

T.C.
İSTANBULÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRK YAZILI BASININDA
KADIN OLGUSU

Nuray ÖZCAN

2501121312

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Güven BÜYÜKBAYKAL

İstanbul-2019



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : NURAY ÖZCAN Numarası : 2501121312
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı : GAZETECİLİK/GENÇL GAZETECİLİK/YÜKSEK LİSANS Danışmanı : PROF. DR. GÜVEN BÜYÜKBAYKAL
Tez Savunma Tarihi : 10.06.2019 Saati : 10.00
Tez Başlığı : TÜRK YAZILI BASININDA KADIN OLGUSU

TEZ SAVUNMA SINAVI, 10 Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorular sorulara alınan cevaplar konusunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİYLE KARAR VERİLMİŞTİR.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. GÜVEN BÜYÜKBAYKAL		kabul
2- PROF. DR. ASLI YAPAR GÖNENÇ		kabul
3- DOÇ. DR. MURAT MENGÜ		kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- DR. ÖĞR. ÜYESİ ERSİN TURAN		
2- DR. ÖĞR. ÜYESİ OZAN GÜNEL		

ÖZ
TÜRK YAZILI BASININDA KADIN OLGUSU
Nuray ÖZCAN

Medyanın bir parçası olarak bireylerin arasında kadınlar da yer almaktadır. Medya bilgi veren, haber yayan etkili bir iletişim ağına sahip bir araçtır. Bu açıklamalar ışığında çalışmanın hem kadın hem medyaya ilişkin olduğu söylenilebilir.

Çalışma İslam öncesi ve sonrası, Osmanlı İmparatorluğu dönem ve Türkiye Cumhuriyeti sonrası kadının hakları üzerinde tespitlerde bulunmaktadır.

Kadın hakları, değişiklik göstermektedir. Özellikle mesleki bakımdan değişik iş kollarında istihdam edilmektedirler. Fakat bu durum yakın zamana rast gelmektedir. 1980'lerden önce Türk kadınları çoğunlukla hayatlarını evlerinde geçirmekteydiler. Şimdi ise çalışma hayatında özgüklükleri vardır.

Medya toplumun kadınlar üzerindeki bakış açısını değiştirmek için önemli bir araçtır. Kadınların imajı için önemli yere sahiptir.

Çalışma bazı Türk Gazetelerinde kadınların haberlerine ilişkin istatistiki bilgilere ulaşmıştır. Bu bilgiler toplumun kadına bakış açısına ilişkindir.

Anahtar kelimeler: Kadın, medya, televizyon, radyo, gazete, magazin

ABSTRACT

WOMEN CASE IN TURKISH WRITTEN PRESS

Nuray ÖZCAN

Women in media are individuals who participate in media. Media are the collective communication outlets or tools used to store and deliver information or data. The explaining about this study.

The study is about the women rights, before İslam, with Ottoman İmpire and after Turkish Republic. And how media looks on Turkish women.

Women's rights are changing. Now women can work a lot of jobs. But it becomes nearly. Before 1980's Turkish women had been at home all their life. Now they have freedom with working life.

The media is very important to change society for perspective at women. Newspapers, magazines, television and radio have big effect on society. So this is important to give up image on women.

The study have statistical data about women's news at Turkish newspapers. And the result is about perspective at women.

Key word: women, media, television, radio, newspaper, magazines, freedom

ÖNSÖZ

Kainatın oluşumunun temel elementi Kadın dünya ve Türk basın araçlarında konu olarak ele alınması kaçınılmaz bir durumdur. Kadın cinsel kemliği ile çalışma hayatında ekonomi, siyaset, kültürel, spor ve sağlık alanlarında basında kendilerine yer bulmaya çalışmaktadırlar. Önemli olan basında yer almalarının obje olarak değil de niteliklerinden dolayı yer almalarını amaçlamaktadır. Her dönem tek tek incelendiğinde maalesef kadının toplum kültürü gibi sebeplerle baskı altında tutulmuştur. Aciz görüntüsü kadınların birçok hak ve özgürlüklerinin önüne geçmiştir. Kadınlarında erkekler kadar etkin olması gerektiği savunulmalı ve kadınların hayata ve topluma katılımlarının artırılması demokrasinin gereği olarak göz önünde bulundurulmalıdır.

Çalışma konum hakkında çok fazla kaynağa ulaşamamış olsam da elde ettiğim kaynakları taramakta ve yorumlamakta bana en büyük destek sağlayan ve emeğini esirgemeyen can dostum canım akrabam Gülsüm SARI'ya canı gönülden teşekkürlerimi iletirim. Danışmanım sevgili hocam Prof.Dr.Güven BÜYÜKBAYKAL'a göstermiş olduğu sabrından dolayı sonsuz teşekkürler. Çalışmanın uzamasına neden olan miniğim Vera ÖZCAN'a ve aynı yılda mezuniyet yaşayacağım ilk gözağrım Ayşe Lerzan ÖZCAN'a ve iyi niyet ve tahammülü için sevgili eşim Yakup ÖZCAN'a sevgilerin en büyüğünü iletiyorum.

Nuray ÖZCAN

2019, İSTANBUL

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	vii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KADIN OLGUSU

1.1. KADIN OLGUSU	4
1.2. TÜRKİYE'DE KADIN OLGUSU	7
1.3. İSLAMİYET ÖNCESİ KADIN.....	9
1.4. İSLAMİYET SONRASI KADIN	11
1.5. OSMANLI DÖNEMİ KADIN	12
1.6. CUMHURİYET DÖNEMİ KADIN	18

İKİNCİ BÖLÜM

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE

1.1. GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE BASINDA KADIN OLGUSU	24
1.2. RADYO VE TELEVİZYONDA KADIN OLGUSU	27
1.3. REKLAMLARDA KADIN OLGUSU.....	31
1.4. KADIN DERGİLERİNDE KADIN OLGUSU	33
1.5. GAZETE VE TELEVİZYON HABERLERİNDE KADIN OLGUSU	35

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA

1.1. TÜRK BASININDA KADIN OLGUSUNA YÖNELİK ARAŞTIRMA.....	39
1.2. HÜRRİYET GAZETESİ	39
1.3. CUMHURİYET GAZETESİ.....	40
1.4. YENİ ŞAFAK GAZETESİ.....	40
1.5. ÇALIŞMANIN BULGULARI (TABLOLARI)	41
1.6. ÇALIŞMADA ORTAYA ÇIKAN SONUÇ	46
SONUÇ.....	47
KAYNAKÇA	50

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Hürriyet Gazetesinde yer alan haberlerin kategori dağılımı.....	41
Tablo 2: Cumhuriyet Gazetesinde yer alan haberlerin kategori dağılımı	42
Tablo 3: Yeni Şafak Gazetesinde yer alan haberlerin kategori dağılımı.....	43
Tablo 4: Üç Gazetenin tamamına göre haberlerin kategori dağılımı	44
Tablo 5: Gazetelerde Kadın Sorunlarına İlişkin Haberlerin Tüm Haberlere Oranı	45
Tablo 6: Gazetelerde Görsel Unsur Olarak Kullanılan Fotoğrafların Cinsiyet Oranı....	45

GİRİŞ

Dünyada ve ülkemizde bütün basın araçlarında kadının yer alması doğal bir durumdur. Önemli olan televizyonda kadınların siyasi, sosyal, kültürel bakımdan nasıl yer aldığıdır. Sinema, dizi, reklam, haber bültenlerinde kadınların hangi öznel durumda bulunduğu önemlidir. Kadınlara nesne olarak yer verilmesi istenilen bir durum değildir. Gazete, televizyon, dergi, reklam gibi basın araçlarında kadının nasıl konumlandırıldığı bu çalışmanın amacıdır. Kadının cinsel kimliği ile yer aldığı bir basın yerine ekonomiden siyasete, kültürel faaliyetlerden sanata ve spor, eğitim gibi tüm faaliyetlerde daha hassasiyetle yer verilmesi gerektiğine değinilmiştir.

Kadınlar kamu ve sosyal alanlarda daha özgür kalabilmek adına çaba göstermektedirler. Kendi emekleri ve çalışmaları ile bu özgürlüğü koruma çabasındalar. Görsel ve yazılı basında kadın çabaları sonucu elde ettiklerinin çok uzağındadır. Daha çok güç ve kimliklerinin basında yer alması istenilmektedir. Kadına şiddet, kıskançlık gibi yer almaların azalması arzu edilendir. Kadınların şiddetten uzak magazinsel boyuttan başka değerlendirilmedikleri görülmektedir. Bu tüm çabaların, henüz amaçtan uzak olduğunu göstermektedir.

Kadınlar siyasi ve ekonomik gündemde yer almaya çabalarırken kendilerini başka konularda başrollerde bulmaktadırlar. Aldatma, aldatılma, ihanet gibi konular ile gündemdeki yerleri pek değişmemektedir. Çalışmada kadınların güçlenmek isteklerine ilişkin olarak basında yer alma durumu nitelik ve nicelik olarak ele alınacaktır.

Kadın erkek eşitsizliği tarihte daha çok yer edinse de günümüzde de varlığını sürdürmektedir. Ayrımcılık olgusu en çok kadın erkek arasında yer bulmuştur. Geçmişten günümüze kadar ayrımcılığın sona ermesi ve adaletli davranılması adına pek çok çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışmalar mücadele gerektirmiş ve kadınlar oldukça uzun zamandır bu mücadele için hayatlarını daha da zorlaştırmışlardır. 18. Yüzyılda “kadınların insan hakları mücadelesi” olarak literatürde ki yerini almış ve 19. Yüzyılda da devam etmiştir. 1960’lı tarihlerde mücadele, “kadının özgürlükleri mücadelesi”

şeklinde farklı bir aşamaya geçmiştir. Devam eden çalışmalar ile 1990'lı yıllara gelindiğinde başta ırk gibi kimlik konumlamaları ile karşılaşmıştır. Kadınların karşılaştıkları baskı, kimlik temelli mücadeleyi devam ettirmekte zorluk yaşatmaktadır.¹

Zorluklar ve kadının kendi konumu için savaşımı nedeniyle tüm çabaların çevre tarafından da önem kazanmasına olanak sağlamıştır. Medyada yer alan kadın simgeleri başka bir önem taşımaktadır. Bu önem, hem kadının konumunun algı değişimini sağlaması, hem de ne gibi sebeplerle kadının basında yer aldığı izlenmesi sonucu değişimin gözlenebilmesine olanak sağlamaktadır.

Kadınların basında nasıl izlendiği konusunda feminist çalışmalar kadın imgelerini değiştirme çabasına girmiştir. Basında temsili, yer edinmesi, medyada yer alanların tüketiciler tarafından algılanışı gibi durumlarda kadının betimlenmesi izlenmektedir. Kadınların basında nasıl temsil edildiği önemsenmektedir.

Kadınların basında değersiz, basit gösterilmesi izleyenlerin algılarını yönetebilmektedir. İzleyenler için de okuyucular için de basitleştirme ve değersizleştirme kadın durumunu etkilemektedir. Kadınların birlikte hareket ettikleri toplulukların aktif olarak çalışmaları bu açılarından önemlidir. Eleştiriye açık olunmalıdır. Ayrıca kadın topluluklarının tüketim yanlısı davranmamaları önerilmektedir. Özellikle dışı görüntüsü öne çıkarılmasına önemle karşı durulması gerektiği belirtilmektedir.

Kadınların basında nasıl yer aldığı konusu irdelenerek nasıl yer alması gerektiği konusunda bazı ortak düşüncenin uygulanması sağlanmalı olduğu düşünülmektedir. Çalışmada radyo, televizyon, reklamlar gibi basın araçları taranarak kadın olgusunun nasıl yer aldığı üzerinde durulacaktır. Kadınların medyada nasıl ele alındığı konusunda günümüzde ve geçmişteki durumu ortaya konulmaya çalışılacaktır.

¹ <http://ilefarsiv.com/etik/wp-content/uploads/sevilay-celenk-kadınların-medyada-temsili-ve-etik-sorunlar.pdf>

Kadın konularının özellikle kadın medya çalışanları tarafından daha fazla gündeme taşınması ve kadınların meta olarak kullanılması durumunun bir an önce değiştirilmesi gerekliliği üzerinde durulacaktır.

Çalışmada kadının tarihsel dönemlerde yer alış biçimi ve hangi dönemlerde hangi özelliklerini ortaya koydukları, geçmiş basınında kadın olgusunun yer alışı incelenmiştir. 01-07 Aralık 2018 tarihleri arasında yayınlanan Hürriyet, Yeni Şafak, Cumhuriyet ve gazetelerinde kadın haberleri ve yer alış şekilleri ile ilgili haberler incelenerek veriler toplanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KADIN OLGUSU

Türkiye’de kadın olgusu İslamiyet öncesi, İslamiyet sonrası, Osmanlı dönemi ve Cumhuriyet dönemi olarak ele alınmıştır.

1.1. Kadın Olgusu

Kadın sözcüğü Soğdca dilinden Türkçe’ye ses değişimleri ile girmiştir. Soğdca dilinde ‘xwaten’ olan sözcük ‘katun’ değişikliğe uğramıştır. Sonradan bu sözcükte ses değişikliğine uğrayarak ‘kadın’ ve ‘hatun’ olarak kullanılmıştır.²

Kadınlar geçmişten günümüze din, toplum kültürü gibi sebeplerle baskı altında tutulmuştur. Aciz görülen kadınların pek çok hak ve özgürlükten uzak tutulmuşlardır. Miras hakları verilmeyip alınıp satılabilen eşya gibi değerlendirilmiştir.

Batı’da Rönesans ile birlikte bazı durumlar kadın lehine değişikliğe uğramaya başlamıştır. Rönesans ile kadınlara bazı haklar vermeye başlanmıştır. ‘Kadın hakları’ gündeme getirilmiştir. Bu dönemde kraliçe ve soylu kadınlar bu değişime öncülük etmeye başlamıştır. Kadınların geri kalmaları konusunda tepki vermeye başlanılmıştır. Kraliçe ve soylu kadınların ittifakları, feodal direnişleri kırma gibi aktif siyasi başarıları bakış açılarını değiştirmiştir. Hatta bazı kadınların bu dönemde ulusal devlet kurmaları barış anlaşmaları imzalamaları gibi durumlar kaydedilmiştir. Krallar kadar başarılı olan kraliçeler kadınlara bakış açısını değiştirmiştir. Rönesans feminizmin doğuşuna tanıklık etmiştir.³

Kadınların artık geleneksel kabul edilen rolleri ve yaşam biçimleri tekrar ele alınmaya başlamıştır. Kadın hareketleri ve feminizm düşüncesi ile yaşam tarzları hakkında genel kabul görülmüş kalıpların yıkılması gerektiği savunulmuştur. Toplum

² <http://tr.wikipedia.org/wiki/Kad%C4%B1n>

³ Andre MICHEL, **Feminizm**, Çev.Şirin Tekeli, İletişim Yayınları, İstanbul, 1993, ss37-38

yapısı ile ilişkili olan bu kalıpların toplumun da değişmesini gerektirmektedir. Ayrıca kurumsal yapılarda da değişiklik yapılması gerekmektedir. Eşitlik, özgürlük gibi yapıların cinsiyet üzerine de kurulu olması sağlanmalıdır.⁴

İlk çağlardan itibaren kadınların sosyal yaşamda ve toplumda yer alma çabası sürmektedir. 19. Yüzyılda bu savaşa dönen çaba, siyasi ve toplumsal olaylarda kendini daha fazla göstermiştir. Kadın hareketleri etkin bir gündem oluşturmuştur.

