hegemonik erkeklik” kavramıyla tanımlamıştır. Connell (2017:268) oldukça kamusal olarak gördüğü hegemonik erkekliği, iktidarı elinde tutan erkeklerin sahip olduğu erkeklik değer ve yapıların toplumun geri kalanına erkeklere ve kadınlara farklı biçimde özendirilerek, zorlanarak, dışlanarak ya da paylaşılarak kabul ettirilmesini sağlayan düzen

olarak tanımlamaktadır. Hegemonik erkeklik, daima kadınlarla ilgili olduğu kadar, ikincil konuma itilmiş çeşitli erkeklik biçimleriyle ilgili olarak da inşa edilmektedir. Farklı erkeklik biçimleri arasındaki etkileşim, ataerkil bir toplumsal düzenin işleyiş biçiminin ayrılmaz bir parçasıdır.

Segal (1992:161) ise, erkekliğin, erkeklerin ideal olarak sahip oldukları farklı iktidar biçimleri içinde-kadınlar üzerinde, diğer erkekler üzerinde, kendi bedenleri üzerinde, makineler ve teknoloji üzerinde kurdukları iktidarlar içinde var olduğunu ifade etmektedir. Ataerkil sistemde erkek “gücü” ve “aklı” temsil ettiği için, aile içinde erkeğe yüklenen roller de “evin direği”, “babalık”, olurken, mesleki roller ise genellikle “doktorluk”, “polislik”, “mühendislik” olmaktadır. “Erkeğe atfedilen eril özellikler; saldırgan, bağımsız, duygusal değil ve duygularını daima gizler, nesnel davranabilir kolayca etkilenmez, başat, matematiği sever, bilimseldir, küçük bir kriz durumunda kolayca heyecanlanmaz, aktif rekabetçi, mantıklı, sokak yönelimli, çalışma hayatında yetenekli, dünya işlerinden iyi anlar, pek kolay incinmez, maceracı, kararlarını kolayca verir, hiç ağlamaz, bir lider gibi davranabilir ve kendine güvenlidir” (Girginer, 1994:17).

Tablo 2.1. Kadınlardan ve Erkeklerden Beklenen Özellikler

Kadın Özellikleri	Erkek Özellikleri
Fiziksel olarak güçsüz	Fiziksel olarak güçlü
İtaatkar, boyun eğen	İddialı, özgüvenli
Duygusal	Duygusuz
Bağımlı	Bağımsız
Besleyici, yardım sever	Bencil
Korkak, korkuları olan	Kahraman, cesur
Meşakkatli	Sorun çözücü
Takip eden	Lider
Kurban	Fail
Fiziksel olarak çekici	Üst düzey ekonomik durumu ve kariyeri olan, entelektüel
Tavsiye isteyen, tavsiyeleri kabul eden	Tavsiye veren
Utangaç	Gururlu

Kaynak: (Cheng, 2012).

2.4. Toplumsal Cinsiyet Kuramları

Toplumsal cinsiyet rollerinin kazanılması ve cinsiyet arasındaki farklılıklarla ilgili çeşitli kuramlar bulunmaktadır. Bu kuramlar toplumsal cinsiyet rollerini, kuramsal olarak kendi perspektiflerinden açıklamaya çalışmaktadırlar. Bu kuramlar Psikanalitik, Biyolojik, Sosyobiyolojik, Sosyal Bilişsel Kuram, Sosyal Öğrenme Kuramı, Bilişsel Gelişim Kuramı, Toplumsal Cinsiyet Şeması Kuramı olarak sıralanmaktadır.

2.4.1. Psikanalitik Kuram

Toplumsal cinsiyetin oluşmasına yönelik "anatomi kaderdir" sözü ile biyolojik belirlenimciliği savunan psikanalitik kuramın öncüsü Freud'dur. Freud'a göre bebek ve küçük çocuklardaki toplumsal cinsiyet farklılıklarının öğrenmenin merkezinde penisin varlığı ya da yokluğu yer almaktadır. "Benim bir penisim var" deyiş, "Ben bir erkeğim" deyişine özdeş iken, "Ben bir kızım" deyiş ise "Benim bir penisim yok" deyişine özdeştir. Freud, buradaki sorunun yalnızca anatomik ayrılıklar olmadığını söylemeye özen gösterir; penisin varlığı ya da yokluğu, erkeklik ya da kadınlık için bir simgedir" (Giddens, 2000:104).

Psikanalitik kuram, "Freud'un "libido" kavramlaştırmasına dayanmaktadır. Libido, biyolojik ve toplumsal cinsiyeti organize eden biyolojik temeli olan cinsel enerji olarak tanımlanmaktadır. Freud, libidoyu erkek cinsel organını merkeze alarak (phallogentric) açıklamıştır (Dökmen 2017:42).

Pehlivan (2008:507) kuramın özdeşim sürecine gönderme yapmaktadır:

Özdeşleşme ve içselleştirme gibi bilinçaltı süreçleri vurgulayan bu kurama göre, erkeklerin erkeksi davranışlar, kadınların da kadınsı davranışları sergilemesi, yani toplumsal cinsiyet rollerine uygun davranmaları çocukların kendi cinsiyetinden olan ebeveyni ile kurduğu özdeşim sürecine dayandırılmaktadır. Freud, çocukların kendi cinsiyetindeki ebeveyni ile özdeşim kurarak, onun özelliklerini aldığını ifade etmiştir. Yani erkek çocukları nasıl erkek olacaklarını, kız çocukları da nasıl kadın olacaklarını öğrenirler. Bu kuram, bireyin toplumsal ve psikolojik açıdan uyum içinde olması için kendi cinsiyetine uygun bir cinsel kimliğe sahip olması gerektiğini savunmaktadır" (Pehlivan, 2008:507).

Freud'un vurgusundan başlayan bu toplumsal cinsiyet eğitimi, daha sonra okul, çevre ve kitle iletişim araçlarıyla şekillenmektedir.

2.4.2. Biyolojik Kuram

Kadın ve erkek arasındaki farklılıklar pek çok bilim insanı tarafından ele alınmıştır. Biyolojik kuram, kadınlar ve erkekler arasındaki davranış farklılıklarını, biyolojik ve psikolojik farklılıklara dayandırmaktadır. "Biyolojik kuram savunucularına göre, tüm psikolojik olaylar bir şekilde beynin ve sinir sisteminin etkinliği sonucu ortaya çıkmakta, davranış ve beden ile beyin ve sinir sistemi arasında güçlü bir bağlantı olduğu iddia edilmektedir" (Ünlü, 2001:5).

Dökmen (2017:48) biyolojik kuramın kadın ve erkek arasındaki farklılıklarının, üreme organı, beyin yapısı ve hormonlar gibi biyolojik faktörlerden kaynaklandığını belirtmektedir. Bu kurama göre annelik içgüdüğü beyinde ya da üreme organlarında yer almaktadır. 19. yüzyılın ortalarında ise, yüksek zihinsel işlemlerin merkezi olarak görülen ön beyin loblarının erkeklere kıyasla kadınlarda daha küçük ve kıvrımlı olduğu, buna karşılık algılama gibi daha basit zihinsel süreçlerin merkezi olarak kabul edilen yan lobların kadınlarda daha büyük olduğu ileri

sürülmüştür. 1977 yılında, erkeğin mimarlıkta, mühendislikte ve sanatta daha büyük başarıları olduğu, bunun da erkeklik hormonlarından ve beyin performansının erkeklerde daha üstün olmasından kaynaklandığı belirtilmektedir” (Dökmen, 2017:48-49).

Bu kurama göre davranışsal farklılıkların önemli bir kısmı kız ve erkek çocuklarda erken yaşlarda gözlemlenmektedir. Kız ve erkek çocuklarının yetiştirilmelerinde farklı bir yaklaşım sergilenmediği ailelerde dahi çocukların ilgi ve davranışları değişmektedir. Örneğin kız çocukları bebeklerle oynarken, erkek çocuklar silahla oynamaktadır.

2.4.3. Sosyobiyojik Kuram

Bu kuram, milyonlarca yıllık evrimsel süreci ve genetik değişimi cinsiyet farklılıklarının bir nedeni olarak görmektedir: “Organizmaların hayatta kalma, üreme ve gelecekte hayatta kalacak ve üreyecek potansiyellerinin en yükseğe çıkarma çabasında olduğunu ileri süren bir kuramdır”(Dökmen, 2017:53). Sosyobiyologlara göre kadınlar doğurabildikleri bebeklerini de sütleriyle besleyebildikleri için ilgili ve bakım yönelimlidir. Ancak erkekler, güçlü ve savaşçı görüldüğü için tarihsel süreçte avcılık yapabilmektedirler. Yapılan çalışmalar kapsamında cinsiyet hormonları saldırganlıkla ilişkilendirilmiştir. Özellikle testosteronun, pek çok tür için saldırganlıkla ilişkili olduğu bulunmuştur. Sosyobiyologlar, pek çok türün erkeğinin dışiden daha saldırgan olduğunu ileri sürmüşlerdir. Farklı kültürlerde benzer kadın-erkek davranışları bulunmasına rağmen, toplumlardaki kültürel çeşitlilik gerekçe gösterilerek sosyobiyojik kuram eleştirilmiştir (Giddens, 2000:98).

2.4.4. Sosyal Öğrenme Kuramı

Albert Bandura tarafından ortaya atılan sosyal öğrenme kuramına göre, toplumsal cinsiyet ile ilgili davranışlar sonradan öğrenilerek kazanılmaktadır. “Kuramın orijinali, Bandura (1977) tarafından, öğrenmenin sosyal etkilerinin ortaya konması amacıyla geliştirilmiştir ve bu kuram başkaları tarafından cinsiyet rollerinin öğrenilmesinin bir açıklaması olarak da temel alınmıştır” (Dökmen, 2017:59).

Kuramın orijinali her ne kadar Bandura’ya dayandırılrsa da tarihsel süreçte Platon ve Aristo’ya kadar açıklamalar yapılmıştır.

İnsanların karşılıklı etkileşim sonucu birbirlerinden bir şeyler öğrenmelerine, başkalarının davranışlarını gözlem yoluyla model almalarına ilişkin ilk açıklamalar Platon ve Aristo’ya kadar dayandığı söylenmektedir. Bu konuyla ilgili olarak ilk sistematik şekilde fikir belirten kişi ise John Dewey olmuştur. Sonrasında Rus psikolog Lev Vygotsky de sosyal ortamda öğrenme ile ilgili çalışmıştır. Sosyal öğrenme kuramının temelleri 1950’li yıllarda Rotter tarafından atılmıştır ve “Sosyal Öğrenme” kavramını ilk defa 1947 yılında Julian

Rotter kullanmıştır. Günümüzde ise Sosyal Öğrenme Kuramı denildiğinde akla gelen ilk isim Albert Bandura'dır (Bayrakçı, 2007:198-210).

Bu kuramda kız ve erkek çocuklarının, erkek ve kadınları gözlemleyerek toplumsal cinsiyet rollerini öğrendiği; bu nedenle insanların başkalarının davranışlarını gözleyerek ve bunlardan bir sonuç çıkararak öğrenebilecekleri savunulmaktadır. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesinde en önemli faktörlerin başında çevre gelmektedir.

“Sosyal öğrenme kuramı, ailelerin çocuklarını doğumlarından itibaren cinsiyetleri temelinde farklı olarak algıladıklarını ve bu farklılıkları göz önünde bulundurarak davrandıklarını öne sürmektedir” (Güldü ve Kart, 2009:104). Bu kuramın temelinde “gözlem” yatmakta; toplumsal cinsiyet rollerinin kazanılmasına çevre de önemli bir öğrenme aracı olmaktadır. Kız ve erkek çocuklarının cinsiyetlerine uygun rol ve davranışları, ceza ve ödül yöntemiyle pekiştirilmektedir. “Cinsiyetine uygun davranışlarda bulunan çocuk ödüllendirilir, cinsiyetine uygun davranmazsa cezalandırılır. Ödüllendirilen davranış tekrarlanır ve davranış dağarcısına dahil edilirken, ödüllendirilmeyen hatta cezalandırılan davranış tekrarlanmaz, o davranışlardan kaçınılır ve davranış dağarcısında yer almaz” (Dökmen, 2017:60). Ebeveynler ve öğretmenler aynı davranış için kız ve erkek çocuklara farklı tepkide bulunurlar. Örneğin saldırgan ve atılgan davranışlar erkek çocukları için pekiştirilirken, bu davranış kız çocuklarında pekiştirilmemekte hatta çoğu zaman bu konuda kız çocukları “Sen erkek misin? Kız gibi davran” şeklinde uyarılmaktadırlar.

Anne, baba, öğretmen, arkadaş, beğenilen kişi ve televizyondaki kahramanlar kısaca gözlenen figürler model alınarak bu figürlerin davranışları taklit edilmektedir. Cinsiyet rollerinin kazanımında kız çocukları annelerini ve kadın figürlerini, erkek çocukları ise baba ve erkek figürlerini taklit etmektedirler. Çocuklar evcilik oynarken kız çocukları anne rolünü oynamayı tercih ederken, erkek çocukları ise baba rolünü oynamayı tercih etmektedir. Sosyal öğrenme kuramcıları çocukların uygun cinsiyet rolü davranışlarını dolaylı olarak öğrenebildiklerini belirtmektedir. Başkalarının davranışlarını gözlemleyen çocukların, onların hangi davranışlarının ödül ve ceza aldığı izleyerek de öğrenebildikleri ileri sürülmektedir. Gözlemleyerek öğrenme adı verilen bu süreçte çocuklar rol aldıkları modelin ödül aldığı davranışını taklit etmekte, ceza alınan davranışı ise yapmaktan kaçınmaktadırlar (Dökmen, 2017:62).

Ev işlerine yardım etmek isteyen bir erkek çocuğu ve bir kız çocuğu ele alındığında, erkek çocuğuna ev işleri yaptırılmamakta, kız çocuklarına küçük yaşlardan itibaren ev işleri yaptırılmaktadır. Ev işi yapmak isteyen bir erkek çocuğu cinsiyet rolüne uygun davranmadığı gerekçesiyle cezalandırıldığında bu davranışını tekrar etmeyecektir.

Kitle iletişim araçları, özellikle televizyon çocukların toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Televizyon reklamlarıyla erkek ve kız çocuklar taklit

etmeyi öğrenmektedir. Kozmetik ürünlerinin reklamlarında kız çocukları kadın figürlerini taklit ederek, annelerinin kozmetik ürünlerini kullanma eğilimde olabilmektedirler. Yine erkek çocukları da erkek bakım ürünleri reklamlarından etkilenecek, babalarının tıraş malzemelerini kullanabilmektedirler. Giddens (2000:395) "Sosyoloji" isimli kitabında F. S. Anderson'un 1956 ile 1976 yılları arasında televizyondaki şiddetin çocukların saldırganlık eğilimleri üzerindeki etkisini inceleyen 67 araştırmanın bulgularını derlemiştir. Bu çalışmaların yaklaşık dörtte üçü, televizyondaki şiddeti izleyen çocuklar ile saldırganlık eğilimlerinin artması arasında bir eşleşme bulunduğunu ileri sürmektedir.

2.4.5. Sosyal Bilişsel Kuram

Bu kuram Bandura tarafından geliştirilmiştir. Bussey ve Bandura cinsiyet gelişimi ve farklılaşmasını açıklamak üzere uyarlanan bu kuramda; evrimsel faktörlerin etkisi de dikkate alınmaktadır. "Bussey ve Bandura, sosyal davranışın biyolojik evrimleşmesinin bir ürünü olduğunu ancak olması tek yönlü bir evrimin olmayacağını savunmaktadır. Bu kuramda toplumsal cinsiyet gelişimi üçlü karşılıklı nedensellikte açıklamaktadır. Bu model, davranış örüntüleri, kişisel faktörler ve çevresel olaylarla birlikte ele alınmaktadır. Davranış örüntüleri cinsiyetle bağlantılı olan etkinlik örüntüleridir. Kişisel faktörler ise bilişsel, duygusal ve biyolojik olayları kapsamaktadır. Çevresel faktörler arasında da kişilerin günlük yaşamlarındaki sosyal ağlar yer almaktadır" (Dökmen, 2017:63).

2.4.6. Bilişsel Gelişim Kuramı

Bilişsel yaklaşım, cinsiyet rolü kazanımını çocuğun bilişsel süreçleriyle açıklamaktadır. Dökmen'e (2017:64) göre birey sosyalleşmesine aktif olarak katılmaktadır ve kendi cinsiyet rolünü biçimlendirmeden sorumludur. Buna kendini sosyalleştirme denilmektedir.

Kohlberg Bilişsel Gelişim Kuramı'nı, Piaget'in Bilişsel Gelişim Kuramı'na dayandırdığını belirtmektedir. Piaget küçük çocukların düşünce biçimleri daha büyük çocukların düşünce biçimlerinin niteliksel olarak farklı olduğunu savunmaktadır. Kohlberg, çocukların niceliksel ve ahlaki yargılarının gelişiminde kavramları öğrendikleri gibi cinsiyete uygun davranmayı da öğrendiklerini savunmaktadır. Ona göre çocuklar bilişsel olarak olgunlaştıklarında kendilerini kadın ya da erkek olarak kategorileştirirler ve buna uygun davranmaya çalışırlar (Dökmen, 2017:64-65). Bilişsel Gelişim Kuramı'nda bilişsel tutarlılık, en uygun kız ve erkek çocuğunun nasıl olunacağını ifade etmektedir. Kurama göre, kız olduğunu anlayan çocuk, kadın davranışları, erkek çocuk da erkeksi davranışlar sergilemektedir.

2.4.7. Toplumsal Cinsiyet Şeması Kuramı

Bu kuram, Sandra Lipsitz Bem tarafından 1980'lerde ileri sürülmüştür. "Temeli bilgi işlemeyle dayalı bu kuram, bilişsel gelişim ve sosyal öğrenme kuramlarının temel görüşlerini birleştirmektedir. Özellikle cinsiyetleri ayırıştırmanın çocuğu kendilik bilgisi de dâhil tüm bilgiyi kültürün kadınlık ve erkeklik tanımlarına göre kodlamaya ve organize oluşundan kaynaklandığını kabul etmektedir" (Dökmen, 2017:68).

Çıtak (2018:15) toplumsal cinsiyet şemasında kız ve erkek çocukları arasında gözlenebilir farklar olduğunu belirtmektedir:

Çocuklar, gözlem yoluyla kadın ve erkek davranışları öğrenmektedirler. Toplumsal cinsiyet şemasına göre, çocuklar öğrenme süreciyle birlikte bir cinsiyet şeması geliştirirler. Bu şema, cinsiyete dayalı özellikleri betimleyen, aynı zamanda bireyin algısını organize eden, yönlendiren ve bilgiyi özümleyen bilişsel bir yapıdır. Çocuklar bu şemayla bilgiyi kodlamayı ve örgütlemeyi öğrenmektedirler. Kurama göre çocuk toplumsal cinsiyet şemalarını öğrenme sürecinde iki cinsiyet arasındaki gözlenebilir farkları görür, kendi cinsiyetleri ile ilgili bilgiler edinir ve bunlar doğrultusunda kendi cinsiyetini tanımlar (Çıtak, 2008:15).

Bem'e (1981:88) göre gelişen çocuk, kadınlık ve erkeklik tanımlarını öğrenmektedir: "Bir bilgiyi toplumsal cinsiyet şemasına göre işleme ise özellikleri ve davranışları "kadınsı" ve "erkeksi" kategorilerine ayırmaya yol açar. Bem ayrıca toplumsal cinsiyet şemalı bir toplumda toplumsal cinsiyet şeması olmayan çocuklar yetiştirmenin zor olduğunu, ama imkânsız olmadığını belirtmektedir. Bunun için iki stratejiden söz etmektedir: "Ebeveynler çocuklarını, cinsiyete bağlı biyolojik farklılıkları kültürün cinsiyetle ilgili çağrışımlarını vermeden öğretebilirler; ikinci olarak ise çocukları kültürün cinsiyetle ilişkili çağrışımlarını öğrendiklerinde, bunu yorumlamalarında kullanabilecekleri alternatif şemalar oluşturabilirler" (Bem, 1981: 88).

Toplumsal cinsiyet temelli tüm bu kuramlarda vurgulanan; kadınlık ve erkeklik rollerinin çocukluk yaşlarda öğrenildiğidir. Çocuklar gerek ailelerinin davranış kalıplarından gerekse toplumsallaşma sürecinde dâhil oldukları gruplardan bu kalıp yargıları gözlemleyerek, taklit ederek öğrenmektedirler. Kadınlık ve erkeklik rollerinin pekiştirilmesinde son derece önemli bir etken olan diğer unsur ise kitle iletişim araçlarıdır. Medya aracılığıyla yayılan ve yaygınlaşan kadınlık ve erkeklik rolleri özellikle de erkek egemen bir yapı tarafından üretime sokulduğunda, bu iktidarın belirlediği kodlar toplumu şekillendirmektedir. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve neden olduğu pek çok sorun medya aracılığıyla yeniden ortaya çıkmaktadır.

3. KAVRAMSAL VE KURAMSAL AÇIDAN FEMİNİZM

Kadınların toplumsal cinsiyet eşitliği için verdiği mücadele feminizm kavramını da ortaya çıkarmıştır. Feminizm kavramı kadın hareketi ve kadının sosyal rolünü geliştirme çabasıyla ilişkilendirilmektedir. Feminist çalışmalarda kadınlar cinsiyetleri nedeniyle dezavantajlı olarak görülmektedir, yine bu dezavantajın ortadan kaldırılabileceği ve kaldırılması gerektiği inancı hâkimdir. Kadınlar, ataerkil sistem ve kurumlar içinde toplumsallaşmaya çalışırken, uzun yıllar eğitim hayatından yoksun, erkeklere ekonomik olarak bağımlı bırakılmıştır. Bu dünyanın pek çok yerinde ortak olan “evrensel” bir sorun hale gelmiştir. Toplumda kadınların ezilmesi sonucunu doğuran kültürel uygulamaları belirten ve genel olarak erkek iktidarını ifade eden ataerkil sistemde erkek çıkarları korunmaktadır. Ancak, ataerkil sistem sadece cinsiyetçiliğe de dayalı olmayan, kadının bedenine ve cinselliğini de denetleyen toplumsal bir sistem haline gelmiştir (Berktaş, 2011:3).

Toplumsal cinsiyet temelli iş bölümü, ataerkil sistemin kurallarını belirlemekte ve ataerkil ilişkiler çalışma yaşamında çeşitli biçimlerde kadınlara dayatılmaktadır. Kadınlara daha düşük ücretlerin ödenmesi, belirli mesleklerin günümüzde dahi hala erkeklere tabi kılınması, iş yerlerinde kadınların yükselmesi önündeki engeller iş bölümünde kadınların masa başı veya pasif işlerde görevlendirilmeleri gibi pek çok durum iş yaşamında karşılaşılan sorunlardır. Medya da tüm bu sorunların yaşandığı bir yapılanmadır. Medyayı diğer kuruluşlardan ayıran en önemli özelliği ise toplumu yönlendirebilme, harekete geçirebilme gücüne sahip olmasıdır. Dolayısıyla feminist kuramların açıklanması ve her bir kuram bağlamında gerçekleştirilen kadın hareketlerinin tartışılması kadınların çalışma ve sosyal yaşamında hak mücadeleleri ve kazanımlarını ortaya koymak adına önem taşımaktadır.

Kadınların erkek egemen bir dünya yapılanması içinde hak arayışları 18. yüzyıldan günümüze dek belirli kazanımlarla devam etmektedir. Çalışmanın bu bölümünde feminist kuramlar temelinde kadınların mücadeleleri ele alınmıştır. Birinci dalga feminist hareketler olarak alanyazınında yer alan liberal feminist kuramlarından günümüze dek gelişen ve değişen feminist akımlar açıklanarak, çalışmanın uygulanma bölümünde özellikle medya çalışanlarının feminizm algısı ile karşılaştırmalı analizler yapılabilmesine temel teşkil etmesi bağlamında önemlidir.

3.1. Feminizm Kavramı

Feminizm kavramı ile ilgili araştırmacılar tarafından farklı tanımlar yapılmıştır. Berktaş’a göre (2011:3) feminizm kadınların sırf kadın oldukları için, yani cinsiyetleri nedeniyle maruz kaldıkları baskı ve kısıtlamalara karşı, bu haksızlıkları telafi edecek talepler etrafında

mücadele ve direniş örgütlenmesini ifade etmektedir ve mücadeleyi toplumun maddi koşullarından zihinsel kalıplarına dek uzanan geniş bir yelpazeye yaymaktadır. Aktaş'a (2013:59) göre feminizm, kadın-erkek arasındaki ilişkiyi aile, eğitim, iş dünyası, siyasi hayat, kültüre tarihe kadar geniş bir yelpaze içinde sorgulayan ve kadın-erkek arasındaki iktidar ilişkisini değiştirmeyi amaçlayan siyasi bir hareket olarak tanımlanmaktadır.

"Feminizm, kadınların kendi aralarında bir dayanışma yaratarak, erkek egemen dünyanın norm ve değerlerine, cinsiyetçi politikalarına karşı başlatmış olduğu mücadeledir" (Michel, 1993, 6-7).

Van Der Gaag (2018:19) "Feminizm" isimli kitabında farklı tanımlara yer vermektedir: "1882'de ilk bu kelimeyi olumlu şekilde, kadınların hayatlarını iyileştirmeyi amaçlayan mücadele olarak tanımlayan Fransız aktivist Hubertine Auclert oldu. Merriam-Webster sözlüğünün tanıma göre feminizm erkeklerle kadınların eşit haklara ve fırsatlara sahip olması gerektiği düşüncesidir" (Van Der Gaag, 2018:19). Çakır ise (2010:416) feminizmi, kadınların kendilerini baskı altına alan düzeni algılama, politik olarak tanımlama ve ona karşı mücadele yöntemleri geliştirmeleri olarak tanımlamaktadır.

Kadın hareketi, eğitim eşitliği, seçme ve seçilme hakkının elde edilmesi, kürtajın yasallaşması gibi pek çok hedef için mücadele etmiştir. Bu mücadele kapsamında da feminist teori gelişmiş ve şekillenmiştir. Ancak 19. yüzyıla kadar organize olabilen bir kadın hareketi geliştirilememiştir. Fransız Devrimi'nin temeline karşı yazılmış olan Mary Wollstonecraft'ın Vindication of te Rights of Women (Kadın Hakları Savunması, 1792), ilk modern feminizm metni olarak kabul edilmektedir. Kadın Hakları Savunması kitabında Wollstonecraft, İnsan Hakları Bildirgesi'ni temel almıştır. "Wollstonecraft, bir akılcı olarak, eleştirel düşünmenin bireyi, fiziksel varlığını akılsızca yinelemekten özgürleştireceğine ve uygun bir eğitimin kadının erkeğe hizmet etme rolüne boyun eğmesini engelleyeceğine inanmaktadır." (Donovan, 2016:39).

Kadın hareketinde 19. yüzyıl ortasında gelindiğinde kadının seçme hakkı için kampanyalar yürütülmüştür. Erkeklerle oy hakkı verilmesinin genişletilmesi sonucu harekete geçen kadınlar aynı zamanda ilk feminizm dalgasını da oluşturmuştur. Bu dönemde kadınlara seçme hakkının verilmesi sağlanırsa, cinsiyet ayrımcılığı ve kadınlara karşı olan önyargının yok olacağına inanılmaktadır. Demokrasinin güçlü olduğu yerde kadın hareketi de güçlü olarak görülmüştür. ABD'nde 1840 yılında ortaya çıkan kadın hareketinin esin kaynağı köleliği kaldırma kampanyası olmuştur. 1848 yılında yapılan Seneca Falls Sözleşmesi ile ABD'de kadın hareketi de doğmuştur. Bu gelişmeler ışığında ABD'nin anayasasında yapılan bir değişiklik ile Amerikan kadınlara 1920'da oy kullanma hakkı verilmiştir. İngiltere'de 1918 yılında seçim hakkı genişletilmiştir ancak kadınlar on yıl sonra erkeklerle eşit seçme hakkına kavuşabilmiştir. Yeni Zelanda'da 1893'te yürürlüğe giren kadın seçme hakkının elde edilmesiyle ilk dalga sona ermiştir (Donovan, 2016:64-65).

Eşitlik kavramını temel alan birinci dalga feministler, oy kullanma hakkını elde etmek, yasal ve sivil haklara kavuşmak ve eğitim görme olanağının tanınması için mücadele etmiştir. Özgürlükler ve her alanda eşitlik tartışılmakla birlikte, bu haklar, oy hakkının elde edilmesinden sonraya bırakılmıştır. Birinci dalga feministler, sosyalist, sömürge karşıtı hareketler gibi başka siyasi hareketlerde de yer almıştır. Birinci dalga feministler, 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren kurdukları derneklerle daha örgütlü hale gelmişlerdir. Eşitliğin parlamentodan geçtiğine inandıkları için “oy hakkı” kapsamında eşitlik mücadelesi vermişlerdir. I. Dünya Savaşı sonrasında gelindiğinde ise artık birçok ülkede kadınlar oy hakkını elde etmeye başlamıştır (Nye: 1988:5).

Betty Freidan’ın 1963’te yazdığı *The Feminine Mystique* (Kadınlığın Gizemi) adlı eseri, feminist hareketi yeniden başlatmıştır. Freidan bu çalışmasında ev hanımı ve anne rolü ile sınırlı kalmanın sonucunda yaşanan mutsuzluk ve hayal kırıklığı konusunu ele almıştır (Van Der Gaag, 2018:35). İkinci dalga feministler, siyasi ve yasal hakların elde edilmesiyle kadın sorununun çözülmediğini düşünerek, çeşitli eserler ortaya çıkarmışlardır. Bunlardan Kate Millett *Sexual Politics* (Cinsiyet Siyaseti, 1979) ve Germaine Greer’in *The Female Eunuch* (Hadım Edilmiş Kadın, 1970) gibi kitapları ile, kadın baskısının cinsel, kişisel, psikolojik yönlerine ilgiyi çekmiştir. İkinci dalgada önem kazanan, siyasi özgürlük değil, aksine kadının özgürleştirilmesi olmuştur. Feminist kuramcılar, 1970’lere gelindiğinde ise kadın ile erkek arasındaki güç, dil ve anlam bağlamlarında incelemeler yapmışlardır. Erkeklerle özdeşleşme yerine farklılaşma üzerinde durarak feminist söylemi başka bir boyuta taşımışlardır. İkinci dalga feminizm 1960-1980’lerde, kanun ve kültürdeki cinsiyet eşitsizliği ile üzerine durmuş, ilk dalga feminizmde elde edilen hakları temel alarak çalışmalar yürütülmüştür. Feminist kuramın önemli isimlerinden Simone de Beauvoir, 1949 yılında yayınlanan ve ikinci dalga feminizminin sembolü haline gelen “İkinci Cins” adlı eserinde, kadınlar ve erkekler arasındaki hiyerarşik ilişkileri, ataerkil toplumlarda kadının ikincil konumunu, kadının ezilmesini ele alırken “kadını erkeğin ötekisi” olarak görüldüğünü ifade etmektedir. De Beauvoir, ünlü “kadın doğulmaz, kadın olunur” ifadesiyle de cinsiyetler arasındaki farkın toplumsallaşma süreçlerinden kaynaklandığını belirtmektedir (Donovan, 2016:223-224).

Birinci dalga feministler oy kullanma hakkını elde etmek, yasal ve sivil haklara kavuşmak ve eğitim görebilmek amacıyla için mücadele etmişlerdir. İkinci dalga feministler kadınların teknoloji ve bilimden yararlanmaları, kültürel düzeylerini yükseltmeleri, kendilerini her konuda geliştirmeleri ve bu şekilde de kadınlarda bilinç oluşturma gibi çabalarda bulunmuşlardır. Üçüncü dalga feministler ise farklılıklar üzerinde durmuşlar kadın kimliğini irdelenmiş, bunun yanında diğer kimlikleri de ele almaya çalışmışlardır.

3.1.2. Feminist Kuramlar

Toplumsal cinsiyet çalışmalarında 1970'lerden itibaren üç aşama önem kazanmıştır. İlk aşamada, cinsiyet farklılıklarına vurgu yapılmaktadır. Burada farklılıkların bireylerin biyolojik özelliklerinden kaynaklandığı belirtilmektedir. İkinci aşamada öğrenilen cinsiyet rolleri ve toplumsallaşma ele alınmıştır. Toplumsal cinsiyetin, toplumsal düzenlemelerin bir sonucu olduğu belirtilmiştir. Üçüncü aşamada, toplumsal cinsiyetin aile, politika, gündelik yaşam gibi sosyal sistemlerdeki rolü irdelenmiştir.

İkinci dalga feminist hareket ile feminist kuramsal tartışmaların başlaması aynı tarihlere rastlamaktadır. MacKinnon feminist kuramı şu şekilde tanımlamaktadır:

Feminist kuram, günlük yaşama veya kadınların görüşüne mal edilen yer ve ağırlığı hesaba katmadan, olağan olana gizli anlamlar yakıştırır ve kadınlık durumunun gerçekliğine, kolektif soruşturmalara ulaşılabilirmiş gibi hareket eder. Kadınların gerçekliğindeki doğrunun aranması bir bilinç sürecidir; bilincin hayatiyeti, günlük varoluşun önemsiz ayrıntılarında ifadesinde bulan kararlığı, feminist bilincin bilincinde olmaya çalıştığı şeydir (MacKinnon, 2003:59).

Kadın ve erkekler arasındaki farklılıkların sorgulanması, kadınların toplumdaki konumları gibi konular aynı zamanda feminist yazarlar tarafından kuramların oluşmasına öncülük etmiştir. "Toplumsal cinsiyet kavramının akademik olarak önemli bir sorun olarak gündeme taşınması, ikinci dalga feminist hareketin yükselişe geçmesiyle eş zamanlı olarak gerçekleşmiştir. Kadının toplum içindeki yerini sorgulayarak, kadının ezilmişliğinin nedenlerine odaklanan ikinci dalga feministler, toplumsal cinsiyet, cinsellik ve iktidar ilişkileri kavramlarını ataerkillik bağlamında sorunsallaştırırlar" (Akca ve Ergül, 2011:16).

Bu bölümde ele alınacak başlıca feminist kuramlar; Liberal Feminist Kuram, Radikal Feminist Kuram, Marksist Feminist Kuram, Sosyalist Feminist Kuram, Eko-Feminist Kuram (Çevreci Feminist Kuram), Psikanalitik Feminist Kuram, Kültürel Feminist Kuram, Queer Teori'dir.

3.1.2.1.Liberal Feminist Kuram

Kadın hareketinin ilk dalgası liberal feminist teori, akılcılık ve pozitivist düşünceden etkilenmiştir. Demir (2014:47) tarihsel olarak liberal feminizm tezlerinin zaman içinde geçirdiği evrim ile liberal felsefenin gelişimi arasında da tam bir paralellik olduğunu ifade etmektedir: "Liberal düşüncenin 300 yıllık tarihi boyunca liberal feminizm sesini duyurmaya çalışmış, tabii ki bu arada liberal ideallerin yüzyıllar boyunca geçirdiği evrimden de etkilenmiştir. 18. yüzyılda feminist erkekler gibi kadınların da doğal haklara sahip olduklarını savunmaktaydılar. 19.

yüzyılda kanun önünde eşitlik, mülkiyet hakkı ve oy hakkı; feministler için önemli mücadele konularının başında yer almaktaydı” (Demir, 2014:47).

Liberal feminizm, bireysellik ilkesine dayanmaktadır, bütün bireylerin eşit ahlaki değerde olduğuna inanmaktadır. Liberal feministler, bireylerin, yetenek, kişisel değer, karakter gibi özelliklerine göre değerlendirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Eşit haklar talep etmişler, bütün bireylerin kamusal ve siyasi hayata katılma hakkının bulunduğunu ifade etmişlerdir. Bu nedenle de kadınlara yapılan her türlü ayrımcılığın yasaklanması gerektiğini savunmuşlardır (Berktaş, 2011:9).

Kadınlara erkekler arasındaki ilişkilerin kadınlar aleyhine bozulması sanayileşme sürecine dayanmaktadır. 18. yüzyıla kadar toplumsal olarak kabul gören aile işlerinin yürütülmesini sağlayan işler kadın ve erkekler tarafından birlikte yürütülmüştür. Sanayileşme ile birlikte bu süreç değişiklik göstermiştir. İşgücü, özel olarak görülen ev merkezli olmaktan çıkarak kamusal alana taşınmıştır. Erkekler bu süreçte de ev dışında çıkmışlar; ancak kadınlar yine özel alan içerisinde evlerinde kalmışlardır. Bu arada orta sınıf kadınlarının bir kısmı, ev işlerini başka kadınlara yaptırmaya başlamıştır. Mary Wollstonecraft, bu kadınları eşleri tarafından sağlanacak iktidar, prestij ve zevk için en önemli şeyleri yani özgürlüklerini ve sağlıklarını kaybetmeleri nedeniyle eleştirmiştir (Donavan, 2016:34-35).

