

**TÜRKİYE'DE YAŞANAN
EKONOMİ- POLİTİK GELİŞMELER
ÇERÇEVESİNDE 1970'LERDEN 2000'LERE
GAZETELERDE KADIN TEMSİLİ**

**Sevgi TEMEL
(Yüksek Lisans Tezi)
Eskişehir-2009**

**TÜRKİYE'DE YAŞANAN
EKONOMİ- POLİTİK GELİŞMELER ÇERÇEVESİNDE
1970'LERDEN 2000'LERE GAZETELERDE KADIN TEMSİLİ**

Sevgi TEMEL

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Basın ve Yayın Anabilim Dalı
Danışman: Yrd. Doç. Dr. Hakan ERGÜL

Eskişehir
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Mart 2009

YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZÜ**TÜRKİYE'DE YAŞANAN EKONOMİ- POLİTİK GELİŞMELER ÇERÇEVESİNDE
1970'LERDEN 2000'LERE GAZETELERDE KADIN TEMSİLİ****Sevgi TEMEL****Basın ve Yayın Anabilim Dalı****Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mart 2009****Danışman: Yrd. Doç. Dr. Hakan ERGÜL**

Basın, gelişen iletişim teknolojilerinin sağladığı olanaklardan yararlanarak, insanın dünyaya ve olaylara ilişkin algısının şekillenmesinde önemli rol oynayan medya organlarından biri haline gelmiştir. Bu açıdan, basın örgütlerinin haber öyküsünü oluştururken ve sunarken başvurduğu yayın stratejileri ile temel bilgi kaynağı olarak basını seçen bireyin olaylara dair algısı arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Yaygın basının yeniden ürettiği stereotipik temsilleri incelemek, o toplumda var olan yerleşik kalıpları ve bireye ne tür rol modeller sunulduğunu anlamamızda yardımcı olacaktır. Bu anlayışla yola çıkılarak gerçekleştirilen bu araştırmada 1970'lerden 2000'lere Türkiye'de yaşanan -ekonomi-politik gelişmeler çerçevesinde- gazetelerde kadın nasıl temsil ediliyor, sorusu cevaplanmaya çalışılmıştır.

Basının kadını sunum biçimleri incelenirken, üzerinde durulması gereken en önemli noktalardan biri; basının nelerden beslendiğidir. Bilindiği gibi basın ekonomik, politik ve kültürel ilişkilerle iç içe, bu son derece karmaşık matriksten beslenen ve onu yeniden üreten bir yapıya sahiptir. Basında bir konunun yer alış biçimi analiz edilirken, bu sunum biçiminin karşılık geldiği toplumsal bağlamın ve etkili olan unsurların da ele alınması gerekmektedir. Bu nedenle; çalışma kapsamında gazetelerde kadın öznel haberler analiz edilirken, araştırılan dönemin ekonomi-politik gelişmeleri ve bunların kadına dolayısıyla da kadın öznel haberlere yansımaları göz önünde bulundurulmuştur.

Öncelikle çalışma kapsamına alınan dönemleri temsil edecek şekilde 10'ar yıllık zaman aralıklarıyla 1977, 1987, 1997 ve 2007 yıllarında örneklem olarak seçilen 5 gazete (Hürriyet, Cumhuriyet, Zaman, Milli Gazete, Tercüman) 01-15 Nisan tarihleri arasında, sayfa ayırımı yapılmaksızın taranmış ve öznesi kadın olan tüm haberler araştırma kapsamına alınmıştır.

Haberlerde kadınların hangi konularda, hangi mesleklerde, hangi toplumsal rollerde, hangi kıyafetlerle sunuldukları, haberin yayınlandığı sayfa, sayfadaki konumu, büyüklüğü, hangi gazete yazı türünde yayınlandığı, haberde kadınların sesine/sözüne yer verilip verilmediği, kadınların haber metnindeki rolünün ne olduğu gibi araştırmanın amacını oluşturan sorulara cevap aranmıştır. İçerik analizi uygulamasına dayalı olarak elde edilen veriler, SPSS yazılımı aracılığı ile tablolandırılmış bu tablo ve grafikler istatistiksel anlamlılık çerçevesinde yorumlanmıştır.

ABSTRACT

THE REPRESENTATION OF WOMEN IN TURKISH PRESS

FROM THE 1970s TO THE 2000s

WITH RESPECT TO POLITICAL ECONOMIC DEVELOPMENTS

Sevgi TEMEL

Department of Journalism

Graduate School of Social Sciences, Anadolu University, March- 2009
Advisor: Asst. Prof. Dr. Hakan ERGÜL

Through the use of the facilities provided by developing communication technologies press has become one of the most important media organs, shaping humans' perception of daily life. As a consequence there happens to be an essential relationship between press organizations' prevailing publishing strategies, concerning the composition and representation of news stories, and the perception of the events of an individual whose primary source of news information is the press. Examining the stereotypic, dominant representations produced by the mass media thus helps us understand the social patterns and role models existing in the society. In this research, the question of how women were represented in the Turkish press between 1970s and 2000s is thoroughly investigated with special emphasis on the political economic progresses of those periods.

While examining the representation strategies of women in mainstream dailies, one of the most crucial clues can be found in the way press finds its raw news materials. As we come to know, the press can be thought as an organism that feeds mainly from a complex matrix of social, economic, political, and cultural events and relationships; and then helps recreate the very sources it was fed in a recursive pattern. As a result, the analysis of the presentation of a topic also requires the study of a wide range of other social concepts that intersect it in the highly complex matrix structure. For this reason, throughout the current research, the news sections concerning women were analyzed with heavy emphasis on the social, economic and political outlook of the corresponding era.

In order to investigate the participation of women to newspaper content, the research data were gathered as specific issues from five different nation-wide newspapers (i.e. Hürriyet, Cumhuriyet, Zaman, Milli Gazete, Tercüman) within a timeframe of three decades; dating back to 01-15 April of years 1977, 1987, 1997 and 2007. The content on all pages of the selected newspaper issues were thoroughly examined and the involvement of women was studied within the scope of the research.

The raw research content was investigated in many aspects in order to determine information regarding the women appearing on the news. The news sections, concerning or presenting women some way or another, were analyzed in terms of many data revealing factors such as article type, topic, overall content, page layout and publication emphasis as well as women's quoted remarks, social status, occupation, cultural trends, fashion, etc. Using the data collected from the content analysis in collaboration with the statistical analysis software SPSS, statistical tables and graphs were constructed and comprehensively analyzed.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Sevgi TEMEL'in "Türkiye'de Yaşanan Ekonomi-Politik Gelişmeler Çerçevesinde 1970'lerden 2000'lere Gazetelerde Kadın Temsili " başlıklı tezi **02 Haziran 2009** tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, **Basın ve Yayın Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi** olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Yard. Doç. Dr. Hakan ERGÜL

Üye : Prof. Dr. A. Haluk YÜKSEL

Üye : Doç. Dr. İncilay CANGÖZ

Prof. Dr. Ramazan GEYLAN
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖNSÖZ

Bu araştırmanın gerçekleşmesinde bilimsel katkılarıyla, doğru yönlendirmeleriyle olduğu kadar beni yüreklendiren dost yaklaşımıyla da her zaman yanımda olduğunu hissettiren tez danışmanım Yrd. Doç Dr. Hakan ERGÜL'e, sadece bu tez süresince değil öğrenciliğim süresince her zaman destek gördüğüm, örnek aldığım değerli hocam Prof. Dr. A. Haluk YÜKSEL'e, araştırmanın her aşamasında çok değerli katkılarıyla yol gösteren Doç. Dr. İncilay CANGÖZ'e en içten teşekkürlerimi sunarım.

Tez hazırlama aşamasında önemli katkılarını esirgemeyen Arş. Grv. Fatih BAYRAM ve Arş. Grv. Barış GÜNAYDIN'a, bana verdikleri manevi destek ve güçle hep yanımda olduklarını hissettiren annem Gürcan MERİÇLİ, ablam Öğr. Grv. Füsun ADAR'a, ve yoğun çalışma sürecimde anlayışıyla, desteğiyle, yardımlarıyla hep yanımda olan sevgili eşim Birkan Selim TEMEL'e çok teşekkür ederim.

Öğrencisi olmakla her zaman gurur duyduğum Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın bölümündeki çok değerleri hocalarıma en yürekten teşekkürlerimi sunmayı borç bilirim.

Sevgi TEMEL
Eskişehir-2009

ÖZGEÇMİŞ

Sevgi TEMEL

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Yüksek Lisans

Eğitim

Ls. 2002 Anadolu Üniversitesi,
İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü

Lise 1996 Eskişehir Cumhuriyet Lisesi, Fen Bölümü

İş

2004- Halkla İlişkiler Uzm. Özel Çağdaş İlköğretim Okulu ESK.

2002-2004 Eğitim Danışmanı Optima Yurtdışı Eğitim Dan. ESK.

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri ve yılı: Eskişehir 12 Eylül 1979 Cinsiyet: Bayan Yabancı dil: İngilizce

İÇİNDEKİLER

Sayfa No:

ÖZ	ii
ABSTRACT	iv
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	v
ÖNSÖZ	vii
ÖZGEÇMİŞ	viii
İÇİNDEKİLER.....	ix
TABLOLAR LİSTESİ	xii
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xiii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem.....	1
1.1.1. 1970'lerden 2000'lere Türkiye.....	8
1.1.1.1. 70'li Yıllarda Türkiye	8
1.1.1.1.1. 1970'lerde Türkiye'de Ekonomi-Politik Durum....	10
1.1.1.1.2. 1970'lerde Basındaki Gelişmeler.....	11
1.1.1.1.3. 1970'lerde Kadın Hareketleri.....	12
1.1.1.2. 80'li Yıllarda Türkiye.....	13
1.1.1.2.1. 1980'lerde Türkiye'de Ekonomik-Politik Durum	15
1.1.1.2.2. 1980'lerde Basındaki Gelişmeler.....	16
1.1.1.2.3. 1980'lerde Kadın Hareketleri.....	19
1.1.1.3. 90'lı Yıllarda Türkiye	20
1.1.1.3.1. 1990'larda Türkiye'de Ekonomik-Politik Durum...	23
1.1.1.3.2. 1990'larda Basındaki Gelişmeler.....	25
1.1.1.3.3. 1990'larda Kadın Hareketleri.....	26
1.1.1.4. 2000'li Yıllarda Türkiye	27
1.1.1.4.1. 2000'lerde Türkiye'de Ekonomik-Politik Durum	29
1.1.1.4.2. 2000'lerde Basındaki Gelişmeler.....	31
1.1.1.4.3. 2000'lerde Kadın Hareketleri.....	32
1.1.2. Basında Kadın ve Temsil.....	33
1.1.2.1. Temsilin Önemi.....	33
1.1.2.2. Yazılı Basının Toplum Üzerindeki Etkileri.....	36
1.1.2.3. Popüler Kültür ve Kadın.....	40
1.1.2.4. Gazetelerde Yaşanan Dönüşüm ve Kadın Bedeni.....	42
1.2. Amaç.....	44
1.3. Önem.....	44
1.4. Varsayımlar.....	46
1.5. Sınırlılıklar.....	46
1.6. Tanımlar	46
2. YÖNTEM.....	49
2.1. Araştırma Modeli.....	49
2.2. Evren ve Örneklem.....	50
2.2.1. Cumhuriyet.....	52

2.2.2. Hürriyet.....	53
2.2.3. Tercüman.....	53
2.2.4. Zaman.....	54
2.2.5. Milli Gazete.....	55
2.3. Veriler ve Toplanması.....	56
2.3.1. Kodlama Formunun Oluşturulması.....	56
2.3.2. Kodlama Formunun Açıklaması ve Verilerin Kodlanması.....	57
2.4. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması.....	64
3. BULGULAR ve YORUM.....	65
3.1. 1977 Yılı Verileri.....	65
3.1.1. Haber Konuları Dağılımı.....	66
3.1.2. Sayfa Numaraları Dağılımı.....	67
3.1.3. Gazete Yazı Türü Dağılımı.....	68
3.1.4. Haberin Sayfadaki Konumu.....	69
3.1.5. Haberin Büyüklüğü.....	70
3.1.6. Kadının Sunulduğu Meslekler.....	70
3.1.7. Kadının Sunulduğu Toplumsal Roller	71
3.1.8. Fotoğraf Kullanımı.....	73
3.1.9. Fotoğraflarda Yer Alan Kadın Giysileri.....	74
3.1.10. Kadının Haber Metnindeki Rolü.....	75
3.1.11. Kadının Sesi/Sözünden Alıntı Yapılması.....	75
3.1.12. Alıntının Türü	75
3.1.13. 1977 Verilerinin Özeti.....	76
3.2. 1987 Yılı Verileri.....	77
3.2.1. Haber Konuları Dağılımı.....	77
3.2.2. Sayfa Numaraları Dağılımı.....	79
3.2.3. Gazete Yazı Türü Dağılımı.....	80
3.2.4. Haberin Sayfadaki Konumu.....	81
3.2.5. Haberin Büyüklüğü.....	82
3.2.6. Kadının Sunulduğu Meslekler.....	82
3.2.7. Kadının Sunulduğu Toplumsal Roller	84
3.2.8. Fotoğraf Kullanımı.....	85
3.2.9. Fotoğraflarda Yer Alan Kadın Giysileri.....	86
3.2.10. Kadının Haber Metnindeki Rolü.....	87
3.2.11. Kadının Sesi/Sözünden Alıntı Yapılması.....	88
3.2.12. Alıntının Türü.....	88
3.2.13. 1987 Verilerinin Özeti.....	89
3.3. 1997 Yılı Verileri.....	91
3.3.1. Haber Konuları Dağılımı.....	91
3.3.2. Sayfa Numaraları Dağılımı.....	93
3.3.3. Gazete Yazı Türü Dağılımı.....	95
3.3.4. Haberin Sayfadaki Konumu.....	95
3.3.5. Haberin Büyüklüğü.....	96
3.3.6. Kadının Sunulduğu Meslekler.....	97
3.3.7. Kadının Sunulduğu Toplumsal Roller.....	98
3.3.8. Fotoğraf Kullanımı.....	100
3.3.9. Fotoğraflarda Yer Alan Kadın Giysileri.....	100

3.3.10. Kadının Haber Metnindeki Rolü.....	102
3.3.11. Kadının Sesi/Sözünden Alıntı Yapılması.....	102
3.3.12. Alıntının Türü	103
3.3.13. 1997 Verilerinin Özeti.....	103
3.4. 2007 Yılı Verileri.....	105
3.4.1. Haber Konuları Dağılımı.....	105
3.4.2. Sayfa Numaraları Dağılımı.....	107
3.4.3. Gazete Yazı Türü Dağılımı.....	108
3.4.4. Haberin Sayfadaki Konumu.....	109
3.4.5. Haberin Büyüklüğü.....	110
3.4.6. Kadının Sunulduğu Meslekler.....	110
3.4.7. Kadının Sunulduğu Toplumsal Roller.....	112
3.4.8. Fotoğraf Kullanımı.....	114
3.4.9. Fotoğraflarda Yer Alan Kadın Giysileri.....	114
3.4.10. Kadının Haber Metnindeki Rolü.....	116
3.4.11. Kadının Sesi/Sözünden Alıntı Yapılması.....	117
3.4.12. Alıntının Türü	117
3.4.13. 2007 Verilerinin Özeti.....	118
4. SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	120
4.1. Magazinin Vazgeçilmez'i Olarak Kadın.....	121
4.2. Bir "Görünmez Özne" Olarak Kadın.....	123
4.3. Örtünün Arkasındaki Kadın.....	126
4.4. Toplumsal Hareketlerde Kadın.....	127
4.5. Üçüncü Sayfa Öznesi Olarak Kadın.....	128
4.6. Anne'den Şöhret'e Türk Basınında Kadın.....	129
4.7. Gelecekteki Çalışmalar İçin Birkaç Konu ve Yöntem Önerisi.....	132
EKLER.....	134
KAYNAKÇA.....	139

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa No:

Tablo 1. 1977 Yılı Gazetelere Göre Haber Sayısı.....	65
Tablo 2. 1977 Yılı Haber Konuları Dağılımı.....	66
Tablo 3. 1977 Sayfa Numaraları Dağılımı.....	68
Tablo 4. 1977 Gazete Yazı Türü Dağılımı.....	69
Tablo 5. 1977 Haberin Sayfadaki Konumu.....	69
Tablo 6. 1977 Haberin Büyüklüğü.....	70
Tablo 7. 1977 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı.....	71
Tablo 8. 1977 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı.....	72
Tablo 9. 1977 Fotoğraf Kullanımı.....	73
Tablo 10. 1977 Kadın Giysileri.....	74
Tablo 11. 1977 Kadının Haber Metnindeki Rolü.....	75
Tablo 12. 1977 Kadının Sesi/Sözü Alıntı Dağılımı.....	75
Tablo 13. 1977 Alıntı Türü Dağılımı.....	76
Tablo 14. 1987 Yılı Gazetelere Göre Haber Sayısı.....	77
Tablo 15. 1987 Yılı Haber Konuları Dağılımı.....	78
Tablo 16. 1987 Sayfa Numaraları Dağılımı.....	80
Tablo 17. 1987 Gazete Yazı Türü Dağılımı.....	81
Tablo 18. 1987 Haberin Sayfadaki Konumu.....	81
Tablo 19. 1987 Haberin Büyüklüğü.....	82
Tablo 20. 1987 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı.....	83
Tablo 21. 1987 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı.....	84
Tablo 22. 1987 Fotoğraf Kullanımı.....	86
Tablo 23. 1987 Kadın Giysileri.....	86
Tablo 24. 1987 Kadının Haber Metnindeki Rolü.....	88
Tablo 25. 1987 Kadının Sesi/Sözü Alıntı Dağılımı.....	88
Tablo 26. 1987 Alıntı Türü Dağılımı.....	89
Tablo 27. 1997 Yılı Gazetelere Göre Haber Sayısı.....	91
Tablo 28. 1997 Yılı Haber Konuları Dağılımı.....	92
Tablo 29. 1997 Sayfa Numaraları Dağılımı.....	94

Tablo 30. 1997 Gazete Yazı Türü Dağılımı.....	95
Tablo 31. 1997 Haberin Sayfadaki Konumu.....	96
Tablo 32. 1997 Haberin Büyüklüğü.....	96
Tablo 33. 1997 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı.....	97
Tablo 34. 1997 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı.....	99
Tablo 35. 1997 Fotoğraf Kullanımı.....	100
Tablo 36. 1997 Kadın Giysileri.....	101
Tablo 37. 1997 Kadının Haber Metnindeki Rolü.....	102
Tablo 38. 1997 Kadının Sesi/Sözü Alıntı Dağılımı.....	102
Tablo 39. 1997 Alıntı Türü Dağılımı.....	103
Tablo 40. 2007 Yılı Gazetelere Göre Haber Sayısı.....	105
Tablo 41. 2007 Yılı Haber Konuları Dağılımı.....	106
Tablo 42. 2007 Sayfa Numaraları Dağılımı.....	108
Tablo 43. 2007 Gazete Yazı Türü Dağılımı.....	109
Tablo 44. 2007 Haberin Sayfadaki Konumu.....	109
Tablo 45. 2007 Haberin Büyüklüğü.....	110
Tablo 46. 2007 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı.....	111
Tablo 47. 2007 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı.....	113
Tablo 48. 2007 Fotoğraf Kullanımı.....	114
Tablo 49. 2007 Kadın Giysileri.....	115
Tablo 50. 2007 Kadının Haber Metnindeki Rolü.....	116
Tablo 51. 2007 Kadının Sesi/Sözü Alıntı Dağılımı.....	117
Tablo 52. 2007 Alıntı Türü Dağılımı.....	117
Tablo 53. Parlamentodaki Kadın Milletvekili Sayısı.....	124
Tablo 54. Kadınların Bürokrasi İçinde Üst Düzey Karar Verici Konumda Olma Durumları.....	124

GRAFİKLER LİSTESİ

Sayfa No:

Grafik 1. 1977 Haber Konuları Dağılımı.....	67
Grafik 2. 1977 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı.....	71
Grafik 3. 1977 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı.....	72
Grafik 4. 1977 Kadın Giysileri Dağılımı.....	74
Grafik 5. 1987 Haber Konuları Dağılımı.....	78
Grafik 6. 1987 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı.....	83
Grafik 7. 1987 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı.....	85
Grafik 8. 1987 Kadın Giysileri Dağılımı.....	87
Grafik 9. 1997 Haber Konuları Dağılımı.....	92
Grafik 10. 1997 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı.....	98
Grafik 11. 1997 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı.....	99
Grafik 12. 1997 Kadın Giysileri Dağılımı.....	101
Grafik 13. 2007 Haber Konuları Dağılımı.....	107
Grafik 14. 2007 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı.....	112
Grafik 15. 2007 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı.....	113
Grafik 16. 2007 Kadın Giysileri Dağılımı.....	116
Şekil 1. Konumlandırma Şablonu.....	59

1. GİRİŞ

1.1. Problem

Bu araştırmada “Gazetelerde kadın nasıl temsil ediliyor?” temel sorusu üzerinde odaklanılarak, yaygın basından seçilen gazetelerden elde edilen veriler ve Türkiye’de yaşanan ekonomi-politik gelişmeler çerçevesinde, 70’li yıllardan 2000’lere gazetelerde kadın temsili ele alınmıştır. Bu amaçla; 70’lerden günümüze 10’ar yıllık aralıklarla, ait oldukları dönemlerde yüksek satış rakamlarına ulaşan, farklı sermaye gruplarını ve farklı politik eğilimleri temsil eden 3 gazete seçilerek analiz edilmiştir.

Karşılaştırma için 70’li yıllardan günümüze uzanan bir dönemin seçilmesinde bu süreçte yaşanan önemli kırılmalar rol oynamıştır. Bilindiği üzere, 80’li yıllar Türkiye’de çeşitli alanlarda dramatik dönüşümlerin yaşandığı bir döneme karşılık gelmektedir. Başta Anayasa olmak üzere pek çok temel kurumda köklü değişikliklere neden olan 12 Eylül askeri darbesinin, ülkedeki siyasi ve ekonomik yapının dönüşümünde de önemli rolü olmuştur. Bu darbe sonrasında, daha önce zemini hazırlanan ve çağdaş kapitalist ülkelerde yaygınlaşmaya başlayan yeni sağ anlayışı ve buna bağlı olarak gelişen neo-liberal politikalar, kendine uygulama alanı bulmuştur. 80’li yıllar küreselleşmeyle birlikte Türkiye’nin hızla dışarıya açıldığı bir dönem olmuştur. Bu dönemdeki siyasi baskılardan dolayı fikir gazeteciliği yerini magazin ve müstehcen içerikleri yayınlara bırakmaya başlamıştır. (Özdemir, www.enfal.de).

Yaşanan tüm bu gelişmelerin bir yansıması olarak, bu dönem medyada kadınların geçmiş yıllardan süregelen geleneksel anne ve eş rollerinden çok, cinsellikleriyle ön plana çıkarıldıkları bir dönem olmuştur (Göle, 1998, s.75). Bir yandan gelenek-görenek, aile ve din baskısına maruz kalan, diğer yandan; devletin eğitim, iş, sosyal güvence ve sağlık hizmetinden yeteri kadar faydalanamayan Türk kadınının sorunlarına odaklananlar kendilerini, sırasıyla 1970’li yıllarda sol kanadın liderliğindeki kadın hareketi içinde, daha sonra da 12 Eylül 1980 askeri müdahalesinin depolitizasyon süreciyle birlikte, kadına ait kimlik kavramı ile cinsiyet rolleri arasındaki ilişkiler sürecinde bulmuştur (İnceoğlu, 2002, s.13).

80’li yıllarda gazetelerin verdikleri eklerle ve magazin dergileriyle moda ve Batı tipi hayat tarzı Türk halkının gündemine daha da fazla girmiştir. Türkiye’de hızla artan terör hareketleri darbeye zemin hazırlarken, basında, sinemalarda müstehcenlik, cinsel içerikli film ve yayınlarda önemli artışlar yaşanmıştır. Bu dönemde kadın, cinsel bir meta olarak basında sunulmaya başlanmıştır. Dolayısıyla ev hanımlığı ve annelikten birden cinsel bir nesneye dönüşen kadın için 80’ler bir dönüm noktası olmuştur (Özdemir, www.enfal.de).

Medyanın özerk, hükümetleri denetleyen bir dördüncü kuvvet olduğu görüşü özellikle liberal yaklaşımlar tarafından yaygın olarak kabul görse de medyayı kültürel, siyasi ve ekonomik yapıdan tümüyle bağımsız bir unsur olarak ele almak mümkün değildir. Dahası yaygın medyayı içinde var olduğu yapının ve onun içerdiği güç ilişkilerinin yeniden üretiminde başat rol oynayan kurumlar arasında saymak olanaklıdır. Bu anlamda medya, kamu adına bir tür denetleme görevi yapmakla sorumlu tutulmaktaysa da, söz konusu görev, tüm bu ilişkiler ağı içerisinde yapılmak durumundadır. Dolayısıyla, yukarıda kısaca bahsedilen ve çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ayrıntılı olarak ele alınacak olan değişimlerin Türkiye’de basının yayın stratejilerine ve dolayısıyla kadının medyadaki temsiline yansımaları bir bakıma kaçınılmazdır.

Aktörlerin/toplumsal grupların; gazetelerde temsiline ilişkin bir araştırmada, Ocak-Ekim 2005 tarihleri arasında Sabah, Hürriyet, Akşam ve Vatan gazetelerinde yer alan haberler incelenmiş ve bulgularda bu gazetelerde en fazla yer alan aktörlerin kadınlar olduğu ortaya çıkmıştır (www.britishcouncil.org). Ancak, asıl üzerinde durulması gereken konu kadınların gazetelerde “ne kadar” yer aldığı değil “nasıl” yer aldığı, başka bir deyişle “nasıl temsil edildiği”dir. Aynı çalışmada, kadınların daha çok manken, ünlü, şarkıcı olarak yani fiziksel görünüm ve güzellikleriyle temsil edildiği, kadın bedeniyle hiçbir ilgisi olmayan bir haberin bile (örn: bir sağlık haberi) içerikle ilgisiz, kadın bedenini teşhir eden fotoğraflarla sunulduğu bulgularına da ulaşılmıştır.

Kadın, özellikle de Türkiye’nin yakın tarihine baktığımızda modernleşmenin lokomotifini olarak görülmüş, kadın bedeni ve giyimi modernleşmenin ölçütü haline dönüşmüştür.