Ekonomik olarak bağımsızlık kadınlar için oldukça önemlidir. Toplumsal konum için ekonomik olanakların sağlanması gerekliliktir. Kadınların aile yapısında ekonomik bir edinimi yoktur. Yapılan kadın çalışmaları ekonomik değer taşımadığı için önemsiz görülmektedir. Ailenin ekonomik sorumluluğu erkekte bulunduğu ortamda, bağımsız ve ekonomik değeri olan bir kadın gücünün mümkün kılmaz. Bu erkeklerin üstün kabulüne de zemin hazırlamıştır.⁵

Sanayi devrimi ile artan işgücü ihtiyacı ile kadınlar çalıştırılmaya başlanmıştır. Ama eşit işe eşit ücret alamamışlardır. Erkeklerden daha az ücretle çalışmaları sağlanmıştır. 19. Yüzyılda yaşanan sanayi devrimi ile kadınların iş hayatında rolü arttıkça kadın hareketleri de belirlemeye başlamıştır. Kadın hareketi özgürlük için başlamıştır. Çağdaş bir yapı için geleneksel süreç değiştirilmeye çalışılmıştır.⁶

Kadın Hareketleri, Feminizm Kadınlar hak ve özgürlüklerini elde etmek için girdiği çaba feminizm olarak adlandırılmıştır. Bu sözcük Fransızca ‘femme’ yani kadın sözcüğünden türetilmiştir. Feminizm olarak adlandırılan kadın ve hak ve özgürlüklerinin savaşımı Fransızca “femme” (kadın) sözcüğünden türetilmiştir. Feminizm tüm kadın hak ve özgürlüklerini erkekler ile eşit kılmaya çalışan bir düşünce akımıdır.⁷ Ayrıca toplumsal hak ve işlevlerinin geliştirilmesi için yapılan çalışmaların

⁴ Serpil ÇAKIR, **Osmanlı Kadın Hareketi**, Metris Yayınları, İstanbul, 1994, s.18

⁵ Lynne SEGAL, **Gelecek Kadın mı?**.Afa Yayınları, İstanbul. 1990, s 14.

⁶ Serpil ÇAKIR, **“Türkiye’de kadın tarihi yazmak?”**, Kadın Araştırmalarında Yöntem Yayına Hazırlayanlar Serpil Çakır-Necla Algökçe, Sel Yayıncılık, İstanbul, 1995, s.222

⁷ **Türkçe Sözlük**, 1. Cilt, Milliyet Yayınları, İstanbul, 1992, s.493

içerdiği bir akım olarak da değerlendirilmektedir.⁸ Kadınların küresel anlamda savaşı aynı doğrultudadır. Toplumların farklı alanlarda çabaları olsa da amaç, kadınların toplumdaki konumunu ve faaliyetlerini iyileştirilmesidir.

Kadınların erkekler kadar etkin olması gerektiği savunulmaktadır. Her türlü cinsiyet ayrımcılığını reddeden feminizm düşüncesi 1789 yılı Fransız Devrimi'nin ardından farklı anlamlar kazanmıştır. Toplumsal yaşamda kadın özgürlüğü; seçme, seçilme mülkiyet haklarını da içermiştir. Kadın hareketleri eylem ve reformlar ile erkek egemenliğine karşı bir harekete dönüşmüştür. Erkeklerin sosyal, kültürel, ve mülkiyet hakları üstünlükleri kabul edilmeden kadınların eşit tutulması istenilmiştir.

Demokratik bir ortam için her bireyin eşit haklara sahip olması önemlidir. Kadın erkek eşitliği toplumsal yaşamın demokratikleşmesi için bu bakımdan önem verilmesi önceliklidir. Çağdaş bir hayat için kadın erkek eşitliğine ilgili davranılmalıdır.⁹

Dr.Erdal ATBEK; kadınların hayata ve topluma katılmaması demokrasiye ulaşılammış olduğunun bir göstergesidir. Demokrasiye daha alışılmamıştır. Çağdaşlaşma yolunda özgürlüklerin olduğu bir ortam gereklidir.¹⁰ Sosyal toplumda yarısının çağdaş demokratik olması ilerleme sayılamaz. Geride kalmışlıktır. Bu sebeple de kadının toplum içerisinde hak ve özgürlüğü önemlidir. Kadınlara önem vermek erkeklerin sorumluluğudur.

Kadın hareketleri ve feminizm üzerine yıllardır çalışmalar yapılmaktadır. Kültürel ve toplumsal bakımdan araştırma sonuçları değerlendirilmektedir. Kadınların hak ve özgürlüklerini kullanabilmesi, FrançoiseAuniac'a göre toplumsal ve kültürel gelişimin temelidir. Günümüzü ve geleceği etkilemektedir. Geleceğin ürünleri bugünlerden esinlenirler.¹¹ Yani bir üretim ve tüketim toplumunda kadınlara düşen sorumluluklar

⁸ Robert PETIT *Dictionnaire de la Langue Française*, Robert Yayınları, Paris, 1990, s. 768

⁹ *AnaBritanica Genel Kültür Ansiklopedisi*, Ana Yayıncılık A.Ş. İstanbul, 1989, Cilt 8, s.497

¹⁰ Erdal ATABEK, *Kıstırılmış Erkeklik Baştırılmış Kadınlık*, Altın Kitaplar, İstanbul, 1989, s. 12

¹¹ <http://www.an 2000. fr>

oldukça fazladır. Bu durum kadınların ekonomik açıdan da önem kazanmasına yol açmaktadır.

Kadınların ilgi ve beğenileri göz önünde tutulmalıdır. Kadınların beğenileri ile toplumsal ve ekonomik açıdan değişiklikler günümüzde görülmeye başlanılmıştır. Üretim ve tüketime yön verilmektedir.

Kadın araştırmaları ülkemizde ve birçok ülkede önemli bir bilim dalı olarak gelişmektedir. Fransa’da kadın araştırmalarına ilişkin özel bir bölüm kurulması çabaları 1968 yılında başlamıştır. Güney Fransa’da Proovenve Üniversitesinde ‘Kadın Araştırmaları Merkezi’ ilk kadın hareketlerine ilişkin bölümdür. (Centred’EtudesFeminines-CEFUP)¹² . Türkiye’de ise 1980’li yıllarda kadın hareketine ilişkin araştırmalar başlamıştır. Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri'nin ilki 1989'da İstanbul Üniversitesi (İÜ) tarafından açılmıştır.

Araştırmacılar, kadın çalışmalarına ilişkin yeni bakış açıları geliştirmektedirler. Küresel ya da ulusal bir kadın araştırma yöntemine ilişkin standart bir tanım yoktur. Feminist görüşe sahip net bir araştırma kriteri, izlenecek program bulunmamaktadır.¹³

Henüz kadın araştırmaları alanında net bir uygulama birliği bulunmasa da feminizmin kurumsallaştığı izlenmektedir. Feminizmin kurumsallaşması ile kadınların toplumsal konumunun olumlu olarak etkilendiği belirtilmektedir.

1.2. Türkiye’de Kadın Olgusu

Türk toplumu ata-erk yani erkek egemen bir toplum yapısındadır. Bazı dönemlerde kadına olan önem ve toplum içerisindeki yeri değişiklikler göstermiştir. İslamiyet’ten önce kadınların erkekler ile eşit haklara sahip olduğu görülmektedir.

¹² Annie DIZIER, “Fransa’da Kadın Araştırmalar”, Kadınların Belleği, Metis Yayınları, İstanbul 1992, s.47

¹³ Sandra HARDING, “Feminist yöntem diye bir şey var mı?”, Kadın Araştırmalarında Yöntem Yayına Hazırlayanlar Serpil Çakır-Necla Algökçe, Sel Yayıncılık, İstanbul, 1995, s.35

İslamiyet'ten önce kadınlar sadece eşit haklardan da öte eşit konumda tutulmuştur. Türklerin İslamiyet'i benimsemesi ile bu durum değişmeye başlamıştır. Özellikle Arap Kültürünün etkisiyle kadınlar erkeklerden ayrı 'ikinci sınıf vatandaş' muamelesi görmeye başlamıştır. Toplumsal ve hukuki yapı da bu çerçevede değişmiştir.

Kadınlara iyi bir eş ve anne olma kimliği verilmiştir. Yüzyıllar kadınlara boyunca, toplumda değer verilmemiştir. Eğitimsiz kalan kadınlar ekonomik özgürlüğü bulunmadığı için bu durumun değişmesi ihtimalini bile düşünememişlerdir.

Ancak ülkemizde olduğu gibi 1980 yılından başlayarak kadınların tabuları yıkılmak istenilmiş ve kadın hareketleri etkinlik göstermeye başlamıştır. Feminizm akımı kadınların içinde bulunduğu durumu değiştirmek için öncü olmuştur.

Toplumsal cinsiyet, biyolojik farklardan ayrı toplum üyelerinin kadın veya erkek olmasıyla ilişkilidir. Sosyal statü, bireysel özelliklerle ilgilidir. Bireylerin öncelikle kendisi hakkında bakış açısından hareket etmektedir. Diğer insanlarla nasıl etkileşimde bulunduğunu kapsar. Güç, zenginlik, eşitlik gibi kavramların cinsiyetler arasındaki farklılığını önemseyen bir terimdir.

Toplumsal cinsiyet sosyalleşme süreci ile şekillenmektedir. İnsanların duygu ve düşünceleri toplumsal cinsiyet ile kalıplaşmaktadır. Davranış kalıplarını şekillendirmektedir. Toplumsal cinsiyet erkek ve kadınların hiyerarşik sınıflandırılması bakımından incelenmektedir. Toplumsal cinsiyet ayrılığı kadın ile erkek arasındaki biyolojik farklardan ayrı değerlendirilmelidir. Kadın ve erkelerin kültürel yapıları statüleri biyolojiden oldukça farklıdır.

Erkek ve kadınların yapılan araştırmalarda ortak özelliklere sahip oldukları belirtilmiştir. Erkek ve kız çocuğu olarak üç yaşında rollerini kolayca öğrenen bireylere çevresel etki ile bu roller kavratılmaktadır. Birbirlerinden üstünlükleri konusunda kültürel bakış açıları dikkat çekmektedir. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet öğrenilen

kalıplarla kadın erkek davranışlarını etkilemektedir. Özellikle bu kalıplar din tarafından daha da net bir görüntü ve davranış sergilenmesine neden olmaktadır.¹⁴

Oysa kadın hak ve özgürlükleri için savaşımın tarihi oldukça eski dönemlere dayanmaktadır. Bu nedenle Türk kadının bugün ulaştığı noktayı anlayabilmek için tarihsel süreç içinde kadının toplumsal konumunu irdelemek gerekmektedir. Bu amaçla İslamiyet Öncesi, İslamiyet Sonrası, Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi ayrı ayrı ele almakta yarar vardır.

1.3. İslamiyet Öncesi Kadın

Türk kadınları İslamiyet öncesi özgürdür. Kadınlar İslamiyet'ten önce Türk erkekleri ile birlikte pek çok haktan yararlanmaktadır. Tüm toplum bilimcileri bu konuda araştırma sonuçları ile aynı noktaya ulaşmıştır. Osmanlı ve Türk toplumbilimci Ziya GÖKALP eski kavimler arasında en çok Türklerin kadın cinsiyetine saygı gösterdiğini belirtmiştir. Türklerin kadınlara haklar veren bir kavim olduğunu savunmuştur.¹⁵ Kadınların Türk kavimlerinde yönetimde bile söz sahibi oldukları görülmektedir. Kadınlar saygın bir konumda bulunmuştur. Kadınlar her alanda erkekler ile birlikte görülmüştür.

Bu dönemde kadın erkek eşitliği söz konusudur. Tüm kaynaklar İslamiyet öncesi kadın ile erkeğin eşit olduğunu belirtmektedir. Kadınlar erkekler kadar özgürdür.¹⁶ Bu konuya kanıt olarak tek eşlilik ve mülkiyet hakkının bulunmasıdır. Kadınlar eşleri ile mal ortaklığı da yapmaktadırlar. Eşlerini seçme hakkı tanınmıştır. Ayrıca kadınlar anne olarak çocuk üzerinde baba ile aynı haklara sahiptir.

¹⁴ İbrahim YENEN, 'Yazılı Basında Yayınlanan Haberlerde Toplumsal Cinsiyet ve Din İlişkisi' , **Uluslar arası Araştırmalar Dergisi**, 2016, Cilt:9, No:47/9 s.580-586

¹⁵ Ziya GÖKALP, **Türkçülüğün Esasları**, Hazırlayan Mehmet Kaplan, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul 1970, s.166

¹⁶ Türker ARKAN, **Kadın-erkek Eşitliği Sorunu**, A.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını, Ankara, 1981, s.7

Bu dönemde, insanlar, göçebe ve yerleşik düzende yaşamaktadırlar. Kadınlar her iki yaşam şeklinde de ata binebilmektedir. Ayrıca erkekler gibi kılıç kullanmaktadır. Tarım ve hayvancılık ile kadınlar da uğraşmaktadırlar. Kadınlar giyimlerini yaşam koşullarına göre belirleyebilmektedirler. O dönemde kadınların örtünme zorunluluğu bulunmamaktadır.

Erkekler kadınları en büyük yardımcısı olarak görmektedirler. Böyle bir durumda kadınlar erkekler ile eşit koşul ve hakları paylaşabilmektedirler. Ayrıca hayatın tüm tehlikeleri ile erkekler gibi yüzleşmektedirler.¹⁷

Toplumsal hayat hukuki ve ekonomik alanlarda da kendini göstermektedir. Hukuksal bakımdan İslamiyet öncesi kadınlar erkekler ile eşit kabul edilmiştir. Mülkiyet yanında vali, muhafız veya elçi olabilmeleri doğaldır. Kadınlar üretimde bulunarak ekonomik olarak özgür bireylerdir.

Siyasal bakımdan, Türklerde yönetimde bulunan Hakan'ın yanındaki Hatun ile yönetilenlere eşit davranmayı gerektirmiştir. Buyruklar hem Hakan hem de Hatun tarafından verilir. Hatta Hakan ve Hatun birlikte söylenilerek buyruklar halka bildirilir.¹⁸ sözleriyle başlaması gerekmektedir. Yani emirleri hakan ve karısının birlikte vermeleri ortak bir karara varmaları istenmektedir. Böylelikle kadın yönetimde de söz sahibi olabilmektedir.

İslamiyet öncesinde diğer toplumlardan daha ileri bir çağdaşlık yaşayan Türklerde kadın erkek eşitlik ortamı vardır.

¹⁷ Ahmet AĞAOĞLU, İslamiyet'te Kadın, Çev. Hasan Ali Ediz, Birey ve Toplum Yayınları, Ankara 1985, s.54

¹⁸ Nermin Unat ABADAN, **Türk Toplumunda Kadın**, Ekin Yayınları, İstanbul, 1982, s.74.

1.4. İslamiyet Sonrası Kadın

İslamiyet ile Türk kadınlarının toplumsal mevkii değişmiştir. Erkekler ile savaşıyor, ülke yöneten, her alanda çalışma özgürlüğü bulunan kadınlar İslamiyet ile toplumsal alanda geri plana atılmayı yaşamaya başlamışlardır.

Türkler 1071 yılında Anadolu'ya yerleşmeye başlamışlardır. Yaklaşık olarak 10. yüzyılda İslamiyet'i benimsemişlerdir. Ancak 14. yüzyıla kadar eski geleneklerini devam ettirmişlerdir.