John Stuart Mill 1886 yılında İngiliz Parlamentosu’ndan kadınlara oy hakkı verilmesi gerektiğini talep etmiş, eşit vatandaşlık ve siyasi hakları savunmuştur. Mill, “Kadınların Özgürleşmesi” (2016) adlı eserinde eşitsizlik sistemini eleştirmiştir:

Söz konusu eşitsizliklerin, insan topluluklarının en erken dönemden itibaren, her kadının (kas gücünün zayıflığı dolayısıyla kendisine erkekler tarafından atfedilen değer nedeniyle) bir erkekle tutsaklık durumu içerisinde bulunmasından ortaya çıkmıştır. Yasaların ve politika sisteminin her zaman bireyler arasında hâlihazırda var olduğunu gördükleri ilişkileri kabul ederek başlar. Daha önce fiziksel gerçek olarak var olan şeyleri yasal hakka çevirirler. Bunlara toplumsal yaptırım belirler ve temelde fiziksel gücün düzensiz ve yasa dışı çatışması yerine bu hakların savunulması ve korunması için kamusal ve organize araçlarla ikame edilmesini hedefler (Mill, 2016:12).

Liberal feminizm ilk düşünürleri kabul edilen J.S. Mill ve M. Wollstonecraft gibi yazarlar insanları diğer canlılardan ayıran temel özelliğın zihinsel kapasite olduğunu ve sahip olunan zihinsel kapasite açısından insanlar arasında herhangi bir farkın bulunmadığını belirtmişlerdir. 19. yüzyıla gelindiğinde ise liberal feministler, erkeklerle eşit ekonomik haklar ve fırsat eşitlikleri için mücadele etmişlerdir. Kanun önünde eşitlik, mülkiyet hakkı ve oy kullanma hakkı, feministler için önemli mücadele konularının başında yer almaktadır. 19. yüzyılın son çeyreği ile 20. yüzyılın ilk çeyreği hatta ilk yarısı boyunca, bütün batılı ülkelerde “medeni haklar” mücadelesi başlamıştır. Mücadeleler sonucunda, sınırlı da, ilk seçme hakkını 1918’de İngiliz kadınları kazanmış, bunu diğer batı ülkelerindeki kadınlar takip etmiştir. 20 yüzyıla gelindiğinde ise kadınların bir eş ve anne olarak erkeklerin yüklenmek zorunda kalmadıkları

sorumluluklarının olduğundan hareketle “farklı fakat eşit” düşüncesi gelişmiştir (Demir, 2014:47-49).

3.1.2.2. Marksist Feminist Kuram:

Marksist feministler, 19. yüzyılın ortalarından sonra, kadın sorununa liberal feministlerin önerdikleri çözümlerin geçerli olmayacağını savunmuşlardır. Kadınların ezilmişliklerini üretim biçimi üzerinde değerlendirmişlerdir. Sınıflı toplumda gerçek anlamda fırsat eşitliğinin olmayacağını iddia etmekte ve kadının baskı altında oluş nedeni olarak kapitalizmi göstermektedirler (Demir, 2014:56). Sosyalist sisteme geçilince kadınların hiç kimseye bağımlı olmayacaklarını, erkeklerle eşit ve onlardan bağımsız olacaklarını savunmuşlardır.

Marksist feministler, kapitalizm, sınıflı toplum ve ekonomi üzerinde durmuşlardır. Kadın emeğinin eşleri tarafından sömürüldüğüne dikkat çekmişlerdir. Sömürü sistemi içerisinde kadınların erkeklerden daha çok ezilmelerinin nedenini kapitalizm bir sonucu olan “yabancılaşma” olgusuna bağlamaktadırlar. Donovan, Marx’ın yabancılaşma kavramını şu şekilde yorumlamaktadır:

Marx’a göre yabancılaşma genelde çağdaş anlamda kendinden, başkalarından ve anlam duygusundan kopma deneyimi anlamına gelir. 1844 el yazmalarında Marx yabancılaşmanın temelini endüstriyel kapitalizmin yarattığı yabancılaşmış koşulları olarak belirlediğini ifade etmektedir. Örneğin, bir fabrikada işçiler emeklerinin nihai ürününden koparılırlar. Genellikle ürünlerinin sadece küçük bir parçasını görürler. Onun yaratılması, tasarımı ve kullanımında söz hakları yoktur. Makinenin bir dışısından başka bir şey değildirler (Donovan, 2016:138).

Marx, aynı zamanda emeğin uzmanlaşması ve belirli grupların belirli işlere ayrılmasının temelde yabancılaştırıcı bir etkisi olduğu düşüncesini öne sürmektedir. Emeğin bölünmesi oluşur oluşmaz, her insanın ona zorla kabul ettirilmiş ve kaçınamayacağı özel ve başka şeyleri dışarıda bırakan bir eylem dünyası oluşmaktadır. Marx iş bölümünün köklerinin “ailedeki doğal işbölümü” olarak adlandırdığı şeyde olduğunu söylemektedir. Kapital’de tekrar en temel iş bölümlerinden birisinin ailede oluştuğunu belirlemektedir. Alman İdeolojisi’nde Marx bu aile içi iş bölümünün bir insanın başka bir insana efendiliğinin ilk biçimini yarattığını belirtmiştir, kadın ve çocukların koca tarafından köleleştirilmesini özel mülkiyetin ilk biçimi olarak görmüştür (Donovan 2016:140).

Marksist Feministler, kadının ekonomik anlamda erkeğe bağımlı hale gelmesinin, onu diğer sosyal alanlarda da erkeğe bağımlı hale getirdiğini savunmuşlardır. Kadın hane içinde kamusal alandan bilerek koparılmakta ve kendine yabancılaşmaktadır.

Marksist feministlere göre bu yabancılaşma olgusunun, erkeklere kıyasla kadınlar tarafından daha yoğun olarak yaşandığını savunmaktadırlar. Çünkü ev dışında, iş ve arkadaş çevreleri

gibi değişik ortamlarda toplumla bütünleşebilen erkeklerin aksine kadınlar, kendilerini ifade edecek ve toplumla bütünleştirecek imkânlardan yoksun kalmaktadırlar. Bu da onların yabancılaşmasını kat kat artırmaktadır. Kadını eve mahkûm eden işlerin başında ev işleri, annelik ve çocuk bakımı gelmektedir (Demir, 2014:58).

Marksist feministler için, kadının kamusal alana çıkışını engelleyen en önemli faktör, kamusal ve özel alan ayırımına göre dizayn edilen modern kentlerdir. Ekonomik ve sosyal aktiviteler olan eğitim, ticaret, üretim gibi etkinliklerin hepsi aileden koparılmış ve aileye uzak yerlerde kurumlaşmışlardır. Kadınların planlanan modern şehirlere ulaşmasına izin verilmemektedir. Dolayısıyla kentler büyüdükçe ev ile iş yeri arasındaki mesafe uzamakta; çevre, sağlık ve güvenlik sorunları ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle kadınlar ancak belli saatlerde sokağa çıkmakla sınırlandırılmaktadır. Bu yapılanma içinde erkekler işle bütünleşirken kadınlar geride çocuk bakmakta, ev temizlemektedir (Çaha, 1996:149). Kadınların ev içindeki çalışmalarına çözüm olarak da ev işlerinin ücretlendirilmesi gerektiğini savunmuşlardır. Kadınların ev dışında çalışması yerine ev işlerinin ücretlendirilmesi, sorunu çözmek için en uygun yol olarak önerilmektedir (Michel, 1995:94).

3.1.2.3. Sosyalist Feminist Kuram

Sosyalist feminist kuram, Marks'ın çatışma teorisinden gelişmiştir. Berktaş (2011:11) sosyalist feminizmin Marksist Feminist Kuram ile cinsiyeti merkez alan Radikal Feminist Kuramı birleştirdiğini belirtmektedir.

Sosyalist feminizm, Marksizm'in temel kavramlarını kadınların durumunun analizini uygulamaya ve bu kavramlara yeni bir içerik kazandırmaya çalışmıştır. Kadınların ezilmesinde sınıfın yanı sıra toplumsal cinsiyete ve cinselliğe de yer veren sosyalist feminizm, çağdaş toplumlarda kapitalizm ile ataerkilliğin karşılıklı olarak birbirlerini destekleyerek kadınların ezilmesini sürdüren bir etkileşim içinde olmuştur (Berktaş, 2011:11).

Sosyalist feministler, eşit yasal haklar veya eşit fırsatlar elde ederek kadınların siyasi veya yasal dezavantajlarının ortadan kaldırılabilceğini kabul etmemektedirler. Connell (2017:68) "Toplumsal Cinsiyet ve İktidar" isimli eserinde çoğu sosyalist feministe göre sorunun, genelde toplumun değil, özelde kapitalizmin yeniden üretiminde olduğunu belirtmektedir. "Kadınların sömürülmesi, kapitalizmin kar sağlama dürtüsü ve kendisini yeniden üretmeye yönelik ihtiyacıyla ilintilidir. Yani işgücünün cinsiyete dayalı bölünmesine ve ev kadınlarının ezilmesine yol açan baskılarla bağlantılıdır" (Connell, 2017:69).

Donavan (2016:146) Engels'in toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini Marksçı bakış açısından ele aldığı ifade etmiştir.

Engels'in Ailenin Kökeni'ndeki temel tezi, tarih öncesi komünist anaerkilliğin belirli bir anda ataerkillik tarafından nasıl ters çevirdiğini ya da ikame ettiği üzerindedir. Bununla birlikte anaerkil feministlerden farklı olarak Engels, bu geçişi ekonomik gelişmelere,

özellikle de özel mülkiyetin kurulmasına ve değişim ve kar için kullanılan metaların ortaya çıkmasına bağlamaktadır. Engels'in öngördüğü gibi kadınlar, toplumsal emek gücüne katılarak özgürleşmek yerine iki işi birden yapmak zorunda kalmışlardır: Kamusal alanda ücret için çalışmak, fakat özel alanda ücretsiz ev işi yapmaya devam etmek. Engels'e göre bu durum, kapitalist düzende kadınların özel alanda ev işleriyle sınırlı tutulmalarına ve çalışma hayatından dışlandıkları sürece toplumsal bağlamda erkeklerle eşit olanaklara kavuşamayacağına işaret etmektedir (Donovan, 2016:147-148).

Engels, kapitalist koşulların kadınların erkeklere hizmet etmesinin zemin hazırladığını, ataerkilliğin köklerinin özel mülkiyette olduğunu öne sürmüştür. Kapitalizm anne hakkını ortadan kaldırmıştır ve burjuva aile ataerkil aynı zamanda da baskıcıdır. Erkekler mülkiyetlerinin sadece oğullarına geçmesini istemektedirler (Donovan, 2016:147-148). Engels, sosyalist bir toplumda evliliğin feshedilebilir olması gerektiğine ve özel mülkiyet ortadan kaldırılınca ataerkil yapıların, hatta belki de tek eşliliğin de kaybolacağını savunmuştur:

Engels'e göre kadınlar sınıflı toplumda bir grup olarak özgül bir biçimde ezilmektedir. Sınıfların henüz oluşmadığı ve cinsel eşitliğin bulunduğu toplumsal düzenlerde emek cinsiyet düzenine göre ayrılmıştır. Özel mülkiyetle birlikte sınıflı toplumun yükselmesinden sonra bu bölünme hiyerarşik hale gelmiştir. Engels bu görüşü desteklemek için antropolojik kanıtlara başvurur. Kapitalizmde kadınlar, kapitalist üretim ilişkilerinin özel yaşamdaki bir yansıması olan burjuva ailesine ve proletarya ailesinde bölünmüştür. Kadınların ekonomik bağımlılığı, sömürücü sınıf ilişkileri ile çekirdek aile yapısı arasında can alıcı bir bağıdır. Kadınlar biyolojik bağımlılık nedeniyle değil, sınıflı toplumun kadınların üreme kapasitesini indirgediği konum yüzünden toplumsal olarak egemenlik altındadır (MacKinnon, 2003: 38-39).

Donovan'a (2016:137) göre sosyalist feministler, genellikle kadın ve proletarya arasında bir benzerlik olduğunu kabul etmektedirler. Benzer bir biçimde sosyalist feministler erkek ve yönetici grup çıkarlarına hizmet eden "yanlış bilinç" ya da "erkekle özdeşleşen" ideolojileri açığa çıkarma sürecinde, kendi ezilmişlik durumlarının doğru bilincini geliştirme yönünde kadınları teşvik etmektedirler.

3.1.2.4. Radikal Feminist Kuram

Batı dünyasında 1960 yılı sonrasında meydana gelen 68 öğrenci olayları başta olmak üzere, çevreci protestolar, nükleer karşıtı ve savaş karşıtı hareket gibi sosyal hareketler feminizmi de etkilemiştir. İlk radikal feministler arasında; Eva Figes ve Germaine Greer yer almaktadır. Radikal Feministler bütün kadınların ezilmesini en temel sorun olarak kabul etmişlerdir (Demir, 2014:63). "1970'lerin radikal feminizmi, hiyerarşi ve liderliğin olmadığı veya az olduğu kurumsallaşmamış örgütler olarak dikkati çekmekte ve daha çok İskandinav ülkelerinde yaygın olarak görülmektedir. Fakat 1970'lerden sonra kadın komünleri kurulmak suretiyle radikal feminizmin merkezi de Amerika olmuştur" (Demir, 2014:63).

Arat (2010:75) radikal feminizmde kadınların özel alandan kamusal alana geçmesi için mücadele verildiğini belirtmektedir. “Erkeklerde var olan psikolojik iktidar gereksiniminin kadınların ezilmesinin ilk kaynağı olduğunu öncül olarak benimsemektedir. Radikal feminizm, kadının engellenmiş, bastırılmış kimliğinin ortaya çıkarılmasını, kişisel olanın kamusal alana aktarılmasını istemektedir. Bu bağlamda kadının bedeninin, kimliğinin farklı olarak temellendirilmesi büyük önem taşımaktadır” (Arat, 2017:75).

Radikal feministler, cinsiyet konusuna farklı bir perspektiften bakmaktadır.

Cinsiyet, toplumsal iktidarın sistematik olarak bölünmesi, insanların toplumsal cinsiyetten soyutlanamayan bir toplumsal prensiptir; kadınların zararına, zorla kabul ettirilmiştir çünkü güçlü olanın yani erkeklerin çıkarlarına hizmet eder. Radikal feminizmde cinsiyetçilik yalnızca düzeltilmesi gereken bir eşitsizlik değil, mutlaka yıkılması gereken bir toplumsal aşağılama sistemidir. Biyolojik dişiler, biyolojik erkekler gibi sistemin çıkarları yönünde veya sisteme karşı hareket edebilirler ama bu sistemde çıkar, toplumsal cinsiyete göre değişir (MacKinnon, 2003: 61).

Radikal feministler cinsel baskının toplumun en temel özelliği olduğunu savunmaktadırlar. Radikal feminizmde toplumsal cinsiyet konusu siyasi açıdan en önemli konu olarak görölmektedir. “Radikal feminizm için cinsel politikayı toplumsal cinsiyet hiyerarşisi belirlemektedir. Radikal feministlere göre bu politikayı değiştirmek yalnızca toplumsal cinsiyeti (dolayısıyla toplumsal cinsiyet ayrımını) egemenlikle bir tutan anlayışı dönüştürmekle veya güç ve güçsüzlük şeklindeki cinsel dinamiğın meşruiyetini ortadan kaldırmakla mümkündür.” (MacKinnon, 2003:61). Ataerkillik sadece siyaset, kamusal hayat ve ekonomide değil, tüm sosyal, cinsel ve kişisel hayatta bulunmaktadır. Bu feminizmde kadın ve erkek eşitsizliği üretim ilişkilerinde ve ailede aranmıştır.

Radikal feministlere göre kadınlar yaşamlarının en temel koşullarını kendilerini dönüştürmedikleri sürece, baskı altında kalmaya devam edeceklerdir. Simone de Beauvoir 1972 yılında “Aile korunduğu sürece, kapitalizmin ortadan kalkması, ataerkil geleneğın ortadan kalması anlamına gelmeyecektir. Yalnız üretim araçlarının mülkiyetini değil, aile yapısını da değiştirmemiz gerektiğine inanıyorum” demektedir. Radikal feminizm içinde kadınların özgürleşmesi hareketinin ilk ve önemli sloganlarından biri “Kişisel olan siyasaldır” sloganıdır. “Kişisel olan siyasaldır” tümcesi, kadınların kişisel deneyimlerinin değerli olduğu ve toplumla kültür için önemli siyasal sonuçları bulunduğu anlamına gelmektedir (Arat, 2017:76).

Radikal feminizmin ilk temel eserinin Shulamith Firestone’un 1971 yılında yayınlanan “Cinsiyet Diyalektiği” (Dialectic of Sex) adlı kitabı olduğu söylenebilir. Bu çalışmasında Firestone, kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılık üzerinde durmakta ve en temel çatışma biçiminin cinsiyet çatışması olduğunu savunmaktadır. Feminist devrim gerçekleştiğinde kadınlar üretimin kontrolünü ellerine geçirerek, kurtuluşa ulaşacaklardır (Demir, 2014:64).

Firestone, cinsiyet ayrımlarının sadece şartlanmadan değil, biyolojiden de kaynaklandığı görüşünü savunmaktadır. Kadınların bebek doğurabilmesi, biyolojik aile dediği kurum içinde doğal bir iş paylaşımını sağlandığını ifade etmektedir. Ataerkillik Firestone göre doğal ve kaçınılmaz değildir. Firestone; kadınların biyolojik doğalarını modern teknoloji sayesinde aşabileceğini, hamileliğin, doğum kontrolü ile engellenebileceğini, kürtağla sonlanabileceğini savunmaktadır (MacKinnon, 2003:77).

3.1.2.5. Eko-Feminist Kuram (Çevreci Feminist Kuram):

Ekofeministler, çevre sorunlarını kadın sorunları olarak görmektedirler. Kadınların, kirlilik, zehirli atık nedeniyle hastalandığını, aç kaldıklarını, doğurganlıklarının etkilendiğini ve öldüklerini savunmaktadırlar. Yine kadınların tüm bu sorunlarla uğraşırken bile çevrelerindeki çocuklardan, yaşlılardan, hastalardan sorumlu olduklarını ifade etmektedirler.

Donavan (2016:322) kadınlarla doğa arasında olumlu bir özdeşimin çağdaş ekofeminist hareketinin öncülü olduğunu savunmaktadır. Donavan, ekofeminist teörinin temel ilkesinin kadınların egemenlik altına alınmalarıyla doğanın egemenlik altına alınmasının bir bütün oluşturduğunu ifade etmektedir:

Ekofeminist Ariel Salleh'e göre kadın emeği neredeyse evrensel olarak, erkeklerle doğa arasında aracılık eder. Yani, kadınlar doğa ile kültür arasındaki aracılardır, doğal malzemeyi kültürel olarak tüketilebilir ürünlere dönüştürürler; örneğin sebze ve tohumları, ham yiyecekleri alıp pişirerek yenilebilir hale getirirler. Kadınlar aynı zamanda bedensel ihtiyaç ve talepleri karşılayıp yatıştırarak, temizlik yaparak da doğayla kültür arasında aracılık yaparlar (Donovan, 2016:322).

Ekofeminizmde, ataerkillik konusu da ele alınmıştır. Çetin (2005:63) çevre sorunlarının kadın sorunları haline gelmesinin ve kadınlarının mağduriyetinin nedenini ataerkilliğin kadın ve doğa arasında yakınlık oluşturarak her ikisini de tahakküm altına alması olduğunu belirtmekte; ekofeminizmin temel bakış açısının ataerkillik tarafından kadın ve doğanın ikili sömürsünün olduğunu söylemektedir.

Ekofeminizmde erkeklerden çok, ataerkillik konusu sorun edilmektedir. Ekofeministler, çevre ve kadınların özgürleşmesini savunmaktadırlar ve bunun için kadınların liderliklerinde bir ekolojik devrim önerilmektedir.

Ekofeminizm, çağdaş feminist teoride merkezi bir rol oynuyor. Ekofeminizm terimi, Fransız feminist Françoise d'Eaubonne tarafından 1974 yılında icat edildi. Bu terim ekoloji ve feminizmin bir araya gelmesine işaret ederken ekolojik konulara daha doğrudan bir odaklanmayla radikal ve kültürel bir feminist teoriyi doğurdu. "Derin ekoloji" teorisi ve tanrıça tinselliği hareketinin de bunda etkileri oldu. 19. yüzyılda feministler, ekolojik sorunlar üzerinde durmamışlardı (büyük ölçüde, bugüne kıyasla bu tür sorunları var olmaması nedeniyle) ama pek çoğu bugün bizim hayvan hakları diye adlandırdığımız ve çağdaş ekofeminizmin bir kolunun esas ilgisini oluşturan hakların farkındaydılar (Donovan, 2016:396-397).

Ekofeministler, hayvan haklarına duyarsız kalmamakla birlikte, ekofeminist Charlotte Perkins Gilman, kadınların şapkalarını süsleyen tüyler kadar kürklerin kullanımını da eleştirmiştir. Wollstonecraft, Fuller, Stanton ve Anthony gibi başka feministler de hayvan haklarına karşı ilgilerini ve vejetaryenliklerini vurgulamışlardır (Donavan, 2016:397).

3.1.2.6. Psikanalitik Feminist Kuram

Psikanalitik feminist kuramın temelleri Freud'un insan gelişimi ve psikanaliz ile ilgili düşüncelerine dayanmaktadır. "Freud'un kadına bakış açısı feminist teorisyenler tarafından ciddi bir şekilde eleştirilmiştir ancak Freud tarafından ortaya atılan bireyin cinsel kimlik oluşum dönemleri, oidipus kompleksi, bilinç ve bilinçaltı, ego ve süper ego vb. temel kavramların psikanalitik feminist teorinin gelişimine çok büyük katkılar sağladığı muhakkaktır" (Çetinel ve Yılmaz, 2016:127). Freud, aile içi ilişkileri çözümlenmeye yönelik çalışmalar gerçekleştirmiştir. Kadın ve erkeğin aile içinde rollerini belirlemeye yönelik deneysel çalışmalar yapmış ve çocuğun toplumsal olarak belirlenen yetişkinlik rolüne doğru gelişim sürecini ele almıştır. Freud çocuğun psiko-seksüel gelişim evleri hakkında teori geliştirmiştir. Çocuğun yaşantısı "cinsel amacın nesneyi kendi bedenim içine almak" olduğu oral dönem ve bir anal-sadık dönem olmak üzere ikiye bölünen bir pre-jenital evreyle başlamaktadır. Sadık doğası nedeniyle bir evre, özsel olarak eril bir dönem olarak görülmektedir" (Donovan,2016:181).

Donavan (2016) "Nancy Chodorow'un Anneliği Yeniden Üretimi" adlı eserin Psikanalitik kuram için öneminden bahsetmektedir:

Nancy Chodorow'un Anneliği Yeniden Üretimi (The Reproduction of Mothering, 1978) belki de Freudcu kuramın en önemli ve etkileyici feminist yorumudur. Chodorow, cinsiyete dayalı kişiliğin, ailenin psiko-dinamiği içinde biçimlendiği tezini savunur; bu çocuğun özellikle anneyle kurduğu "nesne ilişkileri" içinde ortaya çıkar. Cinsiyete dayalı kişilik özellikleri -erkeklerde bağımsızlık, görece duygusuz davranış; kadınlarda ise bağımlılık ve duygusal yoğunluk insanları toplum ve ekonomi içindeki rollerine hazırlamaktadır. Erkeğin kişilik özellikleri, onun kapitalist üretim dünyasında yer almasına yol açarken, kadının özellikleri de ona yeniden üretim dünyasında bir yer hazırlamaktadır; özellikle de anneliğin yeniden üretimine yöneltmektedir (Chodorow'dan 1978 akt. Donovan, 2016:208).

Psikanalitik Feminist Kuram, toplumsal cinsiyetin gelişimine ilişkin ilk kuramlar arasında yer almaktadır ve duyguların şekillenmesinde bebeklik ve ilk çocukluğun önemine dikkat çekmektedir.

3.1.2.7. Kültürel Feminist Kuram

Kültürel feminizm de aydınlanmacı liberal feminizme erken bir tepki hareketi olarak ortaya çıkmıştır. "Kültürel feministler liberal feministlerden ayrılarak ortak bir insanlık

kültürüne ve erkeklerle ontolojik aynılığa inanmazlar. Kadınların farklı olduğuna ve ayrı bir kültüre (kadınlık kültürü) ve etiğe sahip olduklarına inanmışlardır. Bu kültürü de baskın erkek kültürüne üstün tutarlar” (Yörük, 2009:66).

Kültürel feminist geleneğinin ilk temsilcisi “19. yüzyılda Kadın” (Woman in the Nineteenth Century) (1845) adlı eseri olan Margaret Fuller olarak bilinmektedir. Fuller, Aydınlanma düşüncesinin bilginin akıldan kaynaklanan, nesnel ve mekanik yapısını eleştirmiş, duygusal, sezgisel ve organik olduğunu savunmuştur. Kültürel Feminist teoride anaerkil bakış açısı önem kazanmıştır:

Kültürel Feminizmin en önemli çıkışı, Hıristiyanlığın ataerkilliğine sert eleştiriler getiren Matilda Joslyn Gage’in “Kadın, Kilise ve Devlet” eseri ile Stanton’ın “Kadının İncili” ve “Anaerkillik” eserleridir. Stanton bu eserlerinde dinin eril olmadığını, kutsal kitaplarda Tanrı’nın iki cinsiyetli olduğunu iddia etmektedir. Stanton ayrıca antropolojik verilere dayanarak geçmişte dünyada anaerkil bir yaşam sürüldüğünü, şu an ataerkil evrenin yaşandığını ve varılacak yerin “amfiarki” (iki cinsiyetli), yani eşitlikçi bir yönetim biçimi olduğunu belirtir. Matilda Josly Gage de, Fuller gibi, kadınların kendilerine has sezgisel bir yeteneği olduğuna inanmaktadır (Donovan, 2016:75)

Kültürel feministler, kadınların doğuştan getirdikleri özellikleri önemsemekte, kadınlar ve erkekler arasındaki farklılıkları kabul ederek, bunların değişmez olduğunu savunmaktadırlar. Kadın ve erkek arasındaki cinsiyetçi temelli ayrımı destekleyen kültürel feministler, her iki cinsin de ayrı ortamları olması gerektiğini savunmaktadırlar. Bu görüşü benimseyen feministler, siyasal değişime odaklanmak yerine kültürel bir dönüşüm arayışı içerisine girmişlerdir. Donovan (2016:73-74) kültürel feministlerin eleştirel düşünme ve kendini geliştirmenin önemini kabul etmeye devam ederken, hayatın akıldışı, sezgisel ve genellikle kolektif yönü üzerinde durduklarını belirtmiştir. Yine kadınlarla erkeler arasındaki benzerlikleri vurgulamak yerine kültürel feministlerin genellikle kadınlık niteliklerinin kişisel kuvvet, gurur ve kamusal yenilenme kaynağı olarak kabul ettikleri farklılıkları üzerinde durduklarına işaret etmektedir.

Kültürel feministler cinsel özgürlük konusuna değinmektedirler. “Cinsel özgürlük kavramı, kültürel feministlerin ele aldığı bir diğer önemli kavramdır. Kültürel geleneğe göre; ataerkil dünyada cinsel bir meta olarak görülen kadının kendi vücudu üzerinde tamamen tasarrufta bulunabilme hakkı olmalı ve doğum kontrolü, kürtaj gibi uygulamaların kullanımı tamamen kadınların isteğine bağlanmalıdır. Eşcinselliğin doğal bir olgu olarak kabul edilmesi ve serbest bırakılması gerektiğini savunan ilk gelenek kültürel feminizmdir” (Yüksel, 2003: 93).

3.1.2.8. Postmodern Feminizm:

Postmodern feminizm, postmodernizmin teorik çatısı altında geliştirilen ve önemli ölçüde yapısalcı, postyapısalcı, pskikanalitik ve varoluşçu düşünce akımlarının mirasçısı olan bir yaklaşımdır. Özellikle Simone de Beauvoir’ın varoluşçu çerçevede ileri sürdüğü “kadınların

niçin ikinci cins oldukları” sorusu postmodernizmin oluşmasında büyük önem taşımaktadır (Tong 1989 akt. Demir, 2014:91).

Postmodern feministler, kadınların tarihsel süreçte toplumsal anlamda ikinci plana atıldıklarını, bu nedenle de felsefi ve bilimsel tartışmaların dışında tutulduklarını, bilimsel gelişimin de bu nedenle eril bir çizgide geliştiğini savunmuşlardır. Kadın tartışmaları yerine kadınların dışlanmışlığını gün yüzüne çıkaracak olan “dil” ve “bilgi-güç” tartışmaları yapılması gerektiğini iddia etmişlerdir (Ecevit, 2011:22).

Postmodernistlere göre dil, bizim maddi dünya ile kurduğumuz ilişkilere aracılık eder. Bir nesnenin, eylemin veya toplumsal kurumun anlamı onun doğasında olan bir şey değildir, fakat bu anlam kelimelerle gerçekleşir. Anamlar sabit değildir; kelimeler (ki onlar da diğer kelimelerle girdikleri ilişki sonucu anlam kazanır) aracılığıyla sonsuza kadar yapılandırılır ve yeniden yapılandırılır” (Ecevit, 2011:22).

Jane Flax (1990:55) postmodern feminizmin çerçevesini dört özellikle açıklamaktadır: “1) Yaşanılan sosyal çevre içinde feminist bakış açısını açıkça ifade etmek; 2) Bu dünyanın nasıl etkilenebileceği konusunda düşünmek; 3) Toplumda var olan iktidar ve bilgi ilişkileri içinde onların nasıl uygulanabileceğini düşünmek; 4) Bu dünyanın dönüştüğünü hayal etmek” (Flax, 1990:55).

Postmodern feminist teorilerde öne çıkan bir diğer konu “bilgi-güç” tartışmalarıdır. Postmodern feminist teorinin bu argümanı Foucault’un söylemlerinden önemli ölçüde etkilenmiştir. Buna göre postmodern feminist teorisyenler, mercek altına aldıkları güç ilişkileri içerisinde kadınlar aleyhine var olduğunu öne sürdükleri güç eşitsizliklerinin temelini bilgi üretimini yerleştirmişlerdir. Foucault’a göre güç ve bilgi, bir ve aynı şeyin iki yüzüdür. Bir diğer ifadeyle bilgiye sahip olmadan güç sahibi olmak ve sahip olunan gücü etkin bir şekilde kullanabilmek mümkündür değildir. Bu nedenledir ki kadınların tarih boyunca bilgi üretiminin dışında tutulmaları ataerkil sistemin toplumda yerleşik bir yapı olarak devamlılığını sağlayan en önemli etkidir. Cinsiyetin biyolojik olarak getirilen farklılıklar olmadığını, toplumsal olarak üretildiğini savunan postmodern feministler, toplumsal cinsiyet rollerini reddetmişlerdir. Cinsiyeti biyoloji gereği doğanın bir parçası olarak gördüklerini ancak, onun dışında kalan cinsiyetin insanlar tarafında oluşturulduğunu, toplumsal rol denilen bölümün de toplum tarafından yaratıldığını kabul etmişlerdir. Postmodern feministler, kadın ezilmişliğinin fiziksel farklılıklardan değil söylemden kaynaklandığını iddia etmişlerdir (Çetinel ve Yılmaz, 2016:136).

3.1.2.9. Queer Teori

Feminist çalışmalarda özellikle 1980’lerin sonunda itibaren 1990’larda kimlikleri ikili görmekten vazgeçme çabası bulunmaktadır. Eve Kosofsky Sedgwick ve Diana Fuss başta

olmak üzere yazarlar bireylerin toplumsal olarak önceden belirlenmiş kategoriler içinde yer almasının yanlış olduğunu savunmuşlardır.

Queer, heteroseksüel anlayışın dayattığı ikili kimlik (kadın ve erkek) rejiminde (yani toplumsal cinsiyet yapısında) öteki olarak görülenleri ve bu kişilerin eşit haklara sahip olmak için verdikleri mücadeleyi anlatmak için kullanıldı. Bu mücadele, homofobiye (eşcinsellere duyulan öfke) karşı olan anlayışla ve LGBT'lere (eşcinsel, biseksüel ve transseksüel) ayrımcı politikalar uygulayan yönetimlere karşı verilmeye başlandı ve mücadelenin adı da queer hareketi olarak kondu. Bu hareket, tıpkı feminist harekette olduğu gibi kendi kuramını da doğurdu" (Ecevit, 2011:22).

Vanessa Baird, Cinsel Çeşitlilik: Yönelimler, Politikalar, Haklar ve İhlaller (2017) isimli kitabında, Queer teorisinin daha önceden hareket hakim olan dar kimlik politikalarına, katı kategorilere ve birbirinden ayrı gruplara karşı bir tepki olduğunu belirtmiştir. Bu teorisinin tüm kimliklerin genel bir queerlik içinde kaynaşabildiğini ifade etmiştir. "Queer Politikası, her türlü ana akım, "normal" düşünme biçimine karşı çıktı. Ama aynı zamanda lezbiyen ve gey hareketinin yurttaşlık hakları stratejistleri "Her yerdeyiz," sloganını kullanırken ve siyasette yer edinmek için her şeyden önce lezbiyen ve geylerin tehdit edici olmayan "normallik"lerini vurgulamanın önemine inanırken Queer yaklaşımı eleştirel ve muhalifti. Sloganı şuydu: "Buradayız, queeriz-alışın!" (Baird, 2017:39).

Bu kuram, akademik konferanslar aracılığıyla daha çok üniversite çatısı altında geliştirilmiştir. Aynı zamanda bu çalışmalar daha önce bu yönde yapılan çalışmaların değerlendirilmesini ve eleştirilmesini de sağlamıştır. Queer teorisi, akademik kurumlarda daha güçlü bir yer edinirken, oldukça soyut bir dil kullanmıştır. Bu teori, biraz postmodernizmden ve güncel feminist felsefeden, büyük ölçüde de Michel Foucault'ın tarihsel ve toplumsal kurgusalçı fikirlerinden ortaya çıkmıştır (Baird, 2017:39).

Queer kuramının kurucusu Judith Butler, (2010) "Cinsiyet Belası: Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi" isimli kitabında feminist kuram içinde yaygın olan heteroseksüel varsayımı, yani feminist hareketin kimlikleri kadın ve erkek ikiliği temelinde ele alınmasına reddetmekte, sabit kimliklere karşı akışkan kimlikler önermektedir (Butler, 2010:177-178).

Berghan (2011: 148) kuramın toplumsal cinsiyet, etnisite, sınıf gibi kimliklere cinselliği ekleyerek kimlik temelli analizin sınırlarını genişletme olanağı sunduğunu, cinselliğin de bir iktidar kaynağı olarak analiz edilmesini sağladığını belirtmektedir. Queer teori insanların kadın ve erkek şeklinde ikili olarak kimliklendirilmesini reddetmekte; toplum tarafından ötekileştiren, görmezden, anormal sayılan tüm kimlikleri kucaklamıştır.

4. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ROLÜ VE ÖNEMİ

İnsanlar var olduğu günden itibaren iletişim kurmaya ihtiyaç duymaktadır. “İletişim, biyolojik, düşünsel ve sosyal faaliyetleri yapabilmenin ve gereksinimleri giderebilmenin zorunlu koşuludur”(Erdoğan, 2014:40). Kitle iletişim araçları günümüzde insanların yakın çevrelerinden başlayarak dünyanın en uzak noktasında yaşayan diğer insanlar ile haberleşmesini, farklı yaşam biçimleri hakkında bilgi sahibi olabilmesini sağlamaktadır. Kitle iletişim araçları ile yayılan bilgi aynı zamanda toplumsallaşma sürecine de katkı sağlamaktadır. Araştırmanın bu bölümünde kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşamdaki önemine değinilerek, işlevleri tartışılmıştır.

Yerel basın kitle iletişim araçları arasında önemli bir yeri vardır. Yerel halkın yaşadığı bölgede kamuoyu oluşmasına etkin bir rol oynayan yerel basın, yerel halk ile yerel yönetimler ve şehrin tüm sosyo-ekonomik dinamikleri ile arasındaki etkileşimi sağlayan araçtır. Yerel basın bir taraftan bu önemli görevleri yerine getirmeye çalışırken bir taraftan da birçok sorunla mücadele etmektedir. Ekonomik, teknolojik, gibi sorunlarının yanı sıra nitelikli eleman istihdamı da yerel basın için çözüm bekleyen sorunlardan bir tanesidir.

Araştırmanın odak noktasını oluşturan toplumsal cinsiyet eşitliği/eşitsizliğinin yerel medya çalışanları tarafından nasıl algılandığı, yerel medyada çalışanlar arasında kadın/erkek gazeteci ayırımı olup olmadığı konularında gerekli analizlerin yapılabilmesi amacıyla, genelde kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşamdaki yerini, özelinde ise, yerel basını, yapısını, işlev ve sorunlarını tartışmak önem taşımaktadır.

4.1. İletişim, Kitle İletişim ve Basın Kavramı

İletişim sözcüğü, Latince kökenli olan “communicatio” kelimesinin karşılığıdır. Daha sonra iletişim kavramı İngilizce’de “communication” kelimesine karşılık olarak Türkçe’de kullanılmaya başlanmıştır. Communication kavramının kökeni commun, ortaklaşmak anlamına gelmektedir. Bu bağlamda “İletişim, herhangi bir şeyin ya da bilginin ortaklaşa kullanılması” anlamına gelmektedir” (Işık, 2002:13).

Bir başka tanıma göre ise “İletişim, hem yeni bir şeyler aktarmayı hem de ortak olan şeyleri paylaşmayı içerirlerdir” (İrvan, 1997:13). Oskay da iletişimi geniş bir perspektiften ele alarak tanımlamıştır.