Kadın bedeni politikaları, feminist çalışmalarda en çok üzerinde durulan konulardan biri olmuştur. Feminist söylem içerisinde yaygın kabul gören bir argümana göre erkekler, bilinemezliği karşısında korkuya kapıldıkları doğaya sahip olmak istedikleri gibi doğayla aralarında benzerlik kurdukları kadın bedenine de sahip olmak istemişlerdir. Özel mülkiyetin gelişimiyle kadınlar kendi bedenlerinin kullanım haklarını kaybetmişlerdir ve bu haklar özel/kamusal mülkiyetin buyruğuna ve hizmetine verilmiştir. Çağdaş feministler 1960'lı yıllarda, kadınların bedensel özellikleri ile sahip oldukları, ancak yine bedensel özellikleri nedeniyle yitirdikleri haklarını geri istemişlerdir. Bu dönemde kendilerini söz konusu paradigma içinde tanımlayan kadınlar, bölünmüş kimliklerini bedenlerine sahip çıkarak bütünleyebileceklerine inanmışlar ve doğanın karanlık bir gücü, kullanılacak bir eşya gibi algılanmaya tepki göstermişlerdir. Feministler, “bedenimiz bizimdir” derken, toplumsal aşağılanmaya ve kadın bedeninin bir meta gibi görülmesine karşı çıkmışlardır (Güç, www.bydigi.net).

Kadın kimliği ve medya

Kuşkusuz kadınlık ve erkekliğin biyolojik bir temeli vardır ancak; cinsiyet aynı zamanda tıpkı milliyet, dinsel aidiyet gibi toplumsal bir yapıntı, içselleştirme yoluyla edinilen bir kimliktir. Bordieu'ya göre, cinsiyet dolayısıyla kadınlık bir habitus'tur, birden fazla yapının eşzamanlı etkisinin sonucudur (Tanrıöver, 2007, s.152). Öncelikle aile içinde başlayan öğrenme sürecinde, kişisel ilişkiler, deneyimler ve kuşkusuz gün geçtikçe gelişen teknolojiyle daha büyük kitlelere ulaşabilen medya önemli bir rol oynamaktadır. İşte bu nedenle de medyada kadının temsil edilme biçimi, bu temsiller yoluyla kadınların “kadın olmayı” öğrenmeleri kadar toplumun kadına bakışımı da etkilemektedir.

Kadınlık öğrenilen bir olgu olduğuna göre, medya, kadınların “kadın olma” tanımlamalarına hangi yollarla ve nasıl katkıda bulunmaktadır? Topluma gazetelerde yer alan haberlerde, fotoğraflarda, “kadın köşesi” adı altındaki yazı dizilerinde, kadına özel dergilerde, televizyondaki kadın programlarında, pembe dizilerde ve hatta reklâmlarda sürekli olarak belli kadın modelleri sunulmaktadır. “Örnek kadınlar” ait oldukları döneme göre farklı özellikler göstermekle birlikte bakımlı ve iyi giyinen, iyi anne, iyi eş olma özelliklerini hemen hemen her dönemde taşımaktadır. Sadece ne

giymeleri, nasıl makyaj yapmaları, nasıl bir anne olmaları gerektiğine ilişkin ölçütler değişmektedir. Örneğin; bir dönemin, evinde tüm zamanını çocuğuyla geçiren, ona güzel yemekler yapan annesinin yerini “çocuğuna da kariyerine de zaman ayıran”, çocuğuyla “çok” değil “verimli/nitelikli” zaman geçiren annesi olsa da bir kadının “iyi anne” olması gerekliliği hemen her dönem geçerliliğini korumaktadır.

Kadınların medyadan aldıkları “ideal kadın” mesajlarını ne derece hayata geçirebildikleri, bunun için yeterli imkânlarla sahip olup olmadıkları ayrı bir tartışma konusu olmakla beraber, kadınların sunulan imajlarla kendilerini karşılaştırma davranışına yöneldikleri açıktır. Özellikle de genç kızların medyada gördükleri kusursuz yüz ve vücutlara sahip olma arzusuna sağlıklarını tehlikeye atacak ölçüde kapılmaları sıkça rastladığımız olaylar arasındadır. Bu noktada bir örnek vermek yararlı olabilir: Britanya'da *Bliss* dergisi tarafından, yaş ortalaması 14 olan iki bin genç kız üzerinde yapılan araştırmanın bulguları, genç kızların estetik ameliyat olma nedenlerinin başında, “ünlüler gibi kusursuz bir vücuda sahip olma” isteğinin geldiğini göstermiştir. (www.radikal.com.tr). “Mankenlere özenerek” yaptığı yanlış diyetle, az yemek yeme hastalığı olarak bilinen *anoreksiya nervosa* yakalanan ve 56 kilodan 20 kiloya düşen Hatice Danabaş isimli genç kız da medyada sunulan kadın rol/modellerinin etkisini gözler önüne sermektedir (www.hurriyet.com.tr).

Kadınların medyada temsil edilme biçimleri, medyanın sadece kadınlara değil dünyaya nasıl baktığını ele vermekte, bu bakışı meşru kılmakta ve toplumun ortak bilincinde de temsil edilen türden kadın algılamalarını pekiştirme işlevi görmektedir. 1970'li yıllardan bu yana “kadın araştırmaları”, “feminist araştırmalar” ve “toplumsal cinsiyet araştırmaları” biçiminde farklı adlar altında sürdürülen araştırmalar, medyada kadınların farklı temsil biçimleri üzerine yoğunlaşmışlardır. Örneğin 1970'lerin başında Dominick ve Rouch'un Amerikan televizyon reklâmları üzerine yaptıkları içerik analizine dayalı araştırma, kadınların öncelikle ev kadını olarak temsil edildiklerini, meslek sahibi olduklarında ise bunun genelde “kadın meslekleri” olarak adlandırılan sekreter hostes, manken gibi meslekler olduğunu orta koymuştur (Tanrıöver, 2007, s.157).

Medyayı etkileyen unsurlar

Medyanın kadın temsili politikaları kadınları ve toplumu etkiliyorsa, madalyonun diğer tarafına bakıp bu bağlamda “medyayı” neler etkiliyor sorusu sorulabilir. Araştırmanın başında da belirtildi gibi medya, ekonomik, politik ve kültürel ilişkilerle iç içe, bu son derece karmaşık matriksten beslenen ve onu yeniden üreten bir yapıya sahiptir.

Kültürel açıdan ele aldığımızda, erkek egemen kültürün bir yansıması olarak karar mekanizmalarının başında -ki buna medya kuruluşları da dâhil- erkeklerin olması kadın temsiliinde bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Erkek değerlerinin ve erkeklerin egemen olduğu toplumlarda kadınların medyadaki sunumlarını araştıran Rakow ve Kranick’e göre kadınlar, daha soft/yüzeysel, geleneksel haber değerleri açısından ikincil konuların merkeze alındığı magazin haberlerde yer alırken, erkekler ise ciddi haberlere konu olmaktadır. Kadınlar haberde sıradan insanlar olarak sunulmakta ve haber söylemi içerisinde, konuşan ve anlam oluşturan özneler olarak değil de üst başlığı “kadın” olan kategorik bir grup olarak ele alınmaktadır. Az sayıda olsa da feministlerin görüşlerine yer verilirken, söz konusu görüşler sapkınlıkla nitelenmektedir. Kadınların toplumsal düzen bozan davranışlarına ilişkin haberlerde ise, bu tür davranışlar tüm kadınlara genelleme yaparak sunulmaktadır (İnal, 1996, s.132).

Basının olaylara yaklaşımında ve dolayısıyla kadını temsil biçiminde içinde bulunduğu kültürel bağlam kadar önemli olan bir diğer unsur da üretim-tüketim ilişkilerini şekillendiren ekonomi-politik ilişkilerdir. Demirkent’e (2000, s.294) göre medyanın tarafsız olduğunu iddia etmek sanıldığı kadar kolay değildir. Medya taraflıdır. Önemli olan medyanın hangi tarafta olduğunu itiraf etmesidir. Sermayenin medya üzerindeki egemenliğinin medyanın hangi tarafta olacağı üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır.

Medyaya yönelik eleştirel çalışmalar, pek çok farklı kuramsal yaklaşımdan esinlenmektedir. Bu kuramların belli başlıları, araştırmanın ilerleyen bölümlerinde daha ayrıntılı olarak incelenecektir. Ancak bu noktada araştırmanın temel vurgusunu oluşturan basının içinde yer aldığı ekonomi-politik ilişkilerin, kadın sunumu üzerindeki etkilerini anlayabilmek adına Frankfurt Okulu’na kısaca değinmek gerekmektedir.

Marks'ın ekonomi-politik çözümlemesini temel alan ve kitle iletişim araçlarına yönelik eleştirel yaklaşımların başında gelen Frankfurt Okulu'nun önemli temsilcilerine göre; kültür endüstrisi kapitalist tahakkümü yaygınlaştırmak amacıyla kitle iletişim araçlarını kullanarak toplumun kültürel öğelerini metaya dönüştürmektedir. Kapitalizm, devamlılığı için gereksinim duyduğu tüketim kültürünü medya aracılığı ile insanlara aşılama çalışmaktadır. Karşılıklı olarak birbirlerinden beslenen kapitalizm ve medya bu uğurda engel tanımaz bir hal almaktadır. Öyle ki en bilinen örnek olarak, “çirkin kadın yoktur, bakımsız kadın vardır” sözü kozmetik sektörünün, kadınları tüketime yönlendirmek adına kullandıkları gizli bir silaha dönüşmüştür. Böylelikle güzel olma yarışına giren kadınlar, sınırları endüstriyel güçler tarafından belirlenen Batılı bir güzellik tanımına ve kozmetik sektörüne bağımlı yaşamaya teşvik edilmektedirler (İnceoğlu, 2004, s.12).

Kadınlar kapitalizmin, tüketim kültürünün ve dolayısıyla reklâm verenlerin hem hedefi olmuş, hem de bedenleri metalaştırılarak başlı başına pazarda değişim değeri taşıyan birer satış unsuru haline getirilmiştir. Gazetelerin arka sayfa güzellerinden, turizm ve hatta ekonomi haberlerine kadar çıplak kadın vücudu kullanmıştır. Günümüzde hâlâ gazetelere baktığımızda “arka sayfa güzeli” geleneğini sürdüren ve hatta bu yayın stratejisini gelişen teknolojiyle birlikte İnternet'e taşıyan gazeteler bulunmaktadır. Ulusal ölçekte yayın yapan pek çok gazetenin web sayfalarında “Galeri” ve benzeri başlıklar altında diğer haber kategorilerine ve içeriklerine oranla çok daha fazla kadın vücudu sergilenabilmektedir. (Bkz.:<http://fotogaleri.hurriyet.com.tr>). Yaygın medya, kadını hem “seyirlik bir nesne” olarak kullanmakta, hem de onun üzerinden tüketim toplumunun yapı taşlarını sağlamlaştırmaktadır (Köker,www.ucansupurge.org).

Peki, 2000'li yılları yaşadığımız günümüzde durum nasıldır? 80'lerin bir dönüm noktası olduğu düşünülürse 1980 öncesiyle 2000'li yılları karşılaştırdığımızda medyanın kadını temsil etme stratejilerinde belirgin bir değişim yaşanmış mıdır? Eğer böyle bir değişim söz konusu ise bu değişimde, Türkiye'de yaşanan ekonomi-politik gelişmelerin payı nedir? Araştırmanın temel problemini oluşturan bu sorulara, 70'lerden günümüze 10'ar yıllık aralıklarla seçilen örneklem üzerinde yapılacak karşılaştırmalı içerik analizi ile cevap aranmaya çalışılacaktır. Bu 10'ar yıllık zaman dilimleri seçilirken günümüze en yakın zaman dilimini de kapsamı açısından 1977, 1987, 1997 ve 2007 yılları

alınmıştır. Kadına ilişkin daha güvenilir veriler elde edebilmek adına, özellikle kadına yönelik haberlerin yoğunlaştığı “Anneler Günü”, “Kadınlar Günü” gibi özel günlerin bulunduğu aylar ile gazetelerin haber bulmada sıkıntı yaşadıkları ve daha magazinelleşen haberlere yöneldikleri yaz ayları çıkartılarak geriye kalan aylar arasından kura yöntemi ile Nisan ayı seçilmiştir. Araştırmada, Cumhuriyet, Hürriyet, Zaman, Tercüman ve Milli Gazete incelenmiştir. Gazeteler seçilirken de farklı sermaye gruplarına ait, farklı yayın politikaları benimseyen ve ait olduğu dönemin en yüksek tiraj rakamlarına sahip gazeteler olmalarına dikkat edilmiştir. Bu gazetelerin belirlenmesinde Basın İlan Kurumu’ndan elde edilen veriler kullanılmıştır.

Feminist çalışmaların hız kazanmasıyla birlikte bu alanyazında en çok sorgulanan kurumlardan biri kuşkusuz medya olmuştur. Bunun iki nedeninden bahsetmek mümkündür: Birincisi, kapitalizmin dünya üzerinde giderek yaygınlaşmasıyla birlikte medyanın kapitalizmin gücünü ve kârını artırmak amacıyla tüketim kültürünü körüklemesi ve bunu yaparken kadınları bir yandan hedef haline getirmesi diğer yandan da bedenlerini metalaştırarak topluma sunmasıdır. Diğer nedense özellikle ataerkil toplumlarda medyanın feodal değerleri yeniden üretip sunarak erkek egemen bir ideolojiye hizmet etmesidir.

Kadının medyadaki temsili yukarıda bahsedilen nedenlerin de etkisiyle pek çok araştırmaya konu olmuştur. Ancak bu araştırmalar genellikle dönemsel yapılmıştır. Bu araştırmayla amaçlanan bu dönemler arasındaki benzerlik ve farklılıkların ortaya çıkarılmasıdır. Özellikle Türkiye’de yaşanan gelişmeler ışığında 1970’lerden 2000’lere kadın temsiliinde neler değişmiş ya da değişmemiştir? Türkiye’nin ekonomik krizlere, darbelere tanık olduğu 30 yılı aşkın bir süre zarfında kadın bundan nasıl etkilenmiştir? Bir toplumun kadına bakışının aynı zamanda insana ve dünyaya bakışını yansıttığı düşünülürse bu soruların yanıtlarıyla Türkiye’nin yakın tarihi “kadın” çerçevesinde irdelenmiş olacaktır.

1.1.1. 1970'lerden 2000'lere Türkiye

Türk basınında kadının temsilini ve kadın temsilinde yaşanan değişimi yorumlayabilmek için öncelikle araştırma kapsamındaki dönemlerde yaşanan ekonomi-politik gelişmelerin neler olduğunu hatırlamak gerekmektedir. Bu bölümde; 1970'lerden 2000'lere Türkiye'de yaşanan ekonomi- politik değişimler ile bu değişimlerin basın ve kadın üzerindeki etkileri incelenmiştir.

1.1.1.1. 70'li Yıllarda Türkiye

60'lı ve 70'li yıllar dünyada önemli gelişmelerin olduğu ve bunun etkilerinin Türkiye'de çok yakından hissedildiği yıllar olmuştur. 1960'da Demokrat Parti'nin politik tutumlarının Atatürk devrimlerine yönelik bir karşı devrim olarak görülmesi ve darbeye iktidardan indirilmesi, 60'ların son döneminde giderek artan ve 1968'de Avrupa'da meydana gelen gençlik olayları, Türkiye'de basın yayın alanında yaşanan gelişmeler, önemli toplumsal değişimlere neden olmuştur (Özdemir, www.enfal.de).

60'lı yılların sonu ve 70'li yılların başı Çelik'e (2008, s.158) göre Türkiye'de sosyal hareketliliğin başladığı, işçi ve köylülerin hak arama mücadelelerinin arttığı, kaynağını 1961 Anayasasından alan gösteri yürüyüşleri gibi demokratik hakların yaygın biçimde kullanılmaya başlandığı yıllar olmuştur.

Bu yıllarda, bazı aydınlar ve gençlik gruplarınca desteklenen bir eğilim, ülke sorunlarının radikal, ekonomik ve toplumsal bir reform/devrim programıyla düzelebileceğine inanan ve dış politikada ABD ile olan ilişkilere şüphe ile yaklaşanları bir araya getirmiştir. Buna karşın ülkede giderek yaygınlaşan işçi ve gençlik hareketlerini kendileri için bir tehlike olarak gören sanayici ve tüccar çevreler –kısaca, küçük/büyük sermaye sahipleri- ekonomiyi baskıcı yöntemlerle düzeltebilecek bir iktidardan yana olmuşlardır. Artan şiddet eylemleri ve siyasal istikrarsızlık askeri müdahale beklentilerini artırmış ve 12 Mart 1971 günü imzalanan bir muhtıra ile Türkiye yeni bir döneme girmiştir (Sabuncu, 1998, s.125).

1971 darbesinin ardından siyasal İslam'ın sola karşı kullanılması stratejisi geniş toplumsal kesimleri etkilemiştir (Çalışlar, 1995, s.32). 12 Mart muhtırası ile başlayan süreç sol çevrelere ve işçi hareketine yönelik baskılar biçiminde kendini göstermiş, sivil hükümetin etkisi azalmış ve güç neredeyse tümüyle ordunun üst kademelerine geçmiştir. Dönemin başbakanı Süleyman Demirel istifa etmiş, Cumhuriyet Halk Partisi'nden (CHP) istifa eden Nihat Erim, başbakanlığa gelmiştir. Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve Milli Nizam Partisi (MNP) dönemin kapatılan partileri arasındadır. Bu dönem Nihat Erim'in ardından sırasıyla, Suat Hayri Ürgüplü, Ferit Melen ve Naim Talu Başbakanlık görevine gelmiştir. Talu başkanlığında kurulan Adalet Partisi (AP) ve Cumhuriyetçi Güven Partisi (CGP) koalisyonu ülkeyi “olağan döneme dönüşünü” simgeleyen 1973 seçimlerine götürmüştür. Seçim sonucunda Bülent Ecevit başkanlığında CHP ile Milli Selamet Partisi (MSP) koalisyonu kurulmuş ve Türkiye’de ilk kez İslamcı bir parti iktidar ortağı olarak siyasal meşruiyet kazanmıştır (Sabuncu, 1998, s.130). 1973 seçimleri Kongar’a (2007, s.325) göre, Türk siyasal yaşamında bir dönüm noktasını belirlemektedir. Bu seçimlerle toplumsal ve ekonomik değişimler sonucu “devletçi-seçkinciler” ile “gelenekçi-liberaller” arasındaki yapay karşıtlık bitmiş, anlamlı bir sağ kanat-sol kanat ayrımına dönüşmüştür (Kongar, 2007, s.326).

Dönemin önemli olaylarından biri de 20 Temmuz 1974’de Türk Silahlı Kuvvetlerinin Kıbrıs’a düzenlenen bir harekâtla, adanın yaklaşık %40’ını denetimi altına almasıdır. Bu durum ülkede büyük sevinç yaratmış ve Ecevit’in siyasal gücünü zirveye taşımıştır. Bu durumu lehine çevirmek isteyen CHP ülkeyi tekrar seçime zorlamış, ancak seçim sonuçları beklediği gibi olmamıştır. Seçim sonucunda AP, MSP, CGP ve MHP’den oluşan yeni koalisyon hükümeti iktidara gelmiştir. TBMM’de üç üyeye sahip olan MHP’nin iki bakanlık elde etmiş olması “ülkücü” diye adlandırılan anlayışın, devlet kadroları içinde güç kazanma yolunda büyük bir adım atmasını sağlamıştır. 1977’ye kadar görevde kalan hükümet yenilenen seçimlerle yerini Süleyman Demirel Başbakanlığında kurulan ve II. Milliyetçi Cephe Hükümeti diye anılan AP-MSP-MHP iktidarına bırakmıştır (Sabuncu, 1998, s.132).

1.1.1.1.1. 1970'lerde Türkiye'de Ekonomi-Politik Durum

Türkiye'nin 70'li yıllarda gerginleşen siyasi bir rekabetin yol açtığı sürekli seçim ortamında kalması, dünyada petrol fiyatlarının artışıyla birlikte yaşanan ekonomik krizin (dünya petrol krizi, 1973) ülkeye girişini erteleme çabalarına neden olmuştur. Türkiye bu dönemde karşılaştığı döviz kıtlığına rağmen kısa vadeli döviz türünden pahalı borçlanma yöntemiyle ekonomik büyümesini sürdürmeye çalışmıştır. Ancak geçici politikalarla ertelenmeye çalışılan ekonomik bunalım 1977 yılında patlak vermiştir. Döviz kıtlığından kaynaklanan ithalat zorlukları, yemeklik yağdan benzine kadar uzanan mallarda kuyruk ve karaborsa, %64'lere ulaşan enflasyon, büyümenin durması, Türk Lirasının değer kaybetmesi bu dönemdeki ekonomik krizin birkaç göstergesidir (Sabuncu, 1998, s.132).

70'li yıllarda dünyada Keynesyen ekonomi politikalarının devlete yük getirdiği iddiasıyla, bu anlayışın yerine, Friedman'ın devletin etkinliğinin azaltılması gerektiğini ileri süren neo-liberal anlayışı (meşhur "laissez-faire" ilkesi –"bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler") benimsenmeye başlanmış ve bu süreç Batı'da "sosyal refah devleti" anlayışının terk edilmesinin de başlangıcını oluşturmuştur. İşte tam bu dönemde Türkiye'de de planlı ekonomiden vazgeçilmesi gerektiği, ekonominin işleyişinin piyasa koşullarına bırakılması gerektiği sesleri yükselmeye başlamıştır. Türkiye'yi 24 Ocak kararlarına giden sürecin tohumlarını bu kırılmalar atmıştır.

ABD, öncelikle "komünizm tehdidi" olarak tanımladığı propaganda karşısında ekonomik güçlükler yaşayan Avrupalı müttefiklerini bu "tehdit"ten uzak tutmak amacıyla Marshall Planı'nı uygulamaya koymuştur. Bu planın bir amacı da kendi ağır sanayisini kuramamış Türkiye gibi ülkelerin üretim süreçlerini ABD'nin ekonomik hegemonyasına açmasını sağlamak olmuştur. ABD'nin bu hedefi 1948 yılında Türkiye'ye de yardımların kabul edilmesiyle birlikte gerçekleşmiş, Türkiye adım adım ithal ikameci, petrol bağımlısı, yan sanayi ürünlerine öncelik veren bir ülke haline gelmiştir.

60'lardan başlayan ve 80'lere kadar devam eden süreçte Türkiye'de nüfus artışı %10 oranında yükselmiş ve kentleşme hızı kontrol edilemez bir noktaya gelmiştir. Göçle birlikte özellikle kentli Türk tüketicisinin karakterinde de önemli değişiklikler yaşanmıştır. Yukarıda kısaca bahsedilen Marshall yardımlarıyla Amerikan ürünleri Türk pazarındaki yerini genişletmiş, tren yolları yerine karayollarına ağırlık verilmesiyle petrolde ve yedek parça, lastik vb. yan ürünlerde dışa bağımlılık daha da artmış, Türk insanının beyaz eşya ve tarım araçlarıyla birlikte Amerikan markalarıyla tanışması sağlanmıştır (Orçun, 2004, s.169). Tüm dünyayı etkisi altına alan "Amerikan hayat tarzı" sanayi toplumu olmanın eşiğindeki Türkiye'yi de sarmış, toplum Amerikan malları kullanmayı bir ayrıcalık olarak görmeye başlamıştır (Oran, 2002, s.537).

1.1.1.1.2. 1970'lerde Basındaki Gelişmeler

İki darbe arasına sıkışmış 70'lerde, özellikle 12 Mart 1971 darbesinin hemen ardından ülkede yaşanan ekonomi politik gelişmelerden basın da payını almıştır. Ordu komutanlarının etkisindeki yeni hükümetin ilk işi 61 Anayasasında yer alan, basın özgürlüğü ile ilgili 22. ve 27. maddeleri değiştirmek olmuştur. Yeni düzenlemeyle gazete ile dergilerin toplatılma yetkisi savcılara verilmiş, basın ve düşünce özgürlüğü büyük bir darbe almıştır. Bu dönemde Cumhuriyet ve Akşam gazeteleri 10 gün, Ant, Bugün ve Yeni Sabah gazeteleri süresiz olarak kapatılmıştır. Aynı dönemde, Altan Öymen, Yaşar Kemal, Turhan Selçuk, Uğur Mumcu, İlhan Selçuk, Çetin Altan'ında aralarında bulunduğu çok sayıda gazeteci gözaltına alınmıştır (Topuz, 2003, s.250).

Bu dönemde, Bülent Ecevit "Özgür İnsan" adlı aylık dergiyi çıkarırken, MSP "Milli Gazete"yi, MHP de "Hergün"ü yayımlamaya başlamıştır. Bunların yanı sıra, sol kesim tarafından "Politika", "Vatan", "Ürün", "Demokrat" gibi gazete ve dergiler yayımlanmıştır. İzmir'de çıkan "Yeni Asır" da 50 bini aşan tirajıyla tek etkin bölge gazetesi durumuna gelmiştir (Koloğlu,1992, s.48).

1.1.1.1.3. 1970'lerde Kadın Hareketleri

70'lerde yaşanan tüm bu gelişmelerin kadınlar üzerinde nasıl bir etkisi olmuştur? Aslında kadın hareketinin geçmişi 19. yy Osmanlı İmparatorluğu'na kadar uzanmaktadır. 1842'de açılan muallime mektepleriyle kadınların da eğitim almaları sağlanmış ve buralarda eğitim görmüş kadınlarda diğer kadınları eğitmek üzere devlerin diğer bölgelerine gönderilmiştir. Bu dönemler kadının daha çok eğitim görme hakkı elde etmesine yönelik çabalarla geçmiştir. Cumhuriyetin ilanıyla birlikte kadınların erkeklerle eşit haklara sahip olması gerektiğini her fırsatta dile getiren Mustafa Kemal Atatürk'ün de desteğini alan kadınlar seçme ve seçilme hakkını elde etmişlerdir. Bu dönem kadınlara yönelik birbiri ardına gelen gelişmeler birçok feminist kadının artık kadın hareketine ihtiyaç olmadığı görüşünü savunmalarına neden olmuştur. 1930'lu yıllarda kadınlar devlet tarafından kendilerine verilen misyonları yerine getirmekle yükümlü, vatansever ve cinsiyetsiz vatandaşlar olarak varlıklarını sürdürmüşlerdir. Dönemin kısa saçlı, pantolon giyen ve makyaj yapmayı reddeden erkeksi görünümlü kadınları 1970'li yıllara kadar varlığını sürdürmüştür (Göle, 1992, s.30).