Dede Korkut Hikayeleri'nde bu izlenim tespit edilmektedir. Destanda, kadınlar ata binmekte, ok atmakta, silah kullanmakta, savaşmakta, avlanmakta ve erkeklerle görüşmektedir. Kadının ana ve eş olarak toplumda önemli bir konumu eserde bahsedilmektedir. Bu dönemde kadın henüz hak ve mevkiini korumaktadır.¹⁹ Yani o dönem de Müslüman Türk Kadını diğer Müslüman ülkelerdeki kadınlardan daha değişik bir konumdadır.

Türkler yerleşik düzene geçmekle birlikte İslam etkisi, Arap ve Bizans etkisinde kalmışlardır. İlk İslamiyet kabul edildiği dönemlerde de kadınların asker, öğretmen olduğu görülmektedir. Selçuklularda Sultanın kız çocuklarına kadın öğretmenler eğitim verirlerdi. Kuran-ı Kerim, Arapça, hesap eğitimleri verirlerdi.

Arap toplumunun etkisi ile sosyal hayattan uzaklaşmıştır. Türk kadını daha pasif sosyal hayatta yer bulmuştur. Peçe takmak, kafes arkasında kalmak durumuna düşmüştür. Kadınlar mahrem, aile hayatı dışına çıkamaz bir hayat sürmeye başlamıştır.

Kadın İslamiyet ile ve Osmanlı hanedanlığının da tutumu ile daha farklı konumlanmıştır. Eğitim hizmetlerinden yoksun bırakılmıştır. Erkeklerin birden fazla eş ile aile oluşturabilmeleri de farklı bir değer kaybı yaşatmaktadır. Erkeğin kendi iradesi ve isteği ile eşini boşayabilme hakkı kadını daha da hukuki anlamda

¹⁹ Müjgan CANBAR, **Dede Korkut Oğuznamelerinden Kadının Sosyal Durumu, Kadının Sosyal Hayatını Tetkik Kurumu Aylık Konferansları 1953-1964**, Ay Yıldız Matbaası, Ankara, 1967, s.96.

güçsüzleştirmektedir. Kızların mirastan yarım pay alması başka bir değer azalmasına örnektir. Mahkemede kadın şahidin ifadesi, erkeklerin karşısında değersiz görülmektedir.

Kadınlara çalışma hayatı yasaklanmıştır. İslam dininin Arap yarımadasında başlamış olması kültürlerinin de yaygınlaşmasını sağlamıştır. ²⁰

1.5. Osmanlı Dönemi Kadın

Anadolu'da Selçuklu Devleti büyük bir alana sahip olmuştur. Sonrasında kurulan Osmanlı Devleti de, Selçuklu Devleti gibi gelişme göstermiş sonrasında çok daha büyük alana yayılmıştır. İslam etkisi ile başlayan hanedanlık halifeliği de alarak İslam kültürünü toplumu etkilemiştir. İslam hukuku Osmanlı Devleti'nin yönetim şeklini biçimlendirmiştir. ²¹

Kadın bu dönemde aktif yaşamdan farklı olarak aile içinde edilgen bir hayata geçmiştir. Başörtüsü zorunluluğu yanında harem uygulaması kadınlara olan değeri kötü etkilemiştir. ²²

Boşanma halinde çocukların velayeti babada kalmaktadır. İslam hukukunda kadının mirastan payı, erkek kardeşin yarısı kadardır.

Osmanlı Dönemi'nde, bazı Padişahların kadınlara getirdiği yasaklar daha çok artmıştır. Erkekler ile kayığa binmek, Eyüp'te kaymakçı dükkânına girmek, sokağa çıkmak, açık saçık giyinmek, mesire yerlerine gitmek gibi yasaklamalar getirilmiştir.

²⁰ Emel DOĞRAMACI., **Türkiye'de Kadını Dünü Bugünü**, Türkiye İş Bankası Yayınları Ankara 1997, s.4

²¹ Fatmagül BERKTAY, **Kadın Hareketinin Kurumlaşması "Türkiye'de kadın Hareketli Tarihsel Bir Deneyim"**, Metis Yayınları, İstanbul, 1994, s.19

²² Özgül ERTEN, agy, s.75

Osmanlı İmparatorluğu'nun batılılaşma yaklaşımı 19. yüzyılda Tanzimat ile Osmanlı kadınına da yakından etkilemiştir. Tanzimat'la birlikte çağdaşlaşma hareketi Türk kadını, düşünce alanında daha özgürleşmeye başlamıştır. Daha sonraları da siyasi ve toplumsal haklar bakımından ciddi gelişmeler olmuştur.²³

Tanzimat ile birlikte eğitim, siyaset, hukuk alanlarında kadınların lehine gelişmeler olmuştur. Çalışma, din ve bilim alanlarında kadının ikinci planda kalma sebepleri irdelenmiştir. Tanzimat Döneminde aydınları sosyal hayatta düzenlemenin önemi üzerinde durmuşlardır. Eğitim en çok önem verilen alan olmuştur. Hatta bu dönemde Osmanlı İmparatorluğunun geri kalmışlığının kadınların cehaletinden kaynaklandığı savunulmaya başlanmıştır.²⁴

Batının özellikle Fransa etkisi ile yazım, sanat gibi alanlarda farklılıklar yaşanmıştır. Kadınlarında eğitim görmesi gerekliliği doğmuştur. Kadının aile ve toplum içindeki durumu ilk kez bu dönemde sorgulanmıştır. Namık Kemal, Şinasi, Recaizade Mahmut Ekrem gibi dönemin önemli yazarları eserlerinde kadın sorunlarına değinmişlerdir. Özellikle edebiyat eserlerinde görücü usulü evlilikler eleştirilmiştir. Çok eşlilik eleştirilerek cinsiyet ayrımcılığı üzerinde durulmuştur. Kadınların özgürlüğü ve romantik aşk eserlerde betimlenmiştir.²⁵

Bu dönemle birlikte Türk kadını ilk kez resmi eğitim almaya başlamıştır. Kadınlar öğretmenlik yapma hakkını elde etmiştir. Kadınlar çalışma yaşamına kısmen de olsa adım atmıştır.

Ayrıca o dönemde matbaa Osmanlı İmparatorluğu'nda yaygınlaşmıştır. İlk kadın dergilerinin de yayına başlamıştır. Yazınsal eserlerde yaygın olarak kadın düşüncelerine

²³ Leyla KIRKPINAR, **75 yılda Kadınlar ve Erkekler. "Türkiye'de Toplumsal Değişme Sürecinde Kadın"** Tarih Vakfı Yayınları 1998

²⁴ Şirin TEKELİ, **Kadınların Belleği. "Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi"**, Metis Yayınları, İstanbul, 1992, s.121

²⁵ Nilüfer GÖLE, **Modern Mahrem**. Metis Yayınları, İstanbul, 1992, s.18.

yer verilmiştir. Kadınlar ile ilgili görüşler gazete ve dergilerde yayınlanmaya başlamıştır.

Kadınlar, dernekler kurarak, gazete ve dergiler yayımlayarak edilgen konumlarından kurtulmaya çalışmışlar, bunda da bir ölçüde başarılı olmuşlardır.

Kadınlar eğitimle birlikte vizyonlarını genişletmişlerdir. Avrupa'da yaygınlaşan kadın hareketlerini örnek almışlardır. Kadınların özgürlük için adımları böylelikle başlamıştır. Eşitlik adına kadınlar birlikte hareket etmeye başlamışlardır. Aydın erkekler de bu konularda kadınların yanında yer almıştır.

Terrakki Gazetesi kadınlar ile ilgili önemli yazılar yayınlamıştır. Buna bir örnek olarak bir yazı da ; *"Bu terrakki asrında, bütün ileri milletlerin erkeği kadını fen ve sanatların en ileri derecelerine çıkartmaktadırlar. Biz niçin Osmanlı kadınlarının içinde buldukları hal ve mevkiden bir ayak ileri gitmelerine çalışmıyoruz? Frengistan'da kadınlar seçim hakkından hissedar olmak ve devlet memuriyetinde kullanılmak davalarına kadar kalkıştılar. Bu cesaret kendilerine ancak okuyup yazmak sayesinde gelmiştir."* fikri yayınlanmıştır.²⁶

Osmanlı İmparatorluğu'nda kadın hakları adına gelişmeler yaşandıkça hukuki düzenlemeler de gerçekleşmeye başlamıştır. Tanzimat Dönemi ile birlikte cariyelik ve kölelik kaldırılmıştır.

Kız ve erkek çocuklara 1847 yılında eşit miras hakkı tanınmıştır. İrade-i Seniye yayınlanmıştır. 1856 yılında Osmanlı topraklarında kadın kölelik ve cariyelik yasaklanmıştır.

²⁶ Tezer TAŞKIRAN, **Cumhuriyetin 50. Yılında Türk Kadın Hakları**. Bakanlık Basımevi, Ankara, 1973, s.21.

Osmanlı da 1869 yılında kadınlarla ilgili "Terakk-i Muhadderat" dergisi basılmıştır. Kızların eğitimi zorunlu hale gelmiştir. Bu "Maarif-i Umumiye Nizamnamesi" ile 1869 yılında olmuştur. Hemen bir yıl sonra 1870 tarihinde kız öğretmen okulu "Dar-ülMuallimat" açılmıştır.

Kadınlara yönelik bireysel hakların artırılmasına ilişkin yasal düzenlemeler bu tarihlerde hızla yapılmaya devam etmiştir. Evlilik sözleşmesinin resmi memur ile yapılması bu yasal düzenlemelerden en önemlilerindendir. Evlenme yaşının erkeklerde 18, kadınlarda 17 olması gibi düzenlemeler yapılmıştır. Zorla evlendirmelerin geçersiz sayılmasına ilişkin Hukuk-ı Aile Kararnamesi 1871'de yasalaşmıştır. 1876'da ise ilk anayasa düzenlenmiştir. Kanun-i Esasi ile kız ve erkekler için ilköğretim zorunlu hale getirilmiştir. Giderek toplumsal hayatta yer alan kadınlar, ilk kez 1897 yılında "ücretli işçi" çalışmaya başlamıştır.²⁷

II. Abdülhamit ile bir süre baskı rejimi uygulamıştır. 23 Temmuz 1908 tarihinde II. Meşrutiyetin ilanı ile sona ermiştir. Fakat kadın basını ilk filizlerini bu dönemde vermeye başlamıştır. Ancak dergiler sansür çerçevesinde konuları yayınlatabilmişlerdir.

Bu dönemde, kadının konumunun iyileştirilmek istenmesi daha çok toplumsaldır. Kadınların onurları yanında ailenin, ulusun ilerlemesi için kadınlara önem verilmesi savunulmuştur.²⁸

II. Meşrutiyetin ilanıyla yapısal değişiklikler olmuştur. Bu dönemde, yalnızca kadınların değil tüm sorun ve özgürlüğün ele alınmıştır. Kişi hak ve özgürlükleri alanında demokratikleşmeler olmuştur. Evlenmede ve boşanmada yasal iyileştirmeler yapılmıştır. Çok eşliliğe karşı önlemler alınmıştır.

²⁷ Tezer TAŞKIRAN, **Cumhuriyetin 50. Yılında Türk Kadın Hakları**. Bakanlık Basımevi, Ankara, 1973, s.21.

²⁸ Bernard CAPORAL, agy, s.76.

Toplumsal değişimler kadınlara da hak isteme olanağı sağlamıştır. Yaşamlarında o güne dek yalnızca anne ve eş oldukları halden talepleri olan bireylere dönüşmüşlerdir. Kadınlar dergilerde yazılar yazmaya başlamışlardır. Dernekler kurmaya ve kadınları bilinçlendirme çabalarına başlamışlardır. Kadınlar kız rüştiyeleri ve öğretmen okullarında eğitim görmüşlerdir. Eğitim gören kadınların sayısı artmıştır. Kadınların hak ve talepleri de artmıştır.

Bu dönemde kadına ilişkin üç değişik düşünce akımı egemendir. İslamcılık, Batıcılık ve Türkçülük akımları birbirlerinden etkilenmişlerdir.

İslamcılar için kadın korunması gereken bireylerdir. Devrim ile kötücül etkilerden kadınları korumak gerektiği savunulmaktadır. Kadınlar devlet işlerine karışmamalıdır. Uygarlıklar tarihte kadınlara özgürlük tanımış ve bu sebeple yok olmuştur. Bu düşünce ile kadınlara İslam düşüncesinde hak ve özgürlük verilmesi büyük hatadır.²⁹

Batı anlayışında Türk kadını dinsel sebeple baskı altındadır. Bu kadınların ezilmelerine neden olmaktadır. Kadınlar bir an önce kurtarılmalıdır.

Ziya Gökalp ile yeni bir akım ortaya çıkmıştır. Bu akım Türkçülük akımıdır. Bu akım ise eski Türk boyları gibi davranılması gerektiğini savunmuştur. Kadınla erkeğin eşit konumda olduğu toplumsal bir düzen kurulmalıdır.

Böylelikle Osmanlı İmparatorluğu ilk feminizm etkisini hissetmiştir. Feminizm kendini tanıtmaya başlamıştır. Tüm düşünce akımları kadın-erkek eşitliğini benimsemişlerdir. Dergilerde kadın erkek eşitliği konulu yayınlar yapılmıştır. Yayımlanan dergiler ile kadınlar öncelikle kendilerini tanıma fırsatı bulmuşlardır. Batılı kadınların yaşadığı özgürlükleri öğrenmişlerdir. Batılı görüşler ile ilgili bilgilenme arttıkça yeni uyanışlar yeni istekler belirlemiştir.

²⁹ Bernand CAPORAL, agy, ss.84-85

Basın, kadınların kendilerini ifade edebildikleri bir araç olmuştur. Kadınlar seslerini duyurmayı başaramışlardır. 1880'li yıllardan itibaren gazetelerde bu uğraş sürmüştür. Artık kadınlar başka bir araç vasıtasıyla düşüncelerini yaymışlardır. Çalışan kadınlara özgü dergiler yayınlanmıştır. **Hanımlara Mahsus Gazete** isimli dergi bir örnektir. Burada Fatma Aliye, Emine Seniye gibi öncelikli kişiler yer almıştır. Nigar Hanım, Makbule Leman, Farünnisa Hanım, Hamiyet Zehra, Keçecizade İkbal başka diğer tanınmış kadınlar dergilerde yer almışlardır.

Kadınlar Dünyası Dergisi'nin girişimiyle başarılı bir girişim gerçekleşmiştir. 1914 yılında bu derginin etkisi ile ilk kadın üniversitesi açılmıştır. Bu oldukça önemli bir gelişmedir.

Hukuki düzenlemeler de bu gelişmelere paralel iyileştirmeler yaşamıştır. Hukuki haklar tanınmıştır. Kadınlar evlenme sözleşmesi sırasında erkeğe ikinci bir kadın ile evlenmeme şartı koyabilme hakkına sahip oluyordu. Aksi takdirde kadına boşanma hakkı doğması yasallaşmıştı.³⁰

Kadınlar ilk kez 1913 yılında devlet memuru olabilmışlardır. Çalışma hayatında farklı bir konuma gelmişlerdir. Tüccar ve esnaf olarak da çalışmaktadırlar. Kızlar için ilk yüksek öğretim kurumu açılmıştır. 1914 yılında "Inas Darülfünunu" adı ile yüksek öğretimde kadınlar eğitim görmeye başlamışlardır. Kadınlar bilim hayatına ilk kez 1922 yılında girebilmişlerdir. Bu tarihte 7 kız öğrenci, Tıp Fakültesinde eğitim görmüşlerdir. Bu kızlar ilk kez doktor olabilmışlerdir.³¹

Osmanlı İmparatorluğunun sonlarında Tanzimat'ın getirdiği kadın hak ve özgürlükleri daha çok aile ve toplumsal yaşam ile ilgili olmuştur. Kadınların siyasal hakları elde etmeleri Cumhuriyet dönemine kadar ertelenmiştir.