İnsanoğlunun birbirlerine atmosferini paylaştığı ortamlardaki nesnelere, olaylar ve olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran, aynı olgular, nesnelere, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce ve duygu bildirimlerine iletişim denilmektedir (Oskay, 1992:15).

İletişim süreci, insanlık tarihi boyunca hızlı bir değişim ve gelişim göstermiştir. İnsanlar ilk olarak doğaya hükmetmek için iletişimi kullanmaya çalışmışlardır. İnsanoğlunun dumanla ve ateşle haberleşme süreci, yazının bulunması ve matbaanın keşfi ile büyük bir ilerleme göstermiştir. Daha sonra iletişim süreci, telgraf, telefon, radyo, televizyon ve bilgisayar, internet gibi icatlarla daha kolay bir hale gelmiştir. İletişim bireyin doğumundan ölümüne kadar bir süreç olmaktadır. “İletişimin, kişi açısından özel amaçları ne olursa olsun, temeldeki amacı çevre üzerinde etkin olmak, başkalarında davranış ve tutum geliştirmek ve değiştirmektir” (Zıllıoğlu, 1996:13).

İletişim araçları, insanoğlunun dünyayı algılamasında, başkalarını etkilemesinde, tüm yaşantısında büyük önem taşımakta ve rol oynamaktadır. Dolayısıyla iletişimi anlamadan insanların hayatlarını anlaması, sürdürmesi imkânsız hale gelmektedir.

Her insan toplumu, bilgi, inanç, sanat, ahlak hukuk, gelenek ve göreneklerden ve insanın toplumun üyesi olarak elde ettiği bütün yeteneklerden oluşan bir kültüre sahiptir. Toplumun oluşturan bireyler bu kültürü sosyalleşme yolu ile kazanırlar. Sosyalleşmenin sağlanması için de kişiler ve toplumsal gruplar arasında iletişim zorunludur. Başka bir deyişle iletişim toplum için yaşamsal bir süreçtir (Atabek ve Dağtaş,1998:283).

İletişim insan gereksiniminin ve faaliyetinin bir parçasıdır hem de gerçekleştirilmesini sağlayan zorunlu bir ögedir. Toplum içerisinde insanlar faaliyetlerini yapabilmeleri ve bu faaliyetlerin içini doldurabilmeleri için iletişime ihtiyaç duymaktadır. “Toplumsal varoluş, insanların yaşamlarını örgütlü yapılar ve ilişkiler içinde üretimini anlatır. Bu bağlamda iletişim, insanın toplum içinde kendisini yeniden üretmesinin ifadelerinden biridir ve tüm diğer ifadelerde de vardır” (Erdoğan, 2014:21).

Toplumsal bir varlık olan insan, yaşamını sürdürebilmek adına diğer insanlarla etkileşime girmektedir. İnsanlar, bilgi, inanç, sanat, ahlak gelenek, göreneklerden ve toplumun bir üyesi olduğu için elde ettiği yeteneklerden oluşan bir kültüre sahiptir. Birey, bu kültürü sosyalleşme yoluyla kazanmaktadır. Sosyalleşmenin olabilmesi de ancak iletişimin sağlanması ile mümkün olmaktadır. “Toplumsal iletişimi, bir toplumun üyelerinin ortak maddi ve manevi etkinlikleri dolayısıyla aralarında oluşan bağlantıları doğrudan ve dolaylı yollarla göreceli olarak toplumun bütününde gerçekleştirilen süreçler olarak tanımlayabiliriz” (Atabek ve Dağtaş, 1998:297). İletişim olgusu üzerinde yapılan tüm bu tartışmalar ışığında, iletişim insanlar arası ilişkilerin etkin olarak sağlanmasında büyük ve toplumların varlıklarının sürdürülmesinde önemli bir yapı taşıdır.

4.2. Kitle İletişimin Önemi ve Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

İletişim insan yaşamındaki en büyük ihtiyaçların başında gelmektedir. İnsanların bu ihtiyaçları giderme arayışları, kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Günümüzde

kitle iletişim araçları toplumsal yaşamın vazgeçilmez bir ögesi haline almıştır. Çünkü toplum bilinci, paylaşılan ilişkilerde, toplumun geçmiş değerlerinde, gelecekteki umutlarında var olur. Kitle iletişimi bu ilişkiler ağını kuran ve onları somutlaştıran, toplumları geleceğe taşıyan, ilerlemesine katkı sağlayan bir süreçtir. Kitle iletişim araçları ise bu sürecin en önemli aktörleridir.

Günlük yaşantımızın önemli bir kısmını kapsayan kitle iletişimi, sosyal yaşamın ayrılmaz bir parçası olmaktadır. Kitle iletişimi, haberden spora ve eğlenceye kadar çeşitli formatlarla insanların duygu, inanç, beklenti ve davranışlarını etkilemektedir.

“Kitle iletişim terimi ilk kez 1940’lı yılların başında Harold D. Laswell’in siyasi erk ve propaganda üstüne yaptığı çalışmalarda kullanılmıştır. Bu terimin amacı, toplumun örgütlenmesini yöneten modern koşulları belirlemek ve siyasal karar alma süreçlerinde bürokrasilerle onların iletişim teknolojilerinin rolünü vurgulamaktır” (Mutlu, 1995:211).

Atabek ve Dağtaş’a (1998:301) göre kitle iletişimi iletişimin geniş, heterojen ve bilinmeyen izleyiciye doğru yöneltilen şeklidir.

Mutlu’ya (1995:211) göre kitle iletişimi, bir kitlesel araçla, söz gelişi televizyon, gazeteler, duvar panoları veya sinemalarla dolaymlanan iletişimdir. Bodur’a (1997:21) göre ise kitle iletişimi, iletişim kurmak isteyenlerin gazete, radyo, televizyon gibi araçları kullanarak geniş, hızlı, sürekli iletiler yaymak yoluyla, geniş ve farklı izleyici kitlelerinde tepkiler uyandırmayı amaçlamaları ve çeşitli şekillerde izleyicide oluşan tepkileri saptamaları süreci olarak görülmektedir.

“Kitle iletişimin, ekonomik, siyasal, kültürel, psikolojik ve sosyal bağlamlarda yönetsel amaçlarla örgütlenmiş yapıları, bu yapıların çeşitli teknolojiler kullanarak yaptıkları üretimleri ve dağıtımları, bu üretilenleri kullananları, bu süreçlerdeki sayısız ilişkileri ve ilişki biçimlerini içeren iletişim türü olduğunu belirtmektedir” (Erdoğan, 2014:143). Kitle iletişimde amaç, kitleyi çeşitli yollardan etkilemektir. Bu iletişim sürecinde çeşitli kitle iletişim araçlarından yararlanılmakta, iletiler hızlı ve sürekli dağıtılmaktadır. Ayrıca kitle içindeki birey, iletileri kendi deneyimlerine göre yorumlamaktadırlar. Kişilerin günlük hayatlarında duydukları konular hakkında bilgi edinme, yorum ve eleştiride bulunma gibi doğal hakları bulunmaktadır. Topluma bu duyurma işlevi kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştirilmektedir. Kitle iletişim araçları günümüzdeki ismi ile medya; gazete, dergi, radyo ve televizyon, internet gibi araçlardan oluşmaktadır. Kitle iletişim araçları, duyu organları ve mesaj sunum biçimine göre sınıflandırılmaktadır. Mesaj sunum biçime göre yazılı ve sözlü araçlar, hem yazılı hem de sözlü araçlar diye sınıflandırılmaktadır. Sözlü araçlar içerisinde radyo, yazılı araçlar içerisinde de gazete, kitap, dergi yer almaktadır. Televizyon ve sinema ise hem yazılı hem sözlü araçlar içerisinde girmektedir. Duyu organlarına göre görsel, işitsel, hem görsel hem de işitsel olarak sınıflandırıldığında; görsel kitle iletişim araçları arasında gazete, kitap, dergi gibi basılı araçlar

yer almaktadır. Hem görsel, hem işitsel bir kitle iletişim aracı olan internet de geniş kitlelere çok kısa sürede ulaşabilmesi açısından önemli bir işleve sahiptir.

Radyo ses kaydının yanında sesin süreklilik içinde yayınına da yapabilmektedir. Radyo uluslararası soğuk savaşta kullanılan en önemli kitle iletişim aracı olmuştur. Günümüzde ise radyo dijitalleşerek daha çok müzik dinlemek amaçlı kullanılan bir araca dönüşmüştür.

Görsel ve işitsel araçlar içerisinde en önemlisi televizyondur. Kitle iletişimin tüm özelliklerini barındıran bir yapısı bulunan televizyon, çok geniş kitlelere ulaşma olanağı bulunmaktadır. Televizyon aracılığıyla insanlar dünyanın her tarafında olup biteni anında kolayca öğrenebilmektedir. İnanırcılığı, maddi olarak ucuzluğu ve kolay tüketilen bir araç olması televizyonun çabuk benimsenmesine neden olmaktadır. Yılmaz Erdoğan'ın yazıp yönettiği aynı zamanda oynadığı ve televizyonun ülkemizde ilk kullanılmaya başlandığı dönemleri anlatan "Vizontele" filminde televizyonun ev içinde ve dışında en değerli yere konulması, tüm belediye halkını çevresine toplaması bu araca verilen önemin bir göstergesi olmuştur. "Televizyon aynı zamanda kitlelere yönelik bilinç yönetimi ve ticari yönlendirme araçlarının en etkili ve gözde olanıdır" (Erdoğan, 2014:158).

Görsel ve işitsel araçları günümüzün en etkili iletişim aracı haline gelen internet takip etmektedir. Günümüzde gelişen değişen teknoloji ile birlikte bilgisayar ve internetin yaygınlaşması kitle iletişiminde yeni boyutlar kazandırmaktadır. İnternetle insanlar tek bir tuşa dokunarak pek çok bilgiye ulaşmaktadır. Dünyanın hemen her yerinden İnternete erişim olanağı bulunmaktadır. İnternet aynı zamanda giderek ucuzlayan bir iletişim teknolojisi haline gelmektedir. Günümüzde internette bir site açabilmek ve dünyanın her yerinden bu siteye ulaşmak, bu siteyi izlenebilir bir medya olarak kullanmak imkânlı hale gelmektedir. Dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen internet ağının bir diğer özelliği ise etkileşimli bir iletişim sağlaması olmuştur. İnternet kullanıcıları tepkilerini aynı zamanda verebilmektedir. Diğer iletişim teknolojilerine göre internet alternatif bir medya özeliği de sunmaktadır. "Alternatif içeriği sunmaya karşı çıkan egemen grupların ya da egemen medyanın sansür etme eğilimine karşı en dirençli medya türüdür" (Alankuş, 2005:71). İnternetin yaygınlaşması ile birlikte sosyal medya da günlük hayatın vazgeçilmezleri arasında yerini almaktadır. Facebook, Twitter, Instragram gibi sosyal medya hesapları insanların hem sosyalleşmelerini sağlamaktadır; hem de alternatif bir medya aracı olarak kullanılmaktadır.

Doğruluk, nesnellik, tarafsızlık ilkelerini gözeterek halkı bilgilendirmekle yükümlü olan basılı gazeteler, günlük olmaları nedeniyle ömrü en az olan kitle iletişim araçlarıdır. Günümüzde toplumsal yaşam içerisinde habere ve bilgiye duyulan ihtiyaç artmaktadır. Gazeteler de bu işlevi büyük ölçüde yerine getiren kitle iletişim araçları arasında bulunmaktadır. Teknolojinin ilerlemesi ve internetin sağladığı avantajlar ile birlikte yazılı basındaki gelişmeler gazetelerin elektronik ortamda hizmet üretmesini sağlamıştır. Bu elektronik ortam, haberlerde anında

güncelleme yapılabilmesine olanaklı kılmaktadır. Ayrıca elektronik ortamda üretilen gazetelerde olduğu sayfa sınırı olmaması, haberlerin video görüntüleri ile birlikte okuyucuya sunulabilmesini sağlamaktadır. Okuyucular bu ortamda yorumlarını da anında iletilmeleri de ile aktarabilmektedir.

4.3. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

Günümüzde son derece önemli ve etkili olan kitle iletişim araçlarının birtakım işlevleri bulunmaktadır. Bu konuda farklı açıklamaların bulunduğu görülmektedir. Genel itibariyle kitle iletişim araçlarının işlevleri habercilik, toplumsallaştırma, motivasyon, tartışma-diyalog, eğitim, kültürel geliştirme, eğlence ve bütünleştirme olarak sıralanmaktadır (Mac Bride, 1984:33-34).

4.3.1. Haber verme işlevi

İnsanlar, çevresinde yaşanan gelişmeleri öğrenmek istemektedirler. İnsanların bu bilgilenme ihtiyacı ise haber verme işlevi ile bağlantılıdır. Tokgöz (1987:6) haberin olayların normal akışındaki bir kesinti ve beklenen kesintiye uğraması konusundaki ve insanların hayat hakkında karar alabilmek için ihtiyaç duydukları bilgi olduğunu ifade etmektedir. Tokgöz'e göre haber zamana uygun her şey, bir olayın raporu, acele kaleme alınmış edebiyat ve yarının tarihi olarak tanımlanmaktadır.

Rigel'e (2000:19) göre ise haber toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek, gerçekliğin kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanmasıdır.

Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkış amaçlarının haber iletmek olduğu görülmektedir. Habercilik işlevi, kitle iletişim araçlarının temel ve en bilinen işlevidir. Bu işlev, bilgi aktarma işlevi olarak adlandırılmaktadır. Kitle iletişim araçları olaylar hakkında haber ve bilgi aktarırlar. Böylelikle insanın ulusal ve uluslararası alanda değişen gelişen, toplumsal, ekonomik, siyasal, kültürel, sanatsal, sportif ya da en yalın ifadeyle insana dair olan her şey hakkında bilgilenmesini sağlayan bir araç olarak işlev görmektedir.

4.3.2. Toplumsallaştırma işlevi

Erdoğan'a (2014:143) göre kitle iletişiminin temel görevi toplumda işlevsel bağlar kurmak ve sürdürmektir. Kitle iletişim araçlarındaki haberler, okuyucu ve izleyiciler için farklı özellikteki olaylar arasında seçilmektedir. Bu haberler gazetecilik kuralları gözetilerek televizyon, gazete ya da radyoda yer almaktadır.

Gazeteler, dünya ve ülke haberlerine yer vererek, okuyucularının en doğru ve güvenilir haberlere ulaşmalarına aracılık ederler. Radyo ve televizyonların haber saatlerinde verdikleri bilgiler bu işlevin bir göstergesidir. Bireylerin yaşadıkları toplum başta olmak üzere diğer toplumlar hakkında bilgi ve değerleri edinebilmeleri kitle iletişim araçlarının toplumsallaştırma işlevi ile mümkün olmaktadır. Toplumsallaştırma işlevi, günümüz toplumlarında bireylerin bir arada yaşamalarının sağlanabilmesi için kültürün, yayınlar aracılığı ile alıcılara iletilmesidir.

Kitle iletişim araçlarından yayılan mesajlar bireyin kendisini tanıyabilmesine olanak sağlamakta ve böylelikle toplumsal sorunlarla daha yakından ilgilenmesini, bu sorunlara daha duyarlı olmasını sağlamaktadır (Arslan 1999:92). Kendini ve çevresini tanıyan birey toplumsal yaşama katılım göstermekte, birlik beraberlik duygularıyla hareket edebilmektedir.

4.3.3. Motivasyon İşlevi

Kitle iletişim araçları toplumun amaçlarını belirterek çeşitli değerleri canlı tutmakta, yüceltmekte ve motivasyon işlevini gerçekleştirmektedir. Bağımsızlık ve insan hakları gibi değerler buna örnektir. Bu işlev, toplumların kendilerinin belirledikleri amaçları açıklama, özendirme, bireyin de topluluk yaşamına ve bu amaçlar için sarf edilen çabalara katılmasını sağlamaktadır. Özellikle sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel faktörlerin geliştirilmesi ve iyileştirilmesi yönünde toplumsal dinamikleri harekete geçirici önemli bir misyonu yerine getirerek halkı bu yönde motive edebilmektedir. Savaş, motivasyon işlevinin toplumun belirli değerlerini canlı tuttuğunu ifade etmektedir. “Kitle iletişim araçları toplumun amaçlarını belirterek çeşitli değerleri canlı tutar, yüceltir ve motivasyon işlevini gerçekleştirir. Bağımsızlık, özgürlük, insan hakları gibi değerler buna örnek verilebilir” (Savaş, 2004:2).

4.3.4. Tartışma-Diyalog İşlevi

Haber, toplumla ilgili sorunlara, kamunun ilgisini çekebilecek bir tartışma ortamı yaratmaktadır. Savaş (2004:2) tartışma-diyalog işlevinin ise, kitle iletişim araçlarının ulusal ve uluslararası düzeyde toplumun çıkarları doğrultusunda hareket edilip edilmediğini gösterdiğini belirtmektedir. Savaş’a göre tartışma-diyalog işlevi, toplumda güçlü kişilere karşı eleştiri rolünü oynamaktadır.

Tabak (1999:9) insanların birbirlerini doğru anlamalarının ancak iletişim kurmaya açık olmalarına bağlı olduğunu vurgulamaktadır: “Uygun, düzeyli ve nitelikli bir bilgi, düşünce, inanç, değer ve görüş değişimi yoluyla birbirlerini etkilemeleri ve yönlendirmeleri için, insanların hem sözlü hem de sözsüz iletişimi tam ve doğru olarak kurmaları gerekmektedir. Çatışma yerine

tartışmanın gerçekleştirilmesi için, insanların özellikle, somut özelliklerinden genelenmiş kavramları anlaşılır biçimde iletmeleri gerekmektedir” (Tabak, 1999:9).

4.3.5. Kamuoyu Oluşturma İşlevi

Kitle iletişim araçları çok kısa sürede, çok fazla kişiye ulaşılabilme imkânı sağlamaktadır. Bu araçların birey ve toplum üzerine etkileri de çok büyüktür. Birey kendi sorunları başta olmak üzere başka bireylerinin sorunlarının da ele alındığını ve bu sorunlara çözüm yollarının önerildiğini görmeyi ister. Kitle iletişim araçları kamuoyunun siyasal erk tarafından farkına varılmasını sağlamaktadır. Bu nedenle bu araçlar çoğu zaman propaganda aracı olarak da kullanılmaktadır.

Toplumda fikirlerin yayılmasında ve kamuoyunun oluşmasında kitle iletişim araçlarının rolü büyük önem taşımaktadır. “Elisabeth Nolle-Neumann’ın Kamuoyu: Suskunluk Sarmalının Keşfi” kitabında asıl olarak kamuoyunun nasıl biçimlendiği ele alınmıştır. Bireyler toplumda egemen olan bakış açılarını öğrenmeye çalışırlar. Bu yaklaşımda birinin düşüncelerini açıkça söyleme ve diğerinin sessiz kalma eğilimi ele alınmıştır. Böylelikle açıklanan görüş baskın görüş durumuna gelmektedir (Nolle-Neumann, 1996:234). Kamuoyu oluşturma işlevi kitle iletişim araçlarının en önemli işlevleri arasında yer almaktadır. Kamuoyu oluşturulurken özellikle de günümüz medyası düşünüldüğünde her kitle iletişim aracının mülkiyet ve ideolojik yapılanması bu sürece doğrudan etki eden ve haberi yeniden inşa eden belirleyici bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

4.3.6. Eğlendirme İşlevi

Birey zaman zaman dinlenme ve eğlenme ihtiyacı hissetmektedir. Kitle iletişim araçlarının bir diğer işlevi ise eğlendirmedir. Bu araçlar bireylere hoş vakit geçirme ve dinlendirme olanakları daha ucuz ve çeşitlilik içinde sunabilmektedir. Örneğin gazete için eğlendirme bulmaca olabilirken televizyon için diziler, yarışmalar ya da müzik programları olabilmektedir. Radyolar ise yayımladıkları müzik programıyla bu işlevi yerine getirmektedirler.

4.3.7. Eğitim İşlevi

Eğitim, yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Bunun için bireyler de yaşam mücadelesinde var olabilmek, kendilerini yenilemek, bilgi ve becerilerle donatılmak için sürekli olarak zaman zaman eğitime ihtiyaç duymaktadır.

Eğitim işlevi, toplumsallaştırma işlevi ile bağlantılıdır. Topluma yeni üyeler kazandırmak, bunları toplumun kültürel değerleri ile eğitmek bu işlev içerisinde yer almaktadır. Böylece okulların tek bilgi kaynağı olma özelliği de azalmaktadır. Özellikle günümüzde teknolojik gelişmeler ışığında hayatımıza dâhil olan internet sağladığı sınırsız bilgi, kaynak ve dokümantasyonları sayesinde eğitime de büyük katkı sağlamaktadır. Hatta artık resmi eğitim kurumları tarafından da sürece dâhil edilen eğitim programları bulunmaktadır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının eğitime olan katkısı gün geçtikçe artmaktadır.

4.3.8. Kültürel İşlevi

Kitle iletişim araçlarının, yapısal olarak toplumun kültürel yapısını korumayı ve sürdürmeyi sağlama gücü bulunmaktadır. Haber, bireylerin çevredeki sanatsal ve kültürel faaliyetler hakkında bilgilendirmektedir. Bu faaliyetlere ilgi duyan bireyler de katılım göstermektedirler, böylelikle toplum kültürel konularda duyarlılık kazanmaktadırlar.

Savaş (2014:19) kitle iletişim araçlarının kültürel işlevlerini şu şekilde değerlendirmektedir: “Bir toplum sanatsal ve kültürel yapıtlarını kitle iletişim araçları ile yaymak suretiyle bunları korur. Böylelikle de kültürel geliştirme işlevi yerine getirilir. Ayrıca bu işlevi ile birey ve grupların birbirlerini tanımalarına, farklı kültürler arasındaki çatışmaları hafifletmeye yardımcı olur” (Savaş, 2004:19). Arslan’a göre “Daha zengin bir kültürel gelecek ancak dünyanın çeşitliliğini temsil eden kültürlerin her birinin kendi özgürlüklerini koruyarak diğerleriyle ilişki içinde bulunmalarıyla sağlanabilir” (Arslan,1996: 91). Kitle iletişim araçları da halkın kendi kültürel değerlerini koruması ve aynı zamanda evrensel kültürel mirasa sahip çıkarak gelecek nesillere aktarılması yönünde bilinçlenmesini sağlamaktadır.

4.4. Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Basın

Demokratik, özgür bir toplum olmanın ön koşulu, bireylerin özgürce düşünmesi, özgürce bilgi edinme ve haber alma haklarını kullanabilmesinden geçmektedir. Basın bireyleri toplum, ülke ve uluslararası ortamda meydana gelen olaylar ve gelişmeler hakkında bilgilendirmektedir. İfade özgürlüğünün gerçekleşebilmesi için kitle iletişim araçlarının toplumdaki işlevleri ile bu araçları ellerinde bulunduran yöneticilerin görev anlayışları büyük önem taşımaktadır. Bodur basını tanımlarken haber verme işlevine vurgu yapmaktadır: “Basının en temel işlevi haber vermektir. Ancak basın haber verme işlevlerinin yanı sıra daha pek çok toplumsal ve psikososyal işlevleri de yerine getirmektedir” (Bodur, 1997:22). Basının görev anlayışı, bu anlayışın uygulanış biçimi, yayın politikası, hedef kitlenin beklentileri, ifade

özgürlüğünün gerçekleşmesi ve dolayısıyla kamuoyunun biçimlenebilmesini doğrudan etkilemektedir (Girgin, 2009:142).

Demokratik toplumlarda basın, haber verme işlevi yanında denetim ve eleştiri görevi üstlenmektedir. Basın aynı zamanda etkili bir kitle iletişim aracı olarak kamuoyunun oluşmasına etki etmektedir. “Çağdaş basın gibi bir kitle iletişim aracının görevi, doğru ve tam haber verme yanında, kamu tartışmalarının ortak taşıyıcısı olmaktır” (Girgin, 2009:143). Basın toplumun isteklerini yerine getiren aynı zamanda toplumsal yaşamın işleyişine yön veren etkili bir iletişim aracıdır.

4.4.1. Ulusal (Kitle Basını) Basın

Kitle iletişim, bireylerin ve toplumların; değer ve düşünce yapılarının etkilenmesinde büyük bir güce sahiptir. Televizyon, gazete ve radyo gibi genel olarak medya diye isimlendirilen bu araçlar kitlelerin ortak ilgi alanlarını göz önünde bulundurmaktadırlar. Kitle basını bir toplumdaki insanların çoğunluğunu ilgilendiren konulara yer vermektedir. Bu amaçla yayınlarını nüfusun çoğunluğuna ulaştırabilecek hizmet ağını oluşturmaktadır. Teknolojik gelişmeler, kitle iletişim araçlarının hem içerik hem de teknolojik olarak değişim göstermelerini sağlamaktadır. Örneğin gazete haberleri, bilgisayar ağları ile binlerce kilometre uzaklıkta gazetelerin yönetim merkezlerine ulaştırılmaktadır. Birçok dergi ya da gazete aynı anda farklı basımevlerinde basılabilmektedir. Örneğin ulusal gazeteler, her türlü siyasal, kültürel, ekonomik haberleri, reklam ve ilanları ulusal ve uluslararası boyutta ele almaya çalışmaktadır. Bu gazeteleri en ücra yerleşim birimlerine dahi günlük olarak ulaştırmaktadır.

4.4.2. Yerel Basın

Yerel basın tanımında yer alan “yerel “sözcüğü dar bir alanı anlatmak için kullanılmaktadır. Bu alan ilçe, mahalle ya da köy olabilmektedir. Bodur’a (1997:38) göre yerel basın belirli bir yörede yayınlanan basındır. Girgin’e (2009:160) göre yerel basın, yalnızca belli bir bölgede yayımlanan ve okunan, ulusal haberlerden farklı olarak, yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazeteler ya da genel olarak bir kasaba ya da kentte yaşayan insanları ilgilendiren haberlerin yer aldığı ve o kentte yayımlanan gazetedir.

Yerel basın ile ilgili ayrıntılı tanım yapan Vural’a (2007:337) göre ise yerel basın, sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede halkı bilgilendirmeye, eğitmeye, eğlendirmeye ve yöre kamuoyunun serbest oluşumunu sağlamaya yönelik yayıncılık faaliyeti içinde bulunan araçları bütünü olarak tanımlanmaktadır.

Vural (2007:339) yerel basının Kurtuluş mücadelesindeki önemine de değinmektedir. “Yerel basın ülkemizde, kamuoyunda, gazetecilik mesleğinin icra edildiği siyasi ortamlarda ve kimi zaman basına ilişkin akademik platformlarda , “Anadolu Basını”, “Mahalli Basın” ya da “Taşra Basını” olarak nitelendirilmektedir. Unutulmamalıdır ki Anadolu Basını, Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşunda emek harcamış, ciddi mücadele içinde bulunmuş, büyük katkılar sağlamıştır” (Vural, 2007:339).

Günümüzde, maddi güç olarak ulusal basın daha etkili görölmektedir ancak yerel basın yöre halkını ilgilendiren tüm olayları haberleştirmektedir. Geniş kitlelere hitap eden ulusal basında, yerel olaylar yeterince yer almamaktadır. Yerel basın, ulusal basında yeterince yer almayan olayları daha geniş bir perspektiften ele alarak enine boyuna incelemektedir. Bu nedenle de birçok şehirde ulusal medyanın bölge temsilcileri şehirlerindeki yerel gazeteleri satın alarak, takip etmektedirler.

Yerel basın, o bölgede yaşayan insanların her türlü sorunlarını ele almaktadır ve bu sorunların çözüm önerilerini de gündeme getirmektedir. “Yerel gazeteler okuyucuya daha yakındır. Gazete okuyucusu, gazete sayfalarında kendinden bir şeyler görmek ister” (Bodur, 1997:48).

Yerel gazeteler ile ulusal gazeteler arasındaki farklılık, gazetenin dağıtım bölgesinden kaynaklanmaktadır. Ulusal gazeteler ağırlıklı olarak ülkeler ve dünya bazında olayları ele almaktadır ancak yerel gazeteler ilçe ya da kentlerinde gerçekleşen olayları haber yapmaktadırlar. Yerel gazeteler, ulusal basın gibi geniş bir kitleye değil, “sınırlı” bir hedef kitleye seslenmektedirler. Ulusal basın temsilciliklerin yerel örgütlenmeleri, satış ve reklam gelirlerini arttırmak için bölge ekleri çıkararak yerel haberlere ağırlık vermeye çalışmaktadırlar.

4.4.2.1. Yerel Basının İşlevleri ve Sorunları

Nezih Demirkent’in “Türkiye’de demokrasinin güçlenmesini isteyenler yerel medyaya destek vermelidir.” sözü yerel medyanın önemini vurgulamaktadır. Yerel basın, özgür ve bağımsız demokrasilerin vazgeçilmez koşulu olarak görölmektedir. Demokrasilerde çok seslilik, düşünce özgürlüğü ve yönetimlerin halk tarafından desteklenmesi önem taşımaktadır. Demokrasinin kurumsal hale gelebilmesi için yurttaş katılımının sağlanması, yurttaşın bilgi edinebilmesi ve bu bilgiyi yaşamında kullanabilmesine bağlı olmaktadır. Yerel basının, yurttaşın enformasyon sağlamada önemli bir işlevi bulunmaktadır. Yerelde yaşanan sorunların çözümü ancak yurttaş katılımının olduğu bir demokrasi ile mümkün olabilmektedir.

Yerel basın, nesnel ve doğru bir şekilde halkın isteklerini yetkililere iletmesi, yurttaşların kendini yönetenler hakkında karar verebilmesi adına doğru bilgilendirilmeleri demokratikleşme süreci için büyük önem taşımaktadır. Çünkü yerel basına yerleşen demokrasi

bilinci tüm ülkeye yerleşmektedir. Yerel basının güçlü olduğu yerlerde yurttaş hakları daha iyi savunulmaktadır, bu yerlerde demokrasi, insan hakları ve özgürlüklerden de söz edilmektedir. Yerel yönetimlerin karar alma süreçlerine yurttaşlarının katılımının sağlanması, bilgilendirilmesi, bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda “Yerel basın çalışanı demokrasiye ve siyasi katılımın sağlanmasına; fotoğraf makinesi, kamerası ve tarafsız kalemi ile hizmet eder” (Arslan, 2010:140).

Vural (2007:339) yerel basının, yerel yönetimlerle halk arasında iletişimin sağlanması; kamusal çıkarların korunması ve gözetilmesini görevlerini yürüttüğünü belirtmektedir:

Yerel yönetimlerle yerel halk arasında en büyük köprü işlevini üstlenecek kurum da yerel basındır. Yerel kamuoyu adına hareket eden yerel basın, aynı zamanda yerel yönetimlerin en büyük denetleyicisidir. Yerel yönetimlerin etkinliklerinin doğrudan halka duyurulmasında, halktan gelen tepkilerin ya da beğenilerin de yerel yönetimlere aktarılmasında en kolay, en hızlı ve en işlevsel araçlardan biri olma özelliğini yine yerel basının taşıdığını söylemek mümkündür (Vural, 2007:339).

Halkın beklentileri doğrultusunda yerel basının işlevleri, “Haber verme, kamuoyunu yansıtma, eğlendirme, eğitim, tartışma ve diyalog, yakınlaştırıcı ve bütünleştirici ile kültürel” olarak sıralanmaktadır.

Bireyler, çevrelerinde yaşanan gelişmeleri bilmek istemektedirler. Bilgilenme ihtiyacı, insanoğlunun doğasında bulunmaktadır. Bu ihtiyaç basının “haber verme” işleviyle ilintilidir. Yerel basın, kamu hizmetlerinin objektif ve en doğru şekilde halka duyurulmasını sağlama görevini üstlenmektedir.

“Yerel basın, kamunun siyasal erkten beklentileri, politikalarına olan tepkileri ve cevaplarına da yer vererek “kamuoyunu yansıtma” işlevini yerine getirerek oluşan kamuoyunun siyasal erk tarafından varılmasını sağlar” (Arslan, 2010:140).

Denetim, yöneticilerin denetlenmesi, kamuoyu yaratılması da yerel basının işlevleri arasında yer almaktadır. Kentin kültürel dokusu içerisinde yer alan etkinlikler yerel basın tarafından duyurulmaktadır. Bireyler kent yaşamı içinde sürdürdükleri mücadelelerde bu tür etkinliklerden haberdar olmak ve etkinliklerde eğlenmek istemektedirler. İşte yerel basının verdiği bu tür haberler, “eğlendirme” işlevini oluşturmaktadır.

Yerel basının işlevlerinden biri de “eğitim” işlevidir. Eğitim ile iletişim arasında yerel bir perspektif oluşturan basın kuruluşları da en önemli iletişim kanalıdır. Yerel basın, bireyin yaşadığı bölgeye uygun bir kimlik kazanmasına; yaşamın bütün aşamalarında yetenek ve becerilerin elde edilmesine yönelik bilgiler sunarak biçimsel olmayan eğitici eylemleri aktararak “eğitim” işlevini yerine getirmektedir. Tartışma ve diyalog” işlevinde ise yerel basın, halk ve siyasal erkin sağlıklı bir ortamda tartışma ve diyalog ortamı hazırlamaktadır. Böylelikle yöneten ile yönetilenler arasında bir çift yönlü iletişim süreci sağlanmaktadır. Yurttaşların kültürel düzeylerinin yükselmesinin sağlanması, yerel basının “kültürel” işlevi içerisinde yer almaktadır.

Yaşadığı toplumla iç içe olan birey, varlığını sürdürmesi için diğer bireylerle ve toplumla iletişim sağlamaktadır. Yine bireyler, toplumla ilgili bilgi edinmektedir. Yerel basın bu bağlamda toplumdaki gruplar arasında karşılıklı bilgi alışverişinin oluşmasına zaman zaman da bu grupların ortak paydada buluşmasına zemin hazırlamaktadır. Yerel basının bu işlevi “yakınlaştırıcı ve bütünleştirici” olarak tanımlanmaktadır (Arslan, 2010:140).

Tarih boyunca sıkıntılar ve olanaksızlıklar içerisinde çalışan yerel basın, günümüze geldiğinde ise giderek ağırlaşan koşullar altına çalışmaktadır. “Bir zamanlar milli mücadele güç katan, güç veren yerel basın, bugün maalesef bir takım yanlış politikalar ve siyasal iktidarların göz ardı etmesi sonucu varlık mücadelesini sürdürebilme çabası içerisine girmiştir” (Gezgin, 2007:197-198).

Vural (2007:339) yerel basının sorunlarını kadro, teknoloji, yönetim ve organizasyon, çalışma koşulları, ilke ve politikaları, içerik, ekonomik güç, okur, yerel yönetim, ekonomideki gelişmeler, reklam verenler, rekabette olduğu diğer yayın kuruluşları, bulunduğu coğrafi bölge, kentin yapısal ve kültürel özellikleri gibi kapsayıcı başlıklar olarak ifade etmektedir.

Nalcioğlu Ulusoy da, yerel basının ekonomik ve teknolojik sorunlarına gönderme yapmaktadır: “Pek çok yerel basın kuruluşunca gazetelerin hazırlık aşamasında gerek duyulan yeterli bilgisayar, dijital fotoğraf makinesi, ses kayıt cihazları hatta masa üstü yayıncılık ve sayfa düzeni tasarım yazılımları, grafik yazılımları dahi satın alınamamaktadır” (Nalcioğlu Ulusoy, 2007:198).

Anadolu’daki pek çok basın yayın kuruluşunda gazetecilerin asgari ücretli olarak, çoğu zaman da, asgari ücret altında çalıştığı bilinmektedir. “Yerel medya kuruluşunda eleman yetersizliği yaşandığı gibi mevcut elemanların büyük kısmı da düşük ücretle çalıştırılan, kalifiye olmayan elemanlardan oluşmaktadır” (Nalcioğlu Ulusoy, 2007:200).

Yerel basının içinde bulunduğu durumu daha net ortaya koyabilmek ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden kaynaklanan sorunlarını daha net tartışabilmek adına bu bölümde yerel basının teknolojik, ekonomik, etik, yönetim organizasyon yapısında yaşanan sorunları ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

4.4.2.1.1. Teknolojik Sorunlar

Teknoloji, her geçen gün değişmekte, gelişmekte ve ışık hızında ilerlemektedir. İletişim çağında var olabilmek için teknolojik gelişmeleri de yakından takip etmek gerekmektedir. Geçmişten günümüze medya sektöründe de teknolojiye bağlı olarak radikal değişimler ve gelişmeler yaşanmaktadır. Örneğın, eskiden filmli olan fotoğraf makinelerinin yerini dijital makineler almıştır. Muhabirler, filmli fotoğraf makineleriyle zaman kaybetmemekte, dijital fotoğraf makineleri ile anında fotoğrafları görebilmekte ve sınırsız olaya ilişkin anı

yakalayabilmek en iyi görüntüyü elde edebilmek adına birçok fotoğrafı daha kaliteli bir şekilde çekebilmektedir. Yine muhabirler, önemli olayların takibinde telefonla haber geçmek yerine dizüstü bilgisayarla her yerde yazılabilen haberleri internet aracılığıyla merkeze ulaştırabilmektedirler. Bilginin gücü yerini teknolojinin gücüne bırakmaktadır. Bu nedenle de teknolojik olarak sağlam bir alt yapısı bulunan medya kuruluşu gücü de elinden tutmaktadır.