1970'li yıllar dünya da kadınlar adına önemli gelişmelerin yaşandığı yıllar olmuştur. 1975 yılında Birleşmiş Milletler tarafından Birinci Dünya Kadın Konferansı Meksika'da düzenlenmiş ve bu konferans sonrasında 1975-1985 yılları "Kadının 10 Yılı" ilan edilmiştir. Eşitlik, kalkınma ve Barış hedeflerine ulaşmayı hedefleyen kadının on yılının ana teması istihdam, sağlık ve eğitim olarak belirlenmiştir. (Taşkın, 2004: 17)

Türkiye'de ise 1970'lere kadar Kemalizmin sadık bekçileri olan kadınlar 70'lerle birlikte sosyalizme de hizmet etmeye başlamışlardır. Solcu aktivistler çalışan kadınların, kadın olarak değil de sınıfsal bir vurguyla işçi olarak örgütlenmeleri gerektiğine, emekçi kocalarıyla omuz omuza savaş veren yoldaşlar olmaları gerektiğine inanmışlardır (Berktaş, 1190: 294). Bu dönemde solcu erkekle solcu kadının kardeş olduğu anlamına gelen "bacılık" söylemiyle cumhuriyet dönemindeki cinsiyetsiz kadın imajı devam etmiştir. 70'lere kadar kadınların kadınlık dışında amaçlar için savaştırılmaları feminist bir hareketin doğuşunu geciktirmiştir (Çaha, 2006, s.9).

Dergilerde ise Meşrutiyet dönemi kadın dergilerinden bu yana değişmeyen konulardan biri olan şarkıcı ve artistlerin resimli hayat hikâyeleri bu dönemde de popülaritesini korumuştur. Dergi okuyucusunun kentleşme ve toplumsal farklılaşmaya paralel olarak tüketici durumuna gelmesi 1970'lerde yaygınlık kazanmıştır. Bu tarihten itibaren aile dergisi olarak hazırlanan magazin dergileri bir ihtisaslaşma yoluna giderek, kadın, erkek ve gençler için ayrı ayrı hazırlanmaya başlamıştır (Barbarosoğlu, 2002, s.171).

1970'lerden sonra genç kadınlara hitap eden dergilerin söylemlerinde iyi bir eş, anne ve ev kadını nasıl olunur öğütlerinden uzaklaşarak neo-liberal feminist söylemleri ticari ve popülist söylemlerle birleştirdikleri görülmüştür. Bu dönem dergilerde kadınların kariyerlerinde yükselebilmeleri, cinsellik ve yaşamın diğer alanlarında kendilerini geliştirmeleri gibi konular gündeme gelmeye başlamıştır (Kırca, 2000, s.139).

1.1.1.2. 80'li Yıllarda Türkiye

Problem bölümünde kısaca değinildiği üzere 80'ler önemli siyasi olayların ve bu olayların sonuçlarının yaşantımıza yansıdığı önemli gelişmeleri kapsayan bir dönem olmuştur. 1980'li yıllarda İngiltere'de Teatcher, Amerika'da Reagan ve Türkiye'de Özal ile birlikte neo-liberal politikalar dünya çapında ve Türkiye'de büyük bir yükselişe geçmiştir. Bu süreç içerisinde uluslararası ticaretin serbestleşmesi, deregülasyon ve özelleştirme az gelişmiş ülkelerin kalkınmalarını gerçekleştirebilmeleri için olmazsa olmaz politikalar olarak sunulmuş, küresel düzeyde yaygın olarak uygulanmaya başlamıştır. Türkiye'de bu yıllarda ekonomi dışa açılmaya başlamış ve 1986'da özelleştirme uygulamalarına geçilmiştir (Kürkçüoğlu, 1998, s.79).

80'li yılların en önemli siyasi olaylarından biri kuşkusuz 12 Eylül askeri darbesidir. 12 Eylül 1980 tarihinde Türk Silahlı Kuvvetleri yönetime el koyarak, Milli Güvenlik Konseyi (MGK) adı verilen bir oluşumla siyasi iktidarı ele almıştır. Bu müdahaleye, ülke bütünlüğünü korumayı, devlet otoritesini yeniden sağlamayı ve demokratik düzeni bozan nedenleri ortadan kaldırmayı gerekçe olarak göstermişlerdir (Sabuncu, 1998, s.147). Milli Güvenlik Konseyi Genel Sekreterliği tarafından yayınlanan "12 Eylül Öncesi ve Sonrası" (1981, s.135) isimli raporda 80'li yılların başı "Türkiye'de

huzursuzluğun had safhaya ulaştığı, ülkenin dört bir yanında can ve mal güvenliğinden söz etmenin mümkün olmadığı bir dönem” olarak tanımlanmıştır.

MGK'nın iktidara gelmesinin ardından 82'de yeni anayasa halk oylamasıyla kabul edilerek yürürlüğe girmiştir. Yeni anayasa ile birlikte devlet otoritesi güçlendirilmiş, ordunun siyasal sistem içindeki etkisi artırılmıştır. Haklar ve özgürlükler alanında ise anayasal sınırlamalar ve yasaklamalara ağırlık veren bir yaklaşımı benimsemiştir. Yeni anayasanın oldukça tartışmalı bir oylama sonucu kabulünün ardından çok partili sisteme yeniden dönüşü simgeleyen 1983 seçimleri gerçekleşmiştir. Seçim sonucunda, oyların %45 gibi bir çoğunluğuyla Anavatan Partisi (ANAP) birinci olmuş ve Başbakanlığa Turgut Özal gelmiştir. Özal “önce ekonomi, sonra demokrasi” anlayışıyla hareket etmiş ve demokratikleşme konusunda hiçbir düzenleme yapmamıştır. 1987 seçimlerinde ANAP oyların %36'sını alarak iktidarda kalmayı sürdürmüştür. ANAP'ı Sosyaldemokrat Halkçı Parti (SHP) ve Doğru Yol Partisi (DYP) izlemiş, Refah Partisi (RP) ve Demokratik Sol Parti (DSP) %10'luk barajı geçememiştir (Sabuncu, 1998, s.147).

Özal ikinci kez hükümeti kurma görevini üslenmiş, ancak bu tarihten sonra ANAP için zor günler başlamıştır. 1988'den itibaren ülke büyümesindeki hızlı düşüş ve enflasyonun hızla yükselmesi biçiminde ortaya çıkan ekonomik tıkanma ile istikrar programının başarısızlığı ANAP'ın seçmen desteğini kaybetmesine neden olmuştur. Bu durum 1989 yerel seçimlerinde ANAP'ı %22 oyla üçüncü parti konumuna düşürmüştür. Aynı yıl Özal, Cumhurbaşkanı seçilmiş Başbakanlık görevine Yıldırım Akbulut gelmiş ve Özal'ın desteğiyle Akbulut, ANAP genel başkanı seçilmiştir (Sabuncu, 1998, s.147).

12 Eylül yönetimi ve ardından Özal iktidarıyla geçen 80'li yılların en önemli miraslarından biri “depolitize” edilmiş bir gençlik olmuştur. Kongar (2007, s.332) bu gençliği “kendine karşı, yakınlarına karşı, topluma karşı ve dünyaya karşı hiçbir sorumluluk duymayan, tersine onları kendine karşı sorumlu sayan” bir gençlik olarak tanımlamaktadır. Atabek (1997, s.85) ise, bu “kayıp kuşak”ı tanımlarken günlük ve plansız yaşayan, sınırsız bir tüketici olma özelliklerinden bahsetmektedir. 80'lerin

gençliğinin günümüzün yetişkinlerini oluşturduğu düşünülürse; bu dönemin Türkiye'nin toplumsal yapısındaki etkilerinin ne derece önemli olduğu daha açık ortaya çıkmaktadır.

1.1.1.2.1. 1980'lerde Türkiye'de Ekonomik-Politik Durum

1980 yılı gerek Türkiye gerekse dünya açısından önemli yapısal dönüşümlerin yaşandığı bir yıl olmuştur. Söz konusu dönemden itibaren tüm dünyada etkisini hissettiren küreselleşme olgusu serbest pazar ekonomisine dayalı kapitalist ülkeler başta olmak üzere, tüm ülke ekonomilerini derinden etkilemiştir. Küreselleşmenin ivme kazandığı bu süreçte ülke ekonomileri sınırlarını sermayeye açma yönünde birtakım neo-liberal politikaları hayata geçirmişlerdir. 80 sonrasındaki ekonomiler, dışa dönük sanayileşme ve liberalleşme politikalarıyla yönlendirilmeye başlanmıştır (Özyakışır, www.akademiktisat.net).

80 öncesi dönemde, devlet tarafından batılılaşma daha dar bir alana sıkıştırılırken bu dönemle birlikte bireyler batılılaşmanın ekonomik imkânlarına daha fazla sahip olmuşlardır. Yine bu dönemde demografik hareketler sonucunda Türkiye'nin nüfus yapısı, kırsal-kent dengesinin kentten yana bozulmasına tanıklık etmiştir. İthal ürünlerin Türk tüketiciler tarafından yoğun bir biçimde tüketimi ise montaj ve yerli endüstrinin gelişmesiyle kitlesellik kazanmıştır (Orçun, 2004, s.175). Özetle, 80 yılı Türkiye için bir kriz yılı olmuştur. 1960'dan beri uygulanan ithal ikameci sanayileşme modeli tıkanmaya başlamış, planlı ve mücadelecilik ekonomik politikaların terk edilmesi seçeneği, mevcut hükümet tarafından bir zorunluluk olarak sunulmuştur.

Dünyadaki ekonomik kriz dalgası sonrası Ecevit liderliğindeki hükümetin yerine gelen AP, soruna çözüm olması için 24 Ocak 1980'de bazı önlemler almıştır. 24 Ocak kararları olarak bilinen bu önlemlerle Türkiye'de ekonomide istem-sunu dengesini belirleyici kılmaya dönük, piyasanın kendi kurallarını koymasına gerektiğini ileri süren, tüketimin –dolayısıyla da girişimciliğin- önünü açmayı öngören bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu dönemde Türkiye'de ağır sanayiye geçilmesini “sakıncalı” bulan Dünya Bankası ve IMF desteğiyle “Bir malın yerli maliyeti, dünyadakinin üstünderse, o

mal üretilmemeli” mantığı geçerli kılınmıştır. Tüm bu gelişmeler sonucu ithal mallara yönelen Türk toplumu, tüketim toplumuna doğru evrilmeye başlamıştır.

1970’lerin sonunda Türkiye’de düzenin korunması için döviz darboğazını aşmak, ekonomiyi dışa açmak ve yabancı sermayeyi ülkeye çekmenin gerekli olduğu eğilimleri tam anlamıyla ortaya çıkmıştır. Bu eğilimler 24 Ocak 1980 kararlarının da temelini oluşturmuştur (Atay, 1998, s.122). Ulagay’a (1984, s.26) göre 24 Ocak kararları ve bu kararları takiben yaklaşık 8 ay sonra 12 Eylül darbesinin gelmesi bir rastlantı olmamıştır. 24 Ocak paketinin hayata geçebilmesi otoriter ve baskıcı bir siyasal rejim gerektirmiştir (Öngen, 2004, s.83). Kapitalizmin askeri yönetimler eliyle uygulanması anlamına gelen “Güney Amerika Modeli” 12 Eylül ile birlikte Türkiye’ye yerleştirilmiş, 1983 seçimleri sonrasında Turgut Özal liderliğinde sivil kadrosunu oluşturmuştur (Atay, 1998, s.123).

12 Eylül askeri darbesinin ardından ekonomide alınan kararlarla, Türk parasının değeri düşürülmüş, KİT ürünlerine çok büyük oranlarda zamlar yapılmış, sendikal faaliyetler askıya alınmış, grev yasağı gelmiş, memur maaşlarında reel düşüşler olmuş, tarıma yönelik genel destekleme politikaları terk edilmeye başlanmıştır (Yurdusev, 1998, s.165).

Bu dönemden itibaren ihraç ikameci sanayileşme politikalarına geçilmiştir. Buna göre sanayi artık dışa dönük politikalar izlemeye başlamış ihracat teşvik edilmiştir. Sendikaların gücü zayıflatılmış, çalışan kesimin milli gelirden aldığı pay düşmeye başlamıştır (Yurdusev, 1998, s.166).

1.1.1.2.2. 1980’lerde Basındaki Gelişmeler

Özal dönemiyle birlikte Türkiye parlamenter rejime dönmüş olmasına rağmen Kenan Evren’in Cumhurbaşkanlığına devam ettiği ve askeri güçlerin ağırlığını her alanda hissettirdiği 80’li yılların başında basın en sıkıntılı dönemlerinden birini yaşamıştır. Yapılan araştırmalara göre “80-90 yılları arasında açılan basın davalarının sayısı 2000’in üstünde olmuştur. 3000 gazeteci, yazar ve yayıncı sanık olarak yargılanmıştır.

Çıkan yazılar nedeniyle gazete ve dergiler kapatılmış, 850 adet yayın yasağı konmuştur” (Aktaran: Topuz, 2003, s.273).

12 Eylül’ün basını büyük sermayeye devredecek ortamı yaratma girişiminin bir parçası olarak toplumun depolitize edilmesinin ardından Turgut Özal’ın iktidara gelmesiyle devlet basın ilişkilerinde yeni bir uygulama dönemi başlamıştır. 1960-70’lerde haber ajansı gibi daha çok mesleki yan kuruluşlara doğru yayılma eğilimi gösteren basın kurumları, 1980’lerden itibaren ticari nitelikli yapıların yan kuruluşları haline dönüşmüşlerdir (Koloğlu, 1999, s.75).

Gazeteler 12 Eylül’ün hemen ardından darbeyi meşrulaştırmak için genellikle cinayet haberlerine, aile facialarına yer verirken, daha sonra bu haberlerin yerini "özel hayat haberleri" almıştır. Askeri yönetimin uyguladığı sansür ile kapatılma endişesi taşıyan gazetelerin kendi kendilerine koydukları kısıtlamalar birleşince ve haber kaynağı niteliğindeki yetkililerin çekingenliği bunlara eklenince, sağlıklı haberciliği olanaksız kılan bir ortam doğmuştur. Öte yandan, okurlarda 12 Eylül öncesinin politik kutuplaşma havasından uzak durma eğilimi ağır basmaya başlamıştır. Bu eğilimin ve habercilik etkinliklerinin baskı altına alınmasının etkisiyle gazeteler 1980 öncesine oranla çok daha belirgin biçimde magazin konularına yönelmişlerdir.

Gazetelerin 80’li yıllarda magazine yönelmelerinde askeri baskılar kadar, televizyonun iyice yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan rekabet ortamı ve 24 Ocak kararlarıyla gazete fiyatlarındaki büyük artışlar da etkili olmuştur. Bu zor koşullar altında gittikçe düşen tirajlarını yükseltme ve televizyonun renkli dünyasıyla rekabet etme durumunda olan gazeteler magazin haberlerine daha çok yer vermeye ve promosyon uygulamalarına geçmeye başlamışlardır. Medya dünyasında tecimsel kaygılarla sadece çok satmak veya rating almak hedeflendiğinden promosyon savaşıyla birlikte sansasyonel haberciliğe ağırlık verilir olmuştur. İnsanların özel hayatlarına karışmaktan kaçınmayanlar, insanlar arasında kavga yaratmaktan da hoşlanmışlardır (Demirkent, 2000, s.411).

1980'li yıllar ortalarından itibaren özel hayat kamusallaşmaya başlamıştır. Türkiye'de o zamana kadar mahrem kabul edilen birçok alan ilk kez kamuoyunun gündemine gelmiştir. 1989 yılında büyük gazeteler pazar günleri ücretsiz magazin dergisi adı altında çıplaklığın bol miktarda sergilendiği dergileri ek olarak vermeye başlamışlardır. Bu yıllarda Günaydın'dan ayrılan Rahmi Turan, erotik öykü ve fotoğraflarla magazin haberlerine daha çok yer veren, yine Sedat Simavi'nin oğullarından Haldun Simavi'ye ait *Tan* gazetesini çıkarmıştır. (Soygüder, 2004, s.91).

Koloğlu'na (1992, s.86) göre, 1980'de basın için dönüşüm tarihi 12 Eylül askeri darbesinden daha çok Türkiye ekonomisinin şekillenmesinde önemli bir rol oynayan 24 Ocak kararlarıdır. Kağıt fiyatlarındaki artışla birlikte ayakta kalma mücadelesine giren gazeteler reklâma yönelmişlerdir. Yaşayabilmek için reklâm pastasından daha büyük bir pay alma savaşına giren gazeteler tiraj artırmak amacıyla yıkıcı promosyon kampanyalarına başlamışlardır (Koloğlu, 1992, s.87). Medya 1980 öncesine göre çeşit, kalite ve sayfa sayısı açısından dramatik bir değişim geçirmiş ve kendi başına bir sanayi sektörü haline gelmiştir. Medya, özellikle lise, üniversite çağlarındaki genç kitle ile üniversiteden mezun olup iş hayatına atılan genç profesyonelleri hedef alan tüketim sektörünün daha da serpilip gelişmesinde büyük destek vermiştir (Bali, 2003, s.170).

Çalışlar'a (2006, s.24) göre, 80'li yıllardan 2000'li yıllara kadar geçen 20 yıl içerisinde basında yaşanan en önemli değişimlerden birisi de İslamcı yayın organlarının ortaya çıkması, çoğalması ve yükselmesi olmuştur. İslami medya 1980 sonrası, önce sistemden ve sistemin ayrılmaz bir parçası olan egemen medyadan bağımsızlaşmıştır. Ancak daha sonraki süreçte doğuşunda etkin olan dinamiklerin dışındaki etkenlerin de devreye girmesiyle güçlenmeye başlamıştır. Kendini güçlü hissettiği andan itibaren de hâkim medyaya benzemeye çalışmıştır (Çakır, 2003, s.291).

1982 yılında sağ kesimin önemli gazetelerinden *Tercüman* gazetesinin sahibi Kemal Ilıcak'ın eşi Nazlı Ilıcak, *Bulvar* gazetesini çıkarmaya başlamıştır. Ilıcak gazetesinin ilk sayısında şu satırlara yer vermiştir: "Dünyanın her yerinde fikir gazetelerinin yanı sıra büyük tiraj yapan bulvar gazeteleri de yayınlanır. (Bulvar gazetesi) okuyucusunun hem gözüne, hem gönlüne hitap eder. Sevimli çizgileriyle öğretirken eğlendirir,

düşündürürken gülümsetir. Biz, ismimizden anlaşılacağı üzere Bulvar gazetesiyiz." (Aktaran: İnuğur, 1992, s.482).

1.1.1.2.3. 1980'lerde Kadın Hareketleri

Kadın açısından bakıldığında da 80'li yıllar bir dönüm noktası sayılmaktadır. Askeri yönetim tarafından kamusal alanın ideolojik sağ ve sol gruplardan temizlenmesi, 1983 seçimleriyle işbaşına gelen dönemin Başbakanı Turgut Özal'ın uyguladığı neo-liberal politikalar ile eğitim seviyesinde ve kentleşmede yaşanan artışlar basını olduğu kadar kadını da etkilemiş, bu sayede 80'li yıllar Türkiye'de feminizmin gerçek anlamda ortaya çıktığı bir dönem olmuştur. Köşgeroğlu'na (2008, s.223) göre, bu dönemde yaşanan feminist hareket 1980'de yaşanan askeri darbeye karşı oluşan demokratik muhalefetin en önde giden ve en demokratikleşmiş kanadını oluşturmaktadır.

80'li yıllarda eğitim ve iletişim fırsatlarının artmasına paralel olarak feminist söylemin görünürlüğü artmış, feminist kadınlar özel haklar talep edebilecek duruma gelmişlerdir. Kürtaj hakkı, isteğe bağlı boşanma, aile içi şiddetin cezalandırılması, aile hayatında eşitlik, çalışan kadınlara doğum izni, kadınlara karşı hükümler içeren yasal düzenlemelerin kaldırılması, kamusal alanda tacizin engellenmesi gibi konular bu dönemde ön plana çıkmaya başlamıştır. 1970'li yıllarda ideolojik gruplarda kendine saygınlık arayan kadınlar 1980 yılı sonrasında kamusal alanda kendilerini gerçekleştirme çabası içine girmişlerdir (Çaha, 2006, s.9).

Feminist hareketin bağımsızlığı, 1980'li yılların en fazla tartışılan konularından biri olmuştur. Başka mücadelelerin peşine takılmamak, onlarla teması sürdürse de kendi bağımsız duruşunu koruyabilmek, çok önemsenmiştir (Bora, 2004, s.58). 80'ler daha çok kadınların feminist teoriyi oluşturmak için çokça çabaladıkları, aynı zamanda kadınlar olarak ortaklıklarını fark ettikleri, kendi örgütlüklerini kurmak için sol muhalif hareketten çekildikleri, bir arada olmanın koşullarını araştırdıkları, farklı bir dil kurdukları, kadın dayanışmasından bahsettikleri, amatör ama radikal, devrimci bir dönem olmuştur. Kısa bir süre sonra ortalığı hareketlendiren, feminist hareketi tüm topluma duyuran meşhur; Dayağa Karşı Eylem, Mor İğne gibi eylemler de yapılmaya

başlanmıştır. Artık birbiriyle feministçe buluşmak isteyen kadınlar hem teorik hem de politik olarak, yeni ve devrimci bir zeminde buluşmayı başarmışlardır (<http://feministiz.blogcu.com>).

Bu süreci takip eden feminist yayınlar, çeşitli kadın örgütleri ve feminizmle buluşmak isteyen genç kadınlar olmuştur. Kadınların feminizme doğru yönelmeleri diğer örgütlerde tedirginlik yaratmaya başlamış ve birçok erkek feminizme karşı yazılar yazmak zorunda kalmışlardır.

80'li yıllarda görece güç kazanan feminist akım sinemayı da etkisi altına almış ve bazı sinema araştırmacıları tarafından “kadın on yılı” olarak nitelendirilen 80-90 yılları arasında bağımsız kadını ön plana çıkaran filmler çekilmeye başlanmıştır. Dağınık Yatak, Bir Yudum Sevgi, Adı: Vasfiye, Kadının Adı Yok gibi filmlerde cinselliğinin farkında olan ve cinsiyetçi normlara karşı çıkan bir anlayış dikkat çekmiştir.

Türkiye’de ilk kez Uluslararası Kadınlar Günü yine bu dönemde, 8 Mart 1985’de kutlanmıştır. Bu dönem feministler eşitlikçi, sosyalist ve radikal olmak üzere üç kola ayrılarak çalışmalarını sürdürmüş ancak çeşitli aktivite ve kampanyalarda güçlerini birleştirmeyi de bilmişlerdir. “Vücudumuz Bizimdir, Cinsel Tacize Hayır”, “Mor İğne” bu dönem kampanyalarından bazılarıdır.

1.1.1.3. 90’lı Yıllarda Türkiye

1990’lı yıllar ile birlikte dünya, tek kutuplu bir küreselleşme sürecini derinden yaşamaya başlamıştır. Sosyalist bloğun yıkılması kapitalizmin ve neo-liberal ekonominin bir zaferi olarak görülmüş ve az gelişmiş ülkelerin ekonomik kalkınmaları için serbest piyasa ekonomisinin kurallarının bütün işlerliği ile uygulanmasının tek çözüm yolu olduğu iddia edilmiştir. Örneğin, özelleştirme, devletin ekonomideki ağırlığını olabildiğince küçültme, uluslararası ticaretin önündeki gümrük, kota, koruma gibi engellerin ortadan kaldırılması, ülke iç pazarının uluslararası serbest rekabete açılması gibi yeni sağ ideolojinin politikaları IMF ve Dünya Bankası gibi uluslararası

finans kuruluşları tarafından az gelişmiş ülkelerin önüne sunulmuş ve bu yolla neo-liberal ekonomik politikalar küreselleştirilmiştir (Kürkçüoğlu, 1998, s.79).

SSCB'nin dağılması ve 1989'da Berlin Duvarı'nın yıkılmasıyla birlikte başlayan bu tümüyle tek kutuplu –ABD merkezli- süreç adına Yeni Dünya Düzeni denen bir dönemi 90'lı yıllarla birlikte başlatmıştır.

1990'lı yıllarda tüm dünyayı ve Türkiye'yi etkileyen en önemli olaylardan biri de Körfez Savaşı olmuştur. 1990-1991 yılları arasında televizyonlardan canlı yayımla izlenen savaşı Hizmetli (1992, s.36) şöyle anlatmaktadır:

“1991 yılı bütün dünya televizyonlardan canlı olarak verilen muhteşem bir savaş sahnesiyle başladı. Ekranda cümbüş vardı sanki. Uçaklar kalkıyor, bombalar atılıyor, atılan bombalar gecenin karanlığında ışıklar saçıyordu... Böylece bizler tek efendili hale gelen dünyamızda efendinin asi köleleri cezalandırışını elimizde kuru yemiş ve meyvelerle seyre koyulduk”.

Körfez Savaşı'nda ABD ve müttefiklerinin yanında yer alan dönemin cumhurbaşkanı Turgut Özal kendi ifadesiyle “kurulacak masada paylaşılacak pastanın en büyük parçasını alacağını”(Şahin,1992, s.20) düşünürken savaş Türkiye'ye ağır siyasi ve ekonomik faturalardan başka bir şey bırakmamıştır. Savaş sonrası Türkiye'nin Irak'la ilişkileri büyük ölçüde bozulmuştur. Irak Kürtlerini koruma bahanesiyle Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesine gönderilen silahlar teröristlerin eline geçmiş ve PKK terörü en üst noktaya tırmanmıştır (Acar, 1992, s.134).

Türkiye'de 80'li yılların sonuna doğru ANAP'ın oy kaybetmesi DYP'nin güçlenmesini sağlamış, 1991 seçimlerinde DYP % 27'lik oy oranıyla birinci parti olarak çıkmıştır. Ancak bu oy oranı DYP'nin tek başına iktidara gelmesine yetmemiş, 1982 Anayasası sonrasında ilk kez bir koalisyon hükümeti kurulmuştur. En çok oy alan DYP ve onu takip eden ANAP arasında anlaşma sağlanamayınca DYP ile kurulan koalisyonun ortağı

SHP olmuştur. 91 seçimlerinin en ilginç sonuçlarından biri en çok oy alan iki partinin de sağ partiler olmasıdır (Kürkçüoğlu, 1998, s.79).