³⁰ Şefika KURNAZ, **Cumhuriyet Öncesinde Türk Kadını**. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınlan, İstanbul, 1997, s.147

³¹ <http://www.ntvmsnbc.com/news/312773.asp>. 08.03.2005

Özellikle 19. Yüzyılın sonlarında balkan savaşları ve Birinci Dünya savaşı kadınlara önemli sorumluluklar yüklemiştir. Bu sorumluluklar toplumsal yaşamda kadınların daha etkin olmalarına olanak tanımıştır. Erkeklerin savaş ortamında olması diğer tüm toplumsal ve çalışma hayatının kadınlar eliyle idame ettirilmesini zorunlu kılmıştır.

1.6. Cumhuriyet Dönemi Kadın

Kurtuluş Savaşında, Türk kadını özveri ile savaşmıştır. Uzun yıllar boyunca evde, özgürlüğü olmayan kadınlar aile içinde yaşamışlardır. Savaşta, gerektiğinde cepheye mermi taşımış, yaralı askerlerle ilgilenmişlerdir. Erkeklerle her konuda yardımcı olmuşlardır.³²

Savaşta kadınlar toplumu bilinçlendirme, direnişe çağırma gibi faaliyetler sürdürmüşlerdir. Gördesli Makbule Hanım, Tayyar Rahmiye Hanım, Hatice Hanım, Fatma Seher Hanım, Nezaket Hanım gibi birçok kadın savaşta yer almışlardır. Ulusun kurtuluşuna katkıda bulunmuşlardır.

Bu dönemde kadınlar mitingler düzenlemişlerdir. Halkın bilinçlendirilmesi ve ulusal savaşın kazanılmasını hedeflemişlerdir. Bu konuda da son derece etkili olunmuştur. Özellikle Halide Edip Adıvar önemli bir kadın gücü oluşturmuştur. Hem yazarlığı hem mitinglerdeki etkili söylevleri önemli rol oynamıştır. Adıvar önde gelen kadınların arasındadır. Ayrıca kadınlar pek çok dernek kurup faaliyetlerini daha organize devam ettirmişlerdir.

Savaş sonrasında da, Mustafa Kemal Atatürk, tüm hukuki yapı ve yasal düzenlemeler ile toplumu biçimlendirmiştir. Gerçekleştirdiği toplumsal devrimlerle kadınları önemli bir konuma taşımıştır. Toplum içinde kadınların iyi bir konum elde etmelerini sağlamıştır. Yasal düzenlemeler yapmıştır. Bu düzenlemelerden ilki

³² Bernand CAPORAL, *Kemalizm'de ve Kemalizm Sonrasında Türk Kadını* II. Çev. Ercan Eyüboğlu, Cumhuriyet Yayınları, İstanbul, 1999, s.21

kadınların giyimi ile ilgilidir. Peçeyi kaldırmıştır. Kadınlar için önemli bir imaj devrimidir. Kadınların yüzünden peçenin kalkması onların fiziksel olarak birey olmalarını sağlamıştır. Kadınlara giysi serbestisi sağlamıştır. Kadınlar özgür olarak giyinebilme hakkını elde etmiştir.³³ Böylelikle Türk kadını çağdaşlaşmıştır. Daha çağdaş bir görünüme kavuşturulmuştur.

Kadınlara köylerde muhtar olabilme hakkı tanınmıştır. İhtiyaç meclisine seçilme hakları 1933 Köy Kanunu ile olmuştur. Kadınlara siyasetin kapısı 1934'te açılmıştır. Anayasa değişikliği ile seçme ve seçilme hakkı tanınmıştır. Böylece ilk kadın milletvekilleri TBMM üyesi olmuştur. 8 Şubat 1935'de TBMM 5. Dönem seçimlerinde 17 kadın milletvekili seçilmiştir. 1936'da İş Kanunu ile kadınların çalışma hayatına ilişkin düzenleme getirilmiş.³⁴

Ulu önder Atatürk 30.08.1925 tarihli açıklamasında kadın ve erkeklerin eşit olması gerekliliği üzerinde durmuştur. Ulusun ve toplumun yarısı ilerlerken diğer yarısını zincire vurmanın hatalı olduğundan bahsetmiştir. İlerlemenin, kalkınmanın temel şartı özgürlük, hak ve adaletli davranmaktan ibaret olduğunu savunmuştur.

Böylelikle toplumsal her alanda kadınla erkek eşit konuma getirilmiştir. Kadınların akıl ve çalışkanlıkları ile topluma katkılarının oldukça zengin olacağı savunulmuştur.³⁵

1934 yılında yayınlanmaya başlayan Cumhuriyet Kadını Dergisi kadına vurgu yapmıştır. İlk sayısında Cumhuriyet dönemi kadını anlatmıştır. Türk kadının niteliklerini iyi bir biçimde özetlemiştir. Cumhuriyet döneminde yaşayan kadının çok yönlülüğü üzerinde durmuştur. İş hayatında olduğu kadar eğlenceli cemiyet hayatında Türk Kadınının yerini betimlemiştir. Fikir kadını ve süs kadını gibi farklı sıfatlarla Türk

³³ Kemal SAVCI, **Cumhuriyetin 50. Yılında Türk Kadını**, Cihan Matbaası, Ankara 1973, s.81

³⁴ Bernand CAPORAL, **Kemalizm'de ve Kemalizm Sonrasında Türk Kadını II**, Çev. Ercan Eyüpoğlu, Cumhuriyet Yayınları, İstanbul 1999, s.21

³⁵ Ayşe DURAKBAŞI, **Tarih ve Toplum. "Cumhuriyet Döneminde Kemalist Kadın Kimliğinin Oluşumu"**, Mart 1988, sayı 51, ss.167-169

Kadınına övgüler sunulmuştur. Cumhuriyet kadını fikir mücadelelerine yer verilmiştir. Edebiyat hareketlerine, spora olduğu kadar anneliğe ilişkin çeşitliliklerden bahsedilmiştir. Kadınların mükemmelliği üzerine fikirler sunulmuştur.³⁶

Kadınlara doğum yardımı, yaşlılık sigortası gibi gelişmeler olmuştur. Ayrıca 1950 yılında ilk kadın belediye başkanı Müfide İlhan Mersin'den seçilmiştir."³⁷

1949 yılında kadınlara tanınan hakları korumak için bir takım çalışmalar yapılmıştır. Kadınların kültür alanında faaliyetlerinin artması istenilmiştir. Bu amaçla Türk Kadın Birliği kurulmuştur.

Sağlık Bakanlığı ana çocuk sağlığı hizmetlerine 1952 yılında başlamıştır. Ayrıca gebeliği önleyici araçların satışı 1965 yılında başlamıştır. Tıbbi zorunluluk halinde kürtaj hakkı tanınması da bu tarihlerde yasalaşmıştır. Nüfus Planlaması Hakkında Kanun düzenlemeleri olan bu yasalar kadınlar için oldukça önemlidir. Ayrıca eşit ücret alma hakkı 1966 yılında ILO sözleşmesi ile sağlanılmıştır. ³⁸

1930-1950 arasında Türk Basını'nda kadın desteklenmiştir. Kadınların toplumsal yaşama katılması hakkında yayınlar yapılmıştır. Ancak zamanla kadın, basın için yalnızca cinsel bir nesne gibi ele alınmaya başlanmıştır.

En ciddi haber sunumlarının bile jeneriği göbek dansözü görüntüleri ile başlaması ve bitirilmesi oldukça eleştirel bir yayım anlayışı olmuştur. Yeni yıl tv programları dansöz programları halini almıştır. ³⁹

³⁶ Aslı DAVAZ-MARDIN, **Kadın Süreli Yayınları Bibliyografyası: 1928-1996 Hanımlar Alemi'nden Roza'ya Kadın eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı Yayını**, İstanbul, 1998, ss.15-16

³⁷ <http://www.ntvmsnbc.com/news/312773asp>, 08.03.2005

³⁸ <http://www.ntvmsnbc.com/news/312773.asp>, 08.03.2005

³⁹ Necla ARAT, **Susmayan Yazılar: Eğitim, Laiklik, Kadın ve Siyaset Üzerine**. Say Yayınları, İstanbul, 1997, s.69

Ülkemizde kadın hareketlerinin etkinlik kazanmaya başladığı dönem 1960-1970'li dönemler olmuştur.

Türkiye, Birleşmiş Milletler Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesini 1985 yılında kabul etmiştir. Sözleşme bir yıl sonra yürürlüğe girmiş. 1985 yılında hazırlanan 5. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile kadınlar ilk kez bir sektör olarak yer almıştır ve bu konuda politikalar belirlenmiştir.⁴⁰

1980'li yıllarda, siyasal koşullar kadın hareketlerini desteklemiştir. Prof. Dr. Suna Kili; 1982 Anayasasının Türk kadınına desteklediğini belirtmiştir. Kadınların modernleşme, çağdaşlaşma ve kadın hakları konuları gündemde yer edinmiştir. ⁴¹

Kadınlar kendi sorunlarını ele almaya ve çözümlenmeye başlamışlardır. Basın araçları bu konuda en yaygın kullanılan araçlar olmuştur. Haklar ile birlikte kadın haklarına ilişkin toplumsal yaşamın yapılanması önemi ortaya çıkmıştır.

Duygu Asena yazıları ile dergilerde kadın hak ve özgürlüklerine ilişkin savunucu fikirlerini sunmuştur.

Yeni Yüzyıl Gazetesi'nde Türk kadını ile ilgili bir araştırma yayınlanmıştır. Bu araştırma, günümüzdeki konumunu çok iyi bir biçimde açıklamaktadır. Bu araştırmaya göre kadınların siyasal, toplumsal ve kültürel yaşama katılımları çok düşüktür. 8 milyon kadın halen okuma yazma bilmemektedir. Türkiye'de yönetim kadrosunda her 100 erkeğe karşılık 3 kadın, işveren kadrosunda da her 100 erkeğe karşılık 8 kadın vardır. Kadınların siyasete olan ilgisinin azlığına da dikkat çekilen araştırmada, Türkiye'de kadınların %98'inin bir siyasi parti veya derneğe üye olmadığı tespitine yer verildi."

Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi ile İstanbul Üniversitesi bünyesindeki Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi akademik anlamda

⁴⁰ <http://www.ntvmsnbc.com/news/312773.asp>. 08.03.2005.

⁴¹ Suna KILI., **Türkiye'de Kadın Olmak. "Modernleşme ve Kadın"** Yayın Hazırlayan: Necla ARAT, Say Yayınları, İstanbul, 1996. s. 15. "BERKTAY Fatmagül, agy, s.26.

kadınlarla ilgili araştırma incelenmelerin artmasına katkıda bulunmuştur. Günümüzde çeşitli üniversiteler bünyesinde 14 kadın araştırma merkezi bulunmaktadır.

Toplumsal ve siyasal yaşamda tüm bu sayılan girişimler gerçekleştirilmektedir. Ayrıca yasal düzenlemeler yapılırken günümüz Türkiye'nde halen töre cinayetine kurban giden kadınlarımız bulunmaktadır. Erkek arkadaşı var diye öldürülen kadınlar bulunmaktadır. Eğitim alanında ise bir kesim hala kız çocuklarına okula göndermek istememektedir. Bu nedenle "Baba Beni Okula" gönder isimli faaliyetler sürdürülmektedir. Bu faaliyetler yararlı ve gerekli olmasına karşın bir o kadar da düşündürücü kampanyalardır.

Cumhuriyet döneminde kadına her türlü hak ve özgürlük tanınmış olmasına karşın bugün halen kadınlarımız ezilmekte ve savaşım vermek zorunda kalmaktadırlar. Prof.Dr. Bahri Savcı'ya göre bunun nedeni çok açıktır. Türkiye, hala, din sömürücülüğünün, sosyo-politik ve kültürel eskil (arkaik) dogmalarının baskısı altındadır. Düşünmek, düşünlerini demokratik yollarla eyleme geçirmek önemlidir. Fakat ülkemiz, yeryüzünün bütün sorunlarını, us bilim, bilimsel mantık ölçütleriyle gözden geçirmek-eleştirmek-eyleme vurmak algısından yoksunluk içindedir.⁴²

Sayısal olarak günümüz Türk kadınları ile ilgili verilere bakmak önemlidir. Devlet İstatistik Enstitüsü'nün verilerine göre, Türkiye'de çalışabilir durumdaki kadınların sadece yüzde 25'i işgücüne katılmaktadır. Bu oran 1990'larda yüzde 34'tür. İstihdam edilen toplam 5 bin 712 kadının ise yüzde 71.4'ü kayıt dışı olarak faaliyet göstermektedir.

Birleşmiş Milletlerin 2004 insani Kalkınma Raporu'na göre, ilk, orta ve yüksek eğitimde kız çocuklarının okullaşma oranı yüzde 68'dir. Türkiye, bu oranla dünyada 110. sırada yer almaktadır. Okuma yazma bilmeyen kadın nüfusu ise 5.5. milyon civarındadır.

⁴² Füsün CANKAT, **Atatürkçü Düşünce Işığında Kadın**, Cenkler, İstanbul, 1997 s.7

Türk kadınının siyasetteki yeri de çok iç açıcı değil. Türkiye'de kadınlar Avrupalı hemcinslerinin 1960'larda ulaştığı seçme ve seçilme hakkını 1934'te elde etmiştir. Fakat parlamentoda temsil açısından hala çok gerilerde yer almaktadırlar.

3 Kasım seçimlerinin ardından TBMM'ye giren kadın milletvekili sayısı 24, oranı ise yüzde 4.4'dür. Kadınlar yerel yönetimlerde ise yüzde 0.46 oranında temsil edilmişlerdir.

Parlamentodaki temsiliyet oranı açısından bakıldığında Türkiye Avrupa Birliği ortalaması olan yüzde 19'un çok gerisinde yer almaktadır.

Kadına yönelik şiddet ülkemizde başka büyük bir sorundur. Bu davranış ülkemize özgü bir davranış olmasa da ülkemizde her gün yaşanan şiddet olayları kadın özgürlüğü ve ya hakkı bir yana karşılaştıkları yaşam mücadelesinin bir örneği halindedir. Tüm çağdaş toplumlarda kadının şiddetle karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Fransa bile bugün kadına yönelik şiddetle mücadele etmeye çalışmaktadır.⁴³

Kadınların elde ettiği siyasi, toplumsal hak ve özgürlükler uygulamada yerini almaya başlamıştır. Kültürün erdiği izleri silmek oldukça önemlidir. Bu izler kadınların tutumu, yasa ile korunması ve medyanın kadın olgusu üzerindeki tutumu ile sağlanabilir. Kişilerin algısı değiştirilebilir. Medya bu konuda kadın üzerindeki algıyı farklı değerlere taşıması gerektiğini sorumluluk olarak görmelidir.

Dünden bugüne kadının basında nasıl yer aldığına değinilmesi gerekir. Basının önemi, etkisi üzerinde durulmalıdır. Kadınların kendilerini medya aracılığı ile nasıl gösterileceği konumlandırılacağına ilişkin kararlı ve birlikte hareket etmelidir.

⁴³<http://vwww.euowrc.ora/01.euowrc/06.euowrcfr/france/13france ewrc.htm>

İKİNCİ BÖLÜM

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE

Geçmişten günümüze radyo, televizyon, reklamlarda, kadın dergilerinde, gazete ve televizyon haberlerinde kadın olgusu ele alınmıştır.