Yaygın basın bu anlamda ileri teknolojiye sahiptir. Gazetecilik zamanla yarışılan bir meslek olduğu için yaygın basın kuruluşlarının çalışanları için her türlü teknoloji donanım imkânı sağlanmaktadır. Ancak bu durum yerel basında aynı olmamaktadır. “Yerel basındaki teknolojik yetersizlik, gazetecinin haber izlenmesi, üretimi aşamalarında kullanmak zorunda olduğu araç gereçten başlamakta, dizgi ve baskıda sürmekte, dağıtımda sonuçlanmaktadır” (Girgin, 2009:179). Teknolojideki yetersizlik, gazetenin içeriğinden, sayfa düzenine, baskı ve dağıtımına pek çok olumsuzluğu doğurmaktadır. Ekonomik nedenlerden dolayı yeni dijital baskı sistemlerine geçemeyen bazı yerel gazetelerin baskı kalitesi oldukça kötü durumdadır. Kullanılan ucuz kağıtlar da bu kaliteyi daha fazla düşürmektedir.

Gazetecilikte kullanılan bilgisayarlar, kamera, fotoğraf makinelerinin yeni teknolojilere uyumlu olması gerekmektedir. Ancak yerel gazetelerin yaşadığı teknolojik sorunların kaynağı genellikle ekonomik temelli olması nedeniyle, yerel gazeteler teknoloji parklarını yenileme ve iyileştirme konusunda sorun yaşamaktadır. Bu sorun çalışanlar arasındaki iş bölümüne de yansımaktadır. Yerel medyada çalışan kadın muhabirlerin ağır, hantal makineler ile haber peşinde koşamayacakları düşüncesi, kadın muhabirleri kamusal alandan azade edebilmektedir. Dolayısıyla teknoloji sorununu çözen yerel medyaya bir bakıma aktif çalışan sayısında da avantaj sağlamış olacaktır.

4.4.2.1.2. Ekonomik Sorunlar

Yerel gazetecilikte güçlü bir ekonomik yapı, sermaye yatırımından geçmektedir. Sermaye yatırımı olan yerel gazeteler, objektif ve özgür haber yapabilme olanağına kavuşmaktadır. Yerel gazetelerin önemli gelir kaynaklarından bazıları, resmi ilanlar ile kongre, tüzük ve zayı ilan gelirlerinin yanı sıra reklamlardan elde ettikleri gelirler olmaktadır.

Yerel gazete sahiplerinin aynı zamanda matbaa işletmeleri de bulunmaktadır. “Matbaadaki mevcut baskı ve dizgi sistemiyle gazete yayımlamanın mümkün olacağına inanan matbaacı, resmi ilan gelirlerini öngörerek, giderlere denk gelecek bir sistemi hesaplamakta ve işe koyulmaktadır” (Girgin, 2009:177). Yerel gazeteler, yaşadıkları ekonomik sıkıntılar nedeniyle reklam servisleri oluşturamamaktadır. Bu durum da reklam pastasından yeterince pay almamalarına neden olmaktadır. Bu nedenle yerel gazeteler resmi ilanlara bağılı olarak hayatlarını sürdürmeye çalışmaktadırlar.

Ekonomik sorunlar yerel basın mensuplarının düşük ücretler ile çalıştırılmasına neden olmaktadır. Bu durum bir taraftan nitelikli personel sorununu beraberinde getirirken diğer taraftan ise çalışanlar arasında ücret dağılımındaki eşitsizliğe yol açmaktadır. Yerel basında çalışan kadın gazeteciler ile erkek gazeteciler arasında ücret politikası bağlamında farklılığın oluşması toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin de bir göstergesidir. İş yaşamında kadınların ekonomik anlamda karşı karşıya kaldığı bu ayrımcı politikalar özellikle liberal feministlerin üzerinde durduğu ve çözümlenmesi gerektiğini savundukları en önemli konuların başında gelmektedir.

4.4.2.1.3. Etik Sorunlar

Etik ilkelere bağlı habercilik anlayışı tüm basın çalışanları için yaşamsal bir öneme sahiptir. Haberin doğru ve güvenilir olması etik ilkeler çerçevesinde yapılması ile doğru orantılıdır. Fakat günümüz koşullarında, medyanın mülkiyet yapısı, ekonomik çevreler ve siyasi erk ile olan ilişkileri habercilikte etik değerlerin tam olarak uygulanıp uygulanmadığı sorunu bu alanda çalışma yapan bilim insanlarının gündemini oluşturmaktadır. Yılmaz (2011, 138:140) yerel basının etik sorunlarını; yerel muhabirlerin yaygın basında haber kaynağı olması, haberlerde yapılan alıntılarının belirtilmemesi, resmi ilandan pay alabilme çabasının haberin objektifliğine gölge düşürmesi, kadro sorunu, yerel basının tehdit unsuru ve propaganda amacıyla kullanılması olarak belirtmektedir.

Girgin (2009:176) yerel basındaki en büyük etik sorunlardan birisini “naylon kadro” olarak adlandırmaktadır. “Anadolu’da yayımlanan gazetelerin önemli bir bölümünün sahip ve yazı işleri müdürlerinin soyadları aynıdır. Kadrolarında yer alan fikir işçilerinin büyük bölümü ise gazete sahiplerinin ya yakını ya da işyerlerinde çalıştırdıkları kişilerdir. Bunların fiilen gazetecilik yapmadıkları bilinir. Ayrıca ne yazık ki, gazete sahipleri bu kişiler için beyanname imzalayarak, sarı basın kartı almalarına öncülük etmektedirler” (Girgin, 2009:176). Bu uygulama çalışanlar arasındaki çalışma barışını ve uyumunu derinden sarsmaktadır. Son yıllarda bu ayrımcı tutumun çözümüne yönelik resmi ilan kurumu tarafından belirlenen kriterler olsa da, halen daha resmi ilan kurumunun şubesinin bulunmadığı iller için bu sorunun devam edebileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

4.4.2.1.4. Yönetim Organizasyon Sorunları

Kurum ve kuruluşlarının belirlenen amaçlarına ulaşmasında örgütlenme yapısının yönetim fonksiyonları arasında önemli bir yeri vardır. Basın kuruluşlarının yönetim ve organizasyon yapısına ilişkin model önerisi ortaya koyan Bodur (1997: 114) basın

işletmelerinin ürettiği “bilgi/fikir” nedeniyle diğer işletmelerden farklı olduğunu ve bu nedenle de farklı bir organizasyon yapısına sahip olması gerektiğini vurgulamaktadır. Bodur’a göre “Basın sektörü ile basım sektörü yasal düzlemde birbirinden ayrılmalıdır. Çünkü bu iki işletmenin birlikte ele alınması basını ticari bir meta durumuna düşürerek, onu asıl amacından uzaklaştırmaktadır” (Bodur, 1997: 114).

Yerel basının organizasyon yapısı sahip olduğu insan kaynağının niteliği ve sayısına göre farklılık gösterebilmektedir. Yerel medya kuruluşlarının bazılarında genel yayın müdürü, haber müdürü gibi tanımlama yapılırken bazılarında ise imtiyaz sahibi, yazı işleri gibi adlandırmalar mevcuttur. Örgütlenme yapısında belli bir standardın olmaması yerel medya çalışanlarının alanda uzmanlaşmış kişilerin olmayışıyla ilişkilendirilebilir. Ayrıca ekonomik sorunlar nedeniyle az sayıda çalışanın olması da çalışanların iş bölümlerine yansımaktadır. Örneğin yerel gazetede çalışan bir muhabir ekonomi, spor, kültür sanat, polis-adliye gibi farklı uzmanlık alanı gerektiren haberleri yapmak durumunda kalmaktadırlar. Hatta bu kişiler bazen yazı işlerinden sorumlu olabilmekte veya editörlük görevini de üstlenebilmektedir. Bir kişinin birden fazla ve farklı görevlerde/sorumluluklarda bulunması organizasyon yapısının oluşturulmasında engel teşkil edebilmektedir.

4.3.2.1.5. İnsan Kaynakları Sorunu

Yerel medya kuruluşları, ekonomik olarak kısıtlı imkânlar içerisinde hayatta kalma mücadelesi vermektedir. Bu durum nedeniyle de pek çok yerel medya kuruluşu az sayıda eleman çalıştırmaktadır.

İletişim Fakülteleri’nin ve iletişimle ilgili meslek yüksekokullarının yaygınlaşmasıyla birlikte, yerel basında giderek alandan mezun kişilerin istihdamının arttığı gözlenmektedir. Ancak bu sayı henüz yeterli düzeyde değildir. “Basın İlan Kurumu’nun resmi ilan yayınlama hakkı bulunan süreli yayınların asgari kadrolarında yer alan fikir işçilerine yönelik 2019 yılı istatistiklerine göre de, 81 ilde resmi ilan alan gazetelerde çalışan toplam 7 bin 593 kişiden 1.199 kişi, İletişim Fakültesi mezunu, 175 kişi de iletişimle ilgili ön lisans programlarından mezun olarak belirtilmektedir (BİK, 2019). Bu sayı, toplam sayının yedide birini oluşturmaktadır. Yerel basında yaşanan insan kaynakları sorunu da haber kalitesini doğrudan etkilemektedir.

Türkiye’de 2000’li yıllarda yaşanan toplumsal ve ekonomik gelişmeler de başta ulusal olmak üzere yerel medyayı etkisi altına almıştır.

20. yüzyılın sonlarına doğru bir iletişim aracı olarak internetin günlük hayata girmesiyle, yerel gazeteler büyük ölçüde etkilenmiştir. İnternetin bilgiye kolay ulaşılma olanağı sağlaması, medya sektörü içerisinde yerini almasına neden olmuştur. Bu açıdan özellikle yazılı basında pahalı yatırımlara ihtiyaç duyulmamıştır. İşverenler, daha küçük maliyetlerle ve daha az insan kaynağıyla internet gazeteciliğine yönelmişlerdir. Gerek ulusal ve gerek yerel gazetelerin çoğu bu

nedenle yayın hayatını internet üzerinde devam ettirmeye çalışmıştır. Türkiye’de 2000 ve 2001 yıllarında yaşanan ekonomik krizler nedeniyle de binlerce basın çalışanı işsiz kalmıştır. Özellikle bu süreç sonrasında da basın çalışanları internet yayıncılığına yönelmişlerdir (akır, 2007: 125).

İnsan kaynakları sorunu toplumsal cinsiyet bağlamında ele alındığında ulusal medya kuruluşlarında yaşanılan cinsiyete dayalı istihdam sorununa da yerel medyada karşılaşılmaktadır. Cinsiyete dayalı ayrımcılığın ulusal medya kuruluşlarındaki olumsuz etkisi, yerel medyada yaşanan bu tür sorunlar ile paralellik göstermektedir.



5. YEREL MEDYA ÇALIŞANLARININ TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISI

Toplumsal cinsiyet günümüzün en önemli tartışma konularından biridir. Kız ve erkek çocukları toplumsal cinsiyet rollerini ilk olarak ailede öğrenmekte, aileyi, çevre, okul ve kitle iletişim araçları izlemektedir.

Kitleleri etkileme gücü düşünüldüğünde özellikle başta televizyon olmak üzere tüm kitle iletişim araçları toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında önemi büyüktür. Medya, hem yerel, hem de ulusal alanda insanların sesi, gözü ve kulağı olmaktadır. Yerel medya da ulusal medya kadar önem taşımaktadır. Çünkü yerel medya demokrasinin kökleşip yerleşmesinde önemli bir görev üstlenmiştir. Bu açıdan bakıldığında topluma haber verme görevi üstlenen yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algıları, haber dilini de etkileyeceği için haberlerin nitelikli ve eşitlikçi olması açısından büyük önem taşımaktadır.

5.1. Araştırmanın Problem İfadesi

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği toplumun her alanında yaşanmaktadır. Toplumdaki erkek egemen yapılanma, yerel medyada da görülmektedir. Yerel medyada çalışan kadın gazeteci sayısı, erkek gazetecilere oranla daha azdır. Elbette ki yerel medyada kadın çalışanların azlığı, tek başına toplumsal cinsiyet eşitsizliğinde anlamlı bir gösterge değildir. Kadın ve erkeklerin çalışma ortamında eşit şartlarda var olmaları, iş bölümünde cinsiyetlerine göre değil, mesleki yeterliliklerine göre görevlendirilmelerinin yapılması, yaptıkları eşit işler karşılığında eşit ücretler almaları, yükselme olanaklarının rasyonel kriterler ile belirlenmesi vb. gibi unsurlar da göz önünde bulundurulmalıdır. Tüm bunlar özellikle liberal feminizmin temel aldığı konulardır.

Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin en önemli göstergelerinden bir diğeri ise kadınlara ve erkeklere toplum tarafından biçilen rollerdir. Kadınların duyguları ile erkeklerin ise mantık çerçevesinde olayları değerlendirmeleri, kadınların korunmaya muhtaç, itaatkâr ve boyun eğen olmaları, erkeklerin liderlik özelliklerine sahip olmaları, kadınların ürkek korkuları olan erkeklerin ise kahraman cesur karakteristik özellikler taşımaları gibi kişilik yapılarına yönelik kalıp yargılar kadını erkeğe göre ikincil plana iten göstergelerdir.

Tarihsel ardalanı 19. yüzyıla uzanan feminist hareketler kadının toplumsal yaşamdaki hak mücadeleleri bağlamında günümüze dek devam etmektedir. Bu süreç içinde belli konularda kadınların toplumsal yaşam içinde kazanımları olsa da henüz kadın erkek eşitliğinin tam anlamıyla sağlandığı bir toplum düzeninin kurulmuş olduğu söylenemez. Bu eşitlik mücadelesinde bilimin hemen hemen her alanında araştırmalar yapılmış ve sürece katkı sağlayacak çözümler üretilmiştir.

Kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşamdaki önemi tartışılmaz bir gerçektir. Yerel basın ise kitle iletişim araçları arasında ayrıcalıklı bir öneme sahiptir. Demokrasi bilincinin yerel halktan başlayarak toplumun geneline yayıldığı düşüncesinden hareketle, bu bilincin oluşturulmasında ve yaygınlık kazanmasında yerel medya kuruluşları buldukları il ya da bölgede önemli bir yapı taşı oluşturmuştur.

Böylesine önemli bir konuma sahip olan yerel medya, çalışanları, habercilik pratikleri, yayınladıkları haberlere ilişkin analizler, kamuoyu ile olan etkileşimleri bağlamında bilimsel çalışmalar için birer araştırma alanı olmuştur. Mersin ili yerel medya çalışanları ile ilgili belirtilen konu başlıklarında bilimsel çalışmalar yapmak, sorunları ortaya koymak ve çözüm önerilerini tartışmak bu ilin yerel medyasının daha da güçlenmesine katkı sağlayacaktır.

Tüm bu tartışmalar ışığında bu çalışmanın odak noktası toplumsal cinsiyet ve feminist kuramlar bağlamında Mersin ili yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algılarını ve bu algılama biçimlerinin mesleklerine ne gibi bir etkisinin olduğunu saptamaktır. Bu çalışmanın temel sorunsalı Mersin ili yerel medyasında çalışan kadın ve erkeklerin cinsiyetçi bir yaklaşım sergileyip sergilemediklerini sorgulamaktır. Dolayısıyla araştırmanın konusu “Mersin ili yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algısı” olarak belirlenmiştir.

5.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Kuruluş tarihine ilişkin resmi belgeler olmamasına rağmen geçmişi 1800’lü yıllara dayanan Mersin İli birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır (Bulut, 2007:140). Tarihi ipek yolunun önemli ticaret merkezlerinden birisi olan Mersin günümüzde Avrupa ve Ortadoğu arasındaki konumu nedeniyle, tarım ve ticaret sektörlerinin yanı sıra gelişmiş sanayi sektörü ile ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayan bir merkezdir. Mersin’de ilk matbaa 1890 yılında gayrimüslimler tarafından kurulmuş “papazın matbaası” olarak anılmaya başlanmıştır. Mersin’de ilk gazete ise 1877 yılında basılmıştır. Yayıncılık tarihi çok eskilere dayanan Mersin ilinde günümüze dek farklı isimlerde çok fazla sayıda gazete yayınlanmıştır. Bulut’un yapmış olduğu “Mersin İlinin Yerel Gazete Tarihi” çalışmasında kentte basılan ilk gazeteden itibaren 2005 yılına kadar geçen süreçte yayınlanan gazeteler hakkında ayrıntılı bilgi verilmektedir (Bulut, 2007:141). Köklü bir yayıncılık geçmişi olan Mersin’in medya kuruluşları ile ilgili bilimsel çalışmalar yapmak, bu kuruluşların gelişimine katkı sağlayacak öneriler sunmak toplumsal sorumluluğun gereklerindedir.

Bu genel amaç doğrultusunda bu çalışma Mersin ili yerel medya çalışanlarına odaklanmaktadır. Araştırmanın yapıldığı dönem içinde Mersin’de günlük olarak faaliyet gösteren 9 yerel gazete, 17 radyo ve 6 televizyon kuruluşu bulunmaktadır. Araştırmanın kapsamında öncelikle medya çalışanlarının demografik yapısı tespit edilmiştir. Çalışanların

toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki algılarının cinsiyet farklılıklarına göre nasıl şekillendiğini ortaya koymak, medya kuruluşlarında toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dayalı yaşanan sorunların tespit edilerek, sorunların çözümüne yönelik önerilerin geliştirilmesi bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

5.3. Teorik Çerçeve ve Araştırma Soruları

Bu çalışma toplumsal cinsiyet ekseninde gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet algısının oluşması ve sürecine dâhil olan konular kavramsal ve kuramsal olarak ele alınmıştır. Kadınlık ve erkeklik olgusu yaratan unsurlar tartışılarak toplumsal cinsiyet eşitliğinin önemi kapsamlı bir şekilde açıklanmıştır. Toplumsal cinsiyet çalışmaları feminist hareketlerle bağlantılıdır. Feminizm kavramı, tarihsel süreçteki değişen ve gelişen feminist kuramları açıklanarak, kadınların sosyal, ekonomik, politik alanlara ilişkin gerçekleştirdikleri hak mücadeleleri ve kazanımları ortaya koyulurken; feminizmin toplumda algılandığı üzere sadece bir kadın hareketi olmadığı konusunun algılanabilmesi konusunda ayrıntılı bir inceleme yapılmıştır. Araştırmanın yerel medya çalışanları üzerine kurgulanması nedeniyle kitle iletişimi ve yerel medyanın yapısal özellikleri, toplumsal yaşamdaki önemi açıklanarak daha önceden yapılmış araştırmalar ile tespit edilmiş sorunları tartışılmıştır. Bu sorunlar toplumsal cinsiyet eşitsizliği temeline dayanan sorunlar ile birlikte ele alınmıştır.

Mersin ili yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algılarını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen araştırmada şu sorulara yanıt aranmaktadır:

- Yerel medya kuruluşlarında çalışan kadın erkek sayısının dağılımı nedir?
- Yerel medyada yönetim kademesinde çalışan kadın erkek oranı nedir?
- Yerel medya çalışanlarının yaptıkları haberler, haber kategorileri baz alındığında kadın erkek olmalarına bağlı olarak farklılık göstermekte midir?
- Yerel medya çalışanlarının ailevi yaşamlarının meslek kariyerlerine olan etkisinde, kadınlar ve erkekler arasında farklılık var mıdır?
- Yerel medya çalışanlarının çalışma koşulları, kadınlar ve erkekler arasında farklılık göstermekte midir?
- Yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet ve feminizm kavramları hakkındaki görüşleri nelerdir?
- Yerel medya çalışanlarına göre, kadınların mesleklerindeki avantaj ve dezavantajlı oldukları durumlar nelerdir?

5.4. Araştırmanın Önemi

Medyada toplumsal cinsiyet konusunda yapılan literatür taramasında, yapılan çalışmalarda daha çok kadın gazetecilerin yönetim bazında temsil sorunlarına odaklandığı görülmektedir. Medyada toplumsal cinsiyete yönelik çalışmaların sayıca yetersiz olduğu özellikle yerel medyada kadın ve erkek çalışanların toplumsal cinsiyet algılarına yönelik çalışmaların az olduğu gözlemlenmektedir. Medyanın kitleler üzerinde etkisi ele alındığında özellikle toplumsal cinsiyet çalışmalarının hem okuyucu hem de medya çalışanları açısından önem kazanmaktadır. Bu nedenle Mersin’de yerel medyada çalışan kadınların ve erkeklerin toplumsal cinsiyet bağlamında ele alınması; toplumsal cinsiyet temelinde yaşadıkları sorunların tespiti ve çözümleri konusuna yeni bir boyut kazandıracağı düşünülmektedir. Bu çalışma aynı zamanda yerel medyada çalışanlar arasında toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak amacıyla; çalışanların toplumsal cinsiyet algılarının değişmesi yönünde neler yapılabileceğine ilişkin de katkı sunmayı amaçlamaktadır.

5.5. Alanyazın

Zehra Dökmen’in “Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar” isimli eseri, araştırmada yararlanılan kaynaklar arasında yer almaktadır. Dökmen’in toplumsal cinsiyet ve toplumsal cinsiyet konusundaki tanımı ve ayrımı; toplumsal cinsiyet kuramlarının ayrıntılı olarak ele alınması araştırmanın kuramsal kısmına katkı sunmaktadır.

Araştırmada, Belkis Ulusoy Nalcıoğlu’nun Türkiye’de Yerel Basın “Türkiye’de Yerel Medya Çalışanları, Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm Önerileri” (2007) başlıklı makalesinde, yerel basının sorunları konusundaki tespitlerinden yararlanılmaktadır. Özellikle Ulusoy Nalcıoğlu’nun yerel basının ekonomik ve teknolojik sorunları araştırmaya katkı sağlamaktadır. Bu çalışma ile toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yaşandığı örgütlerde bu sorunlara farklı bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır.

Araştırmada Ali Murat Vural’ın “İşlev, önem ve misyonlarıyla yerel basın ve Eskişehir örneklemeden elde edilen bulgular” (2007) başlıklı çalışmasından yararlanılmaktadır. Vural’ın geniş perspektifle ele aldığı yerel basının kavramı, önemi araştırmada yer almaktadır. Eskişehir örnekleminde gerçekleştirilen çalışmadan farklı olarak bu araştırma Mersin ili örneğinde yerel medya çalışanlarının demografik özelliklerini ortaya koymaktadır.

Editörlüğü Suat Gezgin tarafından yapılan “Türkiye’de Yerel Basın (2007)” isimli eser zengin içerik ve konularıyla yerel basının detaylı analizinin yapıldığı bir kaynaktır. Bu araştırmada ise kitapta belirtilen fakat günümüzde halen daha tartışılan ve çözüm bekleyen

sorunlar vurgulanarak, konuya ilişkin güncel yaklaşımlar ve farklı nedenlerden kaynaklanan sorunlar tespit edilmiş, çözüm önerileri geliştirilmiştir.

5.6. Sayıtlar

Bu çalışma ile Mersin ili yerel medyasında çalışan kadın ve erkeklerin toplumsal cinsiyet algıları incelenmek istenmiştir.

Yerel medya çalışanların toplumsal cinsiyet algılarını ortaya koymak amacıyla Mersin ilinde günlük olarak faaliyet gösteren 9 yerel gazete, 17 radyo ve 6 televizyon kuruluşunun 78 çalışanına 02 Ocak-28 Şubat 2019 tarihleri arasında anket ve 10 kişiye 15 Mart-25 Nisan 2019 tarihleri arasında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır.

Bu çerçevede belirlenen sayıtların bazıları şunlardır:

- Mersin yerel medyasında çalışma koşulları, kadınlar için daha zor şartlar içermektedir.
- Kadın gazeteciler medya kuruluşlarının ve mesleki örgütlenmelerin yönetim yapısında yeterince temsil edilmemektedirler.
- Erkek gazeteciler toplumsal cinsiyet eşitliğini savunmaktadırlar.
- Erkek gazetecilerin çoğunluğu gazeteciliğın erkek mesleği olduğunu savunmaktadırlar.
- Kadın ve erkek medya çalışanlarının haber kategorilerine ilişkin algıları ve tutumları farklılık göstermektedir.
- Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bir göstergesi olan mobbinge kadın gazeteciler daha fazla maruz kalmaktadır.

5.7. Araştırmanın Metodolojisi

Bu araştırmada, kuramsal bilgilerin yer aldığı literatür taraması, varsayım sınamasına ilişkin olarak da anket ve derinlemesine görüşme tekniği türlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmaktadır.

Araştırma kapsamında Mersin'de günlük olarak faaliyet gösteren 9 yerel gazete, 17 radyo ve 6 televizyon kuruluşunun çalışanları ile ilgili mesleki örgüt temsilcilerine araştırmacı tarafından anket ve örneklem içinde belirlenen gruplara yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır.

Anket tekniği, özellikle Mersin yerel medyasında çalışanların toplumsal cinsiyet algılarını ölçmek için tercih edilen birincil elden veri toplama yöntemi olarak geçerli ve güvenilir bir bilimsel araştırma metodudur. Anket kapsamında katılımcılara sorular

yöneltilmektedir ve katılımcıların soruları yanıtlanmasıyla veriler toplanmaktadır. “Anket tekniği, survey araştırma modeli ile birlikte anılmaktadır. Anket genellikle kapalı sorulardan, gerektiği zaman açık sorulardan oluşur” (Bal, 2014:267).

Araştırma kapsamında ayrıca örneklem içinde belirlenen gruplara yarı yapılandırılmış görüşme tekniği de uygulanmıştır. “Yarı yapılandırılmış görüşme hem nitel hem de nicel araştırmalarda kullanılan bir yöntemdir” (Aslan, 2019:129). Bu yöntemin uygulanmasındaki amaç medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algılarının ne olduğunun tespit edilebilmesinde, kendi ifadelerinden yola çıkarak çıkarsamalarda bulunabilmektir. Bu çalışmada anket yöntemi ile elde edilen nicel veriler ve mesleki niteliklerin ölçüldüğü likert ölçeğinin yanı sıra kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile nitel verilerin toplanmasına ve yorumlanabilmesine olanak sağlamaktadır. “Likert ölçeğinde amaç bir olay hakkında katılımcıların düşünceleri, tutumları belirli bir düzen içerisinde derecelendirmektir. Bu ölçekte katılımcılara çeşitli yargılar ve ifadeler yöneltilir ve bu yargılara katılıp katılma derecelerini belirtmeleri istenir” (Aslan, 2019:141).

Araştırmanın ilk uygulaması olan anket kapsamında elde edilen sayısal veriler SPSS versiyon 23.0’da analiz edilerek tablolar ile yorumlanmıştır. Ayrıca ankete katılanlardan 10 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile mülakatlar yapılarak sözel iletileri izinleri doğrultusunda ses kaydı alınmıştır. Daha sonra kayıtlar deşifre edilerek yine görüşmeye katılanların isteği üzerine isimleri saklı tutulmuş ve B1, B2, B3...B10 şeklinde kodlanarak toplumsal cinsiyet algıları kendi ifadeleriyle ele alınmış ve çıkarımlar elde edilmiştir.

5.8. Örneklem

Araştırmacının uzun yıllar Mersin ilinde gazetecilik mesleğini yerine getirmiş olması, literatür taramalarında Mersin yerel medyası ile ilgili yapılmış sadece 1 tane yüksek lisans tezinin bulunması, Mersin ili yerel medya çalışanlarının genel yapısı ve toplumsal cinsiyet ile ilgili algılarına yönelik yüksek lisans düzeyinde tez çalışmasının olmaması, bu çalışmanın evreni olarak Mersin ili yerel medyasının seçilmesinde önemli bir etkindir. Çalışmanın örneklemine ise ankete katılan 78 yerel medya çalışanı oluşturmaktadır. Araştırmada olasılığa dayalı örnekleme yöntemlerinden kasti amaçlı örnekleme yöntemi seçilmiştir. Araştırmaya Mersin ili merkezinde bulunan yerel medya kuruluşlarında çalışanlar dahil edilmiştir.

5.9. Veri kaynakları

Araştırmada kavramsal ve kuramsal bilgilerin yer aldığı bölümde cinsiyet, toplumsal cinsiyet, kadınlık ve erkeklik rolleri, feminizm, iletişim, kitle iletişim, yerel medya ele

alınmaktadır. Tüm kavramları aktarılabilme için literatürde yer alan tez, makale, dergi, kitaplardan ikinci el veri kaynakları olarak yararlanılmaktadır.

Araştırmanın uygulama bölümünde gerçekleştirilen anket ve yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen sonuçlar ise birinci el verileri oluşturmaktadır.

5.10. Değişkenler

Araştırmanın bağımlı değişkeni yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algısıdır. Araştırmada cinsiyet değişkeni ise bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede araştırmada yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algısının cinsiyetlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bu bağlamda ankete katılan kadın ve erkek çalışanlar bağımsız değişken olarak ele alınmıştır.

5.11. Analiz Yöntemi

Bu çalışma ile Mersin ili yerel gazetelerinde, radyo ve televizyon kuruluşlarında çalışan toplam 78 kişiye anket uygulanarak toplumsal cinsiyet algıları ortaya konmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda medya çalışanlarına yönelik toplamda 44 soruluk anket formu oluşturulmuştur. Anket sorularının ilk 11'i çalışanların demografik yapılarını ortaya koymayı amaçlayan sorulardır. Anketin ikinci bölümünde çalışanların, organizasyon yapısı, meslek yaşamları ile yerel medyada mobbing ve tacize ilişkin düşüncelerini ortaya koymak amacıyla 33 önerme verilmiştir. Bu önermelere katılımcıların "tamamen katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum" şeklinde likert ölçekte belirlenen ifadeler doğrultusunda yanıt vermeleri sağlanmıştır. Araştırmacı tarafından hazırlanan anketler öncelikle tesadüfi olarak belirlenen yerel medya çalışanlarından bir gruba uygulanarak test edilmiştir. Anketin son şekli 78 medya çalışanına uygulanarak elde edilen veriler SPSS versiyon 23.0 ile analiz edilmiştir.

Bu çalışma kapsamında ayrıca ankete katılan 10 gönüllü ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Çalışanlara 6 açık uçlu soru yöneltilerek; toplumsal cinsiyet, feminizm gibi kavramlar hakkındaki bilgileri, yerel medyada toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki düşünceleri, kadınların bu sektörde karşılaştıkları ayrımcı tutumlara ilişkin görüşleri alınmıştır. Görüşmeler yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine uygun nitelikte çalışanların kendilerini rahat hissettikleri ve tercih ettikleri ortamlarda gerçekleştirilerek, izinleri doğrultusunda kayıt altına alınmıştır. Bu sayede medya çalışanları toplumsal cinsiyete ilişkin görüşlerini, yaşadıkları sorunları, mesleğe ilişkin memnuniyetlerini kendi ifadeleriyle

belirtmişlerdir. Elde edilen veriler ankete katılan ve kendileri ile görüşme yapılan medya çalışanlarının isimleri saklı tutularak analiz edilmiştir.

5.12. Sınırlılıklar

Bu alışma Mersin ili yerel medyasında faaliyet gösteren 9 yerel gazete, 17 radyo ve 6 televizyon kuruluşunda görev yapan medya çalışanlarına yönelik olarak uygulanmıştır. Araştırmanın yapıldığı dönem içinde yerel medya çalışanları ile yapılan görüşmeler doğrultusunda Mersin İl merkezinde faaliyet gösteren medya kuruluşlarında yaklaşık olarak 100 kişinin çalıştığı tespit edilmiştir. Araştırma medya çalışanları arasından ankete gönüllü olarak katılan 78 kişi ile sınırlıdır. Yarı yapılandırılmış görüşmeye ise ankete katılanlar arasından 10 kişi gönüllü olmuştur.

Bu araştırmada uygulanan ankette ilk olarak yerel medya çalışanlarının demografik yapısına ilişkin sorular mevcuttur. Mersin ili yerel medyasına yönelik gerçekleştirilen bu döneme ait (2019) ilk yüksek lisans tezi olması bakımından çalışanların genel profilini ortaya koymak adına bu bilgiler önem taşımaktadır. Çalışmanın medya mensuplarının toplumsal cinsiyet algılarına, toplumsal yaşamın kadın ve erkeği yüklediği rollerin yerel medya çalışanlarının meslek yaşantılarındaki yansımalarına odaklanması nedeniyle, analizler likert ölçekli sorular ile kadın/erkek çalışanların verdikleri cevaplar arasından oluşturulan korelasyon ile sınırlı tutulmuştur.

6. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Mersin ili yerel medya yapılanması içinde faaliyet gösteren kadın ve erkek çalışanların toplumsal cinsiyet algısını ortaya koymak amacıyla 9 yerel gazete, 17 radyo ve 6 televizyon kuruluşunda çalışan 78 medya mensubuna yönelik uygulanan anket ile 10 çalışanla yapılan yarı yapılandırılmış görüşme sonunda elde edilen verilere ilişkin bulgular ve yorumlar tablolastırılarak analiz edilmiştir.

6.1. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde araştırma kapsamında yapılan ankettten elde edilen bulgular ve yorumlarına yer verilmiştir. Anket sorularına verilen yanıtlar doğrultusunda elde edilen veriler tablolastırılmıştır. Ayrıca yarı yapılandırılmış görüşme sırasında kayda alınan sözel ifadeler deşifre edilerek, yorumlanmıştır.

6.1.1. Ankettten Elde Edilen Bulgular

Bu bölümde, araştırmaya katılmak konusunda gönüllü olan 78 yerel medya mensubuna uygulanan anket sonuçlarından elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Yerel medya çalışanlarına yöneltilen ankette, çalışanların demografik özelliklerini ortaya koymanın yanı sıra likert ölçeğiyle de çalışanların toplumsal cinsiyet algıları ölçülmeye çalışılmıştır.

Tablo 6.1. Ankete Katılan Yerel Medya Çalışanlarının Yaşlarına Göre Dağılımı

20 yaş-30 yaş	31 yaş-40 yaş	41 yaş-50 yaş	51 yaş-60 yaş	61 yaş ve üstü
32	17	18	9	2

Araştırmaya katılan 78 kişinin 49'unu 20-40 yaş aralığındaki çalışanlar oluşturmaktadır. Tablo 2'de görüldüğü üzere 29 kişi ise 41 yaş ve üstündeki çalışanlardır. Bulgulardan da anlaşılacağı üzere Mersin ili yerel medya çalışanlarının genç nesil olduklarını söylenebilir. 41 yaşın üzerinde olan 29 kişinin mesleki tecrübeleri göz önünde bulundurulduğunda, deneyimlerini genç nesle aktarmalarının nitelikli insan gücü açısından avantaj sağlayabileceği düşünülmektedir.

Tablo 6.2. Ankete Katılan Yerel Medya Çalışanlarının Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Kadın	Erkek	Toplam
23	55	78

Yerel medya çalışanları cinsiyetlerine göre sınıflandırıldığında üzere (Tablo 6.3), 78 kişiden %70.5'ini erkek çalışanlardan, %29,5'ini ise kadın çalışanlardan oluşmaktadır. Türkiye'deki medya yapılanması için erkek egemen yapının varlığı, Mersin ili yerel medyası için için de geçerlidir.

Tablo 6.3. Ankete Katılan Yerel Medya Çalışanlarının Mesleki Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

MESLEKİ EĞİTİM DÜZEYİ	İLETİŞİM MESLEK LİSESİ	ÖN LİSANS PROGRAMI	LİSANS	KURS VE SEMİNER	TOPLAM SAYI
KADIN	1	1	9	2	13
ERKEK	1	9	14	9	33
TOPLAM	2	10	23	11	46

Gazetecilerin eğitim durumu sorgulandığında (Tablo 6.4) 78 kişiden toplam %59'u mesleki eğitim aldığını, %41'i ise herhangi bir mesleki eğitim almadığını belirtmektedir. Kadın çalışanların %56.5'i erkek çalışanların ise %60.1'i mesleki bir eğitim almıştır. Gazetecilik eğitimi, haberlerin toplumsal sorumluluk ve gazetecilik etik kurallarına uygun nitelikte yapılmasını sağlamaktadır. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda; yerel medyanın genel sorunları içinde yer alan "nitelikli insan gücü" Mersin ili yerel medyası adına bu sorunun en aza indirildiği görülmektedir. Ayrıca İletişim fakültelerinin müfredatlarında yer alan medya ve toplumsal cinsiyet dersleri fakülte mezunu çalışanların toplumsal cinsiyet algılarının şekillenmesine doğrudan katkı sunmaktadır.

Tablo 6.4. Yerel Medya Çalışanlarının Görev Dağılımı

BASIN ÇALIŞANLARININ GÖREV DAĞILIMI	Kadın	Erkek	Toplam
MUHABİR	6	21	27
FOTO MUHABİR	-	4	4
EDİTÖR	2	4	6
HABER MÜDÜRÜ	1	1	2
MİZANPAJ	-	3	3
SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ	1	3	4
GENEL YAYIN YÖNETMENİ	-	5	5
BÜRO ŞEFİ	1	2	3
GAZETE İMTİYAZ SAHİBİ	1	2	3
KAMERAMAN	1	13	14
KURGUCU	2	4	6
KÖŞE YAZARI	1	2	3
SPIKER	5	2	7
RADYO VE TV PROGRAMCISI	7	4	11
REJİ	-	3	3
TEKNİK VE YARDIMCI PERSONEL	6	8	14
	34	81	115

*Çalışanlar birden fazla görev yürütmektedir.