1993 yılına gelindiğinde Cumhurbaşkanı Özal'ın ani ölümü siyasal yaşamda önemli değişimlere sebep olmuştur. Demirel, SHP lideri Erdal İnönü'nün desteğiyle Cumhurbaşkanı olmuş, DYP Genel Başkanlığına seçilen Tansu Çiller başkanlığında DYP-SHP hükümeti kurulmuştur. 94 yerel seçimlerinde büyük bir yükselişe geçtiğinin sinyallerini veren Refah Partisi (RP) 1995 genel seçimlerinde % 21,4 oy oranıyla en başarılı parti olmuştur. Ancak seçmenlerin oylarında yaşanan parçalanmışlık TBMM'den güvenoyu alabilecek bir hükümet kurulmasını zorlaştırmış ve bu tarihten sonra Türkiye ikiden çok partili azınlık hükümetlerine alışmak durumunda kalmıştır (Kürkçüoğlu, 1998, s.79).

Birinci parti olmasına rağmen hükümeti kuramayan Erbakan'ın yerine bu görev Cumhurbaşkanı Demirel tarafından Tansu Çiller'e verilmiş, Çiller, ANAP Genel Başkanı Mesut Yılmaz'la bir koalisyon hükümeti kurmuştur. Sadece 3 ay görevde kalabilen Anayol Hükümetinin yerini RP ile DYP'nin pazarlıklar sonucu oluşturdukları Refahiyol Hükümeti almıştır (Topuz, 2003, s.306).

Başbakanlığı devralan Necmettin Erbakan'ın parti politikaları bu dönemde halkın ve ordunun tepkisini toplayan çeşitli olaylara neden olmuştur. Bunlardan biri, gerçekleştirdiği Libya gezisi sırasında Libya Devlet Başkanı Kaddafi'nin küçümseyen davranışlarına maruz kalmasıdır. Erbakan'ın 1997'de tarikat ve cemaat liderlerine verdiği iftar yemeği, Sincan'da Refah Partili Belediye Başkanın düzenlediği, Hamas ve Hizbullah liderlerinin posterlerinin asıldığı Kudüs gecesi ve bu görüntüleri kaydetmek için Sincan'a giden bir kadın TV muhabirinin radikal İslamcı ve şeriatçılarca dövülmesi basında geniş yankılar uyandırmış ve büyük tepki toplamıştır. Erbakan'ın yine 1997 yılında 25. kez hacı olmak için ailesiyle birlikte Mekke'ye gitmesi ve tüm masrafları Başbakanlık bütçesinden karşılaması, orduyla arasındaki gerilimi iyice artırmış ve 18 Haziran 1997'de istifa etmek zorunda kalmıştır (Topuz, 2003, s.307).

1998'in ilk aylarında Refah Partisi, "laiklik karşıtı faaliyetlere odak olmak" iddiasıyla kapatılmış ve Erbakan siyasetten 5 yıl men edilmiştir. Ancak Refah Partisi kapatılmadan hemen önce Erbakan'ın avukatı İsmail Alptekin, Refah Partisi'nin devamı niteliindeki Fazilet Partisini kurmuştur. Refah Partisindeki 133 milletvekili de Fazilet Partisine geçmiştir. Bu dönemde, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı görevini yürüten Recep Tayip Erdoğan, Siirt'te yaptığı bir konuşma nedeniyle 10 ay hapis cezasına çarptırılmıştır. 18 Nisan 1999'a gelindiğinde genel seçimlerde oyların %22,17'sini alan DSP yeniden iktidara gelmiş Ecevit Başbakanlığında MHP ve ANAP'la yeni bir koalisyon hükümeti oluşturulmuştur (Topuz, 2003, s.309).

1990 yılı kültürel açıdan önemli bir dönüm noktası olmuştur. Özellikle 1980 yılından itibaren izlenen neo-liberal politikalar meyvelerini vermeye başlamış ve bu çerçevede aşırı tüketim, bireycilik, gösterişçilik, üst sınıfların yaşam tarzlarına özentisi gibi eğilimler artarken, "iş bitiricilik" ya da "köşeyi dönme" gibi kavramlar, devletin en üst kesiminde yer alanlar tarafından dile getirilmiş, yüceltilmiştir. 1990'lı yıllara gelindiğinde anayasaya "rağmen" ve anayasa doğrudan ihlal edilerek ilk özel televizyon kanalı açılmış, dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal tarafından bu durum desteklenmiş ve meşru bir zemin kazandırılmıştır. Türkiye'de pop müzik bir patlama yapmış, statlarda büyük konserler verilmeye başlanmıştır. Yine bu arada, büyük ticari kuruluşlar ve holdingler büyük reklâm potansiyeli nedeniyle görsel eğlence etkinliklerine önem vermeye başlamışlardır (Suğur, 1998, s.167).

1.1.1.3.1. 1990'larda Türkiye'de Ekonomi-Politik Durum

90'lı yıllarla birlikte neo-liberal ekonomik politikalar uygulanmış, bu çerçevede özelleştirme tüm hükümetlerin en önemli görevi haline gelmiştir. 90'lı yıllar Türkiye'sinde ekonominin dışa açılması ve yeni tüketim kalıplarının ortaya çıkmasına paralel olarak tüketim hem hızla artmış, hem de çeşitlenmeye başlamıştır, Capitol, Galleria, Migros ve Tatilya gibi dev alışveriş ve eğlence merkezleri Türkiye toplumunun yaşamına hızla girmiştir. (Suğur, 1998, s.167)

90'lı yılların ekonomisi 80'li yılların devamı gibi görünse de Türkiye'de yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Her şeyden önce Özal'ın başbakanlığı dönemindeki gibi ciddi neo-liberal uygulamalar gerçekleştirilememiştir. 90'lı yılların başındaki kısa süreli Mesut Yılmaz Hükümeti döneminde tam bir seçim ekonomisi ve oldukça popülist politikalar izlenmiş ve sonunda da sendikalı işçiler büyük ekonomik getiriler sağlamışlardır. Bu kesimin refah düzeyinde olumlu gelişmeler özellikle sosyal demokrat katılımlı sonraki koalisyon hükümetleri döneminde de devam etmiştir. Bu dönemde özellikle DYP-SHP koalisyon hükümetleri döneminde demokratik ve sosyal haklar alanında (Yeşil kart uygulaması, erken emeklilik gibi) önemli gelişmeler olmuştur (Toruk, 2005, s.500).

1980 Türkiye'sinde başlayan yatırımsız, sanayi politikasız bir dışa açılma süreci 1990'lara gelindiğinde ihracatın tıkanması ve "konsantrasyonu" (tekstil gibi belli düşük katma değerli sektörlerin etrafında yoğunlaşmasına) buna karşılık ithalâtın patlaması ile sonuçlanmıştır (Yülek, 1998, s.47).

1990'lı yıllarda Körfez Krizinin etkileri ekonomide de görülmüş Türkiye birçok açıdan zarara uğramıştır. Petrol boru hattının kapatılması, ihracat pazarının kapanmış olması, turizm ve taşımacılık gelirlerinin azalması ile avunma harcamalarının artmasından kaynaklanan ekonomik sıkıntılar Türkiye üzerinde kendini hissettirmiştir (Acar, 1992, s.138).

1990'lı yıllarda Türkiye ekonomisi üzerinde önemli rol oynayan bir diğer gelişme de 05 Nisan 1994 kararları olmuştur. 05 Nisan kararlarının uygulanmaya başlamasıyla birlikte ise enflasyon, döviz ve faizler önemli ölçüde artmış, Türk Lirası en fazla değer kaybettiği yılı yaşamıştır. 1994 işçilere yapılan zamlarla birlikte iç borcun giderek artması, bu borcu kapatmak için astronomik faiz oranlarıyla dışarıdan borç alınmasına dolayısıyla dış borcun da artmasına neden olmuştur (Karluk, 2002, s. 443).

90'lı yıllar Türkiye'nin ekonomik açıdan yaralar aldığı, ciddi iç ve dış borç yükü altına girdiği, kazandığından çok daha fazlasını kaybettiği yıllar olmuştur. İşsizlik ve terör ülkenin en önemli meselesi olmaya devam etmiştir. Ayrıca kişi başına düşen milli gelirden düşüşler yaşanmış, Türkiye IMF'in kontrolü altına girmiştir.

1.1.1.3.2. 1990'larda Basındaki Gelişmeler

1990'lı yıllara gelindiğinde özellikle televizyon alanında önemli gelişmeler yaşanmış 8 Temmuz 1993'te Anayasa'nın 133. maddesinde yapılan değişiklikle, radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbest bırakılmıştır. Bu anayasal düzenlemenin ardından medya savaşları kızışmıştır.”(Kejanlıoğlu, 2004, s.11) Özel TV kanalları birbiri ardına yayına başlamıştır. 1990 yılında TRT 5 ayrı kanaldan yayıyını sürdürmekte, özel televizyon yayınlarının başlayacağı sinyallerine rağmen yayın politikalarında rekabete yönelik bir girişimde bulunmamıştır (Çelenk, 2005, s.128). Aynı yıl yasal izni olmadan yayın hayatına başlayan Star 1 televizyon kanalı ilk özel TV kanalı olmuştur. Peşinden hızla özel televizyonlar ve radyolar yayına başlamıştır. Bu durum medyadaki yayın organları arasında bir rekabeti de beraberinde getirmiştir.

Türkiye’de 1990’lı yılların ilk yarısında yazılı basında görülen tekelleşme hareketi, yine aynı yıllarda görsel-işitsel medya alanında ortaya çıkan yenilik ve gelişmelerin de etkin olmasıyla genişlik kazanmıştır. Çelenk’e göre; “90’lı yılların sonlarından başlayarak uluslar arası medya endüstrisi alanında yeni kitle iletişim araçlarını da kapsayan dikey ve yatay düzlemlerde, mülkiyetin çok uluslu holdingler yada şirketlerde toplanması Türk medya sektörünü de içine almıştır” (Çelenk, 2005, s.250). Özellikle 90’lı yıllarda medyanın iki dev holding patronları Aydın Doğan ve Dinç Bilgin arasındaki bölüşümü medya içeriklerinde de tek tipleşmeye neden olmuştur. 12 Eylül hareketi Türkiye’de her alana yayılan apolitik gelişme ile birlikte 90’larda hızla sayısı artan yeni TV kanalları basını daha popüler kültüre hizmet eden, daha magazin odaklı bir politikaya yönlendirmiştir.

1980’den sonra basında görülen önemli değişikliklerden biri de artık gazetelerin birer aile işletmesi görünümünden çıkmış olduğu gerçeğidir. Bu gerçek 1990’lı yıllarda radyo ve televizyon yayıncılığında TRT tekelinin kırılmasından sonra daha da belirgin hale gelmiş eski dönemin gazeteleri medya holding durumuna gelmiştir (Özgen, 2004, s.476). Artık arkasında televizyonu, radyosu, halkla ilişkiler şirketi ile internet kuruluşu olmayan gazeteler ticari açıdan piyasada itibar görmez hale gelmişlerdir. 1980 öncesi okurun güvenine sahip olmayı kendine hedef edinen basın kuruluşları, artık ticari olarak

kar marjının arttırılması ve daha çok tiraja ulaşmanın yollarını aramaya başlamıştır (Özgen, 2004, s.474).

Bali'ye (2003, s.170) göre, 1990'lar gazetelerin birincil görevleri olan nesnel ve ayrıntılı bilgi vermenin oldukça dışına çıktıkları yıllar olmuştur. Basın bir yandan tiraj artırma kaygısının egemen olduğu diğer yandan tüketim toplumu haline gelmeye başlayan ve bunun sonucunda bireylerin müşkülpesentleştiği beğenilerin çeşitlendiği bir ortamda özellikle genç ve gelir düzeyi vasatın üstünde olan okurlara hitap etmeye çalışmıştır. 1980'li ve 90'lı yıllar "ben" in ön plana geçtiği keyif ve haz kelimelerinin telaffuz edilmesinden özel bir keyif alındığı, bununda basında teşhirciliğe kaçan bir biçimde dile getirmenin moda olduğu yıllar olmuştur (Bali, 2003, s.171).

Basın özellikle 1990'lı yıllarda amaç dışı kullanılmasıyla mecrasından sapmış işbaşındaki hükümetlerle ve kapital sahipleriyle yakın ilişkiler kurmak suretiyle de gerek bağımsızlığından gerekse itibarından önemli ölçüde kayba uğramıştır. Nitekim, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinden oluşan Akademya grubunun 1995 yılının ilk aylarında yaptığı araştırmada çıkan sonuca göre, gazete okurlarının yüzde 86'sı basına güvenmemekte ve basını saygın bulmadığını belirtmiştir (Nebiler, 1995, s.112).

90'lı yıllar her dönem olduğu gibi yine basından acı kayıplara sahne olmuştur. Muammer Aksoy (1990), Turan Dursun (1990), Bahriye Üçok (1990), İzzet Keser (1992), Musa Anter (1992), Uğur Mumcu (1993), Ahmet Taner Kışlalı (1999) gibi önemli gazeteci ve yazarlar öldürülmüştür (Aktaran: Topuz, 2003, s.273).

1.1.1.3.3. 1990'larda Kadın Hareketleri

1990'lı yıllarda gerek ülkede gerekse basında yaşanan tüm bu gelişmelerle birlikte, kadın hareketlerinin feminizm ya da kadının kurtuluşu hareketi olarak ortaya koyduğu kadın meseleleri toplumun her kesiminde tartışılır hale gelmiştir (Kara, 2006, s.17). 1990 sonrası dönemde feminizm toplumsal tabanlı aktivitelerle değişik sosyal gruplar arasında yayılmaya başlamıştır.

Eşitlikçi feministler farklı sosyal kesimlerden kadınların, özellikle Kemalistlerin desteğiyle Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Merkezi KADER'i kurmuşlardır. Geleneksel dindar feminist kadınlar tarafından Başkent Kadın Platformu, Kemalist kadınlar tarafından da Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği kurulmuştur. Tüm feminist gruplar kurdukları dernek ve merkezlerde sürekli aktiviteler yapmaya başlamışlardır. Kadın kütüphaneleri, çeşitli üniversitelerde kurulan kadın çalışmaları departmanları, kadın sığınakları bu kapsamdaki çalışmalardan bazılarıdır. 1990'lar kadın hareketlerin daha yüksek bir farkındalıkla dile getirildiği ve siyasi mücadeleye katıldığı yıllar olmuştur (Kara, 2006, s.17).

Kadınların 90'lı yıllardaki mücadelelerinin en önemli kazanımlarından bazıları şunlar olmuştur: Medeni Kanunda kadının çalışmasını kocanın iznine bağlayan 159. madde iptal edilmiştir. 2 kadın sığınağı kurulmuştur. Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi kurulmuştur. İstanbul Üniversitesi bünyesinde Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, Marmara Üniversitesinde ise Kadın İşgücü İstihdam Araştırma Uygulama Merkezi kurulmuştur (İnceoğlu ve Korkmaz, 2002, s.36).

1.1.1.4. 2000'li Yıllarda Türkiye

1980'lerin sonlarında itibaren güçlenmeye başlayan İslam hareket ve partileri 2000'li yıllara gelindiğinde kendini "muhafazakar sağ" olarak konumlandıran yeni bir partinin kurulmasıyla iktidar düzeyine çıkmayı başarmışlardır. Recep Tayyip Erdoğan, Abdullah Gül, İdris Naim Şahin, Binali Yıldırım ve Bülent Arınç'ın önderliğinde kurulan Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP), 3 Kasım 2002 seçimlerinde en fazla oy alan parti olarak (kayıtlı seçmenin %22,1'i; geçerli oyların %34,63'ü) Abdullah Gül başkanlığında 58. Cumhuriyet Hükümeti'ni kurma görevini üstlenmiştir (www.wikipedia.org).

AKP'nin ortaya çıkışı ya da kimi yazarlara göre "çıkarılışı" ve merkez partilerin çöküşüyle birlikte İslami hareketin tümü AKP'nin oy tabanı ve toplumsal desteği haline gelmiştir (Yıldızoğlu, 2008, s.20). AKP'nin iktidara gelmesi Keyman'a (www.radikal.com.tr) göre önemli sonuçları da beraberinde getirmiştir. Birincisi, AKP "muhafazakâr-demokrat merkez sağ parti kimliği"yle bir "merkez partisi" ve -toplumsal

tabanını da bu kimlikle yaygınlaştırmasıyla-, "merkezin sağ tarafının tek ve güçlü partisi" olmuştur. Bir diğeri ise, Türkiye "güçlü ve sorun çözücü muhalefet eksikliği sorunu" ile karşı karşıya kalmıştır.

Abdullah Gül başkanlığında hükümeti kurma görevini devralan AKP'de daha sonra başkanlığa Recep Tayyip Erdoğan geçmiştir. Türkiye'de AKP dönemiyle birlikte siyasal İslam tartışmaları da en üst düzeye çıkmıştır. Bu tartışmaların en önemlilerinden biri de 16 Mayıs 2007'de Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'in Cumhurbaşkanlığı süresinin dolması ve Erdoğan'ın muhtemel adaylardan biri olmasıyla başlamıştır. Bu durum başta CHP olmak üzere sivil toplum örgütlerinin ciddi protestolarına neden olmuştur. Bu tartışmaların sürdüğü dönemde Genel Kurmay Başkanlığı'ndan bir açıklama gelmiştir. 27 Nisan 2007 gecesinde Genelkurmay Başkanlığı'nın Internet sitesinde yayımlanan açıklamada, Cumhurbaşkanlığı seçimi sürecinde öne çıkan sorunun, laikliğin tartışılması konusuna odaklanmış durumda olduğu belirtilerek, "Bu durum, Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından endişe ile izlenmektedir. Unutulmamalıdır ki, Türk Silahlı Kuvvetleri bu tartışmalarda taraftır ve laikliğin kesin savunucusudur" (Bkz.:www.tsk.mil.tr) denmiştir. Bu açıklama TSK'nın Abdullah Gül'ü cumhurbaşkanı olarak istemediği gerçeğinin bir kanıtı olarak yorumlanmış ve "e-muhtıra" olarak adlandırılmıştır.

Bu karmaşayla birlikte Türkiye tarihinde görülmemiş bir kararla "TBMM Cumhurbaşkanını seçemediği için" erken genel seçime gitmek zorunda kalınmıştır. Adalet ve Kalkınma Partisi, 22 Temmuz 2007 seçimlerinde rakiplerini geride bırakarak seçimlerden birinci parti olarak çıkmış ve yeniden hükümeti kurma görevini almıştır. Yıldızoğlu'na (2008, s.22) göre, AKP siyasal islamın tüm eğilimlerini içinde barındıran bir "şemsiye parti" konumuyla giderek güçlenmiş özellikle 22 Temmuz 2007 seçimleri sonrası ikinci kez iktidara gelmesiyle birlikte bu gücü pekiştirmiştir. Bu güçle birlikte artık sesini daha kalın çıkarmaya başlayan AKP siyasal islamın aile ve devlet arasındaki alanı sessizce ve adım adım ele geçirme sürecine girmiştir (Yıldızoğlu, 2008, s.23).

22 Temmuz 2007 seçimlerinden üç ay sonra bu kez cumhurbaşkanlığının halk tarafından seçilip seçilmemesi konusunda referandum için halk sandık başına gitmiştir.

Katılımın düşük olduğu seçimde yüzde 69 evet oyuyla Cumhurbaşkanlığı seçimleri halkoyuna bağlanmıştır. Referandumdan bir gece öncesi yani 20 Ekim 2007 gecesi PKK'nın Dağlica'ya düzenlediği baskın ile başlayan süreç, hem tüm bu siyasi tartışmaları geri plana itmiş hem de Türkiye'nin terör ile mücadelesinde yeni bir dönemin başlayacağını sinyallerini vermiştir. İlerleyen günlerde devam eden terör saldırıları ve ordunun verdiği kayıplar Türk Silahlı Kuvvetlerinin Bakanlar Kurulundan aldığı yetkiyle bir sınır ötesi operasyon kararını ortaya çıkarmıştır. Kuzey Irak'a 21 Şubat 2008 tarihinde bir kara harekâtı başlatılmış ve sekiz gün sürmüştür (Bkz: www.habergunluk.com).

Türkiye'nin sınır ötesinde yaşanan operasyonlara odaklandığı bu dönemde önemli bir gelişme daha yaşanmıştır. AKP 'nin ikinci kez iktidara gelmesiyle birlikte yoğunlaşan "Türbanın üniversitelerde serbest bırakılmasına yönelik Anayasa değişikliği tasarısı" 22 Şubat 2008'de Cumhurbaşkanı Abdullah Gül tarafından onaylanmıştır. Onayın ardından Türkiye'de laiklik ve kadına yönelik tartışmalar da yeniden alevlenmiştir.

Bu dönemde, Boğaziçi Üniversitesi'nden Binnaz Toprak ve Sabancı Üniversitesi'nden Ersin Kalaycıoğlu'nun yaptığı bir araştırma liseyi bitiren kızlardan sadece yüzde 1'inin başörtüsü yasağı yüzünden üniversiteye gidemediğini göstermiştir. Araştırmaya göre, liseden sonra üniversiteye devam edememiş olan kadınların % 29,8'i neden olarak sınavı kazamadığını gösterirken, % 14,6'sı "sınavı kazandığını ancak evlenip okulu bıraktığını", % 10,5'i "daha fazla okumasına ailesinin izin vermediğini" söylemiştir (Bkz: www.bianet.org). Buna rağmen AKP'nin milyonlarca kadını ilgilendiren ayrımcılık, ekonomik bağımsızlık, eğitim ve sağlık hizmetlerine erişim gibi sorunları çözmek yerine türban serbestliğini önceliğe alması özellikle de bazı sivil toplum örgütleri ve kadın derneklerinin büyük tepkisini toplamış ve protestolarına neden olmuştur. Siyaset bir kez daha kadını malzeme olarak kullanmış, "türbanlı", "türbansız" olarak ayrıştırarak birbirlerine karşıt gruplar yaratmıştır.

1.1.1.4.1. 2000'lerde Türkiye'de Ekonomi-Politik Durum

Yirmi birinci yüzyılın ilk yılları Türkiye Avrupa Birliği'ne uyum çabası içinde bir dizi alanda hukuksal reformlar gerçekleştirmiştir. Türkiye burjuvazisinin hegemonik tekeli

katmanının bu reformlara verdiği destekle birlikte artık toplumda demokratik bir güç olarak işlev görmeye başladığı yönünde yaygın bir kanı oluşmaya başlamıştır. 2002 yılında TUSİAD'ın gazete ilanlarıyla idamın kaldırılması ve anadilde eğitimin serbest bırakılmasını savunması, 2003'de işveren kuruluşların toplu bir ilanla AB'ye uyum paketini desteklemeleri bu yaklaşımın göstergeleri olarak kabul edilmiştir (Savran, 2004, s.13).

Ekonomik açıdan bakıldığında, Türkiye 2000'li yıllara IMF ve DB güdümlü istikrar politikalarıyla girmiştir. Programın uygulamaya geçirilmesinin hemen ardından Kasım 2000 ve Şubat 2001'de iki önemli ekonomik kriz yaşanmıştır. Buna rağmen AKP hükümetleri istikrar politikalarının temel felsefesini tümüyle desteklemeyi kararlı bir şekilde sürdürmüştür. AKP hükümeti 2004 yılında IMF ile üzerinde mutabakat sağladığı yeni *stand-by* anlaşmasıyla bu sürecin 2007 yılına değin süreceğinin de garantisini uluslararası sisteme vermiştir (www.bagimsizsosyalbilimciler.org). 1980'lerden günümüze Türkiye ekonomisinin dünya ekonomisi ile bütünleşmesiyle birlikte Türkiye açısından olumsuz sonuçlar ve art arda gelen krizler yaşanmıştır. Ancak 2000'li yıllara gelindiğinde az sayıda holding biçimindeki sermaye bu durumdan sermaye donanımları artırarak yarar sağlamıştır (Ercan, 2004, s.40).

2000'li yıllarda Yıldızoğlu'na (2008, s.25) göre; “AKP liderliği neo-liberal politikaları tümüyle kabul ederek, hiç sorgulamadan uygulayarak uluslararası mali sermayenin güvenini kazanmış, bu güvenle gelen mali kaynakların yarattığı kredi köpüğü ithalatı ve tüketimi körüklemiş ve bir refah illüzyonu oluşturulmuştur”. Türkiye vergi almak yerine borç almayı yeğleyen, iç kaynaklara dayanmak yerine yabancı sermaye girişlerine bel bağlayan bir anlayışa yönelmiştir. Bu anlayış büyüyen bütçe açıklarını azaltmanın yolunu devletin her türlü sosyal ve ekonomik işlevlerinin daraltılması olarak görmüş, faiz ödemelerine yer açmak için devletin altyapı yatırımlarına, tarımsal desteklemeye, sosyal yönlü harcamalara ayırdığı kaynakları giderek azaltmıştır (Oyan, 2004, s.65). Sonuç olarak, Türkiye 2000'li yıllarda IMF'nin önderliğinde dışa bağımlı, kalkınma ve sanayileşmeden uzak, savunmasız bir ekonomiye doğru yönlendirilmiştir.

1.1.1.4.2. 2000'lerde Basındaki Gelişmeler

2000'li yıllarda Türkiye medyasında hızlı bir yatay-dikey ve çapraz tekelleşme yaşanmıştır. Yatay tekelleşme ile değişik basın kuruluşları birleşme ya da satın alma yoluyla tek çatı altında bir araya getirilmiştir. Dikey tekelleşme ile medya alanındaki farklı etkinlik dalları tek bir çatı altında toplanmıştır. Çapraz tekelleşme ile çeşitli alanlardaki faaliyetler bir kişi ya da grubun bünyesinde toplanmıştır (Özsever, 2004, s.115).

2004 yılında 306 milyon dolara Doğan Grubu tarafından alınan Star Televizyonu, Aydın Doğan'ın medyadaki krallığını bir kez daha ilan etmesine yol açmıştır. 2000 sonrası döneme bakıldığında, Doğan grubunun karşısında Fethullah Gülen'e yakınlığıyla bilinen Samanyolu TV ve Zaman gazetesinin başını çektiği bir grup, Sabah Gazetesi'nin başını çektiği Ciner Grubu, Show TV'nin başını çektiği Çukurova Grubu yer almaktadır (www.bilgininadresi.net).