1.1. Geçmişten Günümüze Basında Kadın Olgusu

Basın, geniş anlamda düzenli olarak yayınlanan haber veya fikirleri kitlelere ulaştıran tüm yayın ürünleridir diyebiliriz. Basın kitle iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Kitlesele bir medyadır. Radyo, televizyon, gazete, dergi gibi araçlar basın araçları olarak kullanılmaktadır. Elektronik ortamda ya da yazılı ortamda kullanılan bu araçlar ile haber ve bilgiler kitlesele olarak dağıtılabilir.⁴⁴

Kadın, toplumsal tarih sürecinde farklı konumlarda bulunmuştur. Tarihsel süreçte kültürel özellikler kadınların konumunu etkilemiştir. Popüler kültür belli ideolojiler ile kadınları kitle iletişim araçları ile çeşitli biçimlerde yansıtmıştır. Bilgi toplumu olarak adlandırılan günümüz insanları basını pek çok amaç için kullanmıştır. Bilgi toplumu anlayışı kitle iletişim araçları ile daha da mümkün kılınmıştır.

Türk toplumundaki ataerkil yapı değişim göstermeye başlamıştır. Toplumsallaşma sürecinde kadına ilişkin bakış açıları değişmeye başlamıştır. Önceleri eş ve anne olan kadınlar ekonomik ve siyasal sisteme dahil olmuştur. Fakat yine de ataerkil yapının etkisi hala sürmektedir.

Erkeğin kurduğu egemenlik, sadece kadınlar üzerinde hüküm sürmemiştir. Erkekler doğa üzerinde de etki yaratmışlardır. Erkeklerin güçlü yapısı onları tüm erkekleri

⁴⁴ <http://tr.wikipedia.org/wiki/Bas%C4%B1n-yay%C4%B1n>

yönetebileceği düşüncesini doğurmuştur. Kadınlar ise duygusal yapıları bakımından daha güvenilmez olarak betimlenmiştir. Kamusal alandan uzak tutulmuşlardır.⁴⁵

Kadın kamusal anlamda rol alabilmek için çaba göstermiştir. Ekonomik, toplumsal ve kültürel çaba göstermiştir. Kadın kimliğinin kabulünü sağlamaya çalışmışlardır. Kadınlar benlik bilinci oluşturmak için uğraşmışlardır.

Batı Avrupa'da bu konu İslamiyet'ten çok farklı ele alınmaktadır. Kadın Geleneksel toplum da evde yer alırken çağdaş toplumlarda kamusal alanda yerini almaktadır.⁴⁶

Artık kadınlar, kamuda daha özgürdürler. Kadınlar özgürlüğünü kendi emeğine borçludur. Üretim düzeyi arttıkça kadınların kendini ifadesi de artmaktadır. Günümüzde çalışan kadınlar öğretmenlik, hemşirelik, sekreterlik gibi konularda daha çok istihdam edilmektedirler. Yönetim kademelerinde daha az yer almaktadırlar. Ancak kadınların siyasi ve ekonomik olarak kendilerini ifadeleri kısıtlıdır.

Kadınların ellerinde olan güç ve statü kendi kimliklerini betimlemektedir. Yazılı basında ya da görsel medyada kadınlara ilişkin bu doğrultuda kadının işlendiği az görülmektedir. İmajın kadınlar lehine geliştirilmesi için medyanın bu amaçla kullanılması gereklidir.

Türkiye'de dört kadından yalnızca bir tanesi ekonomik özgürlüğe sahiptir. Kent yaşamının çarpık olduğu, günümüzde sosyal faaliyet alanında da oldukça kısıtlı imkanlara sahip kadınlar sadece annelik ve ev hanımlığı ile zamanlarını doldurmaktadırlar.

Özellikle de medyanın kadın hakkında sistematik bir biçimde imaj sağlama çabası önemlidir. Kadınların ülkemizde %19.4 oranında okuma yazma oranı olduğu

⁴⁵ Fatmagül BERKTAY, **Tek Tanrılı Dinler Karşısında Kadın**, İstanbul Metis Yayınları 2000 s.26

⁴⁶ Seda ÇAKAR MENGÜ, **Televizyon Reklamlarında Kadına Yönelik Oluşturulan Toplumsal Kimlik**, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları 2004, s. 98

düşünüldüğünde görsel basının bu konuda sorumluluğu artmaktadır. Fakat görsel basının daha çok kadınları dikkat çekmek üzere fiziki yönlerini alması eleştirilmektedir. Medya bu konuda ciddi bir sınav vermektedir.

Günümüzde kadınlar tüketimde söz sahibidirler. Kadınların reklam alanında kullanımını tüketimi olumlu yönde etkilediği düşünülmektedir. Kitle iletişim araçları bunu kullanmaktadırlar. Artık tüketim alanında giderek daha fazla söz sahibi olmaktadır. Çoğu zaman erkekleri bir ürüne çekmenin en kolay yolu da o ürünün reklamında kadınları kullanmaktır. Kadınların çekiciliği en sıradan bir ürünü ya da haberi ilgi çekici kılabilir. Bu nedenledir ki kitle iletişim araçlarında kadınların kullanımını giderek daha da artmaktadır. Günümüzde artık reklamlarda, gazetelerde, televizyonlarda, dergilerde güzel kadınlar kullanılmaktadır.

Gazetelerde ve televizyonlarda kadın olgusuna zina, namus haberlerine yer verilmektedir. Kadınlar, sansasyonel olaylara karışmaları ile gündemde tutulmaktadırlar. Kimi gazetelerin arka sayfalarında kadın figürü abartılı bir biçimde gösterilmektedir. Sanat ya da moda haberi olarak kadın fiziğine yer verilmektedir. Bu da kadın cinselliğinin medyada kullanılmasına örnektir. Sağlık haberi bile kadın bedenini teşhir edebilmektedir. Reyting hesabı, tiraj hesabı kadın bedeni üzerinden yapılmaktadır.⁴⁷

Dergi ve gazetelerde kadınlar için farklı eğilimlere yer verilmektedir. Kadın okuyucu kitlesi tarafından çoğunlukla güzellik, sağlık ya da beslenme dikkate alınmaktadır. Ayrıca kadınlar için magazin sayfalarının daha çok ilgi gördüğü belirtilmektedir.

Televizyonların gündüz yayınları kadınlara yöneliktir. Hazırlanan programlara bakıldığında kadın mağduriyeti üzerinde durulduğu görülmektedir.

⁴⁷ Yasemin İNCEOĞLU, **Medyada Kadın İmajı. Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma.** 2004 s.11

Medya, oldukça etkili bir toplumsallaştırma organıdır. Erkek ve çocukların kadınlara yönelik bakış açıları biçimlendirilmektedir. Ayrıca kadınlar kendilerine algıları da medya ile şekillenebilmektedir. Olumsuz pekiştiricilerin çokluğu bu algı yönetimini kötü etkilemektedir.⁴⁸

1.2. Radyo ve Televizyonda Kadın Olgusu

Televizyon yayını, hareketli resimler olarak algılayabiliriz. Halkın renkli ve siyah beyaz görüntüler ile sesli veya sessiz yayınlardır. Kalıcı olmayan görüntüler televizyonun değişen yüzüdür .

Televizyonun icadı 1923 yılına rastlamaktadır. John Logie Baird tarafından icat edilmiştir. İngiltere'nin Hastings kasabasından dünyaya yayılmıştır. İlk televizyon görüntüsü 1926 yılında yayınlanmıştır. Noktalar halinde görüntü sağlanmıştır ilk başlarda. Titrek olan görüntüler ilerleyen zamanlarda mekanik olarak kullanılan diskler yardımıyla daha net hale getirilmiştir. İlerleyen zamanlarda da Marconi-Emi sistemi gibi elektronik sistemler geliştirilmiştir. 1930'ların başında televizyon daha çok yaygınlaşmıştır. Geniş kitlelerle yayılmıştır. 1936 Berlin Yaz Olimpiyatları Almanya'da evlerdeki televizyonlardan izlenmiştir.

Renkli televizyonlara 1940'larda geçilmeye başlanmıştır. 1950'lerde ABD'de ilk renkli televizyon satışa çıkmıştır. Ancak renkli televizyon ABD'de 1960'larda daha çok yaygınlaşmıştır.

İlk radyo yayını 1907 de Berlin [ile](#) Kopenhag arasında yapıldı. Bu yayın bir söz iletimi ile yapıldı. 1910 da A.B.D.de bir müzik iletimi yapılmıştır. 1914 de Belçika'da

⁴⁸ Şengül ÖZERKAN, **Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak, Medyanın Kadın İmajına Yaklaşımı.** Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma 2004, s. 21

bir konser iletimi yapılmıştır. Bu gibi cesaret verici olmayan birkaç deneme sonrası 1920 yılı şubatında Büyük Britanya’da başarılı bir radyo yayını yapılmıştır.

Radyonun yaygınlaşması 1955 yılında gerçekleşmiştir. Bu yaygınlaşmada transistör alıcıların yardımı olmuştur. Başlangıçta radyolar, ulusal veya bölgesel hizmet vermektedirler. Daha sonraları radyo yayınları, kilometrelik dalgalar (uzun dalga) ve hektometrelik dalgalar (orta dalga) ile daha geniş alana yayılmıştır. 1930- 35 arası, dekametrelik dalgalar yardımıyla da deniz aşırı yayına başlanabildi. Radyo bu şekilde geniş kitlelere ulaşmak için uygun bir medya aracı oldu.

Reklam, paralı veya ücretli olarak yapılan özel yayımlardır. Reklam, tüketicilerin dikkatini çeken reklamlar ticari amaçlıdır. Alıcıları bir mal veya marka için bilgilendirmektedirler. Tüketici veya alıcıların ilgili malı alma isteği duydurmaktadırlar. Kişilerin markayı, hizmeti veya kurumu tanınması sağlanmak amaçlanmaktadır. Reklamlar ile kişilerin tercihlerini yönetmek amaçlanmaktadır. Reklamlar ayrıca kişilere hiç ihtiyaç duymadıkları tüketim mal ve hizmetlerine ihtiyaç hissetmelerini sağlamaktadır. Gereksinim yaratılarak tüketici portföyü arttırılmak istenmektedir.⁴⁹

Türkiye’de ilk radyo 1927 yılında İstanbul’da kullanılmıştır. Türkiye’de her ülkede olduğu gibi ilk başlarda radyo yayını kısıtlı zamanlarda yapmaktaydı. Radyoculuk sonraları bir meslek dalı ola gelmiştir.⁵⁰

Günümüzde ulusal ve küçük yerleri kapsayan kamusal ve özel radyolar vardır. Çoğu radyonun sanatsal kaygı taşımaması eleştirilmektedir. Müzik yanında haber, söyleşi, reklam ile yayınlar süreklilik göstermektedir. Yararlı programlar radyolarda yer alabilmektedir. Anne-çocuk sağlığını ele alan programlar gibi önemli bilgilendirmelerin yer verdiği programlar vardır. Kadın sorunlarına ilişkin programlarda verilmektedir. Uzman görüşlerine yer verildiği sürece bu programlar oldukça önemlidir.

⁴⁹ <http://www.konya-web.com/makale.asp?id=10&baslik=Reklam%20Nedir?>

⁵⁰ Ayhan DİNÇ, Özden CANKAYA, Nail EKİNCİ, **İstanbul Radyosu, Anılar, Yaşantılar**, İstanbul, 2000 s.15-18

Türkiye’de kadınlara ilişkin yayın ilk kez 1939 yılında radyoda verilmiştir. Ev Saati adlı program önemli ölçüde dikkate alınmıştır. 1970 yılında Ev İçi adında yayınlanan diğer bir program da dinleyenler tarafından önemsenmiştir. Genellikle çocuk bakımı, sağlık, aile gibi konular üzerinde durulmuştur. Bu programlar kadınlara kolaylıkla erişmenin en güzel aracı olmuştur. Toplumda mutlu bir birey olarak kadınları desteklemiştir.⁵¹

Radyo ve televizyon yardımıyla kadınlara kolaylıkla ulaşılmıştır. Birçok program kadınlara yönelik yapılmıştır.

Kitle iletişim araçlarının başında televizyon gelmektedir. Çağdaş toplumlar da etkin ve yaygın olarak kültür üretme aracı olarak işlev görmektedir. Televizyon temelde haber verme, eğitime ve eğlendirme işlevleri üstlenmiştir. Hem ses hem görüntü ile kitlelere farklı mesajlar verebilmektedir.

Farklı amaçlar için kullanılan programlar daha fazla kişinin ilgisini çekebilmek için Türkiye’de 1990’lı yıllarda yasallaşan özel kanallar ile sayıca çoğalmıştır. Dizilerde, filmlerde, reklamlarda kadın simgesi ilgi çekmek amacıyla kullanılmaya dah çok başlamıştır. Müzik klipleri, magazin programlarında kadınların fiziksel olarak yer verilmesi ön plana çıkmıştır. Bu kadın sömürüsü olarak değerlendirilmektedir. Televizyon programlarında kadınların her an bakımlı olması sağlanmaktadır. Güzel ve bakımlı kadınların ekrana taşınması genelleşmiştir.

Televizyonda renklerin ve görselliğin varlığı estetik ve yönlendirme gücünü artırmaktadır. Kişilerin haber, bilgi, eleştiri, sevgi gibi hisleri renk ve görsellekle kullanılabilir. Bu sebeple televizyonda nelerin nasıl yer aldığı son derece önemlidir.

⁵¹ Nesrin Tan AKBULUT **Türk Televizyonunda Kadın Söylemi**. Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma 2004 s.159

Gündelik yaşamın vazgeçilmezi olan televizyon ve radyo her geçen gün insanların zamanlarında daha çok yer almaktadır. Hoşça vakit geçirilen, haber alınan, toplumsal kültürü yansıtan medya araçları kitle iletişim aracı olarak önemli bir konumdadır. Düşünsel süreçlere etki etmeleri bakımından değerlendirilmelidirler. Sadece toplum kültürünü yansıtmanın yanında kültürün yeniden şekillenmesi anlamında da medyanın rolü vardır.

Kadınların medya sömürüsü içi kullanılmaları eleştirilmektedir. Kadın işgücü bu konuda en çok kullanılandır. Sermaye sahipleri ve reklamcıların eleştirildiği bu konuda sorumluluk sahibi olanların özeleştirisi gereklidir. Fakat özeleştirici gücü bulunmayan kesimin de hukuki olarak kısıtlanması oldukça önemlidir.⁵²

Televizyonda sabah ve öğlen kuşağı bültenleri kadınlar içindir. Daha çok müzik, eğlence içeren programlar ev hanımı olarak vaktini doldurmak isteyen kadınlar için iyi bir araçtır.

Bu programlara getirilen eleştiriler de vardır. Özellikle sadece hoşça vakit geçirmeye odaklı olmak eleştirilmektedir. Kadınları bilgilendirici programlar daha azdır. Tüketim konusunda özendirici yanı olan programlar kadınların tüketici rolünü kullanmaktadırlar. Özellikle sponsorluk konularında sorumluluk taşıyan program düzenleyicilerin bu konuya yönelmeleri kaçınılmaz olmuştur.⁵³

Yabancı film ve dizilerde kadınların daha cesur sergilendiği günümüzde yerli olanların daha muhafazakâr olduğu görülmektedir. Türk örf ve adetlerine ve de inancına ilişkin eleştiriler karşısında cesaret dolu sahneler ve pozlara karşı daha dikkatli olunmaktadır.