Yerel medya çalışanlarının görev dağılımlarına bakıldığında (Tablo 6.5), iki temel unsur dikkat çekmektedir. Bunlardan ilki çalışanların birden fazla görevi üstlenmiş olmaları, diğeri ise kadın ve erkek çalışanlar arasındaki cinsiyet temelli görev farklılıklarıdır.

Çalışanların görev dağılım tablosunun niceliksel analizinden elde edilen sonuç yerel medyanın sorunlarının da bir yansıması olmaktadır. Yerel medyanın sorunları arasında, kuruluşların, ihtiyacın altında eleman çalıştırdığı, çalışanların ise birden fazla görev yaptđı gözlemlenmektedir. Tablo 6.5’de de Mersin ili yerel medyasının bu sorunu açıkça grlmektedir.

Ankete katılan 78 yerel medya çalışanı yaptıkları işler bağlamında değerlendirildiğinde; birden fazla görevi üstlendikleri tespit edilmiştir. Bu görevler içinde çalışanlar en fazla ‘‘muhabirlik’’ görevini yerine getirmektedirler. Muhabirlik görevi toplamda 27 çalışan tarafından yrtlmektedir. Diğer taraftan çalışanların 14’ kameramanlık görevini, 11’i radyo-TV programcılığını yerine getirdiğini ifade etmiştir. Ankete katılanların 6’sı editörlük, 5’i genel yayın yönetmenliği, 4’ ise sorumlu yazı işleri müdürlüğü yaptđını belirtmiştir.

Çalışmada elde edilen ve çalışmanın temel sorununa bulgu niteliği taşıyan en önemli gösterge, bu tabloda yer alan cinsiyet temelli görev dağılımı olmaktadır. Tabloda yer alan görevleri yerine getiren çalışan sayısı 115 iken bununun 34’n kadınlardan, 81’ini ise erkek çalışanlar oluşturmaktadır. Bu muhabirler içerisinde 6 kadın, 21 de erkek muhabir görev yapmaktadır. Ankete katılan medya çalışanları bu bağlamda değerlendirildiğinde; erkek muhabirlerin sayısı kadın muhabirlerin sayısından üç kat fazla olduğu, erkek çalışanların sahada daha aktif çalıştığı ortaya çıkmıştır. Foto muhabirliği görevini 4 erkek çalışan yürüttüğü halde, bu görevde hiçbir kadın çalışanın yer almadığı grlmektedir. Diğer görevler değerlendirildiğinde; ankete katılan yerel medya çalışanları arasında 6 editörden 2’si kadın, 4’ erkek çalışandan oluşmaktadır. Haber müdürlüğü 1’er olmak üzere kadın ve erkek çalışanlar arasında eşit dağılmıştır. Sayfa tasarımı olarak da adlandırılan mizanpaj görevi ise sadece çalışmaya katılan 3 erkek çalışan tarafından yrtlmektedir. Ankete katılan kadın çalışanlar arasında hiç biri mizanpaj görevini üstlenmemiştir. Mersin yerel medyasında yönetimin üst kademelerini oluşturan imtiyaz sahipliği, genel yayın yönetmenliği gibi görevlerde de yine kadınların sayısı erkeklere oranla oldukça düşüktür.

Medya yapılıması içerisinde gazete imtiyaz sahipliği çok önemli bir sorumluluktur. Özellikle yerel medyanın yönetim ve organizasyon yapısı bakımından imtiyaz sahipleri gazete yönetiminde ve haber üretim sürecinde son derece belirleyici bir rol üstlenmektedirler. Ankete katılan 3 gazete imtiyaz sahibinden 1’i kadındır. Dolayısıyla Mersin ili yerel medyasında sadece bir kadının imtiyaz sahibi olması mülkiyet yapısı bağlamında da erkek egemen bir yapının hâkim olduğunun göstergesidir. Aynı zamanda bu durum genel yayın yönetmenliği ve sorumlu yazı işleri müdürlüğü konusunda da geçerli olmaktadır. Genel yayın yönetmenliği görevi ankete

katılanlar arasında sadece 5 erkek çalışan tarafından yürütölmektedir. Bu görevde hiçbir kadın çalışanın olmaması mesleki kariyer anlamında kadınların bu önemli görevlerde yer almadığının bir göstergesidir. Ankete katılanlardan sadece 1 kadın çalışan, sorumlu yazı işleri müdürlüğünde görevli iken, bu görevi üstlenen erkek sayısı 3'dür. Büro şefliği 1 kadın çalışan, 2 erkek çalışan olmak üzere 3 basın çalışanı tarafından yürütölmektedir.

Yerel medya çalışanlarının görev dağılımı incelendiğinde gazete imtiyaz sahipliği, genel yayın yönetmenliği, yazı işleri müdürlüğü ve büro şefliği gibi üst kademe yönetiminde çalışan erkek sayısı (10 kişi) bu sorumlulukları üstlenen kadın çalışan (3 kişi) sayısına göre oldukça fazladır. Tüm bunlar Mersin ili yerel medyasında erkek egemen bir yapı olduğunun ve yönetim kademelerinin de erkeklerden oluştuğunun bir göstergesidir.

Kameramanlık görevi, ankete katılan 1 kadın çalışan ve 13 erkek çalışan tarafından yürütölmektedir. Bir saha görevi olan kameramanlık işinde erkek çalışanların tercih edildiği görölmektedir. Kurgu görevini, 2'si kadın, 4'ünü erkek çalışan olmak üzere 6 kişi yürütmektedir. Mersin ili yerel medyasında ankete katılan 3 köşe yazarı arasında sadece 1 kadın köşe yazarının yer aldığı görölmektedir. Çalışmaya katılanlar arasında 7 spiker içerisinde 5 kadın spiker, 2 erkek spiker yer almaktadır. 11 programcının içerisinde 7'sini kadın, 4'ünü erkek çalışanlar oluşturmaktadır. Kadınlar medya yapılanması içerisinde daha çok ekran önünde program yapıcılığı ve spikerlik görevlerinde tercih edilmektedir. Mersin ili yere medyasında da spikerlik ve program yapıcılığı görevlerinde kadınların sayısının fazla olması bu durumun bir göstergesi sayılabilir. Rejide 3 erkek çalışan görev yaparken, bu görevde hiçbir kadın çalışanın olamaması da dikkat çekicidir. Teknik ve yardımcı personel görevi ise 14 çalışandan 6 kadın çalışan, 8 erkek çalışan tarafından yürütölmektedir.

Mersin ili yerel medya yapılanması içerisinde kadınların televizyon, gazete ya da radyo yapılanması içerisinde yönetim kademesindeki temsiliyet sorunu, muhabirlik ve kameramanlık görevinde de kendini göstermektedir. Kamusal alanda olmayı gerektiren muhabirlik ve kameramanlık gazetecilik için son derece aktif bir görevdir. Kadın çalışanların bu görevlerde olmaması, onları masa başı gazeteciliğe yönlendiren önemli bir faktördür. Spikerlik ve TV programcılığında ise kadın çalışanlar bu kez erkeklere oranla ekran önünde daha fazla aktif rol üstlenmektedirler. Kadınların ekranda spiker ve programcı olarak görev yapmaları toplumsal cinsiyet rolleri ile örtüşen bir durumdur. Güzel ve alımlı kadınların ekran önünde yer almaları yaygın medyada karşılaşılan bir sorundur. Bu durum Mersin yerel medyası için de geçerlidir.

Toplumsal cinsiyet eşitliğini belirleyen bir diğer önemli gösterge de kadın ve erkeklerin aynı görevleri yerine getirmelerine rağmen aralarında ücret eşitsizliğinin yaşanmasıdır. Mersin ili yerel medya çalışanlarını aldıkları ücretler bağlamında değerlendirildiğinde, kadın muhabir, kurgucu, spiker ve programcılardan bazıları erkeklere oranla asgari ücret ve asgari altı ücret aldıklarını ifade etmişleridir. Bu görevleri yerine getiren toplamda 21 erkek personel asgari

üstü ücret aldıkları konusunda bilgi vermiş, aynı görevleri yerine getiren kadın çalışanlar arasında ise hiçbiri asgari üstü ücret aldığını belirtmemiştir. Ortaya çıkan bu sonuç Mersin yerel medyasında aynı görevi yapan kadın ve erkekler arasında maaş eşitsizliği yaşandığının bir göstergesidir. Liberal feminist hareketinin temelini oluşturan “eşit işe eşit ücret” politikasının uygulanması ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin bu şekilde sağlanabileceği görüşünden hareketle, yerel medya çalışanlarının bu sorun ile karşı karşıya kaldıkları söylenebilir.

Tablo 6.5. Yerel Medya Çalışanlarının Mesleki Tecrübeleri

	1 YILDAN AZ	1-10 YIL	11-20 YIL	21-30 YIL	31-45 YIL	TOPLAM
KADIN	1	14	5	2	1	23
ERKEK	1	21	14	16	3	55

Yerel medya çalışanlarının mesleki tecrübeleri ele alındığında meslekte uzun yıllar görev yapan erkek gazetecilerin olması dikkat çekicidir. Meslekte 11 yıl ve üstü görev yapan kadın çalışan sayısı 8 kişi iken, erkek çalışan sayısı 33’tür. 11 yıl ve üstü çalışan erkek gazeteci sayısı kadın gazeteci sayısının üç katıdır. 31-45 yıl çalışan 4 kişiden sadece 1’inin de kadın olması önemli bir bulgudur. Meslekte geçen süre gazetecilik pratikleri açısından son derece önemlidir. Bu meslekte tecrübe ve deneyim sahibi olmak toplumsal sorunların ifade edilmesinde ve kamuoyu oluşturmada habercilik adına tercih edilen bir durumdur. Kadınların meslekte sayıca daha fazla var olmaları kadar sürekliliklerinin de sağlanması önemli bir kazanımdır. Erkek çalışanların meslekte yıllar içinde daha fazla yer aldıkları, kadınların ise yıllar içinde meslekten ayrıldıkları sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 6.6. Yerel Medya Çalışanlarının Meslek Kuruluşlarına Üyelik Durumları

MERSİN GAZETECİLER CEMİYETİ	TÜRK SPOR YAZARLARI DERNEĞİ	TÜRKİYE GAZETECİLER SENDİKASI	TÜRKİYE GAZETECİLER CEMİYETİ	RADYO TELEVİZYON YAYINCILARI MESLEK BİRLİĞİ	ÜYE DEĞİLİM
42	1	3	1	1	30

Tablo 6.7’de de görüldüğü üzere ankete katılan yerel medya çalışanlarının yüzde 61,5’i mesleki bir kuruluşa üye olduğunu, %38,5’i de üye olmadığı ifade etmiştir. Mersin yerel medyasında %53,8’i Mersin Gazeteciler Cemiyeti’ne, %1,3’ü Türkiye Spor Yazarlar Derneği’ne, %3,8’i Türkiye Gazeteciler Sendikası’na, %1,3’ü Türkiye Gazeteciler Cemiyeti’ne ve %1,3’ü Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği’ne üye olduğunu ifade etmiştir. Mesleki örgütlülük, basın çalışanlarının seslerini duyurabilmeleri ve haklarını gözetebilmeleri açısından çok

önemlidir. Bu açıdan bakıldığında ankete katılan basın çalışanları arasında örgütlü bir yapının bulunduğu görülmektedir.

Tablo 6.7. Cinsiyete Göre Üye Olunan Meslek Kuruluşları

	KADIN	ERKEK	TOPLAM
MERSİN GAZETECİLER CEMİYETİ	10	32	42
TÜRK SPOR YAZARLARI DERNEĞİ	-	1	1
TÜRKİYE GAZETECİLER SENDİKASI	2	1	3
TÜRKİYE GAZETECİLER CEMİYETİ	-	1	1
RADYO TELEVİZYON YAYINCILARI MESLEK BİRLİĞİ	-	1	1
ÜYE DEĞİLİM	11	19	30
TOPLAM	23	55	78

Kadın ve erkek çalışanların örgütlenme durumları incelendiğinde (Tablo 6.8) kadınların %52,9'u, erkeklerin %65,4'ü bir mesleki kuruluşa üyedir. Medya çalışanlarından 10 kadın ve 32 erkek çalışan Mersin Gazeteciler Cemiyeti'ne ve üye olduğunu ifade etmiştir. Kadın çalışanların neredeyse yarısı herhangi bir mesleki kuruluşa üye olmadığını belirtmiştir. Kadınların mesleklerinde yaşadıkları sorunları dile getirmeleri bu sorunların çözümünde belirleyici rol üstlenmeleri ancak meslek kuruluşlarına aktif katılımları ile gerçekleşebilir. Kadınların toplumsal cinsiyet eşitsizliği gibi konularda hak mücadelelerine erkeklerin katılımını sağlamaları, ancak kendilerinin bu örgütlerde daha fazla yer almaları ile mümkündür.

Tablo 6.8. Yerel Medya Çalışanlarının Medya Sektöründen Önceki Çalışma Yaşamları

	SADECE MEDYA SEKTÖRÜNDE ÇALIŞTIM	BAŞKA SEKTÖRLERDE ÇALIŞTIM	TOPLAM
KADIN	14	9	23
ERKEK	37	18	55

Tablo 6.9'da görüldüğü üzere, sadece medya sektöründe çalışanların sayısı %65,4, daha önce başka sektörde ise %34,6 orandadır. Çalışanların medya sektöründen önce başka sektörde çalışma durumları cinsiyetlerine göre incelendiğinde daha önce başka sektörde çalıştıklarını belirten kadın sayısı 9, erkek sayısı 18 olmak üzere toplam 27 kişidir. Sadece medya sektöründe çalıştığını ifade eden kadın sayısı 14, erkek sayısı 37 olmak üzere toplam 51 kişidir. Genel olarak

kadın ve erkek çalışanları yarıdan fazlası sadece medya sektöründe çalışmışlardır. Farklı sektörlerde çalışıp daha sonra medya kuruluşlarını tercih etmek çalışanlar açısından medyanın bir çekim merkezi olduğunun göstergesi sayılabilir. Medya sektöründe çalışmanın hem kadın hem de erkek çalışanlar için bir tercih sebebi olması Mersin ili yerel medya kuruluşları adına olumlu bir sonuçtur.

Araştırmada likert ölçeklendirme ile çalışanların organizasyon yapısına ilişkin görüşleri, haber üretim sürecine ilişkin görüşleri ve meslek yaşamına ilişkin görüşleri sorgulanmıştır. Çalışanların, yöneltilen ifadelere “tamamen katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum” şeklinde cevap vermeleri beklenmiştir. Bu bölümde çalışanların verdikleri yanıtlar cinsiyet farklılıkları ile korelasyon yapılarak analiz edilmiştir. Verilere ilişkin analizler ve yorumlar tablo 10-11 ve 12 de yer almaktadır. Araştırmada elde edilen verilerin faktör ve frekans dağılımları, Pearson Ki-Kare analizine göre yapılmıştır. Yorumlar ise medya çalışanlarının sayıları baz alınarak frekans değeri ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 6.9. Yerel Medyanın Organizasyon Yapısına İlişkin Düşünceleri

YEREL MEDYANIN ORGANİZASYON YAPISINA İLİŞKİN DÜŞÜNCELERİNİZ	TAMAMEN KATILYORUM				KATILYORUM				KARARSIZIM				KATILMIYORUM				KESİNLİKLE KATILMIYORUM			
	KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Çalıştığım kurumda erkek egemen bir yapı yoktur.	8	10,3%	23	29,5%	6	7,7%	14	17,9%	2	2,6%	4	5,1%	6	7,7%	12	15,4%	1	1,3%	2	2,6%
Genel olarak, Mersin ili yerel medya kuruluşlarında erkek egemen bir yapı vardır.	7	9%	9	11,5%	7	9%	25	32,1%	3	3,8%	6	7,7%	6	7,7%	12	15,4%	-	-	3	3,8%
Çalıştığım kurumda kadınların da yönetici olmalarında herhangi bir engel yoktur.	17	21,8%	27	34,6%	4	5,1%	26	33,3%	-	-	1	1,3%	2	2,6%	1	1,3%	-	-	-	-
Çalıştığım kurumda kadın yöneticilerle çalışmayı tercih ederim.	4	5,1%	16	20,5%	9	11,5%	18	23,1%	5	6,4%	15	19,2%	5	6,4%	5	6,4%	-	-	1	1,3%
Çalıştığım kurumda erkek yöneticilerle çalışmayı tercih ederim.	-	-	6	7,7%	6	7,7%	19	24,4%	7	9%	18	23,1%	9	11,5%	10	12,8%	1	1,3%	2	2,6%
Kadınlar meslek örgütlerinde yönetici kademesinde daha fazla yer almalıdır.	21	26,90%	21	26,90%	1	1,30%	24	30,80%	-	-	6	7,70%	1	1,30%	1	1,30%	-	-	3	3,80%

Mersin ili yerel medya çalışanlarının içinde buldukları organizasyon yapısına ilişkin görüşleri Tablo 6.10'da belirtildiği şekildedir.

“Çalıştığım kurumda erkek egemen bir yapı yoktur.” ifadesine 51 kişi katılırken, 21 kişi de katılmadığını belirtmiştir. Söz konusu soru kadın ve erkek yerel medya çalışanlarının verdikleri cevapların dağılımı çerçevesinde değerlendirildiğinde daha çok erkeklerin bu ifadeye katıldıkları dikkati çekmektedir. Ankete katılan 55 erkekte 37'si çalıştıkları kurumda erkek egemen bir yapının olmadığı yönünde görüş bildirmiştir. Dolayısıyla erkeklerin sadece 1/3'ü içinde buldukları kurumda erkek egemen yapının altını çizmektedir.

Ankete katılan 23 kadından 14'ü çalıştığı kurumda erkek egemen bir yapının olmadığını belirtmiştir. Söz konusu sayılar erkek çalışanlara ilişkin sayılardan düşük olsa da kadınların içinde buldukları çalışma ortamında erkek egemen yapının varlığını önemli oranlarda kabul etmemeleri dikkat çekici bir durumdur.

“Genel olarak, Mersin ili yerel medya kuruluşlarında erkek egemen bir yapı vardır.” ifadesine 48 kişi katıldığını, 21 kişi de katılmadığını belirtmiştir. 6 kadın, 15 erkek çalışan ise Mersin yerel medya kuruluşlarında erkek egemen yapının olmadığını ifade etmiştir. 14 kadın ve 34 erkek çalışan Mersin'de yerel medya kuruluşlarında erkek egemen yapının bulunduğunu ifade etmiştir. Ankete katılan 23 kadın ve 55 erkek çalışan dikkate alındığında bu rakamlar çok önemlidir. Yani kadın çalışanların yarısından fazlası Mersin'de yerel medya kuruluşlarında erkek bir egemen yapının bulunduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Sayısal verilerden elde edilen bulgulara göre, hem kadın hem de erkek çalışanların kendi kurumları ile ilgili değerlendirmeleri yaparken, erkek egemen yapının varlığını kabul etmemeleri söz konusu iken, Mersin ili genel değerlendirmesinde tersi bir durum ortaya çıkmaktadır. Çalışanların önemli bölümü Mersin ili yerel medya kuruluşlarında erkek egemen yapının hâkim olduğunu vurgulamıştır. Aslında bu durum önemli bir ikilemi de ortaya koymaktadır.

“Çalıştığım kurumda kadınların da yönetici olmalarında herhangi bir engel yoktur.” ifadesine 74 olumlu görüş bildirirken, 3 kişi de ifadeye katılmamıştır. Çalıştıkları kurumda kadınların da yönetici olmalarında herhangi bir engel olmadığını düşünenlerin 21'i kadın, 53'ü erkektir. Bu ifadeye 2 kadın ve 1 erkek ise katılmamıştır. Ankete katılan 78 çalışandan 74'ünün toplumsal cinsiyet eşitliği açısından kadın çalışanları yönetici olmaları konusunda desteklemeleri çok önemli bir sonuçtur. Bu bağlamda, iş yaşamında kadınların kariyerini olumsuz yönde etkileyen cam tavanların Mersin ili yerel medyası için erkekler tarafından oluşturulmadığı sonucu çıkmaktadır.

“Çalıştığım kurumda kadın yöneticilerle çalışmayı tercih ederim.” ifadesine 47 kişi olumlu yönde görüş bildirirken, 11 kişi ise katılmamaktadır. Kadın ve erkek çalışan olarak değerlendirildiğinde ise 13 kadın ve 34 erkek çalışan kadın yöneticilerle çalışmayı tercih ettiklerini ifade etmiştir. Ankete katılan 23 kadından ve 55 erkek çalışandan yarısından fazlası

kadın yöneticilerle çalışmayı tercih etmektedir. Kadın yöneticilerle çalışmayı tercih etmeyen kadın sayısı 5, erkek sayısı da 6'dır. Ankete verilen cevaplarda dikkati çeken önemli noktalardan bir tanesi de erkeklerin kadın yöneticilerle çalışmak konusunda, kadınlara göre daha istekli olmalarıdır.

“alıştığım kurumda erkek yöneticilerle çalışmayı tercih ederim.” ifadesine 31 kişi katılırken, 22 kişi ise katılmamaktadır. Kadınlardan 6'sı, erkeklerin 25'i, erkek yöneticilerle çalışmayı tercih ettiğini ifade etmiştir. 10 kadın ve 12 erkek ise erkek yöneticilerle çalışmayı tercih etmemektedir.

“Kadınlar meslek örgütlerinde yönetici kademesinde daha fazla yer almalıdır” ifadesine 67 kişi katılırken, 5 kişi de katılmamaktadır. Kadınlardan 22'si, erkeklerin 45'i kadınların meslek örgütlerinde yönetici olarak daha fazla yer almalarını olumlu bulmuştur. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde kadın ve erkeklerin neredeyse tamamı ifadeye katılırken, 1 kadın ve 4 erkek kadınların meslek örgütlerinde yönetici olarak daha fazla yer almalarını istememektedir.

Medya alışanlarının yönetim organizasyon yapısına yönelik görüşlerine ilişkin genel değerlendirme: Tablo 6.10'da ifade edildiği üzere genel olarak erkek çalışanların kadın çalışanları hem meslekteki varlıkları, hem de yönetim kademesinde olmaları konusunda onları destekledikleri grlmektedir. Ayrıca kadınların meslek örgütlerinde yönetici olmaları gerektiği konusunda da erkek çalışanların olumlu düşünceye sahip olmaları sektörde yaşanılan sorunların çözümünde kadınların söz sahibi olmalarına yönelik bir güven duygusu taşıdıklarının da bir ifadesi olarak algılanabilir. Bu durum feminist bakış açısıyla değerlendirildiğinde; Mersin yerel medya çalışanlarının medya yapılanması içinde kadın erkek eşitliğini savundukları ve kadının bu yapılanma içinde ikincil bir konumda olmaması gerektiği inancı ortaya çıkmaktadır.



Tablo 6.10. Yerel Medya Çalışanlarının Haber Üretim Sürecindeki Düşünceleri

HABER ÜRETİM SÜRECİNDEKİ DÜŞÜNCELERİNİZ	TAMAMEN KATILYORUM				KATILYORUM				KARARSIZIM				KATILMIYORUM				KESİNLİKLE KATILMIYORUM			
	KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK		KADIN	ERKEK		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Erkek çalışanlar şiddet olaylarını haberleştirirken, daha mantıklı ve soğukkanlı davranış sergilerler.	1	1,30%	11	14,10%	4	5,10%	14	17,90%	7	9,00%	15	19,20%	6	7,70%	9	11,50%	5	6,40%	6	7,70%
Kadın çalışanların haber dili, erkek çalışanlar ile kıyaslandığında daha duygusal ifadeler içerir.	1	1,30%	9	11,50%	9	11,50%	23	29,50%	2	2,60%	8	10,30%	6	7,70%	11	14,10%	5	6,40%	4	5,10%
Terör ve şiddet olaylarında daha çok erkek çalışanların görevlendirilmeleri doğrudur.	1	1,30%	8	10,30%	2	2,60%	13	16,70%	3	3,80%	8	10,30%	11	14,10%	23	29,50%	6	7,70%	3	3,80%
Kadın çalışanlar rutin haberlerde daha başarılıdır.	-	-	1	1,30%	4	5,10%	13	16,70%	1	1,30%	10	12,80%	11	14,10%	25	32,10%	7	9,00%	6	7,70%
Kadın çalışanlar tek başlarına bölge haberleri yapmak üzere şehir dışında görevlendirilebilirler.	12	15,40%	10	12,80%	10	12,80%	26	33,30%	-	-	8	10,30%	1	1,30%	9	11,50%	-	-	2	2,60%
Erkek çalışanlar politika haberlerinde kadın çalışanlara göre daha başarılıdır.	-	-	3	3,80%	-	-	3	3,80%	2	2,60%	8	10,30%	11	14,10%	31	39,70%	10	12,80%	10	12,80%
Savaş muhabirliği erkek gazetecilerin uzmanlık alanıdır.	-	-	9	11,50%	2	2,60%	9	11,50%	2	2,60%	11	14,10%	8	10,30%	17	21,80%	11	14,10%	9	11,50%
Foto muhabirliği için erkek gazeteciler daha uygundur.	1	1,30%	3	3,80%	-	-	8	10,30%	1	1,30%	6	7,70%	10	12,80%	29	37,20%	11	14,10%	9	11,50%
Ekonomi haberlerinde kadın gazeteciler erkek gazetecilere oranla daha az başarılıdır.	1	1,30%	2	2,60%	1	1,30%	1	1,30%	-	-	8	10,30%	9	11,50%	29	37,20%	12	15,40%	15	19,20%
Spor muhabirliği erkek gazetecilerin alanıdır.	-	-	4	5,10%	-	-	8	10,30%	1	1,30%	8	10,30%	10	12,80%	25	32,10%	12	15,40%	10	12,80%
Eğitim haberlerinde erkek gazeteciler daha başarılıdır.	1	1,30%	-	-	-	-	4	5,10%	1	1,30%	4	5,10%	8	10,30%	36	46,20%	13	16,70%	11	14,10%

Araştırmada haber üretim sürecine ilişkin kadın ve erkekler arasında eşitlikçi bir görev dağılımının olup olmadığı da sorgulanmak istenmiştir. Bu amaçla Tablo 6.11’de yer alan ifadelerin kadın ve erkek çalışanlar tarafından nasıl algılandığı, toplumsal yaşamda kadın ve erkeklere atfedilen roller bağlamında analiz edilmiştir. Aynı zamanda bu toplumsal rollerin mesleklerine olan etkileri de bu bölümde sorgulanarak yorumlanmıştır.

“Erkek çalışanlar şiddet olaylarını haberleştirirken, daha mantıklı ve soğukkanlı davranış sergiler.” ifadesine 30 kişi katılırken, 26 kişi ise katılmamaktadır. Kadın ve erkek çalışanlar değerlendirildiğinde, 25 erkek ve 5 kadın, erkek çalışanların şiddet olaylarını haberleştirirken daha mantıklı ve soğukkanlı davranış sergilediğini belirtmiştir. Bu sonuç, toplumda kadınlara atfedilen duygusallık, naiflik, erkeklere atfedilen mantık ve akli temsil etme gibi kalıp yargıların bir göstergesidir. 11 kadın ve 15 erkek çalışan ise bu ifadeye katılmamaktadır.

“Kadın çalışanların haber dili, erkek gazeteciler ile kıyaslandığında daha duygusal ifadeler içerir.” İfadesine 41 kişi katılırken, 26 kişi ise katılmamaktadır. 10 kadın ve 31 erkek çalışan kadın çalışanların haber dilinin erkek gazeteciler ile kıyaslandığında daha duygusal ifadeler içerdiğine olumlu yanıt vermiştir. Erkek çalışanların yarısından fazlası bu ifadeye katıldıklarını belirtmiştir. 11 kadın ve 15 erkek çalışan ise bu ifadeye katılmamıştır.

“Terör ve şiddet olaylarında daha çok erkek çalışanların görevlendirilmeleri doğrudur.” 24 yerel medya çalışanı bu ifadeye katılırken, 47 kişi ise katılmamaktadır. Kadın çalışanların 3’ü, erkek çalışanların 21’i de bu ifadeyi olumlu bulurken, 17 kadın ve 26 erkek çalışan ise ifadeye katılmamıştır. 26 erkek çalışan terör ve şiddet olaylarında erkek çalışanların görevlendirmelerini doğru bulmamaktadır.

“Kadın çalışanlar rutin haberlerde daha başarılıdır.” ifadesine 18 kişi olumlu yanıt verirken, 49 kişi katılmamıştır. 4 kadın, 14 erkek çalışan kadınların rutin haberlerde daha başarılı olduğunu ifade ederken, 18 kadın ve 31 erkek çalışan da bu ifadeye katılmamaktadır. Pek çok gazetecinin aynı anda takip ettiği haberler olarak tanımlanan rutin haberlerde, kadınların daha başarılı olduğu ankete katılan erkeklerin yarısından fazlası tarafından kabul edilmemektedir.

“Kadın çalışanlar tek başlarına bölge haberleri yapmak üzere şehir dışında görevlendirilebilirler.” İfadesine 60 kişi olumlu, 12 kişi de olumsuz yanıt vermiştir. 22 kadın ve 36 erkek çalışan kadınların haber için şehir dışında da görevlendirebileceğini düşünmektedir. Bu sonuç, araştırmaya katılan kadın çalışanların neredeyse tamamını, erkek çalışanın da yarısını oluşturmaktadır. 1 kadın ve 11 erkek çalışan ise bu ifadeye katılmamaktadır.

“Erkek çalışanlar politika haberlerinde kadın çalışanlara göre daha başarılıdırlar.” İfadesine 6 kişi katılırken, 62 kişi ise katılmamaktadır. Hiçbir kadın çalışan

erkek çalışanların politika haberlerinde kadınlara göre daha başarılı olduğunu düşünmemektedir. Bunun yanında 6 erkek çalışan bu ifadeye katıldığını belirtmiştir. 19 kadın çalışan ve 26 erkek çalışan da bu ifadeye katılmamıştır. Erkek alışanların yarısı da kendilerini politika haberlerinde daha başarılı bulmamaktadır.

“Savaş muhabirliği erkek gazetecilerin uzmanlık alanıdır.” ifadesine 20 kişi olumlu yanıt verirken, 45 kişi ise olumsuz yanıt vermiştir. 2 kadın ve 18 erkek çalışan savaş muhabirliğinin erkek gazetecilerin uzmanlık işi olduğunu düşünmektedir. 19 kadın ve 26 erkek çalışan da savaş muhabirliğinin erkek mesleği olduğunu düşünmemektedir. Bu sonuç ankete katılan kadın ve erkek çalışanların çoğunluğunu oluşturması açısından önemlidir.

“Foto muhabirliği için erkek gazeteciler daha uygundur.” ifadesine 12 kişi olumlu yanıt verirken, 59 kişi de olumsuz yanıt vermiştir. 1 kadın ve 11 erkek çalışan bu ifadeyi olumlu bulmuştur. 21 kadın ve 38 erkek çalışan ise bu ifadeyi olumlu bulmamıştır. Yani ankete katılan kadın ve erkek çalışanların çoğunluğu foto muhabirliğinin erkek gazeteciler için daha uygun olduğunu düşünmemektedir.

“Ekonomi haberlerinde kadın gazeteciler erkek gazetecilere oranla daha az başarılıdır.” ifadesine 5 kişi katılmaktadır; 65 kişi ise katılmamaktadır. 2 kadın ve 3 erkek çalışan bu ifadeyi olumlu bulmuştur. 21 kadın ve 44 erkek çalışan ekonomi haberlerinde kadın gazetecilerin erkek gazetecilere göre daha başarılı olduğunu düşünmemektedir. Kadınların neredeyse tamamı, erkeklerin de çoğunluğu bu ifadeye katılmamıştır.

“Spor muhabirliği erkek gazetecilerin alanıdır.” ifadesine 12 kişi katılırken, 57 kişi ise katılmamaktadır. Kadın ve erkek çalışan değerlendirildiğinde hiçbir kadın çalışan bu ifadeye katılmamıştır. 12 erkek çalışan ifadeye katıldıklarını belirtirken, 22 kadın ve 35 erkek çalışan ise spor muhabirliğinin erkek gazetecilerin alanı olduğunu düşünmemektedir. Bu sonuç ankete katılan kadın ve erkek çalışanlarının çoğunluğunu oluşturması açısından dikkat çekicidir. Söz konusu sonuçlar bu alandaki genel cinsiyetçi tutumlara ilişkin önyargıları çürütmektedir.

“Eğitim haberlerinde erkek gazeteciler daha başarılıdır.” ifadesine 5 kişi katılmaktadır; 68 kişi ise katılmamaktadır. 1 kadın ve 4 erkek bu ifadeye katıldığını belirtmiştir. 21 kadın ve 47 erkek eğitim haberlerinde erkek gazetecileri daha başarılı bulmamaktadır. Kadın ve erkek çalışanların çoğu, bu ifadeye katılmamaktadır.

Medya alışanlarının haber üretim sürecine yönelik düşüncelerine ilişkin genel değerlendirme: Tablo 6.11’de yer alan veriler kadın ve erkek çalışanların haber kategorilerine ilişkin algılarını ve bakış açılarını ortaya koymaktadır. Haber yazmak belirli kurallar ve teknikler uygulanarak gerçekleştirilen profesyonel bir bilgi birikimi gerektirmektedir. Dolayısıyla kadın ve erkek çalışanlar ekonomi, politika, spor, terör ve şiddet olaylarına ilişkin haberleri takip etme konusunda eşit Őartlara sahip olmalıdırlar.

Mersin ili yerel medyasında erkek çalışanlar da bu konuda kadın çalışanların belirlenen bu haber kategorilerine ilişkin olayları takip etmeleri ve haberleştirmeleri konusunda olumlu görüş bildirmişlerdir. Bu tutum meslekteki eşitlikçi yaklaşım için son derece önemlidir.

Erkek alışanlar haber takibi konusunda eşitlikçi bir yaklaşım sergilerken kadınların habere duygularını da kattıkları –her ne kadar kadınlar genel olarak bu yargıya katılmasalar da- konusunda görüş bildirmişlerdir. Duygusallık, toplum tarafından kadınlara atfedilen kalıp yargılardan biridir. Kadınların duyguları, erkeklerin ise mantıkları ile davranış sergilemelerine ilişkin kalıp yargının erkek medya çalışanları tarafından daha fazla kabul görmesi, bu kişilik özelliklerinin meslek yaşamından azade edilemeyeceği görüşünün yoğunlukla erkek çalışanlar tarafından benimsendiği sonucunu ortaya koymaktadır.

Tablo 6.11. Yerel Medya Çalışanlarının Meslek Yaşamı ile İlgili Düşünceleri

MESLEK YAŞAMI İLE İLGİLİ DÜŞÜNCELERİNİZ	TAMAMEN KATILYORUM		KATILYORUM		KARARSIZIM		KATILMIYORUM		KESİNLİKLE KATILMIYORUM											
	KADIN	ERKEK	KADIN	ERKEK	KADIN	ERKEK	KADIN	ERKEK	KADIN	ERKEK										
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%										
Kadınlar evlendiklerinde bu mesleği yapmaktan zorlanırlar.	1	1,30%	6	7,70%	4	5,10%	19	24,40%	2	2,60%	6	7,70%	6	7,70%	16	20,50%	10	12,80%	8	10,30%
Kadınlar için anne olmak yükselmelerinde engel yaratabilir.	1	1,30%	4	5,10%	1	1,30%	15	19,20%	2	2,60%	8	10,30%	9	11,50%	21	26,90%	10	12,80%	7	9,00%
Kadının anne ve eş kimliği çalışma saatlerini olumsuz etkilemektedir.	1	1,30%	9	11,50%	3	3,80%	24	30,80%	4	5,10%	10	12,80%	10	12,80%	9	11,50%	5	6,40%	3	3,80%
İşe alımlarda erkek gazetecilerin seçilmesi doğru bir yaklaşımdır.	-	-	1	1,30%	1	1,30%	1	1,30%	1	1,30%	6	7,70%	8	10,30%	33	42,30%	13	16,70%	14	17,90%
Erkeğin babalık durumu çalışma saatlerinde bir sorun yaratmaz.	3	3,80%	11	14,10%	5	6,40%	19	24,40%	6	7,70%	12	15,40%	4	5,10%	11	14,10%	5	6,40%	2	2,60%
Kadın çalışanların çalışma koşullarının erkeklere göre daha ağır olduğunu düşünüyorum.	2	2,60%	2	2,60%	7	9,00%	12	15,40%	6	7,70%	12	15,40%	6	7,70%	23	29,50%	2	2,60%	6	7,70%
Kadınlar doğum ve birinci derecedeki yakınlarının ölümü durumunda yasal izinlerini kullanabilirler.	17	21,80%	34	43,60%	5	6,40%	20	25,60%	-	-	-	-	-	-	1	1,30%	1	1,30%	-	-
Erkekler babalık izni ve birinci derecedeki yakınlarının ölümü durumunda yasal izinlerini kullanabilirler.	15	19,20%	31	39,70%	7	9,00%	22	28,20%	-	-	2	2,60%	-	-	-	-	1	1,30%	-	-

Yerel medya çalışanlarının meslek yaşamına ilişkin düşünceleri Tablo 6.12’de yer almaktadır.