2000'li yıllarla birlikte Dinç Bilgin ekonomik kriz sonrasında ve bankaların batmasıyla birlikte medya sektöründen neredeyse silinmiştir. Medya Holding'in sahibi Dinç Bilgin, başta *Sabah* gazetesi ve ATV televizyonu olmak üzere, elinde bulundurduğu tüm basın kuruluşlarını, Çukurova Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Emin Karamehmet, Turkcell'in ortaklarından Murat Vargı ve Park Holding Yönetim Kurulu Başkanı Turgay Ciner ortaklığında kurulan MTM Haber ve Yatırım Ticaret A.Ş.'ye devretmiştir (Çelik, 2001, s.130). Bu dönemde Doğan medya daha da güçlenmiştir. 2007 yılının Aralık ayına gelindiğinde hükümete yakınlığıyla bilinen Çalık Grubu son derece tartışmalı bir ihale sonucunda Sabah-ATV'nin sahibi olmuştur.

Medya alanındaki iktisadi tekelleşme, kaçınılmaz olarak fikri tekelleşmeyi de güçlendirmiştir. Sermaye sınıfının son sözü söylediği bir medya ortamında, fikri tekelleşme kaçınılmaz olmuştur. Bununla birlikte medya giderek güçlenen bir direnişe de tanıklık etmiştir. Giderek tekelleşen ve tek tipleşen medyada kendine yer bulamayanlar kendi medyalarını yaratmış, ancak bu kuruluşlar maddi engeller kadar sansür, baskı ve yasaklamalarla da karşı karşıya kalmışlardır (Bakır, www.evrensel.net)

2000’li yıllarda basını etkileyen en önemli gelişmelerden biri de teknolojik gelişmeler olmuştur. İnternet’in 2000’lerle birlikte hızla yaygınlık kazanmasıyla tüm basın kuruluşları yayınlarını web üzerinden de yapar hale gelmişlerdir; hatta sadece web üzerinden yayın yapan haber kanalları da (örn. www.habervitrini.com, www.medyaline.com vb.) hayatımızın bir parçası olmuştur.

1.1.1.4.3. 2000’lerde Kadın Hareketleri

Kadınlar açısından ise, 2000’li yıllara gelindiğinde 90’larda hız kazanan feminist çalışmalar meyvelerini vermeye başlamış ve kadınlar adına önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmelerin en önemlilerinden biri 1967’de Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan ve kadına karşı her türlü ayrımcılığın önlenmesine yönelik sözleşme (SEDAW) ek ihtiyari Protokolü imzalanması olmuştur (Köşgeroğlu, 2008, s.217).

Türkiye’de ise 2000’li yıllarda kadınlar adına yaşanan en önemli gelişme Yeni Medeni Yasa’nın yürürlüğe girmesi olmuştur. 01 Ocak 2002’de yürürlüğe giren “Yeni Medeni Yasa” ile kadınlar adına eşitsizliklerin yasal düzenlemelerle ortadan kaldırılması adına önemli bir adım atılmıştır (Köşgeroğlu, 2008, s.217). Yeni yasa ile kanunda yer alan; aile reisinin erkek olması, zina suçlarında kadınların erkeklerden daha fazla ceza alması, kadınların kızlık soyadlarını evlendikten sonra kullanamaması gibi kadın karşıtı maddeler değiştirilmiştir.

Türkiye’de günümüzdeki kadın hareketi, önceki yıllardan farklı olarak söylem düzeyinde giderek farklılaşmış, kendi kurumlarını ortaya çıkarmıştır. Türkiye’de kadınların, eril yurttaşlık anlayışını sorgulama konusunda çekingenlikleri 1980 sonrası milliyetçilikten kurtulan bağımsız feminist kadın hareketinin ortaya çıkışıyla ortadan kalkmıştır. Ancak, batılılaşma, İslam, ulusçuluk ve sosyalizm arasında tarihten gelen gerilimler Türkiye’de, günümüz kadın hareketinin ve siyasetin sorunları olarak hâlâ varlığını sürdürmektedir (Çakır, 2007, s.3).

1.1.2. Basında Kadın ve Temsil

Araştırmanın bu bölümüne kadar 1970'lerden 2000'lere Türkiye'de yaşanan ekonomi-politik gelişmeler, basın ve kadın hareketleri tarihsel süreçte kısaca değerlendirilmiştir. Bu bölümde ise, bu gelişmelerle ilişkili olarak basında kadın temsili konusu "Temsilin Önemi", "Medyanın Toplum Üzerindeki Etkileri", "Popüler Kültür ve Kadın" ile "Dönüşen Medya ve Kadın Bedeni" alt başlıklarıyla ele alınacaktır.

1.1.2.1. Temsilin Önemi

Temsil sözlük anlamına bakıldığında bir kişi ya da topluluğu yansıtmaya, simgeleme anlamında kullanılmaktadır. İnsanoğlu doğduğu günden itibaren kendini simgelerle dolu bir dünyada bulur. Renkler, biçimler sözcükler belli kurumları, kavramları, kişileri temsil ederler. Tanrıöver'e (2007, s.153) göre söz konusu temsiller temsil edilenlerin hayatımızdaki yerini ve onlara atfettiğimiz anlamı yansıtmaktadırlar, daha geniş anlamıyla farklı temsiller birbirlerine eklenerek bizim dünyaya, topluma, insanlara bakışımızı biçimlemektedir. Dolayısıyla insanların olaylara, kişi ya da gruplara yönelik fikir sahibi olmalarında simgeler önemli bir rol oynamaktadır. Medya, bu semboller aracılığı ile insanların dünyayı tanımalarında olduğu kadar temsillerin yeniden üretilmesi sürecine de katkıda bulunan en önemli araçlardan biridir.

Hall'a (1984, s.128) göre, iletişim sürecini anlayabilmek için hem kodlama hem de kod açımı anındaki anlam üretimini ve karmaşık ilişkiler ağını ortaya koymak gerekmektedir. İletişim, üretim, dolaşım, tüketim ve yeniden üretimi de kapsayan bütünlüklü bir süreçtir. Hall, her metinde, egemen ideolojiyi yansıtan başat bir anlam ağının varlığından söz etmekte ve izleyicinin bu başat anlam ağı aracılığıyla "yeğlenen" okumaya zorlandığını vurgulamaktadır. Buradan şu anlamı çıkarmak mümkündür medya karmaşık ilişkiler ağı içinde çeşitli temsiller aracılığı ile egemen ideolojiye hizmet etmektedir. Başka bir söylemle medyanın içeriğinde toplumdaki iktidar ilişkilerinin yansımalarını görmek mümkündür. Türkiye'nin ilk türbanlı kadın milletvekili olarak bilinen Merve Kavakçı hakkındaki haberlerin Hürriyet ve Yeni Şafak gazetelerindeki sunumunu incelen bir araştırma bu durumu desteklemiş, gazetelerin

aynı gerçekliği farklı söylemlerle okuyucuya aktardıklarını göstermiştir (Arsan, 2004, s.151). Arsan'a (2004, s.180) göre, medyanın simgeler yaratma, bilgi/anlam üretme ve durumları tanımlama gücü tarafsız bir güç değildir.

Basının özellikle gelişen enformasyon ve iletişim teknolojileriyle birlikte toplumsallaşma ve kanaat oluşumu süreçlerine katkısıyla önemi daha da artmıştır. Bu nedenle medya çoğu kez farklı kimliklerin temsil edilme biçimleri konusunda gerek bilimsel araştırmaların gerekse temsil ettikleri kişi ya da grupların odak noktası olmuştur.

Basında toplumsal cinsiyet kimlikleri doğrultusunda temsil sorununu en fazla yaşayan kitlelerden biri de kadınlardır. Çoğu kez kadınların medyada kullanılan dilde, fotoğraflarda, haber kaynaklarında yanlış/eksik temsiliyle hakları ihlal edilmektedir.

Bu konuda yapılan araştırmalar da kadının medyada eksik/çarpık temsilini ve bu temsilde gazetelerin yayın politikalarına yansıyan egemen ideolojinin etkisini kanıtlar niteliktedir. Aysun Öz'ün "Haberde Kadına Yer Veriliş" adlı araştırmasında üç gazetenin (Sabah, Hürriyet ve Yeni Şafak) Nisan-Haziran 2002 dönemlerinde haberlerin kadına yer verilişini incelenmiş ve şu sonuçlar çıkmıştır:

- "Yeni Şafak gazetesinde haberde kullanılan kadın, ağlayan, kocasına yardımcı olmaya çalışan, fedakâr anne rolündeki kadındır. Fotoğraflarda genellikle türbanlı kadınlar kullanılmakta, kadınların açık giyinmiş olmamalarına dikkat edilmektedir.
- Cumhuriyet gazetesi kadının cinsel kimliğini pek ön plana çıkarmamakta, kadın vücudu fotoğraflarla bir haber değeri taşıdıça kullanılmakta, sanat sayfalarında kadın haberlerine özellikle de başarılı kadın sanatçı portresine yer verilmektedir.
- Sabah gazetesi kadın vücudunun görsel çekiciliğinden faydalanarak haberlerini okutma ve çok satma amacını gütmektedir. Birinci sayfada yer alan haber ve ek yayınların anonsunda hep mayolu ve erotik kadın fotoğrafları, üçüncü sayfada ise tecavüz haberleri ve aldatan eş gibi polis

adliye haberlerinde ağlayan kadın fotoğrafları kullanılmıştır.” (Aktaran: İnceoğlu ve Korkmaz, 2002, s.47).

Görüldüğü gibi, gazetelerde kadın yine ya cinselliğiyle ya da kadına biçilen geleneksel rollere uygun biçimde yer almıştır. Ayrıca gazetelerin politik yaklaşımları kadını sunma biçimlerinde etkili olmuştur.

Simone de Beauvoir “kadın doğulmaz, kadın olunur” derken, cinsiyetin yalnızca biyolojik değil toplumsal bağlamı olduğunu ve kadınlığı, insanın doğarken değil sonradan öğrendiğini anlatmaktadır. Araştırmanın problem bölümünde de değinildiği üzere, toplumsal cinsiyet olarak adlandırılan olguda bireyin cinsiyetini öğrenmesinde ait olduğu kültür ve çevresel unsurlar büyük önem taşımaktadır. Bahsedilen çevresel unsurlardan en önemlilerinden biri de medyadır. Mora’ya (www.dorduncukuvvetmedya.com) göre anaakım neo-liberal medya, var olan feodal değerleri olduğu gibi kabul ederek, sorgulamadan yeniden üreterek, erkek egemen ideolojinin toplumsal yaşamda sürmesine katkıda bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları ile dayatılan kadın imajı, toplumda kadına yüklenen rollerle özdeşdir. Bu rol ya iyi eş, iyi anne, iyi ev kadını ya da şiddet mağduru, cinsel obje olarak tanımlanmaktadır.

Çalışmanın önceki bölümlerinde medyanın toplumsal ve kültürel bağlamdan soyutlanamayacağına altı çizilmiştir. Ekonomi-politik gelişmeler kadar o toplumun kültürel yapısı da bir ülkenin medyasını etkilemektedir. Söz konusu çalışma alanı Türkiye ve “Türkiye’de kadın” olduğunda ataerkil bir yapının izlerini görmek kaçınılmazdır. Medyada kadınlara erkek egemen bir bakış açısıyla bakıldığı düşüncesini destekleyen Özkan’a (www.dergibi.com) göre kadın, medyada ülkenin siyasi-ekonomik-kültürel gündeminden, üretiminden soyutlanmış olarak makyaj, giyim-kuşam dışında hiçbir derdi olmayan bir halde gösterilmektedir.

Belirli bir kültürel atmosfere doğan ve ait olduğu kültürde yoğrulan medya da kendi gücüyle toplumu etkilemekte, olaylara bakış açısını şekillendirebilmektedir. Anaakım neo-liberal medya kadınlığa ilişkin normları toplumsal değer yargılarından bağımsız

olarak yaratmamakta; ancak kadın ve erkeği basmakalıp imgeler biçiminde defalarca yeniden üretmek suretiyle bu normları pekiştirmektedir (Şimşek, 2000, s.1). Medyada kadın temsili konusuna değinmeden önce bu noktada medyanın olası etkileri konusunu biraz açmak gerekmektedir.

1.1.2.2. Yazılı Basının Toplum Üzerindeki Etkileri

Bu bölüme bir saptamayla başlamakta yarar var: Medya çalışmaları içerisinde son derece karmaşık bir alan olan “medyanın etkileri” sorunsalı bu araştırmanın kapsamı dışında yer almaktadır. Ancak gazete içeriklerinden elde edilen verilerin çözümlenmesine dayanan çalışmanın veri analizi aşamasında, yaygın basında başvurulan mevcut temsil stratejilerinin neden önemsenmesi gerektiği sorusuna yanıt ararken medya içeriklerinin toplumsal yansımalarını tümüyle göz ardı etmek olanaklı gözükmemektedir. Benzer biçimde popüler kültüre ilişkin temel yaklaşımlara değinilmesi de hem toplumsal rızanın inşası, hem de basın-magazinel içerikler-izleyici/okuyucu ilişkisinin anlaşılabilmesi için önem taşımaktadır.

Gelişen teknolojiyle birlikte bireylerarası olmaktan çıkan ve kitleler arasına dönüşen iletişim biçimi kitle iletişimi kavramını ortaya çıkarmıştır. Kitle iletişiminin ortaya çıkışının temelde iki önemli nedeni bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; toplumun genel olarak belirli bir teknolojik düzeye ulaşması, ikincisi ise; bu üretilen ürünü alabilecek geniş bir kitlenin varlığıdır. Kitle iletişimi, çeşitli türdeki mesajların, büyük ve dağınık bir kitleye bu amaç için geliştirilmiş araçlar kullanılarak iletilmesi olarak tanımlanabilmektedir (Işık, 2002, s.16). İletilerin kitlesele üretim ve dağıtımını gerçekleştiren araçlara da kitle iletişim araçları ya da araştırmada sıkça kullanıldığı gibi medya denilmektedir.

Yazılı basının, en genel işlevleri anlamında, topluma haber, bilgi ve eğlence sunarak çeşitli konu ve olaylar hakkında toplumu haberdar etmekte ve belirli kanaatlerin yayılmasını sağlayarak toplumdaki çeşitli görüşlerin ifade edilebilmesine, dolayısıyla kamuoyunun oluşmasına –ya da kimi zaman oluşmamasına- katkıda bulunmakta; var olan kamuoyunun sesinin duyurulmasını sağlamaya çalışmaktadır.

İdealize edilmiş haliyle yazılı basına atfedilen görev, toplumda belli bir kesimin görüş, düşünce ve kanaatlerini kamuoyuna empoze etmek ve dolayısıyla kamuoyunu bu doğrultuda yönlendirmek değil, toplumu bilgilendirerek kamuoyunun özgürce oluşumuna katkı sağlamaktır (Işık, 2002, s.75). Ancak medyanın bu görevini ne neredede başarıyla yerine getirdiği, medya kavramının ortaya çıktığı günden bu yana tartışılmaktadır.

1930'ların sonuna kadar süren araştırmalarda iletişim araçları görüş ve inançları biçimlendiren, yaşam alışkanlıklarını değiştirebilen, davranışların yönlendirilmesinde etkin olan hatta siyasal sistemleri belirleyebilen önemli bir güç olarak değerlendirilmiştir (Türkoğlu, 2004, s.102). Medyanın toplum üzerindeki etkileri konusunda ortaya atılan ilk kuramlardan biri "Mermi Kuramı"dır. "Hipodermik İğne Kuramı" ya da "Uyarı Tepki Kuramı" olarak da bilinen bu kurama göre medya mesajları insanların beynine tıpkı bir şırıngadan ilacın enjekte edilmesi gibi verilmektedir. Kişiler kitle iletişim iletilerine karşı son derece aciz, propaganda saldırısına karşı ise son derece savunmasızdılar. Eğer ileti "hedefi vurursa" arzulanan etki de gerçekleşmiş olmaktadır.

Ancak daha sonra yapılan çalışmalar bunun aşırı basitleştirilmiş bir kuram olduğunu ortaya koymuştur. Hovland, Lazarsfeld gibi araştırmacılar tarafından ortaya konan veriler "seçici algının" iletilerin etkisini azaltabileceğini göstermiştir (Severin ve Tankart, 1994, s.435). Bu göstergeler ışığında Mermi Kuramına göre daha çok kabul gören "Sınırlı Etkiler" kuramı ortaya çıkmıştır. Bu kuram; medyayı var olan bir durumun desteklenmesine yardımcı olan ancak tek başına bir durum yaratmayan bir unsur olarak nitelendirmektedir.

Neo-liberal geleneğin önemli temsilcilerinden biri olan McLuhan'a göre (1965, s.7), "mesaj aracın kendisidir". Bir iletişim eyleminde belirleyici olan şey iletilmek istenen mesajın içeriği değil, bu mesajı iletmek için kullanılan mesajın kendisidir. İnsanların ilişki ve eylem ölçülerini biçimleyen ve belirleyen şey kullanılan araçlardır (Özkök, 1985, s.163). Gerek McLuhan, gerekse neo-liberal gelenek içerisindeki diğer düşünürler tarafından, televizyona böyle bir anlam yüklenilmesinin arkasında yatan en önemli sebep, 19.yy. aydınlanma çağının bilim ve akla yüklediği anlamdır. "Bilgi, güçtür"

anlayışı, bu güce sahip olunması ile gerek bireysel gerek toplumsal sorunların çözülebileceğine olan inancı da beraberinde getirmiştir. McLuhan'a göre (2001, s.43) televizyon, insanlığı "küresel bir köy"e götürmektedir. Televizyon sayesinde dünya küçülecek, kültürler birbirine benzeyecek ve bu durum toplumlardaki sorunların çözülmesine sebep olacaktır.

Ancak, bu durum Baudrillard, Mills gibi düşünürler ile Frankfurt Okulu temsilcilerine göre bir sorun olarak görülmektedir. Çünkü böylelikle tek tek yerel kültürler yok olacak ve güçlü olan kültürün merkezde olduğu bir dünya düzeni oluşacaktır. Günümüzün bir değerlendirilmesi yapıldığında da bu tespit geçerli görünmektedir. Nitekim, günümüz dünyasında ABD kültürünün egemen olduğu, merkezde bulunduğu bir dünya düzeni söz konusudur.

II. Dünya Savaşı Almanya'sındaki rasyonel sosyalizmin insan kıyımını, kitlelerin yanlış bilinçlendirilmeye sürüklenmesinin acı sonuçlarını bizzat yaşayan Avrupalı aydınlar 1930-1940'larda Frankfurt Okulu çerçevesinde çeşitli tartışmalar başlatmışlardır (Türkoğlu, 2004, s.142). "Eleştirel Okul" olarak da adlandırılan kurama göre kültür endüstrisi kapitalist tahakkümü yaygınlaştırmak amacıyla kitle iletişim araçlarını kullanarak toplumun kültürel öğelerini metaya dönüştürmektedir ve bu sistem homojen ve araçsal aklın egemenliğinde bir kitlenin pekişmesinin en önemli sebebi olmaktadır. Kuramın en önemli temsilcileri Horkheimer ve Adorno, özel mülkiyet, rekabet ve kâra dayalı sosyo-ekonomik sistemin örgütlenişinin insanları entelektüel potansiyellerini gerçekleştirmekten alıkoymak için gelişmiş olduklarını ileri sürmektedirler. Onlara göre, insanlar endüstri ve teknolojiyi kapitalizmin kâr ve iktidarını artırmak amacıyla kullanan bir sisteme hizmet etmekte ve bu arada kendi çıkarlarını takip etmekten alıkonulmaktadır (Mutlu, 2005, s.227).

1970'li yıllarla birlikte, teknolojik gelişmelerin de etkisiyle televizyonun yaygınlaşmaya başlaması, medyanın birey ve toplum üzerinde güçlü etkiler oluşturduğu yönündeki görüşlerin yeniden ağırlık kazanmasına neden olmuştur. Bu dönemden sonra Sınırlı Etkiler kuramı yerini tekrar Güçlü Etkiler kuramına bırakmıştır. Kitle iletişim araçlarının doğrudan ve kısa vadeli etkileri olduğu yönündeki görüşler yerine araçların

birey ve toplum üzerinde dolaylı ve uzun vadeli etkilere yol açtığı şeklindeki görüşler taraftar bulmaya başlamıştır.

Medyanın kitleler üzerindeki etkisinin olumlu mu olumsuz mu olduğu yönünde pek çok fikir ortaya atılmış, pek çok tartışma yapılmıştır ancak, ortada önemli bir “etki” olduğu tartışmasıdır. Örneğin televizyon ile ilgili olarak gerçekleştirilen içerik analizleri ve kanaat-tutum araştırmaları televizyon programlarının aile, eğitim, iş, yaş ve cinsiyet, doğum ve ölüm gibi birçok toplumsal gerçeklik konusunda deforme edici etkilerinin olduğunu; programlarda sunulan mesajların toplumdaki suç işleme eğilimlerini tahrik edici ve şiddet olaylarını arttırıcı doğrultuda etki yaptığını ortaya koymuştur (Arslan, www.insanbilimleri.com).

Medyanın etkileri üzerine bir başka örnek araştırma ise yine ilginç sonuçlar ortaya çıkarmıştır. 1950-80 yılları arasında sarışın kadınların medyada daha çok yer almaya başlamasıyla sarışın kadınların daha seksi olduğu argümanı kullanılmıştır. O dönemde gerçekleştirilen başka bir çalışmada, kadınların %84’ünün erkeklerin sarışın kadınları tercih ettiğini düşündükleri, ancak görüşme yapılan erkeklerin sadece %35’inin tercihlerinin sarışınlardan yana olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Görülmektedir ki medya burada yanıltıcı bir etki yaratmış ve toplumda, öyle olmadığı halde, sarışın kadınların daha gözde olduklarına ilişkin bir algı oluşmuştur. Bu da, o dönemde moda ve güzellik sektörü (saç boyası, makyaj vb.) ürünlerine olan suni bir talep patlamasıyla sonuçlanmıştır (Aktaran: Özsoy, 2002, s.12).

Son dönem medya araştırmaların da altını çizdiği üzere medyanın toplum/birey üzerindeki etkisi dendiğinde, pasif izleyici ya da okuyucu üzerinde doğrudan bir etkiden söz edilememektedir (Morley, 1992, s.18). Medyayı tüketen birey sunulan mesajlar karşısında alternatif okumalar yapabilmekte, kimi zaman baskın söylemlerin dışına çıkan eleştirel okumalar gerçekleştirebilmektedir (Kellner, 2003, s.92). Ancak yine de yaygın medya onu tüketen bireye belirli durum tanımları sunar ve toplumsal olgular karşısında egemen normların çizgisinde başat değer yargılarını yeniden üretir. Dolayısıyla modern dünyada birey, kendine ve dünyaya ilişkin algısını önemli ölçüde kitle iletişimi araçlarından elde ettiği tanımlara/bilgilere dayandırır. Bu anlamda medyanın doğrudan değilse bile dolaylı ve merkezi bir etkisinden söz etmek olanaklıdır.

1980'li yıllarda, bütün dünyada hızla yayılan küreselleşme dalgası içerisinde çok uluslu şirketler medyaya ilişkin bu büyük gücün farkına varmışlardır. Medya; bu şirketlerin ürettikleri politikaların, mal ve hizmetin yaygınlaştırılmasında kullanılabileceği gibi, yeni değer kalıplarının toplumlarca benimsenmesi, alışkanlıklarının değiştirilmesi, yeni alışkanlıklar edinmesinde de önemli rol oynayabilecek bir 'silah'a dönüşmüştür.

Kişilik oluşumu, bilgi ve bilinç birikimine kadar tüm yaşamımızı etkisi altına alan medya gündelik hayatın önemli bir parçası haline gelmiştir. Eleştirel kuramcılar medyayı, kapitalist toplumun yeni biçimlerine rıza üretmede kullanılan kapitalist modernitenin merkezi bir parçası olarak görmektedirler. Medyada üretilen kültürle insanları bir kafa karışıklığı ve güçsüzlük duygusuyla kendi özerkliklerinden vazgeçen tüketicilere dönüştürmektedir (Mutlu, 2005, s.235).

Kendi üretim politikalarını dünya üzerinde yaymak isteyen ve tekelleşen çok uluslu şirketlerin temel dayanağı olan gelişmiş kapitalist ülkeler kendi ürettikleri fikirleri benimseyen ve yeniden üreten medyaları gözeterek, bir bakıma küresel bir medyanın ortaya çıkmasına yardımcı olmuşlardır. Eleştirel yaklaşıma göre, yöneten sınıflar, kültürel değerleri ve gelenekleri, egemen ideolojileri doğrultusunda yeni formüller dolayısıyla yansıtarak ve bir kültür yaratarak insanlara sunmuşlardır (Oktay, 2002, s.17). Bu kültür popüler kültürdür.

1.1.2.3. Popüler Kültür ve Kadın

Popüler kültür çağdaş dönemden önce de var olmuş ancak kitle toplumunun doğuşuyla birlikte 19. yüzyılda yeni işlevler üstlenmiş ve 20. yüzyıldan itibaren de yeniden tartışılmaya başlanmıştır (Ergül, 1998, s.196). Popüler kültür dendiğinde herkes tarafından ortak kabul görmüş kesin bir tanım vermek güçtür. Mutlu'ya (2005, s.313) göre bunun nedeni, popüler kültürün mekânı ve zamanı enlemesine ve boylamasına kesen, geçmişle bugünün ve yarına dair tahayyüllerin etkileştiği devasa bir araştırma alanı olmasıdır.

Muketji ve Schudson'a göre popüler kültür kökleri yerel geleneklerde bulunan halk inançlarını, pratikleri ve bunların örgütlendiği nesnelere dile getiren bir kültürdür

(Mutlu, 2005, s.313). Hall'a göre ise popüler kültürün ticari ve betimleyici olmak üzere iki temel tanımı vardır. Ticari tanım, yaygın olan, tüketilen beğenilen kültürdür. 19. yüzyıl sonundan itibaren gelişmiş kapitalist ülkelerde kitlesel üretim koşullarının ortaya çıkmasıyla birlikte oluşan kitle toplumuna ait bir kültürdür. Betimleyici tanıma göre ise popüler kültür halka ait olan, halkın yapmış olduğu her şeydir (Aktaran: Özbek, 1994, s.81).

Popüler kültürün en yaygın tanımlarından birisi de bir ucu Frankfurt Okulu'na dayanan ve daha çok ekonomi-politikçilerin benimsediği halk ya da halkın dışında ya da üstünde yer alanlar tarafından halk için üretilen her şeydir tanımıdır (Alemdar ve Erdoğan, 1994, s.110). Bu tanımda yer alan "halkın üstünde yer alanlar" cümlesiyle bir üst kültürün de varlığından söz edilmektedir ki bu popüler kültürü üst kültürden ayıran bir anlayışı göstermektedir. Oysaki popüler kültür yüksek kültüre karşıt bir kültür olmaktan ziyade yüksek kültürle etkileşim içindeki bir kültürdür (Mutlu, 2005, s.313).