⁵² ALEMDAR , **Türkiye’de Kadın Olmak İstanbul**. Say Yayıncılık, 1994 s. 125

⁵³ Seda ÇAKAR MENGÜ, **Televizyon Reklamlarında Kadına Yönelik Oluşturulan Toplumsal Kimlik**, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları İstanbul, 2004 s.117

Televizyonlarda gündüz yayınlarında kadın güzelliği üzerinde oldukça fazla durulmaktadır. Kozmetik bakım ve kadın estetiği üzerine geniş yayın sürelerinde kozmetik ihtiyacı hissetmesi sağlanan kadınlar tüketime yönlendirilmektedirler.

Siyaset, kültür ve ekonomi gibi konularda kadınların başrolde bulunması oldukça enderdir. Kadınların bu konulardaki düşüncelerini aktarmaları konusunda çokta titiz davranılmamaktadır. İzleyicilerin kadın bakış açısından uzak kaldığı bu durum erkeklerin düşünce egemenliğini de ortaya çıkarmaktadır. Oysaki kadınlar ekranlarda veya radyo da kendilerini daha çok eşleştirmektedir. Erkekler politika, ekonomi konularında bilgi ve haberleri eleştirirken erkekler kendilerini kişi ile özdeşleştirmezler. Fakat kadınlar ekranda gördüğü diğer kadınlardan esinlenerek daha karşısındakinin bilgi birikimi ve diksiyonu, görünümü üzerinde daha çok kendinde bulma isteği duyarlar.

1.3. Reklamlarda Kadın Olgusu

Reklam popüler kültürün önemli bir ideolojisidir. Popüler bir kültür ürünüdür. Gündelik yaşamda oldukça fazla yer almaktadır. Reklamlar ile ideolojiler, ürünler tüketime sunulmaktadır. Özellikle televizyon reklamları oldukça etkindir. Renkli ve görsel dikkati çeken televizyon tüketim ihtiyacı doğurabilmektedir. Kitle iletişim araçları ile tüketicilere kolaylıkla ulaşılmaktadır. Toplumsal eğilimler kolaylıkla yönlendirilebilmektedir. Reklamlarda yer alan kadın figürü toplumda kadının rolü ile eşdeğerdir.

Kadınlara ilişkin geleneksel yapı gösterilmektedir. Kadınların fiziki çekicilikleri reklamların ana figürüdür. İdeal kadınlar da daha çok obsesif kadınlar olarak gösterilmektedir. Ev işlerinde hassasiyet üzerinde kadınların davranış kalıpları belirtilmektedir. Karşı cins tarafından beğenilmek isteyen bir kişilik olarak betimlenmektedirler.⁵⁴

⁵⁴ Şengül ÖZERKAN, **Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak, Medyanın Kadın İmajına Yaklaşımı. Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma** 2004 S.28

Ürünlerle ilgili olup olmadığına bakılmaksızın kadın figürü kullanılmaktadır. Otomobil reklamlarında bile kadın figürü cezbedici düzeydedir. Kısa süreli reklamlarda hisleri çok hızlı uyaran, kişilerin duygularını tamamen uyandıran reklamlarda kadın figürü başrolüdür. Aşırı kadın sömürüsü ile sağlanan ürün tanımı kadınları sömürüye girmektedir.⁵⁵

Reklamların, yaşam biçimleri üzerine etkileri bulunmaktadır. Alışkanlıkların değiştirilmesinde etkilidir. Bir alışkanlığın benimsetilmesinde önemli yere ve güze sahiptir.⁵⁶

Reklamın medya üzerinde önemli bir gücü vardır. Egemenlik kuran bu güç, belirli standartları oluşturmaktadır. Toplumsal olarak sınırlı denetim gücüne karşılık reklamın elinde bulundurduğu güç medyanın yönlendirilmesinde etkilidir.

Ülkemizde son yirmi yılda değişen kadın standartları ne medya da ne reklamlarda yansıtılmaktadır. Hala sıradan ev hanımı niteliği kullanılmaktadır. Doktor, avukat, politikacı ve daha pek çok eğitilmiş mesleklerde etkin ve başarılı kadın figürü ekranlar da yer almamaktadır. Önyargılı, eleştirel, evden dışına ayıracak vakti olmayan kadın figürü bakış açısına büyük zarar vermektedir. Diğer yandan, fiziki olarak sergilenen kadın figürlerinde de sadece haz ve tüketim düşüncesi peşinde olan bir kadın sergilenmektedir. Çağdaş kadın imajı medyada var denilemeyecek kardır.⁵⁷

Reklamların da değişimi gereklidir. Doğal yaşama eğilim sebebiyle yeni yeni organik ürünler piyasaya girmeye başlamıştır. Bu ürünleri tanıtan reklamlarda, dinamik, bakımlı kadınlara yer vermeye başlanmıştır. Genç, zinde, eğlenmeyi ve hayatı seven bir profil ürünleri tüketenlerin olduğu varsayımı ile reklam yüzleri de değişikliğe gitmeye başlamıştır. Bu tür reklamlarda bilinçli, mesleki kariyeri olan bir

⁵⁵ Yalçın ÇETİNKAYA. **Reklamcılık**, İstanbul Ağaç Yayıncılık 1992 s. 127

⁵⁶ Yalçın ÇETİNKAYA. **Reklamcılık**, İstanbul Ağaç Yayıncılık 1992 s. 127

⁵⁷ Seda ÇAKAR MENGÜ, **Televizyon Reklamlarında Kadına Yönelik Oluşturulan Toplumsal Kimlik**, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları İstanbul, 2004 s.130

kadın modeli görüntülenmektedir. Başarılı olan bu bilinçli kadınların reklamlardaki rolü ile bir nebze daha güzel bir imaj çizilebilmektedir. ⁵⁸

1.4. Kadın Dergilerinde Kadın Olgusu

Dergi, düzenli aralıklarla yayımlanan basılı ve elektronik kaynaklardır. Belirli bir ya da birkaç ilgi alanına göre ayrılmaktadırlar. Haber, makale, deneme gibi belirli veya farklı farklı yazarların yazılarına yer verilen kaynaklardır. Ayrıca inceleme, araştırma ve eleştiri tarzında yazılar da bulunabilir. Çeşitli edebi ürünleri içeren dergilerin takipçisi olarak sürekli alan bir hedef kitlesi vardır. Resimli, renkli, özenle hazırlanmış dergiler pek çok konuda ilgililer için özel hazırlanmış yayınlardır. ⁵⁹

Dergi, (Osmanlıca: **Mecmua**), günlük olmayan bir yayın türüdür. Düzenli olarak yılda 1 defa, aylık olarak yayınlanabilir. İki haftada bir (15 günlük) veyahut haftalık basılan süreli yayınlarda vardır.

Kadın dergileri oldukça fazladır. Aylık popüler dergiler içerisinde en fazla sayı kadın dergisi sayısındadır. Piyasanın en büyük payı kadın dergilerindedir. Bu dergiler çoğunlukla kadın tüketimleri üzerinedir. Kadınları tüketime yönlendirmektedirler. En fazla da yazılarla ve reklamlarla tüketime bir yönlendirme bulunmaktadır. Dergilerde reklam geliri önemli bir kalemdir. Bu gelirlerin elde edildiği dergiler de tüketime yönlendirme çabası doğaldır. İçeriğinde yer alan bilgilerden çok reklam sayfalarında renk, etki bırakma çabası daha çoktur.

Dergilerde daha çok mankenler kullanılmaktadır. Genç güzel mankenler her ne kullanıyorsa kadınlar tarafından kullanma isteği duyulur. Lüks tüketim özendirilir. Erkekler için hazırlanan dergilerde de bayanların dikkat çekiciliği kullanılmaktadır. Erkekler lüks tüketim malını güzel bayan ile özdeşleştirerek elde etme isteğini gösterirler.

⁵⁸ Müge ELDEN & Özkan ULUKÖK, **Televizyon Reklamlarında Çalışan Kadının Sunumu**. Kadın Çalışmalarında DisiplinlerarasıBuluşma Cilt 2, 2004 s.139).

⁵⁹ Ana Britannica Genel Kültür Ansiklopedisi Cilt7, İstanbul 1987 s.162

Yabancı kadın dergilerinin de çeviri yapılarak ülkemizde dağıtımını sağlar. Dergilerinin isim hakları alınarak yayımlanır. Dergilerin daha da cesur görseller içerdiği görülmektedir. Makyaj, moda, cinsellik gibi konularda dergilerin sayfaları ilgi çekici düzenlenir. Ekonomik bağımsızlığını kazanmış kadınları hedef alan çoğu dergi amacına kadınları tüketime daha çok yönlendirmelerini sağlayarak ulaşır.

Röportajlar ile gündemde veya etki sahibi olan kişiliklerin dergilerde kendilerini izleyenlere ulaşması sağlar. Dergiler röportaj yapıldığı sırada kendini takip eden kitleye mesajlar veren kimliğim kullanabilirler.

Son zamanlar da obezite probleminin yaygınlaşması ile ortaya çıkan beslenme ve diyet konusu gündemi oluşturmaktadır. Kadın dergileri de bu konuda oldukça fazla yer ayırmaktadırlar. Güzellik, beslenme, diyet konularında uzman görüşleri verilebilmektedir. Uzman görüşleri ile yine tüketim eğilimi de yayılmaya çalışılmaktadır. Zayıflatan, sağlıklı olduğu ileri sürülen ürünler okuyucuların aklına yatabilmektedir.

Çağdaş kadın görüntüsü dergilerde verilmeye çalışılmaktadır. Çağdaş bir kadın, makyajlı olmalıdır. Ayrıca zayıf olmalıdır. Bu kariyer sahibi olmaktan daha ileri gösterilmektedir. Çirkin bir kadın olunmaz, beslenme ve diyet ve makyajla her şey mümkündür. Dergiler, bu konu etrafında oldukça fazla durmaktadırlar.

Beslenme ve diyet üzerine yayınların eğitici ve bilgilendirici olması beklenilir. Fakat daha çok yönlendiricidir. Hedef kitleye ilişkin enformasyon eğitici yayınlar yapılmasıdır. Burada doğru olanların yerine sadece tüketime ilişkin yanıltıcı yönlendirme sağlık açısından da zararlı olabilir. Ölümcül sonuçlara bile neden olan ürün kullanımları konusunda kişiler daha farklı yönlendirilmelidirler. Kadınların zaafı olarak kullanılarak olmayı göstermek tehlikelidir. Bedensel ve psikolojik sonuçlar doğurur.

İyi kötü olanı seçme kriteri medyanın sorumluluğundadır. Burada hukuki etik kuralların gözetilmesi gerekmektedir. Verilen bilgilerin doğruluğu bir tarafa medyanın

bu bilgilerin topluma ne kazandıracığı da önemlidir. Medya mensuplarının sosyal yapıya saygılı olması beklenir.⁶⁰

1.5. Gazete ve Televizyon Haberlerinde Kadın Olgusu

Gazetecilik mesleği medyanın ilgi alanlarını takip açısından maharetli bir meslektir. Türkiye’de medyada kimin daha çok çalıştığı bizlere ilgi alanlarının hangi cinsiyet gözüyle daha çok bakıldığını verebilir. Kadın sayısının öncelikle gazetecilik mesleğinde çok az olduğunu vurgulamak gerekir. Medyanın cinsiyetçi yaklaşımı üzerinde durulabilir. Türk medyasında 7386 erkek gazeteci yer almaktadır. Buna karşın, 1875 kadın gazeteci bulunmaktadır. Bunların da 939’u ulusal, 187’si yerel medyada yer almaktadır.⁶¹

Türkiye’de bugün kadınlar bir çok meslekte istihdam edilmektedir. Gazetecilik daha özgürlük gerektiren bir meslektir. Kadın gazeteci mensubunun azlığının, bu sebeple olacağı düşünülse de kadın istihdamının her alanda sağlanabileceği düşünülmektedir. Gazetecilik mesleğinde kadınların istihdam edilmeye başlaması 1980’li yılları bulmuştur. İlk dönemlerde yaşanan kadın gazeteci meslek mensuplarının yaşadıkları günümüz gazeteci kadınlar da değişmiştir. Bu farklı tecrübeleri özetlemek gerekir.

- 1- İlk kadın gazeteciler varlıklı ve tanınmış aile kızlarıdır. Fakat günümüzde gazetecilik yapan kadınlar daha çok orta sınıftandır.
- 2- İlk kadın gazeteciler daha eğitilmişlerdir. Özel eğitim almış kimselerdir. Oysa günümüzde gazeteci kadınlar Cumhuriyet döneminde eğitimde sağlanan fırsat eşitliğinden alınan eğitimleri vardır. Çoğunluğunu ise gazetecilik dalında da eğitim veren Basın Yayın Yüksek Okulu mezunlarıdır.

⁶⁰ Emine SAYILGAN & Emel G. YILMAZ, **Yazılı Basında Kadınlara Yönelik Bilgilendirici Haberler ve Medyanın Sosyal Sorumluluğu**, Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma Cilt 2, 2004 s.56

⁶¹ Ayşe ASKER, **Türk Basınında Kadın Gazeteciler**, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları İstanbul, Erdini Basım ve Yayınevi 1991 s. 99-100

- 3- İlk kadın gazeteciler çoğunlukla şiir, roman, öykü yazmaktadırlar. Bu yazın dallarında ürün vermişlerdir. Çevirmenlik, yazarlık yapan yoktur. Bugünkü kadın gazeteciler içinde de çevirmenlik halen yoktur. Ayrıca düzenli köşe yazarlığı yapanlar yok denecek kadar azdır.
- 4- İlk kadın gazeteciler kadın hakları konusunda yazılarla gazeteciliğe başlamışlardır. Bugünkü kadınlar daha çok 80'li yıllarda gazeteciliğe başlamışlardır. Bunda ülkenin toplumsal, ekonomik gelişmesi yanında aldıkları gazetecilik eğitiminin de rolü vardır. Kadın haklarına olan ilgileri ise kişisel çabalardan öteye geçmemektedir.
- 5- İlk kadın gazeteciler için gazetecilik, seslerini duyurabilecekleri bir araçtı. Günümüzde gazetecilik yapan kadınlar için ise gazetecilik bir meslektir.

Türkiye'nin önde gelen 41 kadın gazetecisiyle soru-cevap tarzı araştırma yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda, kadın gazetecilerin büyük bölümünün maaşlarından memnun olmadıkları görülmektedir. Çalışma ortamlarında şikayetçi olmaktadır. Yapılan araştırmaya göre bir de cinsiyet ayrımcılığının sürdüğüne ilişkin sonuç çıkmıştır.

Kadınların üst düzey yönetici durumuna gelmelerinin, erkekler kadar kolay olmadığı düşünülmektedir. Türk medyasını sansasyonel, aşırı ticari, güdümlü, sorumsuz olmakla suçlanmaktadır. Ayrıca sahte gündemler yaratmakla eleştirilen, ilerleyen teknolojiye rağmen, haber ve yazım kalitesinin gerilediğini ifade edilmektedir.⁶²

Gazetelerinin birinci sayfalarında, bir kadın fotoğrafı bulunması yaygındır. Bu bir mizanpaj tekniğidir. Aynı zamanda Hürriyet, Sabah gibi çok okunan kitle gazetelerinin son sayfalarının sağ üst köşesinde her gün düzenli bir şekilde kadın fotoğrafına yer verildiği görülmektedir.

Medyada kadın unsuruna ev kadını, iyi anne-iyi eş, özverili, cinsel meta, güçsüz, seksi, kötü-yürekli/hırslı iş kadını gibi anlamlar yüklendiğini görüyoruz. Medyada

⁶² Yasemin İNCEOĞLU, **Medyada Kadın İmaji** 2000 s.14

kadınlar hakkında haber yapılabilmesi için kadının tecavüze uğraması (kurban) veya birisinin yuvasını yıkması vs. türünden tirajik olaylarda yer alması gerekmektedir. Zaten bu durumda bile magazinsel söylem egemenliğini sürdürmektedir.