“Kadınlar evlendiklerinde bu mesleği yapmakta zorlanırlar.” ifadesine 30 kişi katılmakta, 40 kişi ise katılmamaktadır. 5 kadın, 25 erkek çalışan kadınların evlendiklerinde mesleği yapmakta zorlanacağını düşünmektedir. 16 kadın ve 24 erkek medya çalışanı bu ifadeye katılmamaktadır. Erkek çalışanların yarısı kadınların evlenmelerinin mesleki açıdan onları zorlayacağını düşünürken, diğer yarısı da bu ifadeye katılmamaktadır.

“Kadınlar için anne olmak yükselmelerinde engel yaratabilir.” ifadesine 21 kişi katıldığını, 47 kişi ise katılmadığını belirtmiştir. 2 kadın ve 19 erkek yerel medya çalışanı, anne olmanın kadınların yükselmelerinde engel olabileceğini düşünmektedir. 19 kadın ve 28 erkek çalışan ise bu ifadeye katılmamaktadır. 23 kadından 19 kadının; 55 erkekten 28 erkeğin anne olmanın kadınların yükselmesinde engel olmayacağını düşünmesi toplumsal cinsiyet eşitliği açısından çok önemlidir. Ankete katılan kadın ve erkek çalışanların çoğunluğunun bu ifadeye katılmadığı görülmektedir.

“Kadının anne ve eş kimliği çalışma saatlerini olumsuz etkilemektedir.” ifadesine 37 kişi katılırken, 27 kişi ise katılmamaktadır. 4 kadın ve 33 erkek bu ifadeye katıldıklarını, 15 kadın ve 12 erkek ise katılmadıklarını belirtmiştir. 33 erkek çalışanın kadının anne ve eş kimliğinin çalışma saatlerini olumsuz etkilediğini düşünmesi son derece dikkat çekicidir.

“İşe alımlarda erkek gazetecilerin seçilmesi doğru bir yaklaşımdır.” ifadesine 3 kişi olumlu yanıt verirken, 68 kişi ise olumsuz yanıt vermiştir. Kadın ve erkek çalışanlar açısından bu sonuçlar incelendiğinde 1 kadın ve 2 erkek çalışan bu ifadeye katılmaktadır. 21 kadın ve 47 erkek çalışan ise bu ifadeye katılmamaktadır. Erkek ve kadın çalışanların tamamının bu ifadeye katılmaması, Mersin yerel medyasında çalışanların toplumsal cinsiyet eşitliğini destekledikleri sonucunu ortaya koymaktadır.

“Erkeğin babalık durumu çalışma saatlerinde bir sorun yaratmaz.” ifadesine 38 kişi katıldığını, 23 kişi ise katılmadığını belirtmiştir. 8 kadın ve 30 erkek bu ifadeye katılırken, 10 kadın ve 13 erkek çalışan da katılmamıştır. 30 erkek çalışan, kadın çalışanlar için anne ve eş kimliğinin çalışma saatlerini olumsuz etkileyeceğini ifade ederken, erkeğin babalık durumunun çalışma saatlerinde bir sorun yaratmayacağını ifade etmesi toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin önemli bir göstergesidir.

“Kadın çalışanların çalışma koşullarının erkeklere göre daha ağır olduğunu düşünüyorum.” ifadesine 23 kişi katıldığını, 37 kişi ise katılmamaktadır. Kadın çalışanların 9’u bu ifadeye katılmaktadır. 14 erkek çalışan ise kadın çalışanların koşullarının erkeklere göre ağır olduğunu düşünmektedir. 8 kadın ve 29 erkek çalışan ise bu ifadeye katılmamaktadır. Erkek çalışanların yarısından fazlası kadınların çalışma koşullarının erkeklere göre daha ağır olduğunu düşünmemektedirler.

“Kadınlar doğum ve birinci derecedeki yakınlarının ölümü durumunda yasal izinlerini kullanabilirler.” ifadesine 75 kişi katılırken, 2 kişi de “katılmıyorum” yanıtını vermiştir. Bu ifadeye 22 kadın ve 54 erkek olumlu bakmaktadır. Erkeklerin ve kadınların hemen hemen tamamı doğum ve ölüm gibi durumlarda yasal izinlerin kullanılması gerektiğini düşünmektedir. Sadece 1 kadın çalışan bu ifadeye katılmadığını belirtmiştir.

“Erkekler babalık izni ve birinci derecedeki yakınlarının ölümü durumunda yasal izinlerini kullanabilirler.” ifadesine 75 kişi katılmakta, 1 kişi de “katılmıyorum” yanıtını vermiştir. Kadın ve erkek çalışanlar açısından değerlendirildiğinde, 22 kadın ve 54 erkek çalışan bu ifadeye katılmıştır. Buradaki sonuç, kadınların yasal haklarını kullanabileceği ifadesine verilen yanıtlarla paralellik göstermektedir. Yerel medya çalışanları doğum, babalık izni ve ölüm izni gibi yasal haklarının kullanılması aynı görüşü paylaşmakta ve toplumsal cinsiyet eşitliğini desteklemektedir.

Medya alışanlarının meslek yaşamına yönelik düşüncelerine ilişkin genel değerlendirme: Mersin ili yerel medyasında çalışan erkeklerin, kadın çalışanların evlendiklerinde bu mesleği yerine getirirken zorlanıp zorlanmayacakları konusundaki düşüncelerine yönelik ifadeleri eşittir. Erkeklerin bu duruma ilişkin yaklaşımları kadınların anne kimliğini kazanmalarıyla değerlemektedir. Ankete katılan erkeklerin önemli bir bölümü kadınların annelik rolünün çalışma saatlerini olumsuz etkileyeceği görüşünde birleşmişlerdir. Kadınlar ise babalık durumu söz konusu olduğunda erkekler için bu durumun bir sorun yaratıp yaratmayacağı konusunda kesin ve net bir duruş sergilememişlerdir. Babalık durumunun erkeklerin mesleğini olumsuz etkilediği yönünde kadınların yarısı olumlu, yarısı ise olumsuz görüş bildirmişlerdir. Meslek yaşamında erkeklere göre kadınların anne olması bir sorun olarak algılanırken, babalık söz konusu olduğunda bu durum karşısında kadınların net bir görüşü bulunmamaktadır.

Kadınların net bir tutum sergiledikleri konu ise evliliklerinin ve ocuk sahibi olmalarının meslek yaşamlarına olumsuz bir etkisinin bulunmadığı yönündeki ifadeleridir. Erkek medya çalışanları anneliğin çalışma saatlerini olumsuz yönde etkileyebileceğini ifade etmelerine rağmen bu durumun kadının yükselmesi için bir engel yaratmayacağı yönünde görüş bildirmişlerdir.

Yerel medyada çalışma koşullarının, kadınlar için daha ağır şartlara sahip olduğu konusuna erkek çalışanlar katılmadıklarını belirtmişlerdir. Aynı konuya ise kadınların yaklaşımı değerlendirildiğinde kadınların yarısı çalışma şartlarının kendileri için zor olduğunu belirtirken diğer yarısı ise çalışma şartları konusunda sorun yaşamadıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 6.12. Yerel Medya Çalışanlarının Mobbing ve Taciz ile İlgili Düşünceleri

YEREL MEDYADA MOBİNG VE TACİZ İLE İLGİLİ DÜŞÜNCELERİNİZ	TAMAMEN KATILYORUM				KATILYORUM				KARARSIZIM				KATILMIYORUM				KESİNLİKLE KATILMIYORUM				
	KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Kadın çalışanlar erkeklerle göre mobbinge daha fazla maruz kalmaktadırlar.	9	11,50%	11	14,10%	7	9,00%	19	24,40%	2	2,60%	10	12,80%	3	3,80%	13	16,70%	2	2,60%	2	2,60%	
Erkek çalışanlar cinsel tacize uğramazlar.	-	-	5	6,40%	2	2,60%	18	23,10%	5	6,40%	9	11,50%	10	12,80%	18	23,10%	6	7,70%	5	6,40%	
Cinsel tacize uğrayan Kadın meslektaşlarının sayısı erkeklerle oranla daha fazladır.	12	15,40%	21	26,90%	5	6,40%	30	38,50%	4	5,10%	-	-	2	2,60%	4	5,10%	-	-	-	-	
Kadın meslektaşlarını sözlü, fiziksel olarak taciz eden bir çalışan için yaptırım uygulanmalıdır.	15	19,20%	34	43,60%	7	9,00%	18	23,10%	-	0,00%	1	1,30%	1	1,30%	1	1,30%	-	-	-	1	1,30%
Erkek meslektaşlarını sözlü, fiziksel olarak taciz eden bir çalışan için yaptırım uygulanmalıdır.	16	20,50%	29	37,20%	7	9,00%	22	28,20%	-	-	1	1,30%	-	-	3	3,80%	-	-	-	-	

Yerel medya çalışanlarının mobbing ve taciz ile ilişkin düşünceleri Tablo 6.13’de yer almaktadır.

“Kadın çalışanlar erkeklere göre mobbinge daha fazla maruz kalmaktadırlar.” ifadesine 46 kişi olumlu yanıt verirken, 20 kişi ise olumsuz yanıt vermiştir. 16 kadın ve 30 erkek çalışan bu ifadeye katıldıklarını belirtmiştir. Kadın ve erkek çalışanların yarısından fazlası kadınların erkeklere göre mobbinge daha fazla maruz kaldığını düşünmektedir. Bu ifadeye 5 kadın ve 15 erkek çalışan ise katılmamaktadır. Söz konusu sonuçlar kadınların bu sektörde erkeklere göre daha zor koşullarda görev yaptıklarını göstermektedir.

“Erkek çalışanlar cinsel tacize uğramazlar.” ifadesine 25 kişi katıldığını, 41 kişi ise katılmadığını belirtmiştir. Bu ifadeye 2 kadın ve 23 erkek çalışan katılırken 16 kadın ve 23 erkek bu ifadeye katılmamaktadır. Kadın ve erkek çalışanların yarısından fazlası da erkek çalışanların cinsel tacize uğradıklarını düşünmektedirler.

“Cinsel tacize uğrayan kadın meslektaşlarının sayısı erkeklere oranla daha fazladır.” ifadesine 68 kişi olumlu yanıt verirken, 6 kişi ise olumsuz yanıt vermiştir. 17 kadın ve 51 erkek çalışan bu ifadeye katıldığını, 2 kadın ve 4 erkek çalışan ise bu ifadeye katılmadıklarını belirtmiştir. Ankete katılan 23 kadından 17’si ve 55 erkek çalışandan 51’inin cinsel tacize kadınların erkeklere oranla daha fazla uğradıklarını düşünmeleri son derece önemlidir.

“Kadın meslektaşlarını sözlü, fiziksel olarak taciz eden bir çalışan için yaptırım uygulanmalıdır.” ifadesine 74 kişi olumlu yanıt, 3 kişi ise olumsuz yanıt vermiştir. 22 kadın çalışan ve 52 erkek çalışan taciz için yaptırım uygulanması gerektiğini düşünmektedir. 1 kadın ve 2 erkek çalışan da bu ifadeye katılmamıştır. Ankete katılan kadın ve erkeklerin hemen hemen hepsinin kadınların sözlü, fiziksel taciz için yaptırım uygulanması konusundan aynı düşüncede olmaları son derece önemli bir bulgudur.

“Erkek meslektaşlarını sözlü, fiziksel olarak taciz eden bir çalışan için yaptırım uygulanmalıdır.” ifadesine 74 kişi katılırken, 3 kişi de “katılmıyorum” yanıtını vermiştir. 23 kadın ve 51 erkek çalışan bu ifadeye katıldığını belirtirken, 3 erkek çalışan bu ifadeye katılmamaktadır. Hem erkek hem de kadınlar için taciz konusunda yaptırım uygulanması ifadesine verilen yanıtlar paralellik göstermektedir. Kadın ve erkek çalışanların hemen hemen hepsi görüş birliği içerisindedir.

Medya çalışanlarının mobbing ve tacize yönelik düşüncelerine ilişkin genel değerlendirme: Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bir göstergesi de kadınlara mesleki yaşamlarında uygulanan mobbing ve tacizdir. Kadın çalışanların erkeklere göre mobbinge daha fazla maruz kaldığı yönündeki ifadeyi, kadın ve erkek çalışanlar olumlayarak bu konuda net bir tavır sergilemişlerdir. Hem kadın hem de erkek çalışanlar, kadınların daha fazla mobbinge uğradıkları görüşünü ön plana çıkarmaktadırlar. Erkek çalışanların cinsel tacize uğramadıkları

yönündeki ifadeye katılan ve katılmayan erkek çalışanların sayısı eşittir. Erkek alışanlar bu konuda kesin bir tavır sergilemezken, kadın çalışanların çoğunluğu ise erkek çalışanların cinsel tacize uğradıkları yönündeki ifadeye olumlu görüş bildirmişlerdir. Cinsel tacize uğrayan kadın çalışanlarının sayısının erkeklere oranla fazla olduğu yönündeki ifadeyi erkek ve kadın çalışanlar olumlu görüş bildirerek desteklemişlerdir. Kadın meslektaşlarını sözlü, fiziksel olarak taciz eden bir çalışan için yaptırım uygulanması ifadesine erkek ve kadın çalışanlar büyük oranda katıldıklarını belirtmişlerdir. Aynı zamanda erkek meslektaşlarını sözlü, fiziksel olarak taciz eden bir çalışan için yaptırım uygulanması konusunda da kadın ve erkek çalışanlar net ve kesin bir tavır sergilemişlerdir.

Toplumsal cinsiyet eşitliği anlayışı sadece kadınların çalışma yaşamlarındaki iyileştirmeleri kapsamamakta; aynı zamanda erkekler ile eşit şartlarda çalışma koşullarının sağlanmasını da içermektedir. Bu bağlamda yaşanılan sorunların en önemlileri arasında taciz ve mobbing uygulamaları yer almaktadır. Mersin ili yerel medya çalışanları bu konuda yüksek oranda duyarlılık göstererek kadın ve erkek dayanışması sergilemişlerdir. Her iki taraf da mobbing ve tacize yönelik yaptırımların olması gerektiğini ifade etmişlerdir. Kadın ve erkek çalışanlar arasındaki bu dayanışma ruhu toplumsal cinsiyet eşitliği tartişmalarının bu konudaki önemli bir göstergesidir.

Tablo 6. 13. Yerel Medya Çalışanlarının Toplumsal Cinsiyet İle İlgili Düşünceleri

TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ İLE İLGİLİ DÜŞÜNCELERİNİZ	TAMAMEN KATILİYORUM		KATILİYORUM		KARARSIZIM		KATILMIYORUM		KESİNLİKLE KATILMIYORUM											
	KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK		KADIN		ERKEK									
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%								
Mersin yerel medyasında çalışanlar, toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlıdır.	3	3,80%	16	20,50%	5	6,40%	14	17,90%	6	7,70%	14	17,90%	6	7,70%	7	9,00%	3	3,80%	4	5,10%

Araştırmada Tablo 6.14’de görüldüğü üzere yerel medyada çalışanların toplumsal cinsiyet ile ilgili düşünceleri öğrenilmek istenilmiştir. **“Mersin yerel medyasında çalışanlar, toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlıdır.”** ifadesine 38 kişi olumlu yanıt verirken, 20 kişi olumsuz yanıt vermiştir. 8 kadın ve 30 erkek çalışan Mersin yerel medyasında çalışanların toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı olduğunu düşünmektedir. 9 kadın ve 11 erkek çalışan da bu ifadeye katılmamaktadır.

Erkek çalışanların bu konuda daha fazla olumlu görüş bildirdiği görülmektedir. Erkek çalışanlar kendilerinin bu konuda duyarlı olduklarını ifade etmelerine rağmen kadınların bu ifade karşısında net bir duruş sergilememesi, kadın çalışanların yaşadıkları sorunların daha yoğunlukta olduğunu düşündürmektedir. Yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki yaklaşımlarında, erkek çalışanların bu konuda daha duyarlı olduklarını belirtmeleri, kadın erkek eşitliğine önem verdiklerinin de bir göstergesidir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğine bağlı olarak yaşanan sorunların çözümünde erkeklerin katılımının sağlanması son derece önemlidir. Özellikle de erkek egemen bir yapılanma içinde karar mercilerinde bulunan erkeklerin kadın hakları konusundaki tutum ve yaklaşımları yaşanan sorunların çözümünü hem kolaylaştırmakta hem de hızlandırmaktadır. Bu bağlamda Mersin ili yerel medya çalışanların eşitlikçi bir tutum sergilemeleri, diğer medya kuruluşlarına ve çalışanlarına örnek olmaları konusunda önem taşımaktadır.

6.1.2. Yarı Yapılandırılmış Görüşme ve Bulguları

Çalışmada anket tekniği dışında derinlemesine görüşme türleri arasında bulunan “Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği” kullanılarak yerel medyada faaliyet gösteren yerel gazeteler, radyoların ve televizyonların çalışanları ile görüşülmüştür. “Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde araştırmanın konusu doğrultusunda araştırmacının önceden hazırladığı sorular yöneltilerek görüşme gerçekleştirilmektedir. Bu görüşme tekniğinde katılımcının sorular üzerinde düzeltme hakkı bulunmaktadır” (Sönmez ve Alacapınar, 2016:185).

Yarı yapılandırılmış görüşmeler, yerel medya çalışanlarının kendilerini daha rahat hissettikleri bir ortamda ve yalnız olarak gerçekleştirilmiştir. Yerel medya çalışanları isimlerinin açıklanmasını istemedikleri için B1 (erkek), B2 (erkek), B3 (erkek), B4 (erkek), B5 (kadın), B6 (kadın), B7 (erkek), B8 (kadın), B9 (erkek), B10 (erkek) şeklinde kodlanmıştır. Görüşme kapsamında önceden hazırlanan sorular kadın ve erkek çalışanlara yöneltilmiştir. Yerel medya çalışanlarının cevapları, izinleri doğrultusunda ses kayıt cihazına kaydedilmiştir. Kayıtlar deşifre edilerek yorumlanmıştır.

Yarı yapılandırılmış görüşme sırasında yerel medya çalışanlarına yöneltilen sorular aşağıda verilmiştir:

- 1) Sizce toplumsal cinsiyet nedir?
- 2) Feminizm hakkında neler biliyorsunuz?
- 3) Medya çalışanı olarak toplumsal cinsiyet eşitliği/eşitsizliği konusundaki görüşleriniz nelerdir?
- 4) Yerel medya sektöründe kadın çalışan olmanın avantajları ve dezavantajları var mı?
- 5) Kadınların medya sektöründe daha fazla yer almamalarının nedenleri sizce nelerdir?
- 6) Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık sorununa ilişkin çözüm önerileriniz nelerdir?

Görüşmelerde yerel medya çalışanlarına ilk olarak “Sizce toplumsal cinsiyet nedir?” sorusu yöneltilmiştir.

Bu soruya ilişkin erkek çalışanların verdikleri yanıtlardan bazıları şu şekildedir:

B1(erkek): “Toplumsal cinsiyet, tarihten gelen, Türk toplumunda kanayan bir yara. Kadının evde geri planda kalmasından kaynaklı ve bunun sonucunda gerçekleşen bir şey. Toplumsal cinsiyeti kadın üzerinden konuşmak bile yanlış. Konu, tamamen kadın üzerinden değil, erkek üzerinden konuşulması lazım. Çünkü erkek egemen zihniyeti, kadının geri plana atılması, kadının ezilmesi, biraz daha muhafazakâr toplumdaki olmamızdan kaynaklı, böyle sıkıntılarla sürekli karşılaşıyoruz. Toplumsal cinsiyeti söylerken insanlar çoğu zaman kadın üzerinden algılayabilir ama bu tamamen erkeğin sıkıntısı kadının değil” (Kişisel görüşme, 19 Mart 2019).

B2(erkek): “Toplumsal cinsiyet denildiğinde bir toplumun cinsiyeti ilk aklıma geliyor. Yani bir toplum kadınsal güdülerle mi düşünüp hareket ediyor? Yoksa erkek güdülerle mi düşünüp hareket ediyor? Toplumsal cinsiyet denildiğinde aklıma ilk gelen bu oluyor. Oysa hangisi doğru? Bir toplum kadınsal güdülerle mi erkeksel güdülerle mi hareket etmeli? Hani son zamanlarda “erkek beyin adaleti”, “erkek beyin ekonomisi” gibi bazı söylemler var... Bir toplumda erkek beyniyle mi yaşıyor kadın beyniyle mi yaşıyor? Bence her ikisi de olmamalı. Ne kadın beyni olmalı, ne erkek beyni olmalı. İnsan beyni olması yeterlidir” (Kişisel görüşme, 21 Mart 2019).

B3 (erkek): “Çok vakıf olduğum bir konu değil, çoğu kişinin de vakıf olduğu bir konu olduğunu düşünmüyorum. Gerçekten cevap verebileceğim bir soru değil” (Kişisel görüşme, 24 Nisan 2019).

B7 (erkek): “Toplumsal cinsiyet deyince, fiziksel cinsiyetler vardır. Toplumsal cinsiyet diye bir şey yok. Kadın ve erkek... Erkeğin görevini kadın da yapabilir, kadının görevini erkek de yapabilir... Bence budur” (Kişisel görüşme, 15 Nisan 2019).

B9 (erkek): “Cinsiyetçiliğin çok ön planda olduğu bir süreç yaşıyoruz. Toplumsal cinsiyet deyimi bile bizim lügatımıza herhalde 2000’li yıllardan sonra girmiştir. Toplumsal cinsiyet algısı genel olarak kadın üzerinden kullanılan bir deyimdir. Kadının yaşadığı sorunlarla, yaşamsal tavırlarıyla ilgilidir. Erkeklerin ya da ataerkil toplumun bakış açısına bakıldığında toplumsal cinsiyet ayrımı yapılmaktadır” (Kişisel görüşme, 19 Nisan 2019).

Kadın çalışanların toplumsal cinsiyet kavramına ilişkin görüşleri:

B5 kişisi (kadın):“Toplumsal cinsiyet, var olan geleneklerle dayatılmış, geleneklerle öğretilmiş bir ayrıştırma” (Kişisel görüşme, 01 Nisan 2019).

B6 kişisi (kadın):“Toplumsal cinsiyet, toplumda kadınların üzerinde cinsiyetçi söylemlerin ve eylemlerin yer almasıdır. Kadın evde oturur, kadın bulaşık yıkar, kadın çocuk bakar gibi cinsiyetçi yaklaşımlar toplumsal cinsiyeti oluşturuyor” (Kişisel görüşme, 3 Nisan 2019).

B8 kişisi (kadın):“Toplumsal cinsiyet, erkeğin kadına, kadının erkeğe bakışını özetliyor. Bazen programlarda da dile getiriyorum ben... Bir belediye başkanı mazbatasını aldığında şu ilçenin ya da şu şehrin belediye başkanı mazbatasını aldı deniyor ama kadın belediye başkanı mazbatasını aldığında bir belirtece bir ayrıca gerek duyuluyor: ‘Kadın belediye başkanı, kadın muhtar göreve başladı’ deniliyor. Bu ayrımlar bizi birey olmaktan ve bireyselleşmekten uzaklaştırıyor. Daha çok anatomik yapılarımızla, toplumda yer alıyoruz. Ne yazık ki kadının üretkenliği, mesleki birikimi, tahsili her şeyi bir kenara ittiriliyor. Kadın hakları, ne kadar gündemde olmalı olmamalı? Tartışılacak bir konu ama benim için bir bütün vardır; bu bütün içerisinde kadın da en önemli nüanstır. Konu, insan hakları kapsamında ele alınmalı; cinsiyet ayrımı Türkiye’de tavan yaptı son yıllarda... Siyaset cinsiyet ayrımına tabi, okullardaki öğretmenler cinsiyet ayrımının acısını çok çekiyor, bayan mimarlar meslekte var olabilme savaşını çok veriyor. İşte mimar inşaata girer mi, duvardan ne anlar, konuşuluyor. Mersin Barosu bünyesinde kadın avukatlar “Salı Buluşması” gerçekleştiriliyor. Daha çok toplumdaki genel kanıyı ve bakışı değiştirmek adına kadın meslek gruplarının oluşturdukları küçük komisyonlar var. Bunların faydalı olacağını düşünüyorum. Toplumsal cinsiyet Türkiye’de daha çok aciz ve düşük görülen, tahsili, yapısı, düşünce yapısı alçaltılmaya çalışılan kadına bakış açısı. Kadın Türkiye’de yok edilmeye çalışan, aykırı bir ırk gibi görülüyor. Kadının başarısından çok huzursuz olunuyor. Kadın, her yerde kadın kimliğiyle olamaz. Farklı rolleri var. İş hayatındaki, evdeki rolü farklıdır. Kadın hayatın bütün

rollerini çok güzel yerine getiriyor. Ama burada erkeğin egosu her zaman kadını eziyor. Erkek iş hayatında var, ev hayatında yok. Yani erkek aslında birey olarak kadından daha silik yaşıyor. Kadınlar daha parlak yaşıyor. Sosyal hayatını da, iş hayatını da devam ettirebiliyor. Anne, eş, gelin ve evlat olabilmeyi komple başarabilen bir varlık. Bence kadın topluma gerçek bir birey modeli sunuyor” (Kişisel görüşme, 15 Nisan 2019).

Kadın ve erkek çalışanların toplumsal cinsiyet kavramına ilişkin verdikleri yanıtlara yönelik genel bir değerlendirme yapılmak istendiğinde; bu kavramın ataerkil bir toplum yapısından kaynaklanan, sorunlu bir alanı işaret ettiğine vurgu yapmışlardır. Yerel medya çalışanları, toplumda kadın ve erkeklere atfedilen rollerin nesiller boyunca öğretildiği ve bu kalıp yargıların bireylerin yaşamlarını şekillendirdiği yönünde görüş bildirmişlerdir. Bu kalıp yargılar ile hareket alanları sınırlandırılmış bireylerin özellikle dilsel ifadelerde bu ayrımcılığın yansımalarını gördüklerini vurgulamışlardır. Günlük dildeki ayrımcılığı eleştiren yerel medya çalışanları, aynı zamanda ayrımcı ifadelerin haber dilinde kullanıldığını da dikkat çekmişlerdir. Bir kadın yerel medya çalışanı (B8), özellikle politika haberlerindeki kadın politikacılara yönelik cinsiyetçi tutumların, kadınların başarılarının önüne geçtiğini belirtmektedir. Kadın çalışan, politika haberlerinde erkekler politikacılara yönelik ise ayrımcılık yapılmadığı yönünde görüş belirtmiştir. Bu kadın çalışanın aynı zamanda görüşlerini aktarırken kadın yerine “bayan” kelimesini kullanması da, toplumda sıkça yapılan dile yanlış yerleşmiş örneklerden biridir.

Genel olarak kadın ve erkek çalışanlar ataerkil toplumlarda kadınların ikincil konumda olduğu görüşünü eleştirmektedir. Kadın ve erkek çalışanlar, kadının ev içerisinde sadece anne ve eş kimliğiyle konumlandırılmaya çalışıldığını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda yerel medya çalışanları toplumsal cinsiyetle ilgili bilgilerinin olduğu ancak toplumda erkeklere yüklenen rollere değinmedikleri, tanımını genel itibariyle kadınlar üzerinden yapmaya çalıştıkları görülmektedir.

Görüşmelerde yerel medya çalışanlarına “Feminizm hakkında neler biliyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir.

Bu soruya ilişkin erkek çalışanların verdikleri yanıtlardan bazıları şu şekildedir:

B1 kişisi (erkek): “Feminizm hakkında çok fazla bilgiye sahip değilim. Okuldan öğrendiğim kadarıyla bir çok kadının kendini bir şekilde ifade etme biçimidir. Ama ben arkadaşlarımla bu konuda çok tartışma yaşadım. Bence birçok kadın feminizmin ne olduğunu bilmiyor. Feminizm kadının öne çıkmalı, erkek geri plana itilmeli değildir. Bu içi boş bir tartışma olur, bunun içini doldurmadığımız sürece hiçbir anlam ifade etmiyor” (Kişisel görüşme, 19 Mart 2019).

B2 kişisi (erkek): “Feminizm denildiği zaman aklıma ilk başlarda sert bir kadın muhalefeti gelirdi. Ama neye muhalefet? Erkeklere karşı muhalefet. Toplumda erkek egemenliği olmasın da kadın egemenliği olsun. Kadınların kararlarıyla toplum,

şirket, şehir ya da aile yönetilsin diye... Gençlik yıllarında aklıma bu geliyordu. Gençlik yıllarımızda internet yoktu, ansiklopedilerden kitaplardan okuyorduk. Bilgiler bu kadar geniş değildi. İnternetle birlikte bilgiye ulaşmak biraz daha kolaylaştı. **Feminizm kadın haklarının savunulmasıdır.** Toplumda kadın hakları egemen olsun şeklinde değil de, hor görülen, aşağılanan bir durum ortadan kalkması için kadın hakları savunulsun. İnsanlar cinsiyetine bakılmaksızın, yönetimde, her şeyde eşit söz ve yaşam hakkına sahip olsun” (Kişisel görüşme, 21 Mart 2019).

B3 kişisi (erkek): “Temel anlamda toplumun birçok kesiminin bildiği şey feminizmin kadın hakları savunuculuğu olduğudur. Bazı kesimler tarafından da kadın hakları savunuculuğunun şiddetle yapılması yani yüksek tempoda kadın hakları savunuculuğu olarak bilinmektedir” (Kişisel görüşme, 24 Nisan 2019).

B4 kişisi (erkek): “Feminizm denildiği zaman herkesin aklına kötü bir şeymiş gibi geliyor. Feminist bile denildiği zaman etrafımızdaki, çevremizde olan insanlarda, bu kötü bir algı olarak dile geliyor. Tabi ne kadar doğru fikrim yok” (Kişisel görüşme, 8 Nisan 2019).

B9 kişisi (erkek): “Feminizm bir kadın desteği, kadınların birbirine desteğidir. Feminizmi destekliyorum ama bilimsel açıdan destekliyorum. Kadın arkadaşlarım benimle aynı haklara sahip olduğunu düşünüyorum. Ama feminist aynı şeyi düşünmüyor. Feminizm bizde ya da bizim Anadolu’da tutan bir gelenek değil. Ama eşitlikten yanayım. Kadın ve erkek eşitliğine inanıyorum. **Feminizme inanmıyorum.** Feminizmin Avrupa’da gelişmiş ülkelerde çok daha anlaşılır, altı doldurulan, akademik bir dille anlatılabiliyor... Ama bizde tamamen yanlış anlaşılıyor. Elbette bir kadın hareketi ama bu bir erkek düşmanlığı olmamalı değil mi?” (Kişisel görüşme, 19 Nisan 2019).

B10 (erkek): “Derinlemesine bir bilgi sahibi değilim açıkçası. Meslek gereği feminen gruplarla temasımız oldu. Onların topluma katılmaları, varoluş mücadelesi açısından attıkları ciddi adımlar oldu. Bunun en büyük örneklerinden biri Duygu Asena’dır, lokomotif isimlerinden biridir. O süreçte insanlar feminizmle tanıştı, Türk insanına feminizmin kapılarını açan oydu. Feminen bir toplum aslında, toplumda kadının üstün olma algısını yaratıyor, aslında eşit olma algısının ta kendisidir. Feminizmi, erkeklerin yaşadığı hayatı bir şekilde kadınların da aynı standartlarda, ölçülerde, aynı değerde yaşamaları olarak algılıyorum. Bazı toplumlarda maalesef, baskın bir kadın egemenliğinden, daha özgürlükçü bir ruhtan bahsediliyor sanki erkek egemen bir toplumu tehdit niteliği taşıyor. Böyle bir şey yok ama toplumun algısı böyle” (Kişisel görüşme, 22 Nisan 2019).

Kadın çalışanların feminizm kavramına ilişkin görüşleri şu şekildedir:

B5 kişisi (kadın): “Sadece kadınları değil, aynı zamanda erkeklerin de hak ettiği, yaşaması gerektiği veya ayrımcılığa mahkûm edilmemesine dair bilgilendirilmesidir. Ama bu durum farklı şekilde de çarpıtılıyor. Bu şekilde biliyorum” (Kişisel görüşme, 01 Nisan 2019).

B6 kişisi (kadın): “Feminizm çok yansıtıldığı gibi erkek düşmanlığı değil, daha çok kadın savunuculuğudur. Feminizmi erkek düşmanlığı olarak görmüyorum. Kadınlar yüzyıllardan beri gerek dini, toplumsal ve ailevi nedenlerle hep ikinci plana atıldığı için böyle bir anlayış doğdu. Kavrama olumlu bakıyorum” (Kişisel görüşme, 3 Nisan 2019).

B8 kişisi (kadın): “Feminizme toplumda algılanan şekliyle karşıyım. Bunu da bir programımda işlemiştım. Bu topluma ne yazık ki bazı şeyler anlatılmadan algılatılmaya çalışılıyor. Feminizm hiçbir zaman doğru anlatılmadı. İşçi Mehmet Efendi, Ahmet Efendi çalışmak isteyen karısına ya da evde tülbent yapmış, pazarda satmak isteyen karısına, sabun bezi işleyen karısına sen mi **feminist olacaksın otur yerine** der. Feminizmi kadını erkekle, erkeğin kadınla yarışması olarak algıladılar. Ya da anatomik, kas kuvveti ve fizyolojik açıdan kadının erkeğe eş koşulduğu bir düşünce yapısı olarak algılandı. Hiç kimse demedi ki çıkıp da bu algı yanılmasıdır, birey olarak sosyal, hukuk, yargı ve yürütme sürecinde kadın erkek cinsiyet ayrımına son veriyoruz, her ikisine de bu toplumun birer bireyi olarak kabul ediyoruz. Görev yerine getirmede, görev almada vermede, seçmede, seçilmede ve hukuk açısından mahkemelerdeki sanık ve tanık koltuğundaki eşitliklerde, cinsiyet ayrımı yapılmadan, hak ve hukuk paylaşımında ikisi de birbirine eşit varlıktır, canlıdır, feminizm budur... Ama algılanmadı. Çünkü doğru anlatılmadan algılanması istenildi. Onun için feminizmi Türk aile yapısının altına konulan bir bomba olarak görüyorum. Çünkü anlatılmadı. Hala da bilinmiyor. Feminizm kadının kendini erkeğe eş koşması... Hayır. Ben iş, toplum, aile hayatında her yerde olmak istiyorum. Ama kadın kimliğimi de korumak istiyorum” (Kişisel görüşme, 15 Nisan 2019).

Kadın ve erkek çalışanların feminizm kavramına ilişkin verdikleri yanıtlara yönelik genel bir değerlendirme yapılmak istendiğinde, kadın ve erkek çalışanların bu kavramı ilişkin tanımları da farklılık göstermektedir. Genel olarak erkek çalışanlar, feminizmi “kadın hakları savunuculuğu” “sert kadın muhalefeti” olarak tanımlamaktadırlar. Erkek çalışanların değerlendirmeleri genel olarak liberal feminist kuram çerçevesinde yapılmaktadır. Feminizm hakkında detaylı bilgilerinin bulunmadığı yönünde görüş bildiren erkek çalışanlara göre bu kavram toplumda özellikle medya tarafından “erkek düşmanlığı” olarak yansıtılmaktadır. Medya genel olarak feminist eylemleri konu edindiği haberlerde, insanların seslerini duyurma mücadelelerini “yıkıcı”, “gergin, “şiddet içeren” görüntülerle vermektedir. 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar Günü’nde olağan geçen kutlamalarda medya, kısa süreli karmaşa görüntülerini haber altına yerleştirilen müziklerle desteklemekte, görüntüyü dakikalarca yayınlayarak toplumu yanıltmaktadır. Dolayısıyla feminist hareketler de toplumda yaygın olarak sert kadın muhalefeti, sadece kadın haklarının savunulması olarak algılanmaktadır.

Kadın yerel medya çalışanları ise erkeklerle feminizmin topluma yanlış aktarıldığıyla ilgili görüş birliği içerisindedir ancak kavramla ilgili daha açıklayıcı ifadeleri bulunmaktadır. Feminizmi ağırlıklı olarak kadın ve erkek eşitliği olarak tanımlayan kadın çalışanlar, “feminist” kelimesinin de erkekler tarafından kadınları bir hor görme aracı olarak dile de yerleşmesini eleştirmektedir. Bu konuda özellikle B8 (kadın) çalışanı, kavramın kadın ve erkeğin fiziksel özelliklerinin karşılaştırılması olarak yansıtıldığını oysaki feminizmin toplumsal, hukuksal ve sosyal hayatta kadın ve erkeğin eşit haklara sahip olması anlamına geldiğini ifade etmektedir.

Toplum bilgilendirme, eğitime, haberdar etme, kamuoyunu oluşturma gibi görevleri olan kitle iletişim araçları, feminizm, toplumsal cinsiyet gibi toplumsal konularda halkı doğru

bilgilendirme görevini de yerine getirmelidir. Bu nedenle medyanın feminizm, toplumsal cinsiyet eşitliği gibi kavramsal konularda alana hâkim ve yetkin kişileri söz hakkı tanınması son derece önemlidir.

Görüşmelerde yerel medya çalışanlarına “Medya çalışanı olarak toplumsal cinsiyet eşitliği/eşitsizliği konusundaki görüşleriniz nelerdir?” sorusu yöneltiştir.