Popüler kültürün olumlu ve olumsuz yaklaşımlarla farklı tanımlanabilen bir kavram olması popüler kültür ve kadın ilişkisi anlamında incelendiğinde de aynı şekilde farklı bakış açılarını içermektedir. Tania Modleski, Janice Radway ve Ien Ang gibi feminist eleştirmenler yaptıkları araştırmalar sonucunda bu konuda olumlu yaklaşımlar öne sürmüşlerdir. Kadın izleyicinin/okurun popüler kültür ürünlerinden nasıl ve niçin haz aldıklarını araştıran bu eleştirmenler, ataerkil toplumsal sistemi yeniden üretmekten başka bir işe yaramamakla suçlanan bu ürünlerin kadınlar açısından özgürleşme ve mevcut sistemi dönüştürme potansiyelinin farkına varmışlardır (İrvan ve Binark, 1995, s.8).

Popüler kültür ve kadın ilişkisi dendiğinde kadın temel olarak iki rolde karşımıza çıkmaktadır. Birincisi bir üst paragrafta belirtildiği gibi popüler kültürle görece daha olumlu bir alışveriş içinde olan "tüketici" konumundaki kadınlardır. İkincisi ise bu araştırmada özellikle vurgulanmak istenen noktalardan biri olan popüler kültürle birlikte "meta" haline gelmiş kadınlardır. Türkiye'de 1980'li yıllarda başlayan ve 1990'larda büyük ivme kazanan neo-liberal politikalar ve onu yarattığı popüler kültürle birlikte

basında da önemli dönüşümler olmuş, kadınlar çıplak ya da yarı çıplak bedenleriyle gazete sayfalarını süslemeye başlamıştır.

1.1.2.4. Gazetelerde Yaşanan Dönüşüm ve Kadın Bedeni

Özellikle Türkiye açısından ele alacak olursak, 1970'lerin ikinci yarısından sonra piyasada meydana gelen aşırı mal bollaması ve kitlelerin tüketim istekleri artması sonucunda kitle iletişimiyle dolaymlanan bir popüler kültürün zemini hazırlanmıştır. Popüler kültürün asıl alıcısı ve tüketicisi durumunda olan çalışan kesimlerde, küçük burjuva yaşam biçimine bir özlem ve özentî uyandırılmış, insanların tüketim ihtiyaçları tahrik edilerek bir tüketim histerisi oluşturulmuştur. Bunu sağlamanın en önemli ve birinci yolu kitle iletişim araçları olmuştur (Oktay, 1993, s.17).

Gelişen teknoloji, keskin rekabet koşulları ve kapitalist düzen içinde medya ayakta kalabilmenin yolunu bu düzene ayak uydurmakta bulmuştur. Basın sektöründe yaşanan mülkiyet yoğunlaşması; ticarileşme ve magazinleşme olgusunun yaygınlaşmasına neden olmuştur. Ayrıca reklâmla bağlantısı olarak tirajlara reytinglere, çapraz promosyona önem veren, kâr artışını öncelikli kılan medya mülkiyetine ilişkin yeni sahiplik yapısı, medya içeriklerinin belirlenmesinde etkin hale gelmiştir (Dağtaş, 2005, s.160).

Türkiye'de 90'lı yıllarla birlikte iyice yaygınlaşan görsellik ve yarattığı kültür tüm basına ve özellikle de gazetelere yansımıştır. Gazeteler televizyonla rekabetin yolunu promosyonlar, magazin ekleri ve büyük fotoğraf kullanımında bulmuştur. Magazin eklerinin editörleri, ön kapaklarda yer verilen çıplak ya da yarı çıplak kadın fotoğraflarının estetik bir görünüm sergilediğini savunarak; izlerkitlenin beğenilerine sunmak amacıyla, her hafta gündemde olan ya da gündem yaratacak ayrı bir kişinin fotoğrafına yer vermeye başlamışlardır (Dağtaş, 2005, s.136).

Kadın bedeninin metalaştırılarak bir pazarlama unsuru haline gelmesi özellikle de Türkiye'de ciddi bir ikilemi beraberinde getirmiştir. Türkiye'de de dinin etkisiyle örtülerek el konulmaya çalışılan kadın bedeni bu kez dergi kapaklarında veya gazete

sayfalarında tüm çıplaklığıyla verilerek, kadınlara hem kendilerini teşhir edip cazibelerini ispat etmeleri, hem de cazibelerini örtüp kendilerini ve iffetlerini korumaları mesajı verilmiştir. Uluç, Soydan ve Ankaralıgil tarafından yapılan bir araştırmada Tempo Dergisi'nin 25.11.2005, 09.12.2005, 02.12.2005 ve 13.01.2006 tarihli sayılarının kapakları incelenmiştir. Kapaklarda kadınların sadece bedenleriyle varlık gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer deyişle, bir seyirlik olarak kadının bedeni eril bakışa sunulmuştur. Kadınların nesneleştirilmesi ve "kadın= dişil cinsellik" denkleminin sürekli yinelenerek sunulması medyanın kadına eril bakışını göstermektedir ki bu bakışın kadınların dahi kendilerine bakış biçimlerini etkileyerek "kadınının kadına bakışı"nın süreç içinde "erkeğin kadına bakışı"na benzemekte olduğu ileri sürölmektedir. (Uluç, Soydan ve Ankaralıgil, 2006)

Kapitalizm ve onun yarattığı popöler kültür, kadın bedenini metalaştıarak hem erkeklere hem de kadınlara sunmuştur. Kadınlar hem tüketim kültürünün körüklenmesine bedenleriyle malzeme olmuş hem de başta moda ve güzellik olmak üzere pek çok sektörün hedefi haline gelmişlerdir. Türkiye'de de kadınlar bir yandan içinden geldikleri ataerkil kültürün etkisiyle medyada karşılaştıkları kadınları eleştirmiş bir yandan da onlara benzemeye çalışmaktan geri kalmamışlardır.

Bu noktaya kadar medya, kadın ve her iki unsura etki eden ekonomi-politik gelişmeler açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın ikinci bölümü olan "Yöntem" bölümünde yukarıda bahsedilenlerin ışında 1970, 1980, 1990 ve 2000'lerin basında kadın temsili anlamında analizi yapılmaya çalışılacak ve 1970'lerden bu yana gerçekleşen olası değışimler ortaya konmaya çalışılacaktır.

1.2. Amaç

Bu araştırmanın temel amacı, 1970'lerden 2000'li yıllara, Türkiye'de yazılı basında kadın temsilinde yaşanan değişimi saptamak ve bu değişimde Türkiye'de yaşanan ekonomi-politik değişim/dönüşümlerin basın üzerindeki yansımalarını araştırmaktır. Bu amaçla araştırmada, 1977-2007 yılları arasındaki dönemde kadın öznel gazete haberleri aşağıdaki amaçlar doğrultusunda incelenmiştir.

- Türkiye'de kadın gazetelerde nasıl temsil ediliyor?
- 1970'lerden 2000'li yıllara kadar geçen sürede kadının gazetelerde temsilinde bir değişim/dönüşüm yaşanmış mıdır?
- Türkiye'de yaşanan ekonomi-politik gelişmelerin gazetelerde kadın temsiline yansımaları nasıl olmuştur?

1.3. Önem

Medya, pek çok insan için bilgiye kısa zamanda ve zahmetsiz olarak ulaşmanın en kolay yolu olmanın yanı sıra herhangi bir konuda fikir edinmek için birincil kaynak konumundadır. Yaygın medya toplumsal olgular karşısındaki duruşunu çoğu zaman toplumdaki baskın değerlerin çizdiği perspektife göre belirlemekte ve kamuoyunun söz konusu olguya bakış açısını şekillendirebilmektedir. Hall haberciler tarafından haberleştirilmeye değer olarak tanımlanan ve halk tarafından da böyle kabul edilen umuma ait bilginin, zaman içerisinde yaratılmasından sorumlu olanın haberin ta kendisi olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre bir gazetede ki fotoğraflarla ve metinlerle temsil edilen kavramlarla dünya hakkında tanıtım bilgileri ve durum tanımları üretilmektedir (McQuail, 94: 215). O halde dünyaya ya da olaylara bakış açımızın şekillenmesinde medya "haberi sunum biçimiyle" önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle de kadının yerinin ve değerinin hâlâ tartışılmakta olduğu ataerkil toplumlarda medyada yansıtılan kadın figürü gerek kadınlar gerekse de erkekler için model olarak benimsenebilmektedir. Bu koşullarda medyadaki kadını temsili bir toplumun kadını algılama biçimi açısından son derece önemlidir.

Kadının eğitim, hukuk ve toplumsal statü anlamında ilerlemesi ve erkeklerle eşit şartlara sahip olabilmesi amacıyla Cumhuriyet döneminden itibaren önemli çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Özellikle de 1980 sonrası dönemde kadın grupları tarafından gerçekleştirilen başarılı çalışmalarla “kadın” konusuna gösterilen hassasiyet artmıştır. 1990’larla birlikte üniversitelerde kurulmaya başlayan kadın sorunlarına ilişkin araştırma merkezlerinde “kadın” sorunu birçok bilimsel araştırmaya konu olmuştur. Bu bilimsel araştırmalarla kadın sorunu farklı açılardan analiz edilmiş çözüm önerileri sunulmuştur. Ancak ne yazık ki 2008 yılını yaşadığımız günümüzde hâlâ ve ısrarla “kadın” konulu araştırmalara gereksinim vardır. Bu araştırma 1977-1987 yılları arasındaki 30 yıllık bir süreçte Türkiye’de yaşanan ekonomi-politik gelişmeler çerçevesinde kadını ele alan ve karşılaştıran bir çalışma olması nedeniyle bu konudaki alanyazına önemli bir katkı sağlayacaktır. Araştırma okuyucunun gazete sayfalarında her gün karşılaştığı kadın figürüne daha farklı bir açıdan bakmasını, bu konuda bilinçlenmesini sağlayacaktır. Araştırmanın önemini oluşturan bir başka boyutta tarihsel süreç içerisinde haberlerde kadının temsilindeki değişim ve dönüşümü ortaya çıkarmasıdır.

Bu araştırmada, cevaplanmaya çalışılan “basının kadın temsili” üzerine odaklı soruların cevapları, Türkiye’de yazılı basının “kadın” figürü altında aslında insana ve dünyaya bakış açısını anlamak açısından önemlidir. Kadınların medyayı daha bilinçli algılamaları, kullanmaları ve haklarını savunabilmeleri yönünde ışık tutacaktır.

Türkiye’de medya ve kadın konulu çalışmaların son derece sınırlı olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu araştırma aynı zamanda, gelecekte yapılacak çalışmalara kaynak olabilirliği açısından da önem taşımaktadır.

1.4. Varsayımlar

Bu çalışmanın temel varsayımları şunlardır:

- Örneklem olarak alınan gazetelerdeki kadının sunum biçiminin Türkiye genelindeki yaygın basının genel eğilimini yansıttığı varsayılmıştır.
- Araştırmada kullanılan içerik çözümleme yöntemi kadının basında temsiline ilişkin nicel verilere ulaşabilmek için geçerlidir.
- Araştırmada 1980'li yıllar; bu dönemde Türkiye'de yaşanan değişim/dönüşümlerin kadın temsili üzerindeki etkileri bakımından dönüm noktası olarak kabul edilmiştir.

1.5. Sınırlılıklar

Bu araştırmanın sınırlılıkları şunlardır:

- Bu araştırma kitle iletişim araçları içinde sadece ulusal yayın yapan gazetelerin incelenmesiyle sınırlıdır.
- Ait oldukları yılın Nisan ayı verilerine göre, en çok satan ilk 10 gazete içerisinde bulunan Hürriyet, Cumhuriyet, Tercüman, Milli Gazete ve Zaman gazetelerinin incelenmesiyle sınırlıdır.
- Gazetelerin tarandığı 1977, 1987, 1997 ve 2007 yıllarının 01-15 Nisan tarihlerindeki verilerle sınırlıdır.
- Gazeteler eklerine bakılmaksızın yalnızca ana gazetelerin taranmasıyla sınırlıdır.
- Gazetelerden elde edilen verilerin İçerik Çözümleme yöntemiyle incelenmesiyle sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Bu çalışmada bazı terimler aşağıdaki anlamlarda kullanılmıştır.

Habitus: Bu çalışmada habitus Bourdieu'nun tanımıyla kullanılmıştır. Ona göre habitus pratiği belirleyen bir katı kurallar topluluğundan ziyade, bireylerin stratejiler geliştirmelerini, yeni durumlara ayak uydurmalarını ve yeni pratikler geliştirmelerini

mümkün kılan gevşek bir kılavuzlar topluluğudur. Habitus hem toplumsal yapının ürünüdür, hem de toplumsal yapıları yeniden-üreten üretici toplumsal pratikler yapısıdır.

Çapraz Promosyon: Bir ürünün başka bir ürünle birlikte ücretsiz verilmesi anlamına gelen çapraz promosyon çalışmada, özellikle 90'lı yıllarda artan, gazetelerin tirajlarını artırmak adına çeşitli ürünleri gazeteyle birlikte dağıtmaları anlamında kullanılmıştır.

Popülizm: Popülizm, gündemdeki değer kazanmış konuların üzerinden politika yapıp çıkar elde etme davranışı, yöntemi anlamında kullanılmıştır.

Neo-Liberalizm: Çalışmada neo-liberalizm devletin ekonomiye karışmasını engelleyen liberal anlayışın daha da ötesinde, sadece ekonomik değil aynı zamanda siyasal da olan, toplumsal ve bireysel fayda yerine çok uluslu sermayedarların çıkarlarını kollayan bir anlayışı ifade etmektedir.

Depolitizasyon: Özellikle 12 Eylül 1980 darbesinden sonra Türkiye'de başta gençler olmak üzere herkesi etkisi altına alan, politikadan uzak duran, araştırmayan, sorgulamayan bir toplum anlayışı anlamındadır.

Deregülasyon: Devletin karar alanını daraltan düzenlemelerin, azaltılması veya kaldırılması, kamuya ait olduğu varsayılan iradenin özel sektöre ve sermayeye devredilmesi yönünde yapılan yasal düzenlemelerdir.

İthal ikameci ekonomi: Araştırmada "içe dönük" sanayileşme anlamında kullanılmıştır. Yurt dışından ithal edilmek durumunda olan malların yurt içinde üretilmesini sağlayarak dışarıya bağımlılıktan kurtulmak suretiyle sanayileşmeyi öngören bir politikadır. Mal ithalatını azaltmak için ulusal sanayinin büyümesini teşvik etmeyi amaçlayan bir stratejidir.

Ekonomi-Politik: Araştırmada ekonomi-politik tanımı insanlar arasındaki üretim (ekonomik) ilişkilerini, bununla ilgili olarak, üretim araçlarının mülkiyet şekillerini,

Üretim içinde bulunan farklı toplumsal grupların durumunu ve onlar arasında varolan ilişkileri kapsayan bir anlayışı ifade etmektedir. Farklı bir tanımla; ekonomik olayların politik sonuçları ve politik gelişmelerin altındaki ekonomi yasalarını bir bütün olarak ele alan düşünce sistemidir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Modeli

Türkiye’de yaşanan ekonomi-politik yapısal değişimlere ve toplumsal yansımalarına koşut olarak gazetelerin kadına dair temsil stratejilerindeki dönüşümleri anlamak ve bu bağlamda bir tarihsel karşılaştırma yapabilmek amacıyla bu araştırmada genel tarama modeli kullanılmıştır. Genel tarama modeli, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir (Karasar, 1998, s.79). Tarama modeliyle var olan bir durumun olduğu gibi betimlenebilmesi amaçlanmaktadır (Karasar, 2005, s.34).

Bu araştırmada gazetelerde kadın temsiliinde 1970’lerden 2000’lere bir karşılaştırma yapabilmek ve elde edilen verileri ortaya koyabilmek adına yazılı basından bir örneklem seçilmiştir. Seçilen örneklem dâhilinde elde edilen tüm haberlere içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi, sosyal gerçeğin yazılı/açık içerik özelliklerinden yazılı/açık olmayan içerik özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntemdir (Gökçe, 1994, s.24). Fiske’e (2003, s.176) göre ise bu yöntem iletilerin açık, aşikâr içeriğinin nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklamasını yapabilmek amacıyla kullanılmaktadır.

İçerik çözümlemesi uygulama basamakları konusunda Hansen vd. şu altı basamaklı uygulama yöntemini tanımlamışlardır (Hansen ve diğerleri 1998, s.98).

- Araştırma probleminin tanımlanması,
- İncelenecek içeriğin ya da örneklemin belirlenmesi,
- Analitik kategorilerin belirlenmesi,
- Kodlama şablonunun oluşturulması,
- Şablonun ön denemesi ve güvenilirliğinin test edilmesi,
- Verilerin toplanması ve analiz edilmesi

Bu basamaklar dikkate alınarak bu araştırmada problem tanımlanmış, amacı ortaya koymaya yönelik evreni temsil edebilecek örneklem belirlenmiş ve örneklem üzerinde içerik analizi uygulayabilmek için kodlama formu oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan kodlama cetveli Ek 1’de sunulmaktadır.

2.2. Evren ve Örneklem

Araştırma 1970’lerden araştırmanın yapıldığı 2008’e kadar yaklaşık 38 yıllık bir dönemi kapsamaktadır. Kadınların basında nasıl temsil edildiğini açığa çıkarmak için haber konularının ve yayımlandıkları sayfaların önemli bir ölçüt olması nedeniyle gazetelerde konu ve sayfa ayırımı da yapılmamıştır. Bu nedenle 38 yıllık bir süre ve bu sürede yayınlanmış tüm gazeteler bu çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Ancak tüm evrene ulaşmanın zaman, maliyet ve kontrol güçlükleri göz önüne alındığında araştırma evreni temsil ettiği düşünölen bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın genelleneceği gazeteler ve zaman aralığı örneklem kuramı ilkeleri göz önünde bulundurularak belirlenmiştir.

Yukarıda bahsedildiği üzere araştırma uzun bir zaman dilimini kapsamaktadır. Bu nedenle araştırmanın yapılacağı süre belirlenirken sistematik rastlantısal örneklem yöntemi kullanılarak iki aşamalı olarak hareket edilmiştir. 1970’lerden günümüze dediğimizde 10’ar yıllık süreçlerden oluşan 4 dönem karşımıza çıkmıştır. 70’li yıllar, 80’li yıllar, 90’lı yıllar ve 2000’li yıllar. Birinci aşamada bu 10’ar yıllık 4 dönemin, her birini temsil edecek bir yıl belirlenmiştir. Bunun için başlangıç noktası olarak, araştırmanın yapıldığı 2008 yılına en yakın yıl olan 2007 yılı alınmıştır. Böylelikle geçmişle günümüz arasında karşılaştırma yapabilecek en sağlıklı verilere ulaşabilmek amaçlanmıştır. 2007 yılından 10’ar yıl geri gidildiğinde 1977, 1987 ve 1997 yılı araştırmanın yapılacağı zaman aralıklarını oluşturmuştur. İkinci aşamada ise bu 4 yılın her birinden bir ay seçilmiştir. Kadına ilişkin görece objektif (olası sapmalardan etkilenmeyecek) veriler elde edebilmek amacıyla özellikle anneler günü, kadınlar günü, sevgililer günü, yılbaşı gibi kadına dair haberlerin ve kadına yönelik tüketim alışkanlıklarının ivmelendiği özel tarihlerin bulunduğu aylar kapsam dışı bırakılmıştır. Ocak, şubat, Mart, Mayıs ile gazetelerin görece daha magazineller haberlere yöneldiği ve

haber konusu bulmada sıkıntıların yaşandığı yaz ayları olan Haziran Temmuz, Ağustos çıkarılınca geriye kalan aylar için bir kura torbası oluşturulmuş ve çekilen kura yoluyla Nisan ayı belirlenmiştir.

Araştırmada taranacak gazeteler seçilirken ise amaçlı örneklem yöntemi temel alınmıştır. Amaçlı örneklem, önceden belirlenmiş ve tanımlanmış amaca uygun birimlerin inceleme için seçilmesi anlamına gelmektedir. Bu örneklem yönteminde öncelikle seçim için önemli olduğu düşünülen ölçütler belirlenmekte, bu ölçütleri içeren bir örneklem grubunun evreni bütün nitelikleri ile temsil ettiği düşünülmektedir (Tavşancıl ve Aslan, 2001:56). Araştırmada taranacak gazeteler belirlenirken 1) ait oldukları yılın Nisan ayı içinde en yüksek tiraja sahip, 2) farklı sermaye gruplarına ait ve 3) farklı yayın politikası bulunan 3 gazete seçilmiştir. Basın ve İlan Kurumun'dan alınan veriler çerçevesinde ve yukarıda bahsedilen ölçütler dikkate alınarak,

1977 yılı Nisan ayında; Hürriyet, Cumhuriyet, Milli Gazete

1987 yılı Nisan ayında; Hürriyet, Cumhuriyet, Tercüman

1997 yılı Nisan ayında; Hürriyet, Cumhuriyet, Zaman

2007 yılı Nisan ayında; Hürriyet, Cumhuriyet, Zaman gazeteleri örneklem olarak belirlenmiştir. Örneklemen belirlenmesinde kullanılan, Basın İlan Kurumu'ndan alınan yıllara ait tiraj raporu Ek-2'de verilmiştir.

Hürriyet ve Cumhuriyet gazeteleri, 4 dönem için de örneklem seçilmiştir. Bu iki gazetenin her dönemde seçilmesinin temel nedeni 1977'den beri varlığını sürdüren, kamuoyu oluşumunda ve siyasi tartışmaların şekillenmesinde etkili, diğer gazetelerle karşılaştırıldığında yayın politikalarında ve siyasi tutumlarında radikal dönüşümlerin yaşanmadığı iki gazete olmalarıdır. Bununla birlikte, aynı gazetenin 10'ar yıllık aralıklarla taranmasının geçtiğimiz 38 yıllık dönemde yaşanan olaylar ve bunların kadın temsiline yansımaları daha açık biçimde ortaya çıkaracağı düşünülmüştür.

Hürriyet gazetesi görece daha liberal¹, popülist bir çizgideyken, Cumhuriyet gazetesi farklı dönemlerde belirli dalgalanmalar geçirmekle birlikte, kurulduğu günden itibaren ulusal sol çizgide, Atatürkçü/Kemalist, bir anlayışı benimsemiştir. Cumhuriyet gazetesi 2007 Nisan verilerinde en çok tiraja sahip ilk 10 gazete içinde bulunmamasına rağmen, köklü tarihi, politik tartışma ortamında dile getirilen argümanların belirlenmesindeki yeri göz önüne alındığında eşdeğerde bir başka gazete bulunamaması nedeniyle araştırma kapsamına alınmıştır. Muhafazakâr profili temsil edecek gazete seçiminde ise 1977 yılından beri varlığını aynı çizgide ve aynı isimde aralıksız sürdüren bir gazete bulunamamıştır. Bu nedenle 1977 yılı için Milli Gazete, 1987 yılı için Tercüman, 1997 ve 2007 yılları için de bu dönemde önemli bir tiraj atağı yapan ve Türkiye’de Fethullah Gülen cemaati olarak bilinen en büyük cemaatin desteklediği Zaman gazeteleri seçilmiştir. Bu noktada çalışma kapsamına alınan gazeteler hakkında kısaca bilgi vermek uygun olacaktır.

2.2.1. Cumhuriyet

Cumhuriyet gazetesinin isim babası Atatürk'tür. O dönemde Yeni Gün’ü yayımlamakta olan Yunus Nadi, 7 Mayıs 1924'te iki ortakla birlikte Cumhuriyet gazetesini kurmuştur (İnuğur, 1992, s.64) Hüseyin Cahit Yalçın'ın *Tanin*'i, Velid Ebüzziya'nın *Tasvir-i Efkâr*'ı, Ahmet Emin Yalman'ın *Vatan*'ına karşı yayına başlayan Cumhuriyet o zaman için 1 milyona yakın nüfuslu şehirde 7 bin adet satılmıştır. On yıl sonra tirajı 25 bine, 1939'da 62 bine çıkmıştır. 28 Haziran 1945'de Yunus Nadi'nin vefatıyla birlikte Cumhuriyet gazetesi Cumhuriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'ne geçmiştir (www.wikipedia.org).

İlk sayıda gazetenin amacı “Cumhuriyet’in temsilcisi ve koruyucusu, demokrasinin savunucusu” şeklinde tanımlanmıştır (İnuğur, 1992, s.69). Türk basın tarihinde fikir gazeteciliğinin önde gelen temsilcilerinden olan gazete, Atatürk’ün gerçekleştirdiği

¹ Hürriyet’i tanımlamada kullanılan “liberal” kavramı, Batılı, Aglo-sakson dünyadaki karşılığıyla, farklılıkların benimsendiği bir toplumsallığı destekleyen, özgürlükçü bir demokrasiyi ve dolayısıyla bu amaca ulaşmada atılacak politik adımları savunan ve bu konuda kamuoyu yaratılmasına katkıda bulunmayı ilke edinen bir anlayışı çağırıyor olabilir. Ancak bu çalışmada Hürriyet gazetesinin liberal olarak tanımlanmasındaki temel neden, neo-liberal ekonominin kurallarının ekonomik yapıda baskın olması gerektiğine inanan, piyasa koşullarını rekabetin belirlemesi gerektiğini savunan, kapitalist ve popülist bir çizginin gazetenin yayın politikası içindeki yeridir.

devrimlerin de savunucusu olmuştur (İnuğur, 1992, s.70). 1960'lardan itibaren yayın politikalarında sol eğilimlerle dikkati çeken Cumhuriyet, halen ulusal sol çizgide, laik, Atatürkçü okurlara seslenen niteliğini sürdürmektedir (Atabek, 1997, s.164).

2.2.2. Hürriyet

1948'de kurulan Hürriyet gazetesi uzun yıllar Türkiye'nin en yüksek tirajlı gazetesi olmuştur (Topuz, 1996, s.171). Daha sonra Yeni Sabah, Günaydın gibi bazı gazeteler Hürriyetle rekabet etmeye başlamış, bu gelişmeler sırasında Hürriyet Holding kurulmuştur. Türk basınında ilk oluşturulan holding Erol Simavi, Belma Simavi, Melek Simavi ve Sedat Simavi'nin ortaklaşa kurdukları Hürriyet Holding A.Ş. olmuştur. 1993'te hisselerinin yüzde 25'inin İktisat Bankası ile Show TV'nin sahibi Erol Aksoy'a satılmasının ardından, 1994 Temmuz'unda Holding'in tümü Aydın Doğan'ın eline geçmiştir (Topuz, 1996, s.171).