Kadın gazetelerinde kadın-erkek ilişkisi üzerine anlatılanlarsa, kadının gündelik yaşamında karşılaşılan sorunların çok uzağında, hatta onları unutturmaya yöneliktir. Kadının medyada yer alış biçimi Türk toplumundaki konumu ile örtüşmektedir. Medya aracılığıyla bir yere gelen kadınlar yine medyaya bu şekilde malzeme olmaktadır. Kadınlar zina, namus, ahlak gibi konular çerçevesinde ya da bundan sapmaları halinde sansasyonel olaylara karışmaları halinde gazetelerde ve televizyonlarda yer almaktalar.⁶³

Magazin haberleri ve üçüncü sayfa haberleri dışında günlük gazetelerde yayınlanan haberlerde kadın olgusuna pek rastlanılmamaktadır. Örneğin ekonomi sayfalarında başarılarıyla gündeme gelen kadın haberleri yerine magazin sayfalarında gündelik ilişkileriyle gündeme gelen kadın haberleri tercih edilmektedir. Gazetelerde çoğu zaman kadınlar, medyada erkeklerden farklı olarak düşünceleriyle değil, görünüşleriyle kendilerine yer buluyorlar.

Kadın cinselliğinin medyada kullanımına örnek olarak gazetelerin arka sayfalarında kadın bedenini öne çıkaran fotoğraflara yer verildiği görülmektedir. Bu fotoğraflar çoğu zaman bir moda defilesinden alınmakta olup haber niteliği taşımamaktadır. Kimi zaman medyada kadın olgusunun kullanımı aşırı boyutlara ulaşabilmektedir ve kadından bir meta olarak yararlanmak söz konusu olabilmektedir. Böyle durumlarda kadının cinselliği ön plana çıkarılmaktadır. Örneğin otomobil fuarlarında öncelikli hedef kitle konumundaki erkeklerin ilgisini çekebilmek amacıyla, farklı modellerdeki otomobillerin tanıtımında güzel ve çekici mankenler kullanılmaktadır. Oysa tarih boyunca kadınlar erkekler tarafından cinsel bir nesne olarak algılanmamak, toplumsal açıdan sömürülmemek ve bağımsızlıklarını elde etmek için savaşım vermişlerdir.⁶⁴

⁶³ Yasemin İNCEOĞLU, **Medyada Kadın İmajı** 2000 s.12-13

⁶⁴ Aslı YAPAR GÖNENÇ, Kadın Dergilerinde Kadın İmgesinin Kullanımı. **İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi** Sayı:9, 75-79

Yapılan bir çalışma da Hürriyet, Posta, Sözcü, Sabah, Habertürk ve Milliyet gazetelerinde toplumsal cinsiyet haberleri incelenmiştir. Bu inceleme kültürel çalışmalar bağlamında dil ve söylem ışığında toplumsal bakış açısı ile yapılmıştır. Küresel siyaset ile ilgili haberler ele alınarak inceleme yapılmıştır. Liberal basın gazetelerinin seçilerek yapılan araştırma ideolojik basını dikkate almamıştır. Çalışma sonucunda kadınların terör ve dinsel motivasyona ilişkin haberlerle ilişkili olduğu görülmüştür. Kadın haberleri, 'ayrımcılık', 'terör', 'siyaset', 'şiddet', 'ibadet' ve 'eşcinsellik' temalarıyla daha çok yan yana bulunduğunu tespit etmiştir.⁶⁵

⁶⁵ İbrahim YENEN, 'Yazılı Basında Yayınlanan Haberlerde Toplumsal Cinsiyet ve Din İlişkisi', **Uluslararası Araştırmalar Dergisi**, 2016, Cilt:9, No:47/9 s.580-586

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA

Türk basınında yerel gazetelerin belirli dönem içerisindeki kadın hakkındaki yapmış oldukları haberler istatistiksel olarak ele alınmıştır.

1.1. Türk Basınında Kadın Olgusuna Yönelik Araştırma

Bugüne kadar dergi ve gazetelerde kadınların algısı üzerinde birçok araştırmalar yapılmıştır. Ancak genel anlamda ya da belli bir sorun çözümü anlamında değerlendirilmiştir. Bu nedenlerden yola çıkarak Türk basınında kadın temsiline yönelik bir araştırma analizini yapmak gerekmektedir. Bu araştırma çalışması ile basında kadın temsil düzeyinin belirlenmesi, ağırlıklı hangi sorunlar üzerinde durulduğunu tespit ederek Türkiye’de kadın olgusunun temsiline katkıda bulunmak istenmiştir.

Bu çalışmanın uygulama kısmında içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. Bir hafta boyunca (01.12.2018 - 07.12.2018) günlük düzenli yayın yapan “Hürriyet” “Cumhuriyet” ve “Yeni Şafak” gazetelerinde konu ile ilgili haberler araştırılıp incelenmiş ve şiddet, sağlık, eğitim, kültür, siyaset, eğlence, adliye, ekonomi, sosyal, spor gibi başlıklar altında da kategorilendirilmiştir. Bu gazetelerin tercih edilmesinin nedeni ise yüksek tiraja sahip olmaları ve birbirlerinden farklı yayın anlayışı içinde yayın yapmaları dikkate alınmıştır.

1.2. Hürriyet Gazetesi

Hürriyet gazetesinin 1 Aralık 2018 sayısında: manşet, 3. ve 13. sayfaları, 2 Aralık 2018 sayısında: manşet, 4., 21., 23. ve 38. sayfalarında, 3 Aralık 2018 sayısında: manşet, 2., 3., 5., 8. ve 15. sayfaları, 4 Aralık 2018 sayısında: manşet, 2., 3., 7., 18. ve 41. sayfaları, 5 Aralık 2018 sayısında: 2., 5., 20. ve 36. sayfaları; 6 Aralık 2018 sayısında: 2., 3., 9., 23. ve 31. sayfaları, 7 Aralık 2018 sayısında: manşet, 2. ve 17. sayfaları incelenmiştir.

1.3. Cumhuriyet Gazetesi

Cumhuriyet gazetesinin 1 Aralık 2018 sayısında: 3. ve 9. sayfaları; 2 Aralık 2018 sayısında: 3., 12. ve 15. sayfaları, 3 Aralık 2018 sayısında: 11 sayfası; 4 Aralık 2018 sayısında: 3., 10., ve 20. sayfaları; 5 Aralık 2018 sayısında: 3. ve 5. sayfaları; 6 Aralık 2018 sayısında: 9. ve 12. sayfaları; 7 Aralık 2018 sayısında: 3. ve 20. sayfaları ele alınmıştır.

1.4. Yeni Şafak Gazetesi

Yeni Şafak gazetesinin 1 Aralık 2018 sayısında: 3. ve 7. sayfaları, 2 Aralık 2018 sayısında: 3. sayfası, 3 Aralık 2018 sayısında 8. ve 21. sayfaları, 4 Aralık 2018 sayısında: 14., 20. ve 24. sayfaları; 5 Aralık 2018 sayısında: 2. ve 12. sayfaları; 6 Aralık 2018 sayısında: 3., 13. ve 16. sayfaları; 7 Aralık 2018 sayısında: 3. ve 21. sayfalarında yer alan haberler incelenmiştir.

Tüm gazetelerdeki haberlerin çoğunluğu Güncel ya da Gündem, Magazin bölümlerinin altında yayımlanmıştır.

1.5. Çalışmanın Bulguları (Tabloları)

Tablo 1- Hürriyet gazetesinde yer alan haberlerin kategori dağılımı

Kategoriler	Olumlu Haberler	Olumsuz Haberler
Şiddet	0	8
Sağlık	1	2
Eğitim	1	0
Siyaset	2	0
Sosyal	1	5
Kültür	3	1
Ekonomi	0	0
Eğlence	10	7
Adliye	1	7
Spor	0	0
Toplam	19	30

Kaynak: Hürriyet Gazetesi, 1-7 Aralık 2018 Tarihli Sayıları

1-7 Aralık 2018 tarihleri arasında incelenen “**Hürriyet**” gazetesi ağırlıklı olarak magazinsel haberler yaptığından bu gazetede 1 hafta içinde yayımlanan 49 haberin 17’sini eğlence haberleri oluşturmaktadır. Yine bu sebepten bu gazete ekonomi, spor alanlarında haber tespit edilememiştir. Haberlerin 19’u olumlu yönde 30’u olumsuz haberlerdir. Ünlüler hakkında 21 haber yer alırken sıradan vatandaşlar 28 habere konu olmuşlardır.

Tablo 2- Cumhuriyet gazetesinde yer alan haberlerin kategori dağılımı

Kategoriler	Olumlu Haberler	Olumsuz Haberler
Şiddet	0	8
Sağlık	0	1
Eğitim	0	0
Siyaset	0	0
Sosyal	0	2
Kültür	3	0
Ekonomi	1	0
Eğlence	1	0
Adliye	0	0
Spor	0	0
Toplam	5	11

Kaynak: Cumhuriyet Gazetesi, 1-7 Aralık 2018 Tarihli Sayıları

1-7 Aralık 2018 tarihleri arasında incelenen “**Cumhuriyet**” gazetesinde yer alan kadınlara yönelik 16 adet haber tespit edilmiştir. Bu haberler arasında eğitim, siyaset, spor ve suç kategorilerine uygun haberlere rastlanmamakla beraber diğer 6 kategoriye ilişkin toplam 16 haber incelenmiştir. Bunlardan 5’i olumlu 11’i olumsuz haberlerdir. Şiddet kategorisine ilişkin 8 haberin yer alması dikkat çekicidir. Bu haberlerden 4’ü ünlülere ait haberler kalan 12 haber ise sıradan vatandaşlara aittir.

Tablo 3 – Yeni Şafak gazetesinde yer alan haberlerin kategori dağılımı

Kategoriler	Olumlu Haberler	Olumsuz Haberler
Şiddet	0	3
Sağlık	0	0
Eğitim	1	1
Siyaset	4	2
Sosyal	2	1
Kültür	3	0
Ekonomi	3	0
Eğlence	2	1
Adliye	0	1
Spor	1	0
Toplam	16	9

Kaynak: Yeni Şafak Gazetesi, 1-7 Aralık 2018 Tarihli Sayıları

1-7 Aralık 2018 tarihleri arasında incelenen “Yeni Şafak” gazetesinde kadına ilişkin 25 haber tespit edilmiştir. Bu haberler arasında sağlık başlığına uygun haberler yer almamışken, çalışma boyunca ilk kez spor kategorisinde konu olmuştur. Toplam 25 haberden 16’sı olumlu 9’u olumsuz haberlerdir. Bu haberlerden 12 tanesi ünlüler hakkında iken kalan 13’ü ise sıradan vatandaşların haberleridir.

Tablo 4- Üç gazetenin tamamına göre haberlerin kategori dağılımı

Kategoriler	Olumlu Haberler	Olumsuz Haberler
Şiddet	0	19
Sağlık	1	3
Eğitim	2	1
Siyaset	6	2
Sosyal	3	8
Kültür	9	1
Ekonomi	4	0
Eğlence	13	8
Adliye	1	8
Spor	1	0
Toplam	40	50

Kaynak: Hürriyet Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Yeni Şafak Gazetesi, 1-7 Aralık 2018 Tarihli Sayıları

1-7 Aralık 2018 tarihleri arasında incelenen araştırmaya konu olan bu gazetelerde yer alan haberler incelendiğinde toplam 90 haber tespit edilmiştir. Bunlardan 19 adet haberle **Şiddet** alanındaki haberler ilk sıradadır. Buna karşılık **Eğlence** konusunda 21 haber yer alırken **Spor** alanında sadece 1 haber yer aldığı görülmektedir. Bu haberlerin %44,4'ü olumlu haber olarak yer alırken %55,6'sı olumsuz haberler olarak yer almaktadır. Üç gazete yer alan haberlerin tamamı ele alındığında en fazla olumsuz haber suç ve şiddet kategorilerinde, en fazla olumlu haber ise eğlence kategorisinde yer almaktadır.

Bir haftalık süreçte bu 3 gazetede yer alan kadın sorunlarına yönelik haberlerin toplam haber sayısına göre:

Tablo 5- Gazetelerde kadın sorunlarına ilişkin haberlerin tüm haberlere oranı

Gazete	Toplam	Kadınlara ilgili	%
Cumhuriyet	626	16	2.5
Hürriyet	655	49	7.5
Yeni Şafak	587	25	4.26
Toplam	1868	90	4.81

Kaynak: Hürriyet Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Yeni Şafak Gazetesi, 1-7 Aralık 2018 Tarihli Sayıları

Tablo 5’te görüldüğü gibi Türkiye medyasında 1868 haberden sadece 90 haberin kadın olgusu ile ilgili temsili düşük bir seviyededir.

Tablo-6 Gazetelerde görsel unsur olarak kullanılan fotoğrafların cinsiyet oranı

Gazeteler	Kadın Temsili	Erkek Temsili	Fotoğrafların Toplamı	Kadın Fotoğraflarının Oranı %
Cumhuriyet	34	179	213	15.96
Hürriyet	107	441	548	19.52
Yeni Şafak	49	330	379	12.92
Tüm Gazeteler Toplam	190	950	1140	16,66

Kaynak: Hürriyet Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Yeni Şafak Gazetesi, 1-7 Aralık 2018 Tarihli Sayıları

Bu tablo gazete sayfalarında görsel unsur olarak kadın fotoğraflarının erkek fotoğraflarına göre daha az kullanıldığını göstermektedir. Toplam kadına ilişkin haberlerinin sayısı 90 adet iken, görsel unsur da bu rakamın 190 adet olması dikkat çekicidir. İncelenen gazetelerde kadın fotoğraflarının çoğunlukta haberlerin içeriğine bağlı olmayan aile, sağlık, teknoloji, eylem gibi konularda de kullanılmakta olduğu tespit edilmiştir.

1.6. Çalışmada Ortaya Çıkan Sonuç

Türkiye’de günlük yayım yapan en yüksek tirajlı ve farklı pozisyonda olan 3 gazete 7 gün boyunca (01.12.2018- 01.12.2018) incelendi. Çalışmanın sonucunda 3 gazetede kadınlara yönelik toplam 90 haber tespit edildi. Bu haberler şiddet, sağlık, eğitim, kültür, siyaset, eğlence, adliye, ekonomi, sosyal, spor gibi başlıklar altında kategorilendirildi. Eğitim ve spor hakkında belirlenen dönem arasında haber sayısı düşükken, eğlence başlığı altında 23 haber yer almıştır. Bunlardan 19 adet haberle Şiddet alanındaki haberler ilk sıradadır. Bu rakam da 3 gazetenin toplam haber sayısının %20,87’sine eşittir. Toplamda bu gazetelerde 40 olumlu ve 50 olumsuz haber yer almaktadır. 90 haberden 42’i ünlüler hakkındayken 48 haber sıradan vatandaşlar hakkındadır.

Belirlenen periyotlarda gazetelerin haberlerinin %4.81’i kadınlara ait haberler oluşturmaktadır.

SONUÇ

Kadın evet her zaman anılma biçiminin cinsel kimliği ile öne çıkması haberlere konu olmuş, gazetelere manşet olmuştur. Kadın Toplumun siyasal ve ekonomik alanından soyutlanmış en çok da cinsel kimliği ile gündeme gelmiştir. Baktığımızda kadınların kendilerini ifade edebilmeleri için eğitimde, siyasette ve ülke yönetiminde yer almaları için gerekli şartlar var gibi gözükse de yeterli yer bulamıyorlar. Kadınlar kendilerini geliştirirken erkeklerinde bakış açılarının değiştirilmesi bu bakıma çok önem arz etmektedir. Algılar değişmediği sürece yapılacak olan bütün çabalar boşa harcanacaktır. Bu algıların değişebilmesi için basında hemcinslerinin de özellikle konuya dikkat çekerek ele almaları gerekmektedir. Kadınların da siyaset yapabilecekleri, ekonomist olabilecekleri hatta ülke yönetebilecekleri konusunda destekleyici yayınlarda bulunmaları gerekmektedir.