Bu soruya ilişkin erkek çalışanların verdikleri yanıtlardan bazıları şu şekildedir:

B2(erkek): “Medyada da toplumsal cinsiyet eşitsizliği var. Eşitlik sağlanmaya da çalışılıyor; buna yönelik de Mersin’de ve Türkiye’de çalışmalar var. Ama bu yeterli bir seviyede değil. Kadınların toplumsal eşitsizliği kaldırmak için çabası, benim gibi düşünen insanların kadınlara verdiği destek ile bu çaba biraz daha güçlendi ancak işveren, sermaye kesimi bir şekilde toplumsal cinsiyet eşitliğinin önüne yaptırım koyuyor” (Kişisel görüşme, 21 Mart 2019).

B4 (erkek): “Bu sektörde biraz eşitsizlik var. Erkekler, performans ve vücut açısından medya sektörüne biraz daha ağır basıyor diyebiliriz. Ama sadece medyayı tek bir çatı altında toplayamayız. Birçok çeşidi var, spikerliğinden tutun gazeteciliğine kameramanlığına kadar. Bunun için bir ayırım ortaya giriyor. Bu ayırımın olması gerekiyor mu? Bana göre gerekmiyor. Burada da bayağı bir kadın çalışanımız var. Onlar da bizim yapabileceğimiz her türlü kapasiteye sahipler” (Kişisel görüşme, 8 Nisan 2019).

B7 (erkek): “Medyada **bayan** arkadaşların yapabileceği görevler var; erkek arkadaşların yapabileceği görevler var. **Bayan** arkadaşlar kamera önündeki sunum görevini, idari işleri, muhabirlik yapabilirler ama 18 kiloluk ya da ağır kilolu bir tripotu veya kamerayı alıp da bir takip yapmada zorlanabilirler” (Kişisel görüşme, 21 Mart 2019).

B9 (erkek): “Genelde sahil kesimleri, büyük kentler, mega kentlerde bu ayrımcılığı çok fazla göremezsiniz, istisnadır. Ama bir Anadolu’ya doğru inerseniz bunu çok rahat görebilirsiniz. Örnek veriyorum Kayseri’de, Sivas’ta, Konya’da, Yozgat’ta, Çorum’da, Tokat’ta, Erzurum’da... bunu görmeniz çok aşikardır. Çok yaşıyordur. Erzurum’a kadın bir vali atandığını bir düşünün... Kentte yarattığı etkiyi, tepkiyi, söylentiye, dedikoduyu belki iftiraları... Ama yıllar önce 1980’li yıllarda yanılmıyorsam Bolu’ya veya Bursa’ya kadın bir vali atanmıştı, çok da hoş karşılanmıştı. Keşke bütün valilerimiz kadın olsa gibi bir algı da oluşmuştu. Dolayısıyla batıya geldiğinizde, kentlere geldiğinizde bu cinsiyet ayrımcılığını çok daha az görebiliyorsunuz. İstisnalar vardır. Yani İstanbul’un az gelişmiş, köy kentleri dediğim yerlerinde bunlarla karşılaşabilirsiniz ama Mersin’de, Adana’da, İzmir’de bunlarla çok fazla karşılaşmak mümkün değil. Dolayısıyla bu sorunun cevabı Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitsizliği hem var hem yok; Mersin’de olduğuna da inanmıyorum. Hiç karşılaşmadım” (Kişisel görüşme, 19 Nisan 2019).

B10 (erkek): “Meslek olarak aramızda çok kadın gazeteci olduğunu söyleyemem. Bu meslek; biraz daha hard bir meslek, çalışma şartları koşulları sıkıntılı olduğu için kadın tercih noktasında olmuyor. Kadının da tercih noktasında olmuyor. Mesleğin de kadınlar üzerinde çalışma şartları açısından tercih noktası oluşmuyor ama Türk toplumunda, kadın gazeteci olarak başarılı gördüğüm ciddi insanlar da var. Ama hepsine baktığımız zaman daha sert mizaçlı, o bilindik kadın estetiğinin dışına çıkmış

kişiler var. Ben şu ana kadar yaşamadım, medya içerisinde ciddi anlamda eşitsizlik çok fazla görmedim” (Kişisel görüşme, 22 Nisan 2019).

Kadın çalışanların medya çalışanı olarak toplumsal cinsiyet eşitliği/eşitsizliği konusundaki görüşleri şu şekildedir:

B5 (kadın): “Kesinlikle cinsiyet eşitsizliği var. Bu sektörde özellikle savaş kameramanları, muhabirleri erkek olarak seçiliyor. En çok tanık olabileceğimiz, en çok aşına olabileceğimiz durum bu.. Yerel medyada da özellikle yine sahada çalışırken, ekran karşısına çıkarırken de genelde erkekler tercih ediliyor. Toplumun üstesinden gelemediği bu ayrıştırma, yine medya patronlarını da etkisi altına alıyor. Yani görüşü ve düşüncesi bu olmasa da patronlar toplum ne istiyorsa onu verelim açısıyla bakıyor. Ve medya da kadınları, genelde çeşitli programlarda dikkat çekmesi için cinsiyetiyle kullanıyor” (Kişisel görüşme, 01 Nisan 2019).

B6 (kadın): “Hayatın her alanında olduğu gibi tamamen medyada da toplumsal cinsiyet eşitsizliği olduğunu düşünüyorum. Bizim meslekte de kadınlara olumsuz anlamda inanılmaz ayrımcılık uygulanıyor. Her zaman yönetim kademelerinde erkekler yer alıyor. Bu hem gazetelerde, radyolarda, televizyonlarda, ajanslarda hem de meslek örgütlerinde aynı şekilde. Nasıl ki Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde ya da belediyede yerel düzeyde kadınlar yönetim kademelerinde yer alamıyorsa, mesleki olarak da mesleki örgütlerimizde kadınlar yer alamıyor. Mersin’den örnek vermek gerekirse geçmiş ve şimdiki Gazeteciler Cemiyeti’nde ve basın kuruluşlarında hiçbir kadın başkan yer almadı. Yönetimde de 1 kadına yer veriliyor, o da çok aktif görevlerde yer alamıyor. Kurumlarda da kadınlar çalışıyor fakat çalıştıklarının karşılığını alamıyorlar hem madde olarak hem de manevi olarak çok başarılı olsalar bile genelde erkeklerin gölgesinde çalışıyorlar” (Kişisel görüşme, 3 Nisan 2019).

B8 (kadın): “İsviçre kadını bile Türk kadınında 36 yıl sonra seçme ve seçilme hakkını almıştır. Türkiye’de cinsiyet ayrımcılığı had safhadadır. Kadın Türkiye’de ne olursa olsun, razı olan, razı edilen, silik yaşamak zorunda bırakılan, evdeki görevi hiç bitmeyen, sadece eşinin destekçisi olabilecek, hasbelkader çocuklarını yetiştirebilecek, mutfakta, temizlikte başarılı olmak zorunda olan, iş hayatına atıldığında kadın olma eklemine çoğu kez toplumsal tarafından eklemine aşağılandığına tanık olan, işte bu kadının yaptığı da bu kadar olur, bazı erkeklerin hataları çok hoş karşılanırken çok üstünde durulmazken, işte kadındır, kadın şofördür, kadın yöneticidir, kadın spikerdir denilen kesimdir. Medyadaki durum toplumdaki durumdan çok farklı değil. Türkiye genelinde konuk alma oranına bakarsanız, konuk edilen kadın sayısı bile çok azdır. Toplumun küçük yansımalarını medyada görebilirsiniz. Medyada kadının adı yok bence ama kadınlar medyada erkeklerden daha başarılılar çünkü analitik, duygusal ve teorik açıdan olayları, değerlendirebiliyorlar” (Kişisel görüşme, 15 Nisan 2019).

Yerel medya çalışanlarının genel olarak medya çalışanı olarak toplumsal cinsiyet eşitliği/eşitsizliği konusundaki görüşleri ele alındığında, kadın ve erkek çalışanlar medyadaki toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin varlığını kabul etmektedirler. Erkek çalışanlar medya içerisindeki kadın sayısının az olmasını toplumsal cinsiyet eşitsizliği olarak belirtmektedir. Gazeteciliğin sert bir meslek olarak gören erkek çalışanlara göre, kadın çalışanlar çalışma koşullarını ağır buldukları için bu alanda çalışmayı tercih etmemektedir. Kadın çalışanların bazıları çalışma koşullarını ağır buldukları için bu alanda çalışmayı tercih etmemektedirler.

Anket sonuçlarına göre de kadın çalışanlarının meslekteki çalışma yılları erkeklere oranla daha az çıkmıştır. Kadınlar anne ve eş kimliği edinmeleri ile sorumlulukları artmış, ayrıca çalışma koşullarını ağır olarak değerlendirmeleri nedeniyle meslekten kopmalar başlamıştır. B10 (erkek) çalışanı kadınların medyada var olabilmek adına dişil kimliklerini geride bıraktıklarını, eril bir kimliğe büründüklerini ifade etmektedir. Bazı erkek çalışanlar ise, mesleki iş dağılımında kadın çalışanların fiziksel özellikleri nedeniyle spikerlik ve idari işleri yapabileceği yönünde görüş bildirmiştir. Kameramanlık gibi saha görevi gerektiren mesleğin ise erkekler tarafından yapabileceği yönündeki görüşleri ise içselleştirilmiş bir toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin göstergesidir. Oysaki günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte kadın ve erkekler aynı işleri yapabilmesinin önündeki engeller ortadan kalkmıştır.

Kadın çalışanlar ise toplumsal hayatta olan cinsiyet eşitsizliğinin, medyada da varlığı konusunda ortak görüş belirtmektedir. Medyada erkek egemen yapının varlığı ve cinsiyet ayrımcılığı konusunda aynı fikirleri paylaşan kadın çalışanlar; savaş muhabirlerinin erkeklerden seçildiğini vurgulamışlardır. Yerel medyada çalışan kadınlar, medya kuruluşlarının yönetim kademelerinde temsil edilmediklerini ifade etmişlerdir.

Görüşmecilere “Yerel medya sektöründe kadın çalışan olmanın avantajları ve dezavantajları var mı?” sorusu sorulmuştur.

Bazı erkek çalışanların yerel medya sektöründe kadın çalışan olmanın avantajları ve dezavantajları konusundaki görüşleri şu şekildedir:

B1 (erkek): “Avantajları yok ama dezavantajları çok var. Çünkü yerelde daha çok sokağa giden, koşturan, fotoğraf çeken kişileri erkek arıyorlar, erkek olsun, daha çok koşturur daha çok yapar. Kadınların ben yapamam, ben uğraşamam, ben kadının gibi cümleleri kurarak kendilerini geri plana atacağını düşünüyorlar. Bu nedenle erkeği öne çıkarıp erkek arıyorlar. Siz de farkına varmışsınızdır, bir çok yeri gezmiş fark etmişsinizdir. Yerel medyada, bir, iki, üçüncü kadını bulmak çok zor” (Kişisel görüşme, 19 Mart 2019)

B2 (erkek): “Medya sektöründe televizyonda, radyoda kadın çalışan olmanın avantajı vardır. Gazetede kadınların o kadar ön plana çıktığını zannetmiyorum. Hangi meslekte olursa olsun, bir kadın başarılı olduğu zaman onun cinsiyeti toplumun gözünde artık yok oluyor. Günümüzde otomobil, motor tamircisi kadınlar görüyoruz, marangoz ya da inşaat işçisi kadınlar görüyoruz. Bazen bunların haberlerini bizler de yapıyoruz. Toplumun onlara kadın gözüyle bakmadığını görüyoruz. Çünkü başarılı olmuşlar.” (Kişisel görüşme, 21 Mart 2019)

B3 (erkek): “Özellikle toplumsal olaylarda, insanların acısının olduğu durumlarda, kadınlar ailelerle biraz daha şefkat unsuru olarak diyalog kurabiliyor. Erkek muhabire gösterilecek tepki bazen kadına gösterilmiyor. Mesela kadınlar, erkeğin giremediği bir aile evine girip onlarla sohbet edip onlardan bilgi alabiliyor, aileden fotoğraf talep edebiliyor, onları daha iyi anlayabiliyor. Polisiye habercilikte, toplumsal habercilikte böyle bir avantajı var. Dezavantaj olarak da muhabirin

habere gittiği yerler çok çeşitli. Bazı yerlerde, sözle, bakışla taciz boyutunda durumlarla karşılaşabiliyor” (Kişisel görüşme, 24 Nisan 2019).

B4 (erkek): *“Aslında avantajları var, dezavantajı bence yok. Yerel sektörde, ulusallarda **kullanılan kadınlar** diyeyim daha doğrusu spiker olarak gayet başarılı ve bilgililer. Ama yerel sektörde böylelerine az rastlanıyor. Örneğin biz bir eleman istediğimiz zaman genelde spiker arıyoruz. Çünkü kamerayı bir erkeğe öğretebilirsiniz fiziksel açıdan söylüyorum. Dış çekimler olsun, uzun süreli çekimler olsun. Ama bir erkeğe spikerliği öğretmek oldukça zor. Ama kadınlar bunu gayet iyi başarıyor diye düşünüyorum” (Kişisel görüşme, 8 Nisan 2019).*

B9 (erkek): *“Polis muhabirliğinin zaman sınırı yoktur. Dolayısıyla genelde asayiş olayları akşam saatleri gece, sabaha karşıdır ve o günkü nöbetçi polis muhabiri olayı duyduğunda, evindeyse evinden, işyerindeyse oradan çıkıp habere gider. Bu kadın için daha zor. Ataerkil bir yapıdan geliyoruz. Anne ve babanın buna izin vermemesi ya da toplumsal baskının o kızın o saatte dışarı çıkmasını engelleyecek tepkilerin doğması... Yani bu saatte çıkamam gibi... Bunu kıran yok mu var elbette var Biz yine 90’larda çok aktif, cevval **bayan** muhabirlerimiz vardı. Devam etmediler ama bizlerle beraber gece gündüz haber kovalıyorlardı. Masa başı işler dersiniz gazeteciliğin bir değer dalıdır, grafikerlik... Elbette yani ben orada hiçbir sorun görmüyorum. Avantajı da vardır. Masa başı daha uygun demeyeyim, orada ayrımcılık yapmış olurum, “oraya yakışır onlar” gibi bir algı çıkmasın. Ama şartlar sanki **bayan** gazetecileri içerde çalışmaya daha çok zorluyor. Örneğin Spor muhabirliği...Bir kadın çalışan vardı, kendisi çok ünlüdür. Futbol muhabiri olarak karşımıza çıktı; bütün Türkiye şaşırıldı ve çok başarılı oldu. Şu an bir spor servisinin başında. Demek ki **bayanlar** da bu işi çok daha iyi yapabiliyormuş. Önemli olan toplumdaki o algıyı kırmak, yani ona güven vermek, başarabileceğinin yolunu açmak” (Kişisel görüşme, 19 Nisan 2019).*

B10 (erkek): *“Kadın olmak her sektörde dezavantajı oluyor. Kadınların erkek egemen toplumda cinsel tacize, mobbinge uğraması çalışma şartlarını zorlaştırıyor. Kadınlara bu şartlar altında çalışmasının önünde alternatif bırakmıyorsunuz. Ya onu kendi şartlarınız altında çalışmaya zorluyorsunuz, ya da onlara bu şartları kabul ettirmedeğiniz için, iş yeri veya medya sektörü sahibi olarak onunla yollarınızı ayırıyorsunuz. Kadın bu mesleğin içindeki **anaç** ve **duygusal** bir motiftir. Habercilik **sert** bir meslektir aslında ama kadın elinin değmesi ve kadının bu meslek içerisinde olması en azından habercilik dilini etkileyecek bir unsur olduğunu düşünüyorum” (Kişisel görüşme, 22 Nisan 2019).*

Bazı kadın çalışanların yerel medya sektöründe kadın çalışan olmanın avantajları ve dezavantajları konusundaki görüşleri şöyledir:

B6 (kadın): *“Aldığımız ücretler çok yükseklerde seyretmiyor. Son 5-6 yıldır, daha önceye göre biraz daha iyiyiz. Çünkü çok uzun yıllar asgari ücretin altında çalışıyorduk, ben kendi adıma öyleydim. Son zamanlarda maaş durumumuz asgari ücret ve bir tık üstü seviyesine çıkabildi. Hem dediğim gibi kadın olmanın verdiği sorumluluklardan dolayı, annelik, eşlik durumu, ‘dişi kuş yapar yuvayı’ hesabı bir takım dezavantajları oluyor. Maaş politikalarında dezavantajları oluyor. İşimiz gereği geç saatlere kadar çalışmamız gerekirse eğer eve dönüşlerde sıkıntı olabiliyor. Bu sadece Mersin’de ya da sadece bizim değil genel olarak bütün kadınların problemi. Çünkü gece dışarı çıkan kadınlara toplumun farklı bir bakış açısı var. İşimiz gereği bir yerden geç saatlerde dönüyor ve yalnız isek tedirgin bir şekilde dönüyoruz” (Kişisel görüşme, 3 Nisan 2019).*

B8 (kadın): “Başarılı kadın çalışan olmanın avantajları çok. Birikimli ve arka plan sahibi bir kadın olarak çalışmanın avantajları çok. Ama kimileri işini çok iyi yapmadan kendini çok iyi pazarlayabilen bir zihniyete sahipler, özellikle kimileri olmak için yerel basında yer alır, kimileri olur gelir... Ben olup gelenlerdenim, devlet kurumuna yıllarımı verdim. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti’nden 13 ödüllü tek radyo spikeriyim, tek ses spikeriyim... Bunları düşündüğünüzde medya sektöründe kendini yetiştirmiş kadın o kadar az ki özellikle Mersin’e baz aldığımızda çok az... Bilmeyen insan her yerde olduğu gibi medyada da dezavantaj sahibi, bilen insan her yerde olduğu gibi medyada da avantaj sahibi... Kadınsanız, düzenliyseniz, becerikliyseniz, güzelseniz, bazı işlerin üstesinden gelebiliyorsanız sanki bunları sadece kadın olduğunuz için yapabiliyormuşsunuz gibi geliyor erkeklere. Ben hayatta birçok üstesinden geldim. Kadın olduğum için üstesinden gelmedim. Medya sektöründeki yetişmemi medyadaki erkeklere borçluyum ben, onların benimle savaşmasına borçluyum” (Kişisel görüşme, 15 Nisan 2019).

Genel olarak yerel medya sektöründe kadın çalışan olmanın avantajları ve dezavantajları değerlendirildiğinde, kadın ve erkek çalışanlar, kadın çalışanların dezavantajlı olduğunu belirtmektedir. Erkek ve kadınların bakış açısına göre, kadın çalışanların dezavantajları farklılık göstermektedir. B3 (erkek) çalışanı kadın çalışanların toplumsal olaylarda dişil kimliği nedeniyle daha avantajlı olduğunu belirtmektedir. Kadınların özel alanlara rahatça girebilmeleri B3’e göre bir avantaj olarak görülmektedir. Oysa kadın çalışanlara göre kadınlar, dişil kimliklerinden dolayı saha görevi olan muhabirlik, kameramanlık gibi alanlarda tercih edilmedikleri için dezavantajlıdır. Kadınların spikerlik, program yapımcılığı gibi alanlarda tercih edilmeleri medyada egemen olan yaygın görüşün de bir uzantısıdır. Öte yandan B2 (erkek) çalışanı, günümüzde kadınlar ve erkekler arasında mesleki ayrımların yok olduğunu belirtmektedir. Kadınlar, erkek egemen toplumda var olmak adına cam tavan engelini aşabilmek için dişil kimliklerini çoğu zaman bir kenara bırakmaktadırlar. B2 çalışanı da toplumda erkek meslekleri olarak görülen tamircilik, marangozluk ve inşaat işçiliği gibi alanlarda başarılı olan kadınların, toplumda dişil kimliklerini bir kenara bıraktıklarını ifade ederek, bu görüşü de desteklemektedir.

B6 (kadın) çalışanına göre kadın çalışan olmanın maaş konusunda ve aile yaşamında dezavantajları bulunmaktadır. Araştırma kapsamında yapılan ankette, kadınların uzun yıllar asgari ücretin altında (Tablo 6.5) çalıştıkları yönünde ifadeleri bulunmaktadır. Bu durum Mersin yerel medyasında yaşanan toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bir göstergesidir. B6 çalışanı, kadınların anne, eş gibi rollerine iş yaşamındaki sorumlulukların eklenmesiyle de dezavantaj yaşadıklarını ifade etmiştir. B6 (kadın) yerel medya çalışanı, gazetecilikte mesai kavramının olmadığını, gece geç saatlerde yaşanan toplumsal olayların takibinin ise kadın çalışanlar için sorun yaratabileceğini vurgulamaktadır. B6, bu nedenle de kadınların dezavantaj yaşadıklarını belirtmektedir. Söz konusu görüş, toplumda hâkim olan genel görüşle de örtüşmektedir. Kadınları hane içinde daha çok özel alanlarda konumlandıran toplumsal yapı, kadınları saatlerle

sınırlandırmaktadır. Erkekler konu olduğunda ise kamusal alanlar onlara ait olarak görülmekte ve “geceleri yalnızca erkekler sokağa çıkabilir” anlayışı savunulmaktadırlar. Kadınların tercih etmedikleri için medya sektöründe sahada olmamaları gerçeği bu durumda yansıtmamaktadır. Toplumsal baskılar ve kalıp yargılar kadınları özel alanlar ile sınırlamaktadır. Medyada kadınlara imkân sağlandığı takdirde sahada “haber peşinde koşmaları” önünde hiçbir engel bulunmamaktadır.

Yerel medya çalışanlarına “Kadınların medya sektöründe daha fazla yer almamalarının nedenleri nelerdir? sorusu yöneltilmiştir. Soruya ilişkin bazı erkek çalışanların yanıtları şu şekildedir:

B2 (erkek): “Gazetecilik zor bir meslek. Mahalle baskısı var. Aileler, çevre o meslekte çalışan tanıdığı eşi dostu akrabası varsa onlar caydırıcı oluyor. Sen kızsın her yere gidemezsin, kadınsın her ortamda bulunamazsın, kalabalık oluyor, millet birbirine giriyor. Basın fotoğraf çekmek için görüntü almak için o sırada nasıl rahat edeceksin? Seni rahatsız ederler şeklinde. Ama Mersin’de basın sektöründe çalışan kadın arkadaşlarımız var, onları hiç de rahatsız etmiyoruz” (Kişisel görüşme, 21 Mart 2019).

B3 (erkek): “Sadece medya alanında değil, Türkiye’deki iş alanında bakıldığında kadınlar biraz daha **anaç** kalıyor, biraz daha çocuk bakmayı biraz daha farklı şeyleri tercih ediyor. Türk toplumunda vardır ya erkek evi geçindirir kadın çocuk bakar veya işte ev işleri yapar, o mantalitenin getirdiği bir sonuç olduğunu düşünüyorum” (Kişisel görüşme, 24 Nisan 2019).

B4 (erkek): “Yerel sektörün koşulları ulusallara göre biraz daha ağır. Örneğin ulusallarda bir işi bir kişi yaparken, yerelerde bir işi üç dört kişi yapıyor. Bunun için erkekler biraz daha tercih ediliyor” (Kişisel görüşme, 8 Nisan 2019).

B9 (erkek): “İşin ekonomik boyutu çok önemli. Bizim mesleğimizde amiyane olacak, bir erkek söylemi olacak... Erkeğin parası pul, karısı dul derler... Bizim meslekte sen de bu iştesin, yıllarca çalıştın, emek verdin ama karşılığını tam olarak almadığını düşünüyorum. Halen alamıyoruz. Dolayısıyla bizim Türk kadınlarında bir sahiplenilme, garantiye alınma, güven ihtiyacı var. Bir kadın tek başına İstanbul, İzmir gibi kentlerde yaşıyor ama Anadolu’da bunu göremezsiniz. İlk neden ekonomik oluyor. Bu işin çok fazla bir güvencesi yok. Yani bir de fiziki olarak benim kadar, sokaktaki çocuk kadar koşturamayabilir. Birçok başarılı kadın gazeteci var. İçimizde de var. Bir kadın arkadaşımız var. Çok başarılı, emekli olmasına rağmen hala sokaklarda cevval bir muhabir, kentin en iyi muhabirlerinden biridir. Dili çok iyidir, mesleğine saygısı çok iyidir, çok taktir toplar. Ama maalesef bir yuva kuramadı. Bu belki işine olan sevdasındandır. Anlatabiliyor muyum? Evli olsaydı belki bu kadar başarılı olamayabilirdi. Yani birini tercih etmek zorunda kaldı” (Kişisel görüşme, 19 Nisan 2019).

Kadın çalışanların kadınların medya sektöründe daha fazla yer almamalarının nedenleri konusundaki görüşleri şu şekildedir:

B5 (kadın): “Çünkü toplum kadınların dayanıksız, güçsüz, yapamayacağı, aklının ermeyeceği, konuşmalarını yeterli miktarda tutamayacağı gibi düşüncelere sahip.

Bu nedenle de genelde tercih edilmiyor. Ya da giydiğimiz herhangi bir gömlek dahi, karşı tarafı, toplumu farklı algıya yönelttiği için kadınların çalıştırılması, ön planda durması kadınların haklarını arayıp dayanışma kurmaya çalışması her zaman haklının yanında olması bir nevi onları korkutuyor. Çünkü bilinçaltında olan ve öğrendikleri şey, kadınla daha fazla bilmesin, daha fazla konuşmasın ki farklı şekilde algılanmasın. Akıllanmasın, öğrenmesin, okumasın ki bizim hâkimiyetimiz altında kalsın. Toplumunu ilgilendiren, toplumu kalkındıran, yönlendiren en değerli ve en önemli şeylerden biri de tabii ki medya. Bir medya kanalında kadının ekran önünde olması, haberi sunması yeri geldiğinde siyasi programları tartışması, yerele göre ulusallarda artık çok iyi. Nazlı Çelik gibi çok iyi isimler, örneklerimiz var. Yerelerde bunlar daha aşılamadı. Çünkü yerel toplumun en orta noktası, çekirdeği diyebiliriz. Aslında bu yerelerde başlamalıydı ki ulusallardan da devam edebilmeliydi. Ama maalesef yerelerde bunu henüz kanıtlayamadık, gösteremedik. Bu yüzden de insanların bakış açılarını değiştiremiyoruz” (Kişisel görüşme, 01 Nisan 2019).

B6 (kadın): *“Her meslekte olduğu medyada da gibi erkek egemen bir anlayış var. Mantık olarak şöyle düşünüyorlar, evlenen kadın mesaiye kalamaz, yakın zamanda hamile kalmayı düşünüyor musun? Bu da galiba doğum izni ve sonrası gibi düşüncelerle soruluyor. Kadınlarla çalışmak izin ve mesai kavramından dolayı galiba işverenlerin çok işine gelmiyor. Bu çok tercih edilmemesine sebeplerinden biri... İkincisi kadınlar naif varlıklar olarak görüldüğü için, kadınların bir işi yapamayacakları erkeklerin ise daha iyi yapabilecekleri düşünülüyor. Ben yönetim kademelerinde de çalıştım, uzun yıllardır da yazı işleri müdürlüğü yaptım, hala yapıyorum. Fakat ben dahi farklı bir göz baksa mıydı acaba, farklı bir göze danışılma mıydı acaba diye davranışlara maruz kalıyorum. O farklı göz de erkek oluyor. Her zaman erkek çalışanların, özellikle bizim meslekte daha özverili olabileceği, kadınların özverili olamayacağı düşünülüyor” (Kişisel görüşme, 3 Nisan 2019).*

B8 (kadın): *“Kadının önü kesiliyor medya sektöründe. Çünkü kadınlar daha analitik düşünüyor, daha bilgiye dayalı programlar yapıyor, daha iyi konuşmacı, daha iyi araştırmacı... Her şeye rağmen bir güç unsuru, bir bakış, bir bıyık hareketi, bir göz hareketi bile güç unsurudur, bir mobbingdir. Kadına uygulanan mobbing çok fazla medya sektöründe. Yer almamasının nedeni sadece başarısız erkekler, kadının başarısını hazmedemeyen erkekler” (Kişisel görüşme, 15 Nisan 2019).*

Genel kadınların medya sektöründe daha fazla yer almamalarının nedenleri değerlendirildiğinde, konuya erkek ve kadın çalışanların ifadeleri farklılık göstermektedir. Erkek çalışanlar bu durumu başta ataerkil aile yapısına meslekte mesai kavramının olmayışı, maaşın azlığı, mobbing ve tacizin varlığı, kadınlık rollerindeki kalıp yargılara dayandırmaktadır. Toplum tarafından kadınlara anaç, dayanıksız, güçsüz, naif gibi nitelikler yüklendiğini ifade eden erkek çalışanlar, toplumda var olan cinsiyet eşitsizliğinin medyaya da yansıdığını bu nedenle de kadınların medya sektöründe yer almayı tercih etmediklerini söylemektedir. B9 erkek çalışanına göre başarılı kadın muhabirler vardır ancak Mersin'deki örneğinde bekâr olduğu için kadın muhabir başarılıdır. Bu konuda B6 (kadın) çalışanı ise iş yaşamında kadınların medeni durumlarının sorgulanırken, erkeklerin sorgulanmamasının toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bir göstergesi olduğunu ifade etmektedir.

Kadın çalışanlarla erkek çalışanlar mobbing ve taciz konusunda ortak görüşü paylaşmaktadırlar. Kadın çalışanlar, kadınların yükselmelerine engel olduğunu ve onlara mobbing uygulandığı yönünde görüş bildirmiştir. Kadınlar yerel medyada daha aktif rol üstlenebilme beklentisi içindedirler. Önlerindeki engeller kaldırıldığı takdirde saha da kendilerini ispatlama imkânı bulacaklardır.

Görüşmecilere “Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık sorununa ilişkin çözüm önerileriniz nelerdir?” sorusu yönetilmiştir. Bu konuda bazı erkek çalışanların görüşleri şu şekildedir:

B2 (erkek): “Birinci derecede samimiyetin olması. Bu yolda çaba gösteren kişisel anlamdaki kadın aktivistlerin neredeyse yarısını samimi bulmuyorum. Bu yönde çaba gösteren sivil toplum kuruluşlarının, kadın platformunda sayabileceğimiz sivil toplum kuruluşlarının büyük bir çoğunluğunu bu çabasında samimi görmüyorum. Sadece var olan toplumsal cinsiyet ayrımcılığı sorununu gündemde tutmak için çaba gösteriyorlar. Onu yok etmek için göstermiyorlar” (Kişisel görüşme, 21 Mart 2019).

B9 (erkek): “Bu iş anne ve babada biter. Benim de bir kızım var. Ona sonsuz güveniyorum. Kızlarımızın, özgüvenli bir birey olmaları sağlanmalı, ayakları üzerinde durmaları sağlanmalıdır. Annesiz, babasız, kocasız veya erkek kardeşsiz de bu hayatta başarılı olabileceğini göstermeli, onun yolunu açmalıdırlar. Eğitim de zaten sıkıntılarımız var. Birçok yerde erkek ve kadınlar haremlik selamlık gibi ayırıyorlar ama orda toplumsal cinsiyet ayrımcılığı da var. Önce aile kızını özgüvenli yetiştirir ve önünü açarsa, önüne çıkacak hiçbir engeli, barikatı tanımaz diye düşünüyorum” (Kişisel görüşme, 19 Nisan 2019).

B10 (erkek): “Dilimizi hem de habercilik dilimizi buna göre konumlandırmak lazım. Mesela işadamları iş insanları olmaya başladı. Bu terminolojide bir kere kadını olması gereken yere yerleştirmeliyiz. Kadın anne olabiliyor, üstünde ailenin yükü olan bir kadın olabiliyor. Annesiz babasız bir kadın objesi olabiliyor “Yuvayı dışı kuş yapar” mantığıyla baktığınız zaman kadının sorumlulukları erkeğe göre daha yüksek. Bunu kaldıracak gücü de var. Bu nedenle kadının biraz daha kariyer sahibi olabilmeli kendi sorunlarından uzaklaştırabilmeli, çalışma hayatında da yönetimde de daha çok yeri olması gerekiyor. Kadınlar, belediye meclisinden tutun da sivil toplum kuruluşlarına kadar daha fazla yer almaya başladı. Kadınlar çevreye, sağlığa, insana daha duygusal şeylerle bakabiliyor. Kadınların daha yönetsel, idari anlamda etkili noktalarda olmaları gerekiyor. Çünkü kadının dünyaya bakış açısı erkekten çok daha farklı parametreler taşıyor. Kadının yönetsel anlamda kent, ülke yönetiminde mecliste ciddi anlamda yer almasından yanayım. Böylelikle topluma da bir denge gelecektir. Kadın kendini güçlü kılacaktır. Bir erkeğin gücünün altında olmamalı kadın... Güç arayışını bir erkek üzerinden değil, kendi üzerinden yapmalı.” demmiştir” (Kişisel görüşme, 22 Nisan 2019).

Kadın çalışanların toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık sorununa ilişkin çözüm önerileri şu şekildedir:

B5 (kadın): “Hep kadın haklarından bahsediyoruz. Kadının hakim olması, eğitilmesi gerektiğinden, kadına dayatılmaması gerektiğinden, terör, cinayet vesaire hep kadın diyoruz. Ama maalesef bu durum diğer bakış açılarında, diğer gözlerde, erkeklerde, bencilik, abartılma gibi gösteriliyor. Bence farklı bir yöntem izlenebilir. Sadece

erkeklerin de olabileceği bir bakış açısı. Erkekler pembe giyebilir, erkekler saçlarını uzatıp kuaförlerde fön çektirebilir” gibi imkanların da sağlanması gerekiyor. Erkekler ağlayamaz, erkek adam ağlamaz gibi dayatmalar, deyimler var. Erkeklerin aslında bunlara hakkı olduğunu, insan oldukları gösterildikten ve kendi haklarında farkına vardıldıktan sonra aslında kadınlara bu kadar fazla yüklenilmeyeceğini idrak edeceklerdir diye düşünüyorum” (Kişisel görüşme, 01 Nisan 2019).

B6 (kadın): “En alttan en üste baktığımızda bizi yönetenlerin hepsi erkek. Kadınlara ilgili yaşanan bir şiddet olayında ya da bir cinayet vakasında o saatte orada ne işi vardı? Öyle giyinmeseydi, öyle yapmasaydı, öyle bakmasaydı, öyle süslenmeseydi gibi söylemleri en üst düzeyde yansıttıkları için biz kadınlar olarak ne kadar mücadele verirsek verelim yerine ulaşamıyor. Kadınlar kadınları anlayabiliyor ama erkekler kadınları anlayamıyor. Belki biz de onları yeteri kadar anlayamayabiliyor olabiliriz ama genel olarak şiddete, cinayete, tecavüze bizler maruz kalıyoruz. Bunun toplumsal bir bakış açısıyla değişebileceğini düşünüyorum. Bunda da en başta en küçük yapıtaşında aileden başlıyor. Kız çocukları doğduğu andan itibaren pembe giydirelim, etek giydirelim, anne olmaya hazırlayalım. Kadınlara da bu konuda görevler düşüyor tabii ki... Çocukları en başta böyle bir şekilde yetiştirmemek gerekiyor. Aileden başlayıp yukarıya kadar bu anlayışın değişmesi gerekiyor. Bu anlayışın değişeceği konusunda samimi bir şekilde ümidim var mı? Yok... Sonuç olarak bunun değişeceğini çok düşünmüyorum, çünkü siyasiler de bundan besleniyor. Genel olarak politika bu şekilde götürülüyor” (Kişisel görüşme, 3 Nisan 2019).

B8 (kadın) kişisi: “Tepeden tırnağa değişmesi gereken, reform isteyen bir konu aslında. Siyasi söylemlerden tutun da okul sıralarında bile hayata geçirilmesi gereken bir konu bu. Okul yıllarımızda kız erkek öğrenci ayrımı yapmıyor, çocuklarımızı yan yana arka arkaya tek sırada da oturtabiliyorsak, hayat ilerledikçe yaşımız büyüdükçe toplum bizim ayırıştırmaya başlıyor. Kadının bir birey olduğunu erkeğin de bir birey olduğunu kabul etmiyoruz bir türlü. Kadının yaşadığı bütün sorunlar, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler, Asya ülkeleri, Ortadoğu ülkeleri gibi yerlerde yaşanıyor. Erkeklerin acizliğinden dolayı kadınların mecbur olduğu bazı konular vardır. Mesela iş hayatındaki çekimsiz tavırlar da... Ve bu durum biz kadınları şuna zorlar, her zaman bunu mikrofonda da söylüyorum, siz erkekler sayesinde erkek gibi düşünüp kadın gibi yaşamayı öğrendim, teşekkür ediyorum. Çünkü erkek gibi düşünmezsen, erkeklerin bana karşı, benim için geliştirdikleri taktikleri hiçbirini tahmin edemeyeceğim. Ama erkek gibi düşündüğümde hepsine dair tedbirlerle işime geliyorum. 32 senedir medya sektöründeyim ve bunun acısını çok çektim. Ama bir kadın olarak şu an Mersin’in en başarılı yayıncısıyım” (Kişisel görüşme, 15 Nisan 2019).