Hürriyet özellikle 80'li yılların yükselen gazetelerinden biri olmuştur. 12 Eylül 1980 askeri müdahalesinden sonra pek çok gazete okuyucu kaybederken Hürriyet satışını attırmıştır. Çok sayıda kısa haberler ve büyük çarpıcı fotoğraflarla tanınan gazete aynı zamanda dönemin en yüksek ilan alma potansiyeline sahip gazetesi olmuştur. Hürriyet fotoroman alanında arabesk kültürün yayılmasında da önemli rol oynayan gazetelerden biridir (Çalışlar, 2006, s.41). Gündüz'e (1996, s.97) göre gazete, siyasi yaklaşım olarak ortanın biraz sağında, neo-liberal ekonomiyi savunan, popülist bir kitle gazetesidir.

2.2.3. Tercüman

Tercüman 1954'de Semih Tanca, Cemal Hünelp ve İzzet Oruz adlı üç işadının girişimiyle çıkartılmıştır (Topuz, 1996, s.163). Dinsel haberlerle gazetenin tirajı 160 bine ulaşmıştır. Gazete daha sonra Nihat Karavelli'ye 1961 yılında da Ragıp Kutman'a geçmiştir. Gazetecilikle hiçbir ilgisi olmayan bir işadamı olan Ragıp Kutman gazeteyi bir sıçrama noktası olarak kullanmayı hedeflemiştir. 27 Mayıs askeri müdahalesinden sonra çalışanların patrona karşı direniş göstermeleri ve haklı bulunmalarıyla gazete yönetimi çalışanlara geçmiştir. Bu olaydan sonra gazeteyi satın alan Kemal Ilıcak

gazetenin başına geçmiş kısa sürede işleri büyüterek farklı sektörlerle de el atmıştır. Tercüman önce Adalet Partisi'nin (AP) sonra da Doğru Yol Partisi'nin (DYP) ve özellikle de Süleyman Demirel'in yanında yer alan bir yayın organı olmuştur (Topuz, 1996, s.163).

Kemal Ilıcak'ın giriştiği büyük ve kapsamlı ticari yatırımlar ve ANAP iktidarından kredi alınamaması gazeteyi finans sıkıntısına sokmuştur. (Koloğlu, 1992, s.91) 1993 yılında yaşanan ve "İlksan olayı" adı verilen bir yolsuzluk dosyasına adı karışan ve SSK borçları giderek artan gazete 09 Nisan 1993'de Kemal Ilıcak'ın geçirdiği kalp kriziyle ölmesinin ardından kapanmıştır (Topuz, 1996, s.164). 1994'te Sedat Çolak'a satılan Tercüman'ın isim haklarını daha sonra Kemal Ilıcak'ın oğlu Mehmet Ali Ilıcak almıştır. Ancak yine mali krize giren gazete, okurlarına söz verdiği promosyonları veremeyince, 1997 yılında Ilıcak ailesi, gazetenin isim haklarını Çukurova Holding'e satmıştır. Buna karşılık, gazete üzerindeki hak iddiasını devam ettiren Ilıcaklar, "Dünden Bugüne Tercüman" adında bir başka gazete çıkarmaya başlamışlardır. 2005 yılında mahkeme kararıyla Tercüman'ın isim haklarının Çukurova Holding'e geçtiği tescil edilmiştir (www.wikipedia.org).

Tercüman, 80'li yılların başında muhafazakâr ve sağ eğilimli kesime hitap eden az sayıdaki gazeteden biri olmuştur. Gazete, milliyetçi ve muhafazakâr yayınlarıyla büyük tiraj sağlamıştır. O zamanlar yayın müdürlüğünü Güneri Civaoglu'nun yaptığı gazetede Yavuz Donat, Ahmet Kabaklı, Rauf Tamer gibi isimler köşe yazarlığı yapmıştır. (Çalışlar, 2006, s.22)

2.2.4. Zaman

Gazetelerin yeniden İslami medyanın merkezi haline gelmesinde 3 Kasım 1986'da Ankara'da yayına başlayan Zaman gazetesinin önemli bir payı olmuştur. Fehmi Kuru yönetimindeki gazete, habercilik konusunda maddi imkânlarının sınırlı olması nedeniyle çok başarılı olamamıştır (Çakır, 2003, s.286).

Bu dönemde genç İslamcı kanı önderleri tarafından yönlendirilen kadın, bilim ve teknoloji, eğitim, cinsellik gibi konuların özgürce tartışıldığı sayfalar radikal İslamcı grupları tedirgin etmiştir. Gazetenin bu halinin ömrü yaklaşık 1 yıl sürmüştür. Gazetenin önce Mehmet Şevket Eygi'ye ardından da Fethullah Gülen cemaatine satılmasının ardından Zaman, geleneksel İslamcı bir çizgiye doğru kaymıştır. (Çakır, 2003, s.286). Gazetenin 2001 yılında 200 binlerde olan tirajı 2006 yılı sonuna gelindiğinde ortalama 630 binlere çıkmış ve Zaman, Türkiye'nin en yüksek tirajlı gazetelerinden biri haline gelmiştir 21-27 Temmuz 2008 verilerine göre Zaman 699 bine ulaşan tirajıyla Türkiye'de birinci gazete konumuna yükselmiştir (Bkz: www.dorduncukuvvetmedya.com).

Zaman gazetesinin araştırma kapsamında incelenen dönemlerden biri olan 2007 yılında iktidarda olan Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ile yakın ilişkisi bulunmaktadır. Zaman AKP hükümetinin Avrupa Birliği (AB) politikalarını sonuna kadar desteklerken ve görece daha neo-liberal/özgürlükçü bir İslami yaşam biçimini benimsemektedir (Ergül, www.eca.usp.br).

2.2.5. Milli Gazete

Ekim 1972 yılında İstanbul'da yayın hayatına başlayan gazete Milli Gazete, Milli Görüş hareketinin yayın organı olmuştur. Yeni Neşriyat AŞ Adına Ömer Yüksel Özek 'in sahibi olduğu gazete süreç içinde -Necmettin Erbakan ekseninde- Refah Partisi, Fazilet Partisi ve Saadet Partisi'ne yakınlığı ile bilinmektedir. Milli Gazete, Zaman gazetesinin aksine AB ve Batı uygarlığına kategorik olarak karşı çıkmakta, Batı'nın Avrupa kültürünün Türkiye toplumunun ve İslamın temel değerlerini erozyona uğrattığını savunmaktadır (Ergül, www.eca.usp.br).

Ortalama günlük satışlarını 2004 yılına kadar 14-15 binli rakamlarda sürdüren gazetenin 2005'te haftalık ortalaması 55 bin olmuştur (bkz: www.sodev.org.tr).

2.3. Veriler ve Toplanması

1977 – 2007 yılları arasında Türkiye’de yaşanan ekonomi-politik olaylar ve bunlara koşut olarak yazılı basında kadın temsilinde yaşanan değişimleri ortaya koyabilmek için öncelikle ilgili alanyazın taranmış ve problem bölümünde ortaya konulmuştur. Daha sonra Evren ve Örneklem bölümünde tanımlandığı biçimde seçilen gazeteler 15 günlük süre boyunca sayfa ayrımı yapılmaksızın taranmış ve rastlanan kadın özneli tüm haberlere içerik çözümlemesi uygulanmıştır. Bulgular, içerik çözümleme ilkeleri çerçevesinde hazırlanan kodlama cetveline araştırmacı tarafından kodlanmıştır.

2.3.1 Kodlama Formunun Oluşturulması

İçerik analizi yöntemiyle gerçekleştirilen araştırmalarda veri toplama yöntemlerinden biri olan ve anketi andıran kodlama formları oluşturularak ilgili metinlere uygulanmaktadır. Bu araştırmada söz konusu gazeteler taranırken kadın özneli/kadını merkeze alan haberler seçilmiş ve her haber ayrı ayrı kodlama formuna işlenmiştir. Form oluşturulurken araştırmanın amacını oluşturan soruların cevaplanmasına öncelik verilmiştir.

Kodlama formu oluşturulurken daha önce habere yönelik içerik analizi yöntemiyle yapılmış çalışmaların kodlama formlarında yer alan unsurlar da dikkate alınmıştır. Bu anlamda Tufan Özsoy’un (2006, s. 69) “Türk Dergi Reklamlarında Kadın İmgesi Kullanımı”, Coşkun Halıcı’nın (2007, s.136) “Gazete Haberlerinde Kadına Yönelik Şiddet” ve İlkcan Nefesoğlu Yüksel’in (2005, s.107) “Bireysel Emeklilik Sisteminin Basında Sunumu” isimli çalışmalarında kullandıkları kodlama formlarından yararlanılmıştır. Oluşturulan forma kodlama yapılmadan önce öntest uygulanmıştır.

Formda Şu sorulara yer verilmiştir:

- İncelenen gazetenin adı nedir?
- İncelenen gazetenin tarihi nedir?
- Haberin yer aldığı sayfa numarası nedir?
- Haberin sayısı nedir?
- Haberin başlığı nedir?
- Haberin konusu nedir?
- Haber hangi gazete yazı türünde verilmiştir?
- Haberin sayfadaki konumu nedir?
- Haberin büyüklüğü nedir?
- Haberde kadın hangi mesleklerde sunulmuştur?
- Haberde kadın hangi toplumsal rollerde sunulmuştur?
- Haberde fotoğraf kullanımı var mı?
- Varsa, fotoğrafta kadın hangi giysilerle sunuluyor?
- Kadının haber metnindeki rolü nedir?
- Haberde kadının sesi veya sözü kullanılmış mı?
- Kullanılmışsa, doğrudan mı dolaylı mı alıntı yapılmış?

2.3.2. Kodlama Formunun Açıklaması ve Verilerin Kodlanması

Tüm veriler araŐtırmacının kendisi tarafından kodlanmıştır; bu nedenle herhangi bir kodlayıcı eğitime gerek görülmemiştir. Kodlama formunda yer alan tüm soruların açıklamaları ve kodlama bilgileri aşağıda verilmiştir.

1. İncelenen gazetenin adı nedir?

Araştırma kapsamındaki tüm gazetelere birer numara verilmiştir. Hürriyet için “1”, Cumhuriyet için “2”, Tercüman için “3”, Milli Gazete için “4” ve Zaman gazetesi için “5” numarası kodlanmıştır.

2. İncelenen gazetenin tarihi nedir?

İncelenen gazetenin tarihi gün, ay ve yıl olarak yazılmıştır.

3. Haberin yer aldığı sayfa numarası nedir?

Gazeteler için sayfalar önem sıralamasına ve konu sıralamasına göre değişen özellikler taşımaktadır. Birinci sayfalarda daha önemli haberler yer alırken, genellikle 3. sayfalar adliye, orta sayfalar ekonomi, arka sayfalarda spor haberlerine ayrılır. Kadına yönelik haberlerin yoğunluğunun daha çok hangi sayfalarda yer aldığı araştırmada cevaplanmak istenen sorulardan biridir. Bu nedenle haberin yer aldığı sayfa numarası ilgili satıra yazılmıştır.

4. Haberin numarası nedir?

Her gazetede, taranan dönemde (örn:01-15 Nisan arası Hürriyet) rastlanan her habere 1’den başlayarak bir numara verilmiştir. Böylelikle her dönemin sonunda toplam kaç habere rastlandığı daha açık görülebilmektedir.

5. Haberin başlığı nedir?

İncelenen haberin başlığı ilgili satıra gazetede yer aldığı şekilde yazılmıştır.

6. Haberin konusu nedir?

Kadınların daha çok ne tür haberlere konu olduğunu anlayabilmek adına konu başlıkları kategorilendirilerek her birine bir numara verilmiştir. Buna göre;

1. Şiddet (Cinayet, tecavüz, dayak)
2. Kaza
3. Kadın Hakları
4. Sosyal Yardım
5. Magazin

6. Başarı
7. Duyurum-betimleyici haberler (istatistikler, vb.)
8. Kampanyalar (eğitim, beceri geliştirme, şiddete son, vb.)
9. Siyaset
10. Ekonomi
11. Hukuk
12. Eğitim
13. Spor
14. Sağlık
15. Uluslararası ilişkiler
16. Türban
17. Diğer

kategorilerinden ilgili numara kodlanmıştır. Bu kategoriler dışında bir habere rastlanması durumunda 16. konumda yer alan “Diğer” seçeneği işaretlenmiştir.

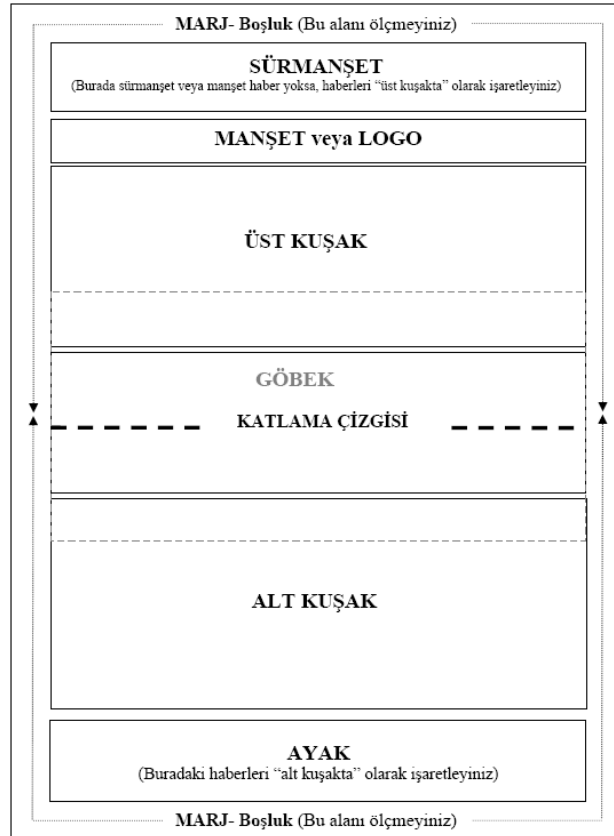
7. Haber hangi gazete yazı türünde verilmiştir?

Gazetede yalnızca haber bulunmamaktadır; köşe yazısı, araştırma- inceleme, röportaj gibi yazı türleri de mevcuttur. O nedenle araştırma sırasında gazeteler taranırken yalnızca haberlere bakılmamıştır. Tüm yazı türlerine birer kod numarası verilmiş ve haberler buna göre kodlanmıştır. Bu kategoriler dışında bir habere rastlanması durumunda “Diğer” seçeneği işaretlenmiştir. Yazı türlerinin kod numaraları şoyledir,

1. Haber
2. Röportaj
3. Köşe yazısı
4. Araştırma-İnceleme
5. Diğer

8. Haberin sayfadaki konumu nedir?

Haberin önemlilik göstergelerinden biri de sayfanın neresinde yer aldığı, başka bir deyişle konumudur. Kadın haberlerinin sayfa konumlarını belirlerken haberin önem sırasını da belirlemede kullanılan aşağıdaki konumlandırma şablonundan (Dağlı, 1995, s.165) yararlanılmıştır.



Şekil 1: Konumlandırma Şablonu

Her bir konum için bir kod numarası belirlenmiş ve haberler konumlarına göre aşağıdaki numaralarla kodlanmıştır.

1. Manşette
2. Sürmanşette
3. Göbekte
4. Alt kuşakta
5. Üst kuşakta
6. Tam sayfa

9. Haberin büyüklüğü nedir?

Haberin büyüklüğünü belirlerken aşağıdaki 6 kategori belirlenmiştir. Bu kategorilere göre numaralandırılarak kodlanmıştır.

Büyüklik kategorileri ve numaraları:

1. Tam sayfa
2. Yarım sayfa
3. Çeyrek sayfa
4. Çeyrek sayfanın yarısı
5. Spot
6. Başlık- anons

10. Haberde kadın hangi mesleklerde sunulmuştur?

Gazete haberlerinde kadınlara en çok hangi mesleklerde rastlandığı da yine kadının temsilinde en önemli unsurlardan biridir. Bu nedenle gazetelerde kadınların temsil edildikleri meslek grupları belirlenerek kategoriler oluşturulmuştur. Araştırma için sayısal olarak anlamlı veriler elde edemediğimiz, analiz potansiyeli taşımayan kategoriler “Diğer” seçeneğine kodlanmıştır. Haberde kadının mesleğine ilişkin herhangi bir bilgi bulunamamışsa “belirtilmemiş” seçeneği kodlanmıştır. Meslek kategorileri ve kod numaraları şöyledir:

1. Ev hanımı
2. Manken
3. Sanatçı
4. Politikacı
5. İş kadını
6. Bilim insanı
7. Sporcu
8. Öğrenci
9. Diğer
10. Belirtilmemiş

11. Haberde kadın hangi toplumsal rollerde sunulmuştur?

Belirli toplumsal ve kültürel bağlamlarda kişilerden beklenen geleneksel davranış kalıpları vardır. Bu davranış kalıpları toplumsal roller olarak adlandırılmaktadır. Bu anlamda toplumsal yapıda verili olan baskın rollerin öğrenilmesi ve benimsenmesinde en etkili unsurlardan biri de kuşkusuz medyadır. Bu nedenle araştırmada meslekler kadar önemli bir diğer kategori de kadının hangi toplumsal rollerde basında sunulduğudur. Bu bölüm için 8 kategori oluşturulmuştur bunlar:

1. Anne
2. Eş
3. Sevgili
4. Ünlü
5. Mağdur
6. Cinsel Objeye
7. Profesyonel
8. Sanık/suçlu
9. Diğer

sayısal olarak analiz potansiyeli taşımayanlar “Diğer” kategorisine kodlanmıştır.

12. Haberde fotoğraf kullanımı var mı?

Haberde fotoğraf kullanılmışsa “1”, kullanılmamışsa “2” kodlanmıştır.

13. Varsa, fotoğrafta kadın hangi giysilerle sunuluyor?

Türkiye’de ve dünyada yaşanan ekonomik gelişmelerle kadın bedeni bir yandan çıplaklığıyla bir pazarlama unsuru olurken, öte yandan siyasi çatışmaların malzemesi olmuş ve örtülmeye çalışılmıştır. Bu nedenle kadınların haber fotoğraflarında hangi giysiler içinde sunulduğu araştırmanın önemli sorularından birini oluşturmuştur. Kodlama formunda her kıyafet için bir kod numarası belirlenerek işaretlenmiş sayısal olarak anlamlı olmayan veriler “diğer” kategorisine alınmıştır. Fotoğrafta kadının giysisinin belli olmadığı durumlarda (Örn. sadece yüzü görünüyorsa) “anlaşılamıyor” seçeneği işaretlenmiştir. Günlük yaşamda kadınlar üzerinde sıkça karşılaşılan, çok belirgin özellikleri olmayan kıyafetler günlük kıyafet olarak işaretlenmiştir. 1970’li yıllarda kadınların günlük kıyafetlerinin bir parçası olarak geleneksel biçimde

bağlanmış başörtüsünü de kullandıkları görülmüştür. 1980’li yıllardan itibaren kadın fotoğraflarında ve haberlerde karşılaşılan ve siyasi bir sembol olarak kullanıldığı ileri sürülerek laik kesim tarafından eleştirilen tesettür ile geleneksel başörtüsü araştırma için taşıdıkları anlam bakımından iki ayrı kategori altında toplanmıştır.

Giysi kategorileri ve kod numaraları:

1. Günlük kıyafet başı açık
2. Günlük kıyafet başı örtülü
3. Takım elbise (resmi görünüş)
4. Üniforma (iş elbisesi)
5. Spor kıyafet
6. Tesettür
7. Mayo/bikini/iç çamaşırı
8. Abiye Kıyafet (tuvalet, sahne kostümü)
9. Gecelik
10. Havlu/bornoz
11. Çıplak
12. Anlaşılamıyor
13. Diğer

14. Kadının haber metnindeki rolü nedir?

Kadın haber metninde haberin öznesi ise “1”, olayın görgü tanığı olarak yer almışsa “2”, herhangi bir konuda uzman olarak yer almışsa “3” numara ile kodlanmıştır.

15. Haberde kadının sesi/sözü kullanılmış mı?

Kadının haber metninde olayla ilgili sesi veya sözünden alıntı yapılmışsa “1”, yapılmamışsa “2” kodlanmıştır.

16. Kullanılmışsa, doğrudan mı dolaylı mı alıntı yapılmış?

Haber metninde kadının sözlerinden yapılan alıntı doğrudan kadının ağzından çıktığı şekliyle yazılmışsa “1”, dolaylı olarak muhabirin ağzından yazılmışsa “2” kodlanmıştır.

2.4. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması

Araştırmada içerik analizi uygulanarak kodlama formuna işlenen veriler bir istatistik yazılımı olan SPSS kullanılarak tablolara dönüştürülmüştür. Kodlama formuna “Diğer” şikkı olarak yazılan yeni alt kategorilerden sayısal olarak anlamlı olanlar tablolara eklenmiş, anlamlı olmayanlar “Diğer” kategorisinde bırakılmıştır.

SPSS aracılığı ile verilerin frekans analizleri yapılmış, ortaya çıkan yüzdeler verilerin çözümlenmesinde kullanılmıştır.

3. BULGULAR ve YORUM

Bu bölümde, araştırmada toplanan veriler SPSS yazılımı kullanılarak tablolar haline getirilmiş ve yorumlanmıştır. Bulgular “1977”, “1987”, “1997”ve “2007” olmak üzere 4 ana başlık altında toplanmıştır.

Bu 4 ana başlık altında aynı zamanda araştırmanın temel sorularını oluşturan 13 alt başlık belirlenmiştir. Bu alt başlıklar; 1- Kadınla ilgili toplam haber sayısı, 2- Haber konuları dağılımı, 3- Sayfa numaraları dağılımı, 4- Gazete yazı türü dağılımı, 5- Haberin sayfadaki konumu, 6- Haberin büyüklüğü, 7- Kadının sunulduğu meslekler, 8- Kadının sunulduğu toplumsal roller, 9- Fotoğraf kullanımı, 10- Kadın giysileri, 11- Kadının haber metnindeki rolü 12- Kadının sesi/sözünden alıntı yapıp yapılmaması 13- Alıntı (yapılmışsa) türü olarak ayrı ayrı tüm yıllar için tablolaştırılarak veriler yorumlanmıştır.

3.1. 1977 Yılı Verileri

01–15 Nisan 1977 tarihleri arasında Hürriyet, Cumhuriyet ve Milli Gazete'nin tüm sayıları sayfa ayrımı yapılmaksızın taranmıştır. Hürriyet gazetesinde 50, Cumhuriyet gazetesinde ve Milli Gazete'de 8'er adet olmak üzere toplam 66 adet kadın öznelli habere rastlanmıştır. Rastlanan 66 haberin % 75,8 gibi büyük bir oranı Hürriyet gazetesinden elde edilmiştir. Cumhuriyet ve Milli Gazete'nin kadınlarla ilgili habere yer verme oranları eşit çıkmıştır.

Tablo1. 1977 Yılı Gazetelere Göre Haber Sayısı

1977		Haber Sayısı	Yüzde
GAZETE ADI	HURRIYET	50	75.8
	CUMHURİYET	8	12.1
	MILLI GAZETE	8	12.1
	Toplam	66	100.0

3.1.1. Haber Konuları Dağılımı

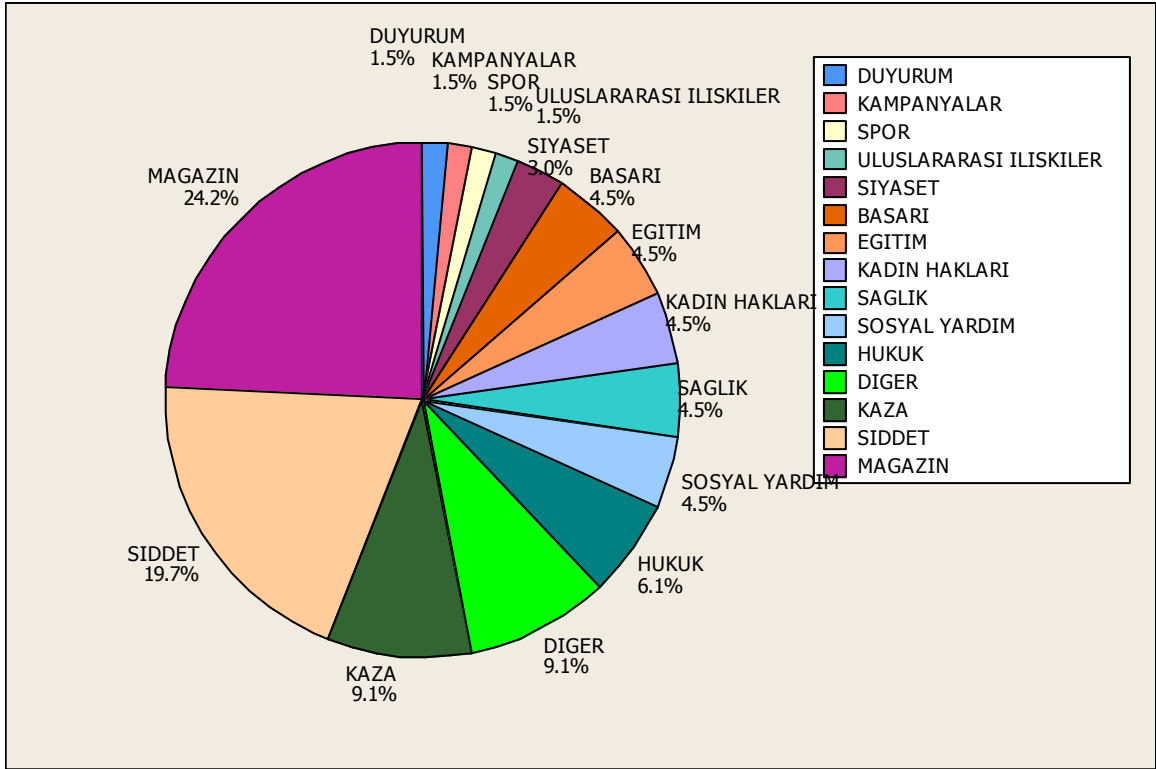
1977 yılı gazeteleri tarandığında kadınların en yoğun olarak Magazin ve Şiddet konulu haberlerde yer aldığı görülmüştür. Magazin haberleri tüm haberlerin % 24,2'sini oluştururken, tecavüz, cinayet, dayak gibi şiddet içerikli haberler kadın özneli haberlerin % 19,7'sini oluşturmaktadır.