Günümüz Basınında Kadınlar adlı çalışmayı yapan Leyla Şimşek, kadının haberde yer alma şeklini şöyle betimlemiştir. Basında yer alma biçiminiz ne yaparsanız yapın belirli kalıpların dışına çıkması imkânsız. Hal böyle olunca köklü bir değişim yapmanız imkânsız hale gelirken yapabileceğinizin sayısı çok fazla bir şey ifade etmiyor. Elbette basın bazı şeylere dikkat çekerek önyargıları yıkabilir gibi görünse de bu işlevini nedense her zaman tersine tanık oluyoruz. Tıpkı çalışmamızda da açıkça gördüğümüz üzere sürekli yenilenen tanımlamalarda içindeyiz. Her ne kadar bu çabalar kadınların sosyal yaşamda kendilerine yer bulması için caba harcansa da mesafe kat etmekte zorlanıyorlar. Zamanla kadınların basında yer almaları çoğalıyormuş gibi görünse de yine de erkekler tarafından kurulmuşluk ilkesini tanımlıyor. Kadınla erkeklerden ayrı olarak düşünceleri ve becerileri ile değil maalesef görüntüleriyle haber değeri taşıyorlar. Ne yapılırsa yapılsın kadınların aleyhine işleyen bir mekanizmanın içinde buluyorlar kendilerini.⁶⁷

⁶⁷ Yasemin İNCEOĞLU, *Medyada Kadın İmajı* 2000 s.16

Son zamanlarda kadınlarda gazeteci olarak gündeme gelmekte ve adından söz ettirmektedirler. Bir yerde erkeklerin hakim oldukları bir alana el atmış görünmektedirler. Çalışma şartlarının zahmetli ve zaman kavramı olmayan bir iş olması nedeniyle kadın için uygun olmadığı düşünülse de, şartları zorlayarak bu meslekte yer almaya çalışılmaktadır. Her geçen gün kadın çalışanların sayıları bütün güçlüklerle rağmen artmaktadır. İletişim Fakültelerinin öğrenci yoğunluğuna bakıldığını bunun hiç de küçümsenmeyecek sayıda kadınların oranının erkeklere göre artmaktadır. Eğitimli mesleğinde donanımlı bir şekilde meslekte yer almaya çalışıldıkça elbette bu alandaki etkinlikleri ve söz hakları giderek güçlenecek ve buldukları konular değişecektir. Aynı zamanda kadınların üstün oldukları alanlarda nasıl başarı elde ediyorlarsa medya alanında da kendilerini hem nitelik hem nicelik bakımından göstermeleri gerekmektedir.

Türk toplumunda geleneklerin kolay kolay değişmediği, kadınların evinin hanımı, çocuklarının annesi gibi geleneksel bağlamda miras hakkında, eğitim hakkında ayrımcılıklarla karşılaştığı bir toplumda yer aldığı unutulmamalıdır. Her ne kadar ekonomik özgürlüğünü ele alanların sayısı artıyor ve çalışma hayatına atılanların sayısı ciddi sayıda artmaktadır. Erkek egemen bir toplumda yaşamın güçlükleri ile savaşım veren kadın bir de kendini temsil ediliş biçimi ile de savaşım vermek durumunda bırakılmış durumdadır. Kendisinin çalışma hayatında zor kabul ettiren kadın birde medya alanında yer bulması oldukça zor oluyor. Ataerkil erkek tutumlarının bulunduğu toplumumuzda medyanın kadın çalışanlara yaklaşımına yansıma yapıyor. Unutulmamalı ki özgürlük bilgi ve kararlılıkla elde edilir. Modern kadın her şeyden önce özgür kadındır. Bu noktada medyanın katkısını azımsanmayacak ölçüde etkilidir. Bu meslekte kadınlara yer vermek onları teşvik etmek ve tercih edilir hale gelmesine katkıda bulunmakla toplumumuzun ciddi olarak toplumsal, sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik alanlarda kendilerine yer edinmelerine ve başarı elde etmelerine katkı sağlayacaktır.⁶⁸

⁶⁸ Nesrin Tan AKBULUT. **Türk Televizyonunda Kadın Söylemi**. Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma 2004 s.158

Gazeteler incelendikten sonra görüyoruz ki Türkiye’de yaşayan kadınların geleneksel rolünü pekiştiren niteliktedir. İyi bir anne ve eş olmak öncelikli rolüdür. Kendini geliştirmek ve eğitim seviyesini yükseltmek konusu arka plandadır. Haklarının bilincinde olan ve haklarının çiğnendiği durumda hakkını arayanların sayısı çok azdır. Doğal olarak bunların medyada temsili de buna bağlı olarak düşüktür.

Tüm bu sonuçlar dahilinde Türkiye’de kadın sorunların medyada temsil düzeyine yönelik şu öneriler sunulabilir:

- Ø Kadın sorunları daha dikkatli araştırılabilir, medyada yer alan haberler daha etkileyici bir şekilde sunulup dikkat çekmesi sağlanabilir.
- Ø Türkiye’de kadının önemine vurgu yapılan yazılar yayınlanarak kadının rolü tartışmaya açılabilir.
- Ø Eğitim alanında sorunlar daha fazla dile getirilmeli. Kadınların eğitim durumu ortaya konulmalı, gerekirse eski dönemlerle karşılaştırılıp öneriler sunulabilir.
- Ø Kadının sadece iyi bir eş ve anne olma fonksiyonundan hariç bir birey olduğunu anlatan ve kadınların desteklenmesi konusu içeren yayınlar- kamu spotları oluşturulabilir.
- Ø Kadınlara özgü yayım yapan dergi ve gazetelerin moda, eğlence gibi haberlerin yanında kadınların gerçek sorunlarını da ele alan haberler yapması teşvik edilebilir.
- Ø Tüm bu değerlendirmeler ve önerilerin netice itibari ile Türkiye’de kadın olgusu ve sorunlarının medyada temsil düzeyinin ortaya çıkmasına katkıda bulunacağı tahmin edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Abadan Unat, Nermin:** Türk Toplumunda Kadın, Ekin Yayınları, İstanbul, 1982, s.74.
- Ağaoğlu, Ahmet:** “İslamiyet’te Kadın”, Çev. Hasan Ali Ediz, Birey ve Toplum Yayınları, Ankara 1985, s.54.
- Akbulut, Tan Nesrin:** (2004). “Türk Televizyonunda Kadın Söylemi”. *Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma*, Cilt:2, 157-162.
- Alemdar, Zeynep:** (1994).”Türkiye’de Kadın Olmak”, İstanbul: Say Yayıncılık.
- Altındal, Aytunç:** “Türkiye’de Kadın”, anahtar Kitaplar Yayınevi, 5. Basım, İstanbul, 1991, s.s46s
- AnaBritannica:** **Genel Kültür Ansiklopedisi**, Ana Yayıncılık A.Ş. İstanbul, 1989, Cilt 8, s.497
- AnaBritannica:** **Genel Kültür Ansiklopedisi** Cilt 7, İstanbul 1987 s.162
- Arkan, Türker:** “Kadın-erkek Eşitliği Sorunu”, A.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını, Ankara, 1981, s.7.
- Arat, Necla:** “Susmayan Yazılar: Eğitim. Laiklik. Kadın ve Siyaset Üzerine”. Say Yayınları, İstanbul, 1997, s.69

- Asker, Ayşe:** (2004). Medyada Cinsiyetçilik ve Kadın Gazeteciler. *Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma*, Cilt:2, 79-86.
- Asker, Ayşe:** (1991). “**Türk Basınında Kadın Gazeteciler**”, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi.
- Atabek, Erdal:** (1989). “*Kışkırtılmış Erkeklik Bastırılmış Kadınlık*”, İstanbul:Altın Kitaplar.
- Berktaş, Fatmagül:** (2000). “**Tek Tanrılı Dinler Karşısında Kadın**”, İstanbul: Metis Yayınları.
- Berktaş, Fatmagül:** Kadın Hareketinin Kurumlaşması “**Türkiye’de Kadın Hareketli Tarihsel Bir Deneyim**”, Metis Yayınları, İstanbul, 1994, s.19, 26
- Büyükbaykal, Ceyda Ilgaz:** Medyada Kadın Olgusu, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi,
- Canbar, Müjgan:** “**Dede Korkut Oğuznamelerinden Kadının Sosyal Durumu, Kadının Sosyal Hayatını Tetkik Kurumu Aylık Konferansları 1953-1964**”, Ay Yıldız Matbaası, Ankara, 1967, s.96.

- Cankat, Füsün:** “Atatürkü Düşünce Işığında Kadın”, Cenkler, İstanbul, 1997 s.7
- Caprol, Bernard:** “Kemalizm’de ve Kemalizm Sonrasında Türk Kadını II”. Çev. Ercan Eyüboğlu, Cumhuriyet Yayınları, İstanbul, 1999, s.21, 76, 84-85
- Cumhuriyet Ansiklopedisi** **Cumhuriyet Ansiklopedisi** 1923-1940, agy, s. 159
- Cumhuriyet Gazetesi:** 01-07 Aralık 2018 tarihleri arasındaki Cumhuriyet gazeteleri
- Çakır, Serpil:** “Osmanlı Kadın Hareketi”, Metris Yayınları, İstanbul, 1994, s.18
- Çakır, Serpil:** “Türkiye’de kadın tarihi yazmak”, Kadın Araştırmalarında Yöntem Yayına Hazırlayanlar Serpil Çakır-Necla Algökçe, Sel Yayıncılık, İstanbul, 1995, s.222
- Çetinkaya, Yalçın:** (1992). “Reklamcılık”, İstanbul: Ağaç Yayıncılık.
- Davaz-Mardin, Aslı:** “Kadın Süreli Yayınları Bibliyografyası”: 1928-1996 Hanımlar Alemi’nden Roza’va Kadın eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı Yayını, İstanbul, 1998, ss.15-16.

**Dinç Ayhan, Cankaya
Özden, Ekinci Nail :**

(2000). *“İstanbul Radyosu, Anılar, Yaşantılar,”* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

derindetay.com:

derindetay.com/kadin-olgusu.html

Dızıer, Annie:

“Fransa’da Kadın Araştırmalar”, Kadınların Belleği, Metis Yayınları, İstanbul 1992, s.47

Doğramacı, Emel:

“Türkiye’de Kadını Dünü Bugünü”, Türkiye İş Bankası Yayınları Ankara 1997, s.4

Durakbaşı, Ayşe:

Tarih ve Toplum. **“Cumhuriyet Döneminde Kemalist Kadın Kimliğinin Oluşumu”**, Mart 1988, sayı 51, ss.167-169.

Erten, Özgül:

“Yüzyılıımızda Kadın ve Kadınlarımız” s.73, 75

**Elden Müge&Ulukök
Özkan:**

(2004). **“Televizyon Reklamlarında Çalışan Kadının Sunumu”**. *Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma*, Cilt:2, 135-142.

- Harding, Sandra:** “Feminist yöntem diye bir şey var mı?”, Kadın Araştırmalarında Yöntem Yayına Hazırlayanlar Serpil Çakır-Necla Algökçe, Sel Yayıncılık, İstanbul, 1995, s.35
- Hürriyet Gazetesi:** 01-07 Aralık 2018 tarihleri arasındaki Hürriyet gazeteleri
- Gökalp, Ziya:** “Türkçülüğün Esasları”, Hazırlayan Mehmet Kaplan, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul 1970, s.166
- Göle, Nilüfer:** “Modern Mahrem”. Metis Yayınları, İstanbul, 1992, s.18.
- İnceoğlu, Yasemin:** (2004). “Medyada Kadın İmajı”. *Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma*, Cilt:2, 11-20.
- İnceoğlu Giritli, Yasemin:** (2000, Mayıs 22). Uluslararası Medyada Çalışan Kadınlar, *Barometre Gazetesi*. 585, 14.
- ilefarsiv.com** “Kadınların Medyada Temsili ve Etik Sorunlar” (ilefarsiv.com/etik/wp-content/uploads/sevilay-celenk-kadinlarin-medyada-temsili-ve-etik-sorunlar.pdf)
- İlyasoğlu, Aynur:** “Örtülü Kimlik”, Metis Yayınları, İstanbul, 1994,s.12s

- Kılı, Suna:** Türkiye'de Kadın Olmak. "**Modernleşme ve Kadın**" Yayma Hazırlayan: Necla ARAT, Say Yayınları, İstanbul, 1996. s. 15.
- Kırkpınar, Leyla:** 75 yılda Kadınlar ve Erkekler. "**Türkiye'de Toplumsal Değişme Sürecinde Kadın**" Tarih Vakfı Yayınları 1998
- konya-web.com:** konya-web.com/makale.asp
- Matelski, Marilyn J.:** (1999). "*Televizyon Haberciliğinde Etik*", Bahar Öcal Düzgören (Çeviren). İstanbul:Yapı Kredi Yayınları.
- Mengü Çakar, Seda:** (2004). "**Televizyon Reklamlarında Kadına Yönelik Oluşturulan Toplumsal Kimlik**", İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul: Dilek Ofset.
- Michel, Andre:** "**Feminizm**", Çev.Şirin Tekeli, İletişim Yayınları, İstanbul, 1993, s37-3
- ntvmsnbc.com** ntvmsnbc.com/news/312773asp. 08.03.2005
- Saim, Hikmet:** "**Kadın Kendini Arıyor**", Venüs Yayınları, İstanbul, 1991, s. 123
- Savcı, Kemal:** "**Cumhuriyetin 50. Yılında Türk Kadını**", Cihan Matbaası, Ankara 1973, s.81

- Taşkıran, Tezer:** “Cumhuriyetin 50. Yılında Türk Kadın Hakları”. Bakanlık Basımevi, Ankara, 1973, s.21
- Tekeli, Şirin:** Kadınların Belleği. "Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi", Metis Yayınları, İstanbul, 1992, s.121.
- Türkçe Sözlük:** 1. Cilt, Milliyet Yayınları, İstanbul, 1992, s.493
- Özerkan, Şengül A.:** (2004). “Bir Toplumsallaştırma Aracı Olarak, Medyanın Kadın İmajına Yaklaşımı”. *Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma*, Cilt:2, 21-29.
- Petit, Robert:** “Dictionnaire de la Langue Française”, Robert Yayınları, Paris, 1990, s. 768
- Sayılgan Emine&Yılmaz G.Emel:** (2004). “Yazılı Basında Kadınlara Yönelik Bilgilendirici Haberler ve Medyanın Sosyal Sorumluluğu”, *Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma*, Cilt:2, 51-58.
- Segal, Lynne:** “Gelecek Kadın mı?”. Afa Yayınları, İstanbul. 1990, s 14.
- wikipedia.org:** (www.wikipedia.org/wiki/Bas%C4%B1n-yay%C4%B1n)
- wikipedia.org:** (www.wikipedia.org/wiki/Kad%C4%:1n)

Yapar, Aslı:

(1999). “**Kadın Dergilerinde Kadın İmgesinin Kullanımı**”. *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:9, 75-79.

Yeni Şafak Gazetesi:

01-07 Aralık 2018 tarihleri arasındaki Yeni Şafak gazeteleri