Genel olarak toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık sorununun çözümüne ilişkin bir değerlendirme yapıldığında, kadın ve erkek çalışanların görüşleri farklılık göstermektedir. Erkek çalışanlar toplumsal cinsiyet eğitiminin ailede başladığını, dildeki ayrımcılığın önlenmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda çözümçül önerilerin hayata geçirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. B9 (erkek) çalışanı toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin çözümünü kadın temelli açıklamaktadır. B9, kadınların kendilerine “güvenli” yetiştirilmesinin toplumsal cinsiyet eşitsizliğini önleyeceğini belirtmektedir. Toplumsal cinsiyet eğitimi ilk olarak ailede başlamasına rağmen, çevre, okul ve medyanın etkilerini göz önünde bulundurmak gerekmektedir. B9 çalışanın kadınlar üzerindeki bu söylemleri eril bakış açısını

desteklemektedir. B10 çalışanı ise, günlük dilde ve haber dilinde sağlanmasıyla toplumsal cinsiyet ayrımcılığının önleneceğini bildirmektedir. Anne, eş konumundaki kadının yani özel alandaki kadının sorumlulukları erkeğe göre daha fazladır; kadın özel alanda olduğu sürece kendini güçlü kılamayacaktır. Toplumda dengenin sağlanması ve kadınların güçlü olabilmeleri için iş hayatına atılmaları gereklidir. B10 çalışanın bu söylemleri toplumsal cinsiyet eşitliğini desteklese de “Yuvayı dışı kuş yapar”, “Kadınlar çevreye, sağlığa, insana daha duygusal şeylerle bakabiliyor” söylemleriyle hem eşitliğin önce dilde sağlanması düşüncesiyle çelişmekte, hem de toplumda yaygın olan eril bakış açısının bir uzantısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Marksist feminizmin dikkat çektiği iş bölümünün köklerinin ailedeki doğal iş bölümünden başladığı eleştirisi, medyadaki iş bölümünde de görülmektedir. Kadınlar korumacı bir yaklaşımla “ nazik bedenlerinin ve duygularının incinebileceği” düşüncesiyle saha özellikle geceleri görevlendirilmemektedir. Görüşmeye katılan erkekler liberal feminist kuramın eşitlik ilkesini benimsemelerine rağmen, kültürel ve sosyalist feminizmin savunduğu düşünce yapılarındaki kalıp yargıların aşılması gerekmektedir.

Kadın çalışanlar ise, toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık konusunda farklı görüşleri benimsemektedir. Toplumdaki cinsiyet eşitsizliğinin temelinde toplumsal ve kültürel nedenler yatmaktadır. Kız ve erkeklerin kültürel kodlarla yetiştirilmesinin önünde geçilmesi, “erkek ağlamaz”, “erkekler pembe giymez”, “kızlar futbol oynamaz” gibi kalıp yargılardan sıyrılmak gerekmektedir. Bir kadın çalışan toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin çözümü için erkeklerin bakış açılarının değişmesi yönünde görüş bildirmiştir. Kadın çalışanlar erkek egemen bir medya sektöründe var olma mücadelesi içinde önüne engeller konulduğunu, bu engelleri “erkek gibi” düşünerek aştığını ifade etmektedir. Bu söylemde içselleştirilmiş bir toplumsal cinsiyet algısından söz etmek mümkündür. Medya sektöründe çoğu kadın çalışan var olabilmek için giyimlerinden düşünce tarzına kadar dişil davranışlarına ket vurmakta, eril bir tavır sergilemek zorunda kalmaktadır. Kadın çalışanlara göre ayrımcılığın çözümü kadın ve erkeğin birey olarak kabul edilmesi ve toplumun bakış açısının değişmesinde yatmaktadır.

7. SONUÇ

Bu araştırmada Mersin’de yerel medyada çalışan kadınların ve erkeklerin toplumsal cinsiyet algıları incelenmiştir. Araştırma anket ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle yapılmıştır.

Anket uygulamasından elde edilen bulgular, Mersin ili yerel medya çalışanlarının genç nesilden oluştuğunu göstermektedir. Genç alışanların çoğunlukta olduğu yerel medyada, aynı zamanda meslekte uzun yıllar görev yapmış çalışanlar da bulunmaktadır. 41 yaşın üzerinde olan 29 kişinin mesleki tecrübeleri bakımından genç nesile kılavuzluk edebilecek yetiye sahip olduklarını göstermektedir.

Araştırmada Mersin ilinde faaliyet gösteren yerel medya çalışanlarının cinsiyetlerine göre dağılım incelendiğinde (Tablo 6.3) 78 kişiden 55’ini erkek, sadece 23’ünü kadın çalışanlar oluşturmaktadır. Kadınların sayıca erkeklerden az olması Mersin yerel medyasında var olan erkek egemen yapının da bir kanıtıdır. Ayrıca bu durum Türkiye’deki medya yapılanmasıyla da paralellik göstermektedir.

Yerel medya çalışanları arasında maaş konusunda cinsiyet temelli bir ayrımın olduğu gözlenmiştir. Aynı görevi yapan kadın çalışanlar erkek çalışanlara göre asgari ücretin altında maaş aldıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan yüz yüze görüşmelerde de kadın çalışanların bazıları Mersin yerel medyasında ücret eşişsizliği yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Aynı görevleri yapan çalışanlar arasında asgari üstü ücret alan erkek muhabir, kameraman, editör, kurgucu, köşe yazarı, spiker yer alırken, kadın çalışanların hiçbirinin bu görevlerde asgari üstü ücret almadığı ortaya çıkmıştır. Sadece sorumlu yazı işleri müdürlüğü görevini yürüten 1 kadın çalışan asgari üstü ücret aldığını belirtmiştir. Aynı görevi yerine getiren 3 erkek çalışan ise asgari ücret aldıklarını ifade etmişlerdir. Sorumlu yazı işleri müdürlüğünde, erkeklerin aleyhine bir toplumsal cinsiyet eşişsizliği yaşandığı görülmektedir. Liberal feminizm “eşiş işe, eşiş ücret” ilkesini savunmaktadır. Dolayısıyla yerel medyada bu sorunların yaşanıyor olması, liberal feminist kuramlara göre çözüm bekleyen sorunlar olarak değerlendirilebilir.

Ankete katılan çalışanların mesleki eğitim düzeyleri incelendiğinde, mesleki alanda eğitim almış kişilerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Yerel medyada gazetecilerin eğitim durumu (Tablo 6.4) sorgulandığında 78 kişiden toplam 46’sı mesleki eğitim aldığını, 32 kişi ise herhangi bir mesleki eğitim almadığını belirtmiştir. Bu durum Mersin yerel medyasının mesleki eğitim almış olan bir grubun temsil ettiğinin göstergesidir. Gazetecilik alanındaki mesleki eğitim, çalışanların haberlerde toplumsal sorumluluk ve gazetecilik etik kurallarını gözetmeleri açısından önem taşımaktadır. Bu durum aynı zamanda Mersin ili yerel medyası adına “nitelikli insan gücü” sorunun en aza indirildiğini de ortaya koymaktadır. Ayrıca İletişim fakültelerinde

verilen toplumsal cinsiyet eğitimi, fakülte mezunu çalışanlara toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farklı bir bakış açısı kazandırmaktadır.

Mersin yerel medyasında kadın ve erkek çalışanların cinsiyetlerine göre örgütlenme durumları (Tablo 6.8) incelendiğinde ankete katılan 12 kadın, 36 erkek mesleki bir kuruluşa üye olduğunu; 11 kadın ve 19 erkek çalışan ise mesleki bir kuruluşa üye olmadığını belirtmiştir. Erkeklerin mesleki anlamda daha örgütlü oldukları ortaya çıkmıştır. Yerel medyada örgütlülük çalışanların seslerini duyurmaları ve haklarını korumaları açısından önemli bir unsurdur.

Ankete katılan 78 çalışan yaptıkları işler bağlamında değerlendirildiğinde; çalışanların birden fazla görevi üstlendikleri tespit edilmiştir. Yerel medya yapılanması içerisinde insan kaynakları sorunu nedeniyle çalışanlar her türlü haberde görevlendirilmektedir. Bu durum da haber kategorilerinde uzmanlaşma sorununu doğurmaktadır. Özellikle internet teknolojilerinin günlük hayata girmesiyle çoğu gazete internet ortamında yayın hayatını sürmeye çalışmaktadır. Dolayısıyla işverenler az çalışana birden fazla görevi vererek maliyeti en aza indirmeye çalışmaktadır.

Araştırmada mesleki görev dağılımı incelendiğinde cinsiyet temelli eşitsizliğin yaşandığı gözlenmiştir. Erkek çalışanlar teknik bilgi gerektiren; kameramanlık, foto muhabirliği, rejisi gibi işlerde özellikle de kamusal alanlarda kadınlara oranla daha fazla görev almaktadır. Kadınlar ise ofis içinde özellikle ekran önünden spiker ve programcı olarak daha aktif rol üstlenmektedirler. Bu durum, yerel medyadaki görev dağılımında cinsiyetlere göre görevlerin belirlendiğinin bir göstergesidir.

Mersin yerel medyasında yönetimin üst kademelerini oluşturan imtiyaz sahipliği, genel yayın yönetmenliği, sorumlu yazı işleri müdürlüğü görevleri değerlendirildiğinde erkek egemen bir yapılanmanın varlığı görülmektedir. Erkek çalışanlar, kadınların evlenmelerinin mesleki açıdan onları zorlayacağını, anne ve eş kimliğinin kadınların çalışma yaşamlarını olumsuz etkileyeceğini ifade etmişlerdir. Erkeğin babalık durumunun da mesleki açıdan bir sorun yaratmayacağı yönünde görüş bildiren erkek çalışanların, kadınların annelik durumunun mesleki açıdan sorun olacağını belirtmeleri bu anlamda korumacı bir yaklaşım sergilediklerinin bir göstergesidir. Yine toplumdaki genel düşünce itibarıyla kadınların öncelikleri arasında evi ve anne kimliğinin olması, mesleki kariyerlerinde yükselmelerindeki cam tavanlar olarak değerlendirilebilir.

Yerel medya çalışanları, ağırlıklı olarak kadın yöneticilerle çalışmayı tercih etmektedirler. Ayrıca erkek çalışanlar kadınların meslek örgütlerinde yönetici olmalarını desteklediklerini ifade etmişlerdir. Erkeklerin kadınların yönetici olmalarına olumlu bakmaları medya sektöründe başta toplumsal cinsiyet temeli olarak yaşanan sorunların çözümünde kadınların söz sahibi olmalarını da desteklediklerinin bir göstergesidir. Feminist bakış açısıyla değerlendirildiğinde; Mersin yerel medya çalışanları kadın erkek eşitliğini savunan düşünce

yapılarına sahip olmaları, toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında Mersin yerel medyasını özel bir konuma getirmektedir.

Genel olarak erkek ve kadın çalışanlar ekonomi, politika, spor gibi haber kategorilerinde toplumsal cinsiyet eşitliğini savunmaktadırlar. Ancak erkekler, şiddet haberlerinde erkek çalışanların daha soğukkanlı bir davranış sergilediğini, kadınların haber dilinin daha duygusal ifadeler içerdiiğini belirtmektedir. Bu durum toplum tarafından kadına ve erkeğe atfedilen kalıp yargıların da bir kanıtı sayılabilir. Erkek çalışanlar yapılan mülakatlarda medyadaki ayrımcı politikalara karşı bir duruş sergiledikleri yönünde ifade verirken, yine korumacı bir yaklaşım sergileyerek kadınların terör ve savaş gibi şiddet içeren olaylardan uzak tutulmaları gerektiğini vurgulamışlardır. Oysaki gazetecilik profesyonellik gerektiren bir meslektir. Dolayısıyla günümüzde mesleklerin cinsiyetlerinin olmadığı görüşünün benimsenmiş olması beklenilmektedir.

Mersin ili yerel medya çalışanları mobbing ve tacize karşı oldukları konusunda ortak bir tavır sergilemektedir. Çalışanlar, kadınların zaman zaman mobbing ve tacize daha fazla maruz kaldıkları konusunda görüş birliği içindedirler. Kadınlar için meslek yaşamında bu tür olumsuzluklarla karşı karşıya kalmak onların iş yaşamlarından uzaklaşmalarına neden olabilecek en büyük engeller arasında yer almaktadır.

Yarı yapılandırılmış mülakatlarda da görüşmeye katılan erkek çalışanların kalıp yargılar içeren bir dil kullandıkları gözlenmiştir. Erkek çalışanlar görüşmelerde kadın çalışanlar için **“duygusal”, “anaç”, “yuvayı dişi kuş yapar”** gibi ifadeler kullanmaktadırlar. Toplumsal cinsiyet eşitliğini benimsediklerini ifade eden erkek çalışanlardan bazıları, kadınların fiziksel özellikleri nedeniyle saha görevini yapamayacaklarını, kamera taşıyamayacaklarını belirtmişlerdir. Günümüzde kameralar herkesin kullanabileceği bir teknolojiye dönüşmüştür. Marksist, sosyalist ve kültürel feminizmde kadınların erkeklere sadece yasal düzen içinde eşit olması değil, aynı zamanda düşünce yapısında da eşit olmaları gerektiği fikri savunulmaktadır. Dolayısıyla erkek çalışanların feminist kuramlar bağlamında bu farklı bakış açılarına sahip olmaları yerel medyada da tam anlamıyla eşitlikçi bir yapının oluşmasını sağlayacak önemli bir etkidir. Mersin ili yerel medyasında kadın çalışanların erkek egemen bir yapıdaki sektör içinde kabul görmek adına davranış, düşünce ve kıyafetlerinde eril bir kimliğe sahip olmanın kendileri için avantaj yarattığı yönünde görüş bildirmişlerdir. Yüz yüze yapılan görüşmelerde bazı erkek çalışanların ataerkil düşünce yapısının izlerini taşıdıkları, kadın çalışanların zaman zaman toplumsal cinsiyet eşitsizliğini içselleştirdikleri görülmektedir. Bu durumun en büyük göstergesi ise görüşmelerde bazı kadın çalışanların toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bir kanıtı sayılan **“bayan”** kelimesini kullanmaları, medyada başarılı olabilmek için erkek gibi düşündüklerini söylemeleri, ayrıca kadın çalışanların anne ve eş kimliği kazanmalarıyla sorumluluklarının arttığını belirtmeleri ve zamanla da meslekten kopmaların yaşanmasıdır.

Öneriler:

- Bu çalışmanın sonucunda, yapılan anket ve yarı yapılandırılmış görüşmelerde yerel medya çalışanlarına toplumsal cinsiyet ve feminizm kavramları konusunda daha detaylı bilgilere sahip olabilmeleri için toplumsal cinsiyet konusunda eğitim verilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.
- Medya yapılanması içerisinde uzmanlaşma getirilerek kamusal alanlarda kadın çalışanların daha aktif görev almaları sağlanmalıdır.
- Mersin ili yerel medyasında kadın ve erkek çalışanlar arasındaki ücret dağılımındaki eşitsizlikler giderilmeli, cinsiyet ayrımı gözetmeksizin “eşit işe eşit ücret” ilkesi hayata geçirilmelidir.
- Kadın medya çalışanlarının; yerel medya kuruluşlarının yönetim kadrosunda daha fazla temsil edilmeleri sağlanmalıdır. Kadın çalışanların yönetimde söz sahibi olmalarıyla pek sorunun çözümünde rasyonel bakış açısı gelişebilecektir. Bu durum, özellikle de toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin önlenmesinde daha etkin politikaların oluşturulmasına katkı sağlayacaktır.
- Mersin yerel medya çalışanları toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda kadın çalışanları desteklemelidir.
- Mersin ili yerel medya kuruluşlarında daha çok kadının istihdam edilmesi sağlanmalıdır. Bu konuda yasal düzenlemeler getirilerek medya sektöründe kadın istihdamı artırılabilir.
- Kadın ve erkek çalışanların işyerinde uğradıkları mobbing ve tacizin önlenmesi için meslek örgütlerinin bu konuda çalışmalarda bulunması sağlanmalıdır.

Bu araştırmada çalışanların toplumsal cinsiyet algısına odaklanılmıştır. Bu araştırma ışığında yerel medya haberleri toplumsal cinsiyet kodları ile analiz edilerek, haber dili çözümlenmesi yapılabilir. Böylelikle yerel medya çalışanlarının eril ve dişil bireylere yönelik söylemleri, bu söylemlerin habere yansması ayrıca LGBTİ+ bireylerin haberlerdeki temsillerinin araştırılması yapılarak Mersin ili yerel medyası adına bütüncül bir çalışma gerçekleştirilmiş olacaktır.

KAYNAKLAR

- [1]. Akca, E. B., Ergül, S. (2016). Kitle iletişim çalışmaları alanında toplumsal cinsiyet çalışmalarının gelişimi, temel yaklaşımlar ve çalışmalar üzerinden bir çerçeve çizme çabası. Ş. Yavuz (Der). *Toplumsal Cinsiyet&Medya Temsilleri*, İstanbul: Heyamola Yayınları. 17- 40.
- [2]. Aktaş, G. (2013). Feminist söylemler bağlamında kadın kimliği: erkek egemen bir toplumda kadın olmak. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 30 (1), 53-72.
- [3]. Alemdar, K. (Ed.)& Kaya, R. (2009). *Türkiye'de kitle iletişimi-dün-bugün-yarın. Türkiye siyasal yaşamında 1980'ler sonrasında gelişmeler ve medya*. Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- [5]. Arat, N. (2017). *Feminizmin ABC'si*. İstanbul: Sel Yayınları.
- [6]. Arslan, B. (1999). *Yerel basın örgütlerinde örgütsel iletişimin rolü ve önemi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- [7]. Arslan, B. (2010). Yerel basında sivil toplum kuruluşlarının temsili ve sivil toplum kuruluşlarının yerel basın değerlendirmesi. *Yeni Düşünceler Dergisi*, 5, 137-160.
- [8]. Aslan, Ş. (Ed). (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- [9]. Alankuş, S. (2005). *Yeni iletişim teknolojileri ve medya*. İstanbul: *IPS İletişim Vakfı Yayınları*.
- [10]. Atabek, N, Dağtaş E. (1998). *Kamuoyu ve iletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- [11]. Baird, V. (2017). *Cinsel çeşitlilik: Yönelimler, politikalar, haklar ve ihlaller*. İstanbul: Metis Yayınları.
- [12]. Bal, H. (2014). *Sosyolojide yöntem ve araştırma teknikleri: (Uygulamalı-örnekli)*. Sentez Yayıncılık.
- [13]. BİK. (2019). Basın ilan kurumunun 2019 yılı basın çalışanları istatistikleri açıklandı. 27 Ağustos 2019 tarihinde <https://www.bik.gov.tr/basin-ilan-kurumu-2019-basin-calisanlari-istatistikleri-aciklandi> adresinden alınmıştır.
- [14]. Bayrakçı, M. (2007). Sosyal öğrenme kuramı ve eğitime uygulanışı. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*,17,198-210.
- [15]. Beklan Çetin O. (2005) Ekofeminizm: Kadın-doğa ilişkisi ve ataerkillik. *Sosyo Ekonomi Dergisi*, (1), 61-76.
- [16]. Benhabib, S. Butler, J. Cornell, D. ve Fraser, N. (2008) *Çatışan feminizmler: Felsefi fikir alışverişi*. (Çev. F. Sezer). İstanbul: Metis Yayınları.
- [17]. Bem, S. L. (1981). *Gender schema theory: a cognitive account of sex typing*. *Psychological Review*, 88, 354-364.
- [18]. Berghan, S. (2011). Transfeminizm *COGITO*, 65-66: 140-148.
- [19]. Berktaş, F. (2011). *Toplumsal cinsiyet sosyolojisi*. Eskişehir: Açık Öğretim Yayınları.

- [20]. Binark, M.; Gencil Bek, (2007). *Eleştirel medya okuryazarlığı, kuramsal yaklaşımlar ve uygulamalar*. İstanbul: Kalkedon.
- [21]. Bulut, M.(2007). *Mersin'in yerel gazete tarihi*. Gezgın, S. (Ed). Türkiye'de yerel basın. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- [22]. Butler, J. (2007). *Taklit ve toplumsal cinsiyete karşı durma*. (Çev. O. Akınhay). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- [23]. Butler, J. (2010). *Cinsiyet belası feminizm ve kimliğin altüst edilmesi*. (Çev. B. Ertür). İstanbul:Metis Yayınları.
- [24]. Bodur, F. (1997). *Yerel basında yönetim ve örgüt yapısı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- [25]. Bora, A. (2005). *Kadınların sınıfı: ücretli ev emeği ve kadın öznelliğinin inşası*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- [26]. Çaha, Ö. (1996). *Türkiye'de sivil toplum ve kadın*. Konya: Vadi Yayınları.
- [27]. Çakır, H. (2007). Geleneksel gazetecilik karşısında internet gazeteciliği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 123-149.
- [28]. Çakır, S. (2010). *Feminizm, 19. yüzyıldan 20. yüzyılı modern siyasal ideolojiler*. H. Birsen Örs (Der). 4, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- [29]. Çıtak A. (2008). *Kadınların çalışmasına yönelik tutum: "cinsiyet, cinsiyet rolü ve sosyoekonomik düzeye göre bir karşılaştırma*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- [30]. Cheng, X. (2012). The representation of gender roles in the media: an analysis of gender discourse in sex and the city movies. Retrieved May, 2019 from <http://www.divaportal.org/smash/get/diva2:533504/fulltext02>.
- [31]. Connell, R. W. (2017). *Toplumsal cinsiyet ve iktidar: toplum kişi ve cinsel politika*. (Çev. C. Soydemir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- [32]. Çetinel, E. ve Yılmaz, E. (2016.) Feminist teori: Yönetim ve organizasyon alanına eleştirel bir yaklaşım, Çankırı Karatekin Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (2), 119-14.
- [33]. Demir, Z. (2014). *Modern ve postmodern feminizm*. İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- [34]. Donovan, J. (2016). *Feminist teori entelektüel gelenekler*.(Çev. A. Bora, M. A. Gevrek ve F. Sayılan). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [35]. Demirbilek, S. (2007). Cinsiyet ayrımcılığının sosyolojik açıdan incelenmesi. *Finans Politik &Ekonomik Yorumlar*, 44 (11), 12-27.
- [36]. Dökmen, Z. (2017). *Toplumsal cinsiyet*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- [37]. Ecevit, Y. (2011). *Toplumsal cinsiyet sosyolojisine bakış*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları Yayın No: 2307.

- [38]. Erdoğan, İ. (2014). *Medya sosyolojisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- [39]. Fausto-Sterling, A. (2000). *Genderpolitics and the construction of sexuality: sexing thebody*. New York: Basic Books.
- [40]. Flax, J. (1990). *Thinking fragments: psychoanalysis, feminism, and postmodernism in the contemporary West*. California: Univ of California Press.
- [41]. Foucault, M. (1993). *Cinselliğın tarihi 1*. İstanbul: Afa Yayıncılık
- [42]. Gezgin, S. (2007). *Türkiye’de yerel basın*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- [43]. Giddens, A. (1993). *Cinselliğın tarihi*. İstanbul: AFA Yayıncılık.
- [44]. Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. (Çev: H. Özel ve C.Güzel). İstanbul: Ayraç Yayınları.
- [45]. Giddens, A., & Şahin, İ. (2014). *Mahremiyetin dönüşümü: Modern toplumlarda cinsellik, aşk ve erotizm*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- [46]. Girgin, A. (2009). *Türk basın tarihinde yerel gazetecilik*. İstanbul: İnkılâp Yayınları.
- [47]. Girginer, H. U. (1994). Türk toplumunda cinsiyet rolleri. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Ege Üniversitesi, İzmir.
- [48]. Güldü, Ö. ve Kart M. (2009). Toplumsal cinsiyet rolleri ve siyasal tutumlar: sosyal psikolojik bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 64 (3), 98-116.
- [49]. Gürses, F. (2015). Demokrasi, yurttaşlık ve yerel basın: Yurttaş katılımında yerel basının önemi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi yayınları.
- [50]. Işık, M. (2002). *Kitle iletişim teorilerine giriş*. Konya: Eğitim Yayınları.
- [51]. İrvan, S. (1997). *Medya, kültür, siyaset*. Ankara: Ark Yayınevi.
- [52]. Keskin, F. (2014). *Politik iletişim sözlüğü*. Ankara: İmge Kitapevi Yayınları.
- [53]. Sancar, S. (2009). *Erkeklik: imkansız iktidar: Ailede, piyasada ve sokakta erkekler*. İstanbul: Metis Yayınları
- [54]. Savaş, G. (2004). Kitle iletişim araçlarına eleştirel bir yaklaşım. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*. 2-5.
- [55]. Segal, L (1992). Ağırçekim, değişen erkeklikler/değişen erkekler, (Çev. V. Ersoy). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- [56]. Scott, J. W. (2007). *Toplumsal cinsiyet: Faydalı bir tarihsel analiz kategorisi*. (Çev. A.T. Kılıç). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- [57]. Sönmez, V. Alacapınar, F.G. (2016). Örneklendirilmiş bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Anı Yayıncılık.

- [58]. Mac, Bride S. (1984). *Many voices, one world-communication and society today and tomorrow (III: Edition, Colhester: UNSECO, Spottiswoode Ballantyne Ltd, 33-34.*
- [59]. MacKinnon C.A. (2003). *Feminist bir devlet kuramına doğru kadın araştırmaları 1.* İstanbul: Metis Yayınları.
- [60]. MEDİZ (2008). Medyada kadınların temsil biçimleri araştırması. Hülya Uğur Tanrıöver vd., 15. 08. 2019 tarihinde www.binanet.org/mediz_rapor_0806 doc. adresinden alınmıştır.
- [61]. Michel, A. (1995). *Feminizm.* (Çev. ř. Tekeli). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [62]. Mill, J.S. (2016). *Kadınların özgürleşmesi.* (Çev. D. B. Aksel). İstanbul: Pinhan yayıncılık Politika Dizisi.
- [63]. Mutlu, E.(1995). *İletişim sözlüğü.* İstanbul: Ark Yayınları.
- [64]. Nalcioğlu, Ulusoy, B. (2007). *Türkiye’de yerel medya çalışanları, yerel medyanın sorunları ve çözüm önerileri.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları
- [65]. Nye, A. (1988). *Feminist theory and the philosophies of man.* Londra ve Newyork :Routledge
- [66]. Nolle-Neumann, E. (1996). *Kamuoyu: suskunluk sarmalının keşfi.* Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- [67]. Oskay, Ü. (1992). *İletişimin ABC’si.* İstanbul: Simavi Yayınları.
- [68]. Rigel, N. (2000). *İleti tasarımıında haber.* İstanbul: Der Yayınevi.
- [69]. Tabak, S.R. (1999). *Sağlık iletişimi.* İstanbul: Literatür yayıncılık.
- [70]. Tahaoğlu, Ç. (2014). Medyanın künyesi: Kaç kadın kaç erkek? Binaet. Bağımsız İletişim ağı. 2 Haziran 2019 tarihinde <https://m.bianet.org/bianet/medya/154466-medyanin-kunyesi-kac-kadin-kac-erkek> adresinden alınmıştır.
- [71]. Tekvar, S. O. (2016). Kadın gazeteci olmak: uçan haber “kadın ve medya” özel sayısının incelenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2), 426-436.
- [72]. Tokgöz, O. (1987). *Temel gazetecilik.* Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları:8.
- [73]. Ünlü, S. (2001). *Psikoloji.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Yayın No.1288.
- [74]. Pehlivan Vargel, P. (2017). Toplumsal cinsiyet bağlamında kuramsal yaklaşımlar: bir literatür taraması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 16 (31), 497-521.
- [75]. Pira, A. ve Elgün, A. (2004). *Toplumsal cinsiyeti inşa eden bir kurum olarak medya: reklamlar aracılığıyla ataerkil ideolojinin yeniden üretilmesi.* İstanbul Üniversitesi, Teksas Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi işbirliği ile 2nd International Symposium Communication in The Millennium: A Dialogue Between Turkish and American Scholars kongresinde sunulan bildiri, İzmir: Ege Üniversitesi. 09.10.2019 tarihinde <https://docplayer.biz.tr/4280402-Toplumsal-cinsiyeti-insaa-eden-birkurum-olarak-medya-reklamlar-araciligıyla-ataerkil-ideolojinin-yeniden> adresinden alınmıştır.

- [76]. Yılmaz, N. (2011). Yerel basının etik sorunları. İstanbul: *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. (36), 131-143.
- [77]. Yörük, A. (2009). Feminizm/ler sosyoloji notları. Ankara :3 Aylık Yaygın Sosyoloji Dergisi.
- [78]. Yüksel, M. (2003). *Feminist hukuk kuramı ve feminist düşünce teorileri*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- [79]. Van Der Gaag, N. (2018). *Feminizm* (Çev. B. S. Aydaş). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- [80]. Vatandaş, C. (2007). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*. 35, ISSN:1304-0243.
- [81]. Vural, A. M. (1996). Yerel kamuoyunun kitle iletişim aracı olarak yerel basın. *Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı*, 2(12), 1053-1067.
- [82]. Vural, A. M. (2007). İşlev, önem ve misyonlarıyla yerel basın ve Eskişehir örnekleminde elde edilen bulgular. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları*.
- [83]. Zıllıoğlu, M. (1996). *İletişim nedir?* İstanbul: Cem Yayınevi.

EKLER

Anket

Değerli Medya mensubu,

Bu anket çalışması Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Görevlisi, Kadın Araştırmaları Yüksek lisans öğrencisi tarafından Yüksek Lisans tezinde kullanılmak üzere gerçekleştirilmektedir.

Bu çalışma ile Mersin ili yerel medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet algısına odaklanmaktadır. Çalışmada ayrıca; medya çalışanlarının demografik yapısı meslek etkinlikleri ortaya çalışanların yaşadıkları sorunların ortaya koyulması amaçlanmaktadır.

Ankete verdiğiniz cevaplarda kişisel bilgileriniz gizli kalmak koşuluyla, genel veriler olarak değerlendirilecektir. Elde edilen veriler ışığında çalışmanın sonucunda; Mersin ili yerel medyanın yapısı ve sorunları çalışanların toplumsal cinsiyet algısı sizlerin ifadeleri ile ortaya çıkacaktır.

Değerli zamanınızı ayırıp anket sorularına vereceğiniz yanıtlar için teşekkür ederiz.

Öğr. Gör. Ayla YUNUSOĞLU EROĞLU
Kadın Araştırmaları Yüksek Lisans Öğrencisi

1. Yaşınız:

2. Cinsiyetiniz

Kadın Erkek

3. Medeni durumunuz

Evli Bekar

4. Eğitim durumunuz:

İlköğretim Lise Ön lisans Lisans Lisans üstü

5. Hangi görev ya da görevleri yerine getiriyorsunuz?

.....

6. Kaç yıldır medya sektöründe çalışmaktasınız?

.....

7. Üye Olduğunuz Basın Meslek Kuruluşu Var mı?

(Belirtiniz))

8. Medya sektöründen önce nerede çalıştınız?

.....sektöründe çalıştım Çalışmadım

9. Mesleğinizle ilgili bir eğitim aldınız mı? Cevabınız hayır ise 8. Soruya geçiniz.

Evet Hayır

10. Mesleğiniz ile ilgili aldığınız eğitim düzeyi nedir?

İletişim Meslek Lisesi (bölümü belirtiniz.....)

Ön Lisans Programı (bölümü belirtiniz.....)

Lisans (bölümü belirtiniz.....)

Lisansüstü(bölümü belirtiniz.....)

Kurs ve seminerler (belirtiniz.....)

11. Ne kadar maaş almaktasınız?

Asgari Ücret Asgari Ücret altı Asgari Ücret Üstü

Aşağıdaki sorular sizin, mesleğinizi yerine getirirken karşılaşılabileceğiniz sorunlardan yola çıkılarak hazırlanmıştır. İfadelerden size uygun olanı işaretlemenizi rica ederim

Çalışma hayatı ile ilgili düşünceleriniz	Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Çalıştığım kurumda erkek egemen bir yapı yoktur.					
Genel olarak, Mersin ili yerel medya kuruluşlarında erkek egemen bir yapı vardır.					
Çalıştığım kurumda kadınların da yönetici olmalarında herhangi bir engel yoktur.					
Çalıştığım kurumda kadın yöneticilerle çalışmayı tercih ederim.					
Çalıştığım kurumda erkek yöneticilerle çalışmayı tercih ederim.					
Mersin yerel medyasında çalışanlar, toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlıdır.					
Erkek çalışanlar şiddet olaylarını haberleştirirken, daha mantıklı ve soğukkanlı davranış sergilerler.					
Kadın çalışanların haber dili, erkek gazeteciler ile kıyaslandığında daha duygusal ifadeler içerir.					
Mersin yerel medyasında erkek çalışanlar kadın çalışanlara oranla daha fazla gelir elde etmektedirler.					
Terör ve şiddet olaylarında daha çok erkek çalışanların görevlendirilmeleri doğrudur.					
Kadın çalışanlar rutin haberlerde daha başarılıdır.					
Kadın çalışanlar tek başlarına bölge haberleri yapmak üzere şehir dışında görevlendirilebilirler.					
Erkek çalışanlar politika haberlerinde kadın çalışanlara göre daha başarılıdır.					
Savaş muhabirliği erkek gazetecilerin uzmanlık alanıdır.					
Foto muhabirliği için erkek gazeteciler daha uygundur.					
Ekonomi haberlerinde kadın gazeteciler erkek gazetecilere oranla daha az başarılıdır.					
Spor muhabirliği erkek gazetecilerin alanıdır.					
Eğitim haberlerinde erkek gazeteciler daha başarılıdır.					
Kadın çalışanların ekran önünde olmaları doğru bir tercihtir.					
Kadınlar evlendiklerinde bu mesleği yapmakta zorlanırlar.					
Kadınlar için anne olmak yükselmelerinde engel yaratabilir.					
Kadının anne ve eş kimliği çalışma saatlerini olumsuz etkilemektedir.					
İşe alımlarda erkek gazetecilerin seçilmesi doğru bir yaklaşımdır.					
Erkeğin babalık durumu çalışma saatlerinde bir sorun yaratmaz.					
Kadın çalışanlar erkeklere göre mobbinge daha fazla maruz kalmaktadırlar.					
Erkek çalışanlar cinsel tacize uğramazlar.					

Cinsel tacize uğrayan kadın meslektaşlarının sayısı erkeklere oranla daha fazladır.					
Kadın meslektaşlarını sözlü, fiziksel olarak taciz eden bir çalışan için yaptırım uygulanmalıdır.					
Erkek meslektaşlarını sözlü, fiziksel olarak taciz eden bir çalışan için yaptırım uygulanmalıdır.					
Kadın alışanların çalışma koşullarının erkeklere göre daha ağır olduğunu düşünüyorum.					
Kadınlar doğum ve birinci derecedeki yakınlarının ölümü durumunda yasal izinlerini kullanabilirler.					
Erkekler babalık izni ve birinci derecedeki yakınlarının ölümü durumunda yasal izinlerini kullanabilirler.					
Kadınlar meslek örgütlerinde yönetici kademesinde daha fazla yer almalıdır.					

Derinlemesine görüşme soruları

- 1) Sizce toplumsal cinsiyet nedir?
- 2) Feminizm hakkında neler biliyorsunuz?
- 3) Medya alışanı olarak toplumsal cinsiyet eşitliği/eşitersizliği konusundaki görüşleriniz nelerdir?
- 4) Yerel Medya sektöründe kadın çalışan olmanın avantajları ve dezavantajları var mı?
- 5) Kadınların medya sektöründe daha fazla yer almamalarının nedenleri sizce nelerdir?
- 6) Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık sorununa ilişkin çözüm önerileriniz nelerdir?

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı : Ayla Yunusoğlu Eroğlu
Doğum Tarihi : 05.09.1977
Doğum Yeri: : Bünde (Almanya)
E-mail : aylayunusoglu@gmail.com

EĞİTİM BİLGİLERİ

Yüksek Lisans: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kadın Araştırmaları
2016- (Tez aşamasındayım)

Ön lisans: Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi İş Sağlığı ve Güvenliği Bölümü
2015-2017

Lisans: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü
1996-2000

İŞ DENEYİMİ

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi İletim Gazetesi
1996-1998

TGRT Babacan Haber Programı
1998-1999

Mersin Yeni Gazete
2001-2002

Bugün Mersin Gazetesi
2002-2003

Mersin Haberci Gazetesi
2002-2003

Mersin Doğan Haber Ajansı (DHA)
2003-2004

Mersin Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü
2004-2008

Mersin Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı
2009-2010

Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi
2010-2014

Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü
2014 -

KATILDIğI EğİTİMLER

Adobe Photoshop - Indesign Kursu	2010
Proje Döngüsü Yönetimi ve Mantıksal Çerçeve Yaklaşımı Eğitimi	2010
TS EN ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Temel Eğitimi	2012
TS EN ISO 140001 Çevre Yönetim Sistemi Temel Eğitimi	2013
TS EN ISO 9001 Kalite Yönetimi Dokümantasyon ve İç Tetkik Eğitimi	2013
TS EN 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği (OHSAS) Tetkik/Baştetkik Görevlisi Eğitimi	2015
TS 18000-İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi Tetkik/Baş Tetkik Görevlisi	2015
TS EN ISO 31000 Risk Yönetim Sistemi Temel Eğitimi	2015
TS EN ISO 180001 İş Sağlığı ve Güvenliği (OHSAS) Tetkik ve Baş Tetkik Görevlisi Eğitimi	2015

KATILDIğI SERGİLER

Ulusal, Sergi, Fotoğraf, Mersin Üniversitesi Prof. Dr. Uğur Oral Konferans Salonu Mersin Üniversitesi Kadın Sorunlarını Araştırma ve Uygulama Merkezi	2018
--	------