Tablo 2. 1977 Yılı Haber Konuları Dağılımı

1977		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	MILLI GAZETE	
HABERİN KONUSU	SIDDET	11	2	0	13
	KAZA	6	0	0	6
	KADIN HAKLARI	2	0	1	3
	SOSYAL YARDIM	3	0	0	3
	MAGAZIN	12	2	2	16
	BASARI	3	0	0	3
	DUYURUM	0	0	1	1
	KAMPANYALAR	1	0	0	1
	SIYASET	2	0	0	2
	HUKUK	3	1	0	4
	EGITIM	1	2	0	3
	SPOR	1	0	0	1
	SAGLIK	2	0	1	3
	ULUSLARARASI ILISKILER	0	1	0	1
	DIGER	3	0	3	6
Toplam		50	8	8	66

Yukarıdaki tabloda diğer haber konularının oranları da görülebilmektedir. Magazin ve Şiddet haberlerini sırasıyla kaza ve hukuk haberleri izlemektedir.

Tüm haber konularının dağılımı aşağıdaki grafikte daha açık bir biçimde görülebilmektedir.



Grafik 1. 1977 Haber Konuları Dağılımı

3.1.2. Sayfa Numaraları Dağılımı

1977 yılı için taranan gazetelerde kadınla ilgili haberlerin %27.28 oranla en fazla 3. sayfadan verildiği görülmüştür. Gazetelerde 3. sayfada genellikle kaza, şiddet, suç, dramatik öyküler gibi haberler yer almakta, bu haberlerin sıklıkla yer aldıkları sayfadan dolayı 3. sayfa haberleri denmektedir². Tablo 1’de kadınların en yoğun konu oldukları haber konularından birinin şiddet olduğu görülmüştü bu göstergeyle doğru orantılı olarak 1977 yılı için kadınların en fazla yer aldıkları sayfalar da 3. sayfalar olmuştur. 3. sayfayı sırasıyla %19.7 ile 1. sayfa ve % 13, 65 ile 11. sayfa haberleri izlemiştir. Bu verilerin elde edilmesinde dönemin en fazla magazin haberine yer veren gazetesi olan Hürriyet’in bu haberleri 1. ve 11. sayfadan vermesi etkili olmuştur.

² Ancak bir noktayı belirtmekte yarar var: “3. sayfa haberleri/haberciliği” kategorisi zaman içerisinde yaygın bir haber içeriğine evrilmiştir ve her zaman gazetelerin 3. sayfasında yer almayabilir. Bu nedenle farklı gazetelerin farklı sayfalarında bu haber türüyle karşılaşmak olanaklıdır. Yapılan bir araştırma tarihsel süreç içerisinde Hürriyet gazetesinin bu tür haberlere 3. sayfadan yer vermesinin “3. sayfa haberciliğinin” oluşumunda önemli payı olduğunu ortaya çıkarmıştır (Çağlar, 2008).

Tablo 3. 1977 Sayfa Numaraları Dağılımı

1977 SAYFA NUMARASI	Hürriyet		Cumhuriyet		Milli Gazete		Toplam	
	Haber Adedi	Haber Yüzdesi	Haber Adedi	Haber Yüzdesi	Haber Adedi	Haber Yüzdesi	Haber Adedi	Haber Yüzdesi
1	10	20	2	25	1	12.5	13	19.7
3	14	28	3	37.5	1	12.5	18	27.28
4	2	4	0	0	0	0	2	3.03
5	1	2	1	12.5	0	0	2	3.03
6	0	0	1	12.5	3	37.5	4	6.05
7	2	4	0	0	0	0	2	3.03
8	0	0	1	12.5	3	37.5	4	6.05
9	5	10	0	0	0	0	5	7.58
10	1	2	0	0	0	0	1	1.52
11	9	18	0	0	0	0	9	13.65
12	4	8	0	0	0	0	4	6.05
14	2	4	0	0	0	0	2	3.03
Toplam	50	100	8	100	8	100	66	100

Cumhuriyet gazetesinde kadınlar hakkındaki haberlerin %37,5'i 3. sayfa haberi olarak yayınlanırken, Milli Gazete'de kadınlarla ilgili haberler 6. ve 8. sayfalarda yoğunlaşmıştır.

3.1.3. Gazete Yazı Türü Dağılımı

Gazete yazı türleri olarak incelendiğinde 1977 yılında kadın %87,8 gibi büyük bir oranla "haber" metinlerinde yer almıştır. Kadın konusunun köşe yazılarında işlenme sıklığı ise %6'dır. Tablo 3'e bakıldığında kadının köşe yazılarında yer aldığı tek gazetenin Milli Gazete olduğu görülmektedir. Taranan dönem içinde Hürriyet ve Cumhuriyet gazetelerindeki köşe yazılarında kadın konusuna rastlanmamıştır

Tablo 4. 1977 Gazete Yazı Türü Dağılımı

1977		GAZETE ADI			
		HURRIYET	CUMHURİYET	MILLI GAZETE	Toplam
GAZETE YAZI TÜRÜ	HABER	48	7	3	58
	ROPORTAJ	0	1	0	1
	KOSE YAZISI	0	0	4	4
	ARASTIRMA İNCELEME	2	0	1	3
Toplam		50	8	8	66

3.1.4. Haberin Sayfadaki Konumu

Tüm veriler incelendiğinde kadınlarla ilgili haberlerin %43,9'unun alt kuşakta yer aldığı görülmüştür. Bunu sırasıyla % 31,8 ile üst kuşak, %18.2 ile göbekte yer alan haberler izlemektedir.

Tablo 5. 1977 Haberin Sayfadaki Konumu

1977		GAZETE ADI			
		HURRIYET	CUMHURİYET	MILLI GAZETE	Toplam
HABERİN SAYFADAKİ KONUMU	MANSETTE	1	0	0	1
	SURMANSETTE	2	0	0	2
	GOBEKTE	9	1	2	12
	ALT KUSAKTA	23	3	3	29
	UST KUSAKTA	15	4	3	22
Toplam		50	8	8	66

Kadınlarla ilgili haberler Hürriyet gazetesinde %46 oranında en fazla alt kuşakta yer almıştır. Milli Gazete ve Cumhuriyet gazetesinde ise kadın haberleri Tablo 5'de de görüldüğü gibi alt kuşak ve üst kuşağa birbirine yakın oranlarda dağılmıştır. Cumhuriyet ve Milli gazetede kadın haberlerine manşette hiç rastlanmazken Hürriyet'te bir adet rastlanmıştır.

3.1.5. Haberin Büyüklüğü

Tablo 6’da görüldüğü gibi 1977 yılı için incelenen 3 gazetede de kadınlarla ilgili haberler %40,9 oranında çeyrek sayfa büyüklüğünde yer almıştır.

Tablo 6. 1977 Haberin Büyüklüğü

1977		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	MILLI GAZETE	
HABERİN BÜYÜKLÜĞÜ	YARIM SAYFA	8	0	0	8
	CEYREK SAYFA	19	4	4	27
	CEYREK SAYFANIN YARISI	11	1	1	13
	SPOT	12	3	3	18
Toplam		50	8	8	66

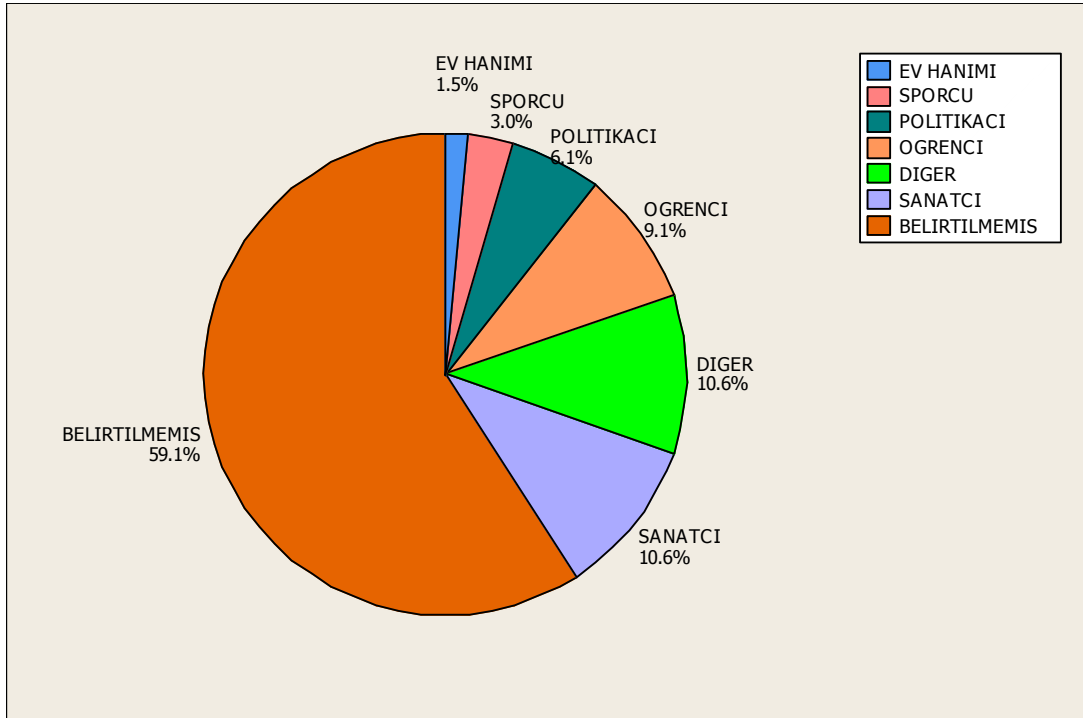
Çeyrek sayfayı %27,3 oranıyla spot ve %19,7 oranıyla çeyrek sayfanın yarısı büyüklüğündeki haberler izlemiştir. Cumhuriyet ve Milli Gazete’de yarım sayfa büyüklüğünde habere rastlanmazken Hürriyet’te yer alan 50 haberden 8’i yarım sayfa büyüklüğünde verilmiştir.

3.1.6. Kadının Sunulduğu Meslekler

1977 yılı için seçilen 3 gazetede yer alan kadın konulu haberler tarandığında %59,1 oranında kadının mesleğinin belirtilmediği görülmüştür. Kadınların daha çok magazin haberlerinde yer almalarıyla bağlantılı olarak, kadının en fazla temsil edildiği meslek grubu da sanatçı olmuştur.

Tablo 7. 1977 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı

1977		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	MILLI GAZETE	
KADININ MESLEGI	EV HANIMI	1	0	0	1
	SANATCI	7	0	0	7
	POLİTİKACI	3	1	0	4
	SPORCU	1	1	0	2
	OGRENCİ	3	3	0	6
	DİGER	4	1	2	7
	BELİRTİLMEMİS	31	2	6	39
Toplam		50	8	8	66

**Grafik 2. 1977 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı**

3.1.7. Kadının Sunulduğu Toplumsal Roller

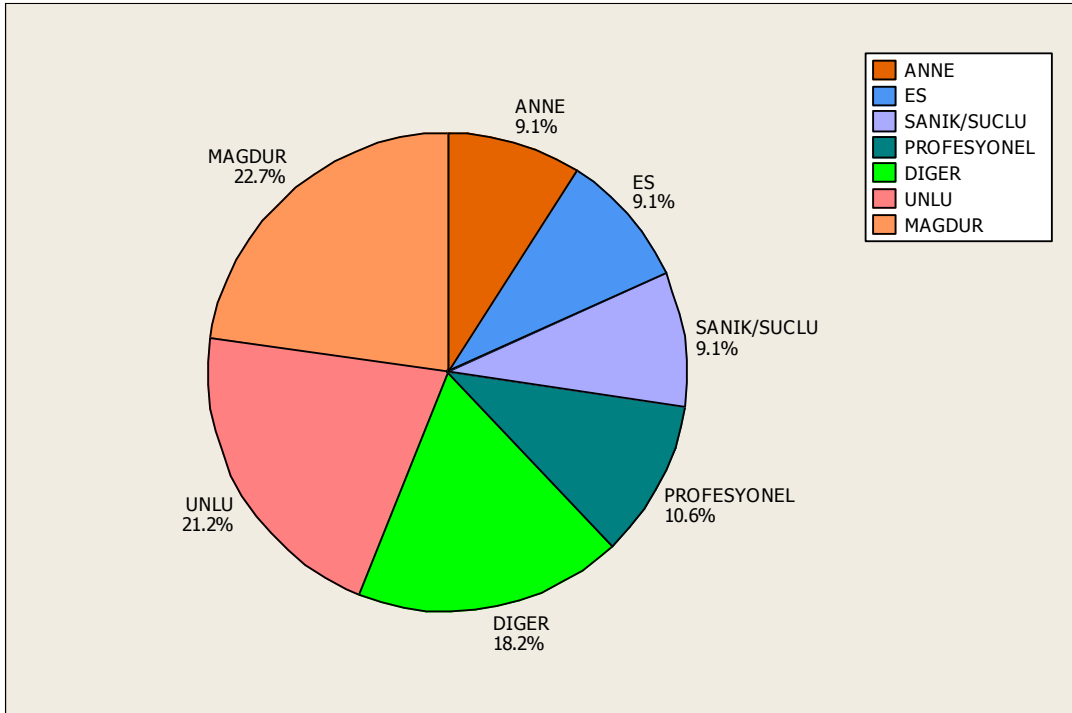
Kadının 1977 yılı için hangi toplumsal rollerde basında temsil edildiği incelendiğinde kadının, “anne”, “eş”, “ünlü”, “mağdur”, “profesyonel” ve “sanık/suçlu” olmak üzere 6

temel rolde yer aldığı görülmüştür. Bu roller içinde %22,7 oranıyla en yoğun olarak göze çarpan “mağdur” rolüdür.

Tablo 8. 1977 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı

1977		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	MILLI GAZETE	
KADININ HABERDEKİ ROLÜ	ANNE	4	0	2	6
	ES	6	0	0	6
	UNLU	11	2	1	14
	MAGDUR	12	2	1	15
	PROFESYONEL	5	1	1	7
	SANIK/SUCLU	5	1	0	6
	DIGER	7	2	3	12
Toplam		50	8	8	66

Kadının gazetelerde en fazla temsil edildiği diğer rol ise “ünlü” rolüdür. Kadınların anne, eş ve sanık/suçlu olarak temsil edilme oranları % 9,1 ile eşit çıkmıştır. Kadınların herhangi bir meslekte profesyonel olarak temsil edilme oranları ise % 10,6 olarak saptanmıştır.



Grafik 3. 1977 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı

3.1. 8. Fotoğraf Kullanımı

Kadın konulu haberlerde fotoğraf kullanım oranının % 62.1 düzeyinde olduğu görülmüştür. İncelenen 3 gazete içinde en fazla fotoğrafa yer veren gazete Hürriyet olmuştur. Cumhuriyet gazetesinin fotoğraf kullanımı % 50 düzeyindedir. Milli Gazete’de ise yer alan toplam 8 adet kadın haberinin hiçbirinde fotoğraf kullanılmadığı dikkat çekmiştir.

Tablo 9. 1977 Fotoğraf Kullanımı

1977	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	MILLI GAZETE	
FOTO KULLANIMI VAR	37	4	0	41
YOK	13	4	8	25
Toplam	50	8	8	66

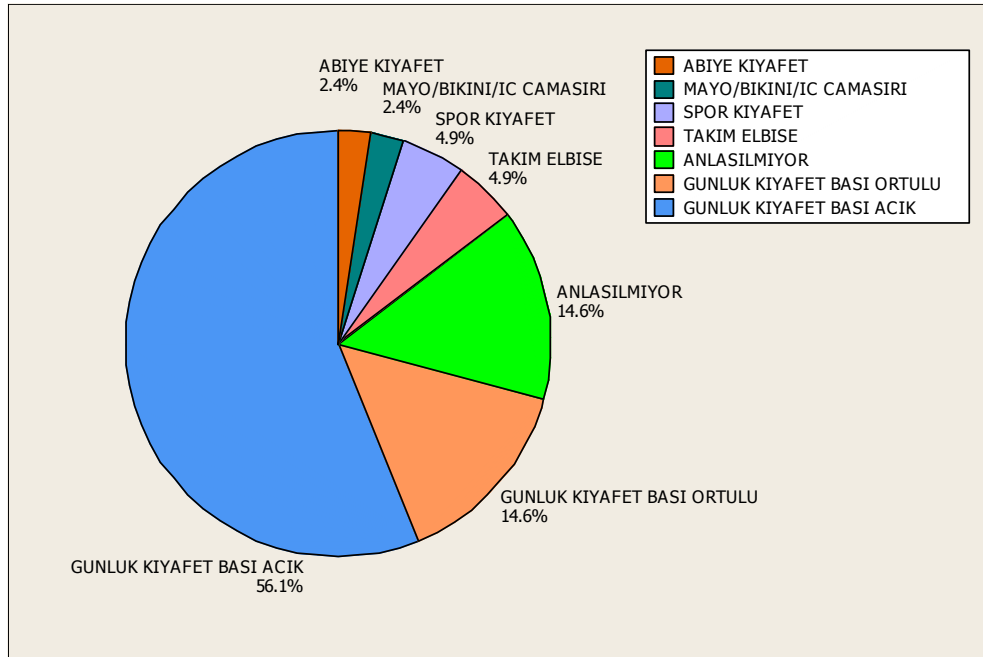
3.1.9. Fotoğraflarda Yer Alan Kadın Giysileri

Araştırmada Hürriyet ve Cumhuriyet gazetelerinde fotoğraflı 41 adet kadın haberine habere rastlanmıştır. Bu fotoğrafların 6’sında sadece portre fotoğrafı olması nedeniyle kadının giysisi anlaşılammaktadır. Bu nedenle bu fotoğraflar anlaşılamiyor olarak kodlanmıştır. Milli Gazete’de fotoğraflı kadın haberi bulunmadığı için Tablo 10’da Milli Gazete yer almamaktadır.

Tablo 10. 1977 Kadın Giysileri

1977		GAZETE ADI		Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	
FOTODA SUNULAN GIYSI	GUNLUK KIYAFET BASI ACIK	22	1	23
	GUNLUK KIYAFET BASI ORTULU	6	0	6
	TAKIM ELBISE	2	0	2
	SPOR KIYAFET	1	1	2
	MAYO/BIKINI/ IC CAMASIRI	1	0	1
	ABIYE KIYAFET	1	0	1
	ANLASILMIYOR	4	2	6
Toplam		37	4	41

Tablo 10’da görüldüğü gibi incelenen gazetelerde kadınlar % 56,1 oranında günlük kıyafetle ve başı açık olarak yer almıştır. Cumhuriyet gazetesinde başörtülü kadın görüntüsüne rastlanmazken Hürriyet gazetesinde yayınlanan toplam 37 fotoğraftan 6’sında kadın geleneksel olarak bağlanmış başörtüsü ile görülmektedir. Mayo/Bikini/İç çamaşırı görüntüsüne Cumhuriyet gazetesinde rastlanmazken Hürriyet gazetesinde yalnızca 1 tane görülmüştür. Diğer kategoriler ve oranları aşağıda yer alan Grafik 4’te görülmektedir.

**Grafik 4. 1977 Kadın Giysileri Dağılımı**

3.1.10. Kadının Haber Metnindeki Rolü

Kadının haber metnindeki rolü ile kadının haberde haberin öznesi olarak mı, haberin görgü tanığı olarak mı yoksa konu uzmanı olarak mı yer aldığı saptanmaya çalışılmıştır. Tablo 11’de açıkça görüldüğü üzere 3 gazetenin de tamamında kadın haberin öznesi olarak yer almıştır. Diğer kategorilere rastlanmadığı için tabloda yer verilmemiştir.

Tablo 11. 1977 Kadının Haber Metnindeki Rolü

1977		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	MILLI GAZETE	
HABER METNİNDEKİ ROLÜ	HABERİN ÖZNESİ	50	8	8	66
Toplam		50	8	8	66

3.1.11. Kadının Sesi/Sözünden Alıntı Yapılması

Haber metinlerinde kadının sesinden alıntı yapılma oranı % 28,8 iken haberlerin % 71,2 gibi büyük bir çoğunluğunda alıntı bulunmamıştır.

Tablo 12. 1977 Alıntı (Kadının Sesi/Sözü) Dağılımı

1977		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	MILLI GAZETE	
ALINTILAR	VAR	13	3	3	19
	YOK	37	5	5	47
Toplam		50	8	8	66

3.1.12. Alıntının Türü

Alıntı yapılan toplam 19 haber içinde 19 tanesi doğrudan alıntı iken yalnızca 1 tanesi dolaylı alıntı olarak saptanmıştır. Gazetelere göre alıntı türü dağılımı Tablo 13’de görülmektedir.

Tablo 13. 1977Alıntı Türü Dağılımı

1977	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	MILLI GAZETE	
ALINTI TURU DOGRUDAN	12	3	3	18
DOLAYLI	1	0	0	1
Toplam	13	3	3	19

3.1.13. 1977 Verilerinin Özeti

01–15 Nisan 1977 tarihleri arasında Hürriyet, Cumhuriyet ve Milli Gazete'nin tüm sayıları sayfa ayrımı yapılmaksızın taranmıştır. Hürriyet gazetesinde 50, Cumhuriyet gazetesinde ve Milli Gazete'de 8'er adet olmak üzere toplam 66 adet kadın öznelli habere rastlanmıştır. Bu haberler içinde kadının en fazla Magazin ve Şiddet konulu haberlerde yer aldığı görülmüştür. Magazin haberleri tüm haberlerin % 24,2'sini oluştururken, tecavüz, cinayet, dayak gibi şiddet içerikli haberler kadın öznelli haberlerin % 19,7'sini oluşturmuştur.

1977 yılı için seçilen 3 gazetede yer alan kadın konulu haberler tarandığında %59,1 oranında kadının mesleğinin belirtilmediği görülmüştür. Kadınların daha çok magazin haberlerinde yer almalarıyla bağlantılı olarak, kadının en fazla temsil edildiği meslek grubu da sanatçı olmuştur. Kadının 1977 yılı için hangi toplumsal rollerde basında temsil edildiği incelendiğinde %22,7 oranıyla en yoğun olarak göze çarpan “mağdur” rolü olmuştur.

Kadın konulu haberlerde fotoğraf kullanım oranının 1977 için %62,1 düzeyinde olduğu görülmüştür. Fotoğraflarda kadınlar, %56,1 oranında günlük kıyafetle ve başı açık olarak yer almıştır. Cumhuriyet gazetesinde başörtülü kadın görüntüsüne rastlanmazken Hürriyet gazetesinde yayınlanan toplam 37 fotoğraftan 6'sında kadın geleneksel olarak bağlanmış başörtüsü ile görülmektedir.

Üç gazetenin de tamamında kadın haberin objesi olarak yer almıştır. 1977 yılında kadınlara haberde olayın görgü tanığı ya da konu uzmanı olarak rastlanmamıştır. Haber

metinlerinde kadının sesi/sözünden alıntı yapılma oranı %28,8 gibi düşük bir seviyede çıkmıştır.

3.2. 1987 yılı verileri

1987 yılında taranan gazetelerde toplam 123 adet kadın haberine rastlanmıştır. Bu 123 verinin %56,1'i Hürriyet gazetesinden, % 26,8'i Tercüman gazetesinden ve %17,1'i Cumhuriyet gazetesinden elde edilmiştir.

Tablo14. 1987 Yılı Gazetelere Göre Haber Sayısı

		HABER SAYISI	YÜZDE
GAZETE ADI	HURRIYET	69	56.1
	CUMHURİYET	21	17.1
	TERCUMAN	33	26.8
	Toplam	123	100.0

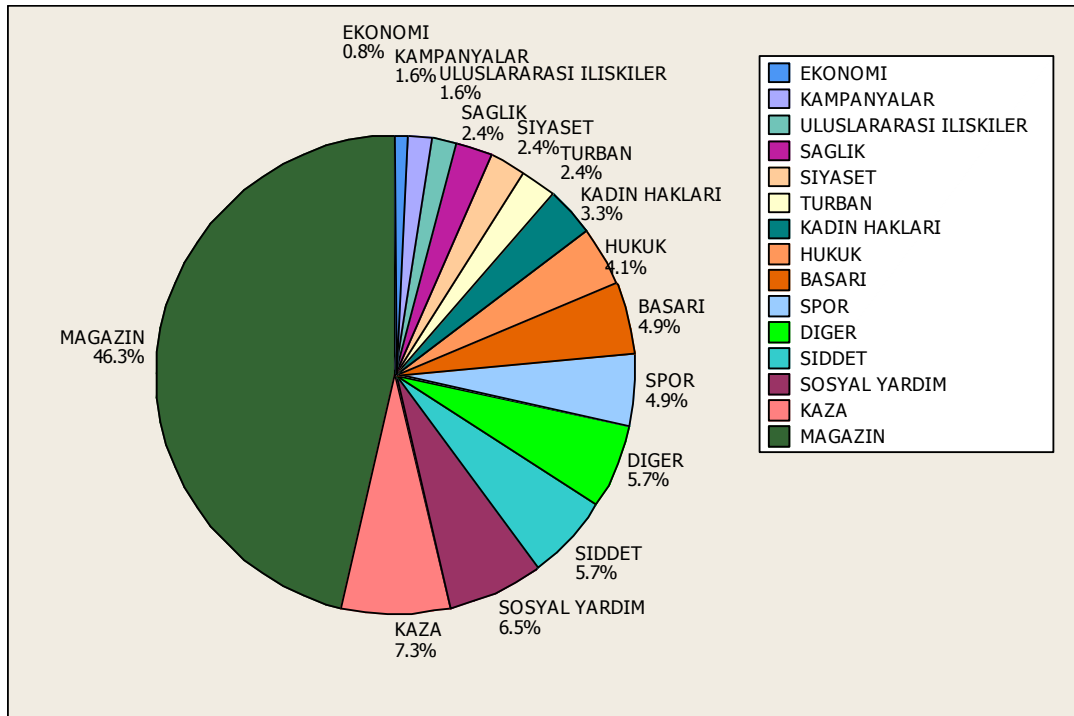
Hürriyet gazetesi, 1977 verilerinde olduğu gibi, 1987 yılı için de taranan dönemde en fazla kadın haberine yer veren gazete olmuştur.

3.2.1. Haber Konuları Dağılımı

1987 yılı için taranan dönemde karşılaşılan kadın haberlerinde magazin haberlerinin diğer haberlere oranla dikkat çekici oranda fazla olduğu görülmüştür. %46,3 oranıyla neredeyse tüm haberlerin yarısını magazin haberleri oluşturmaktadır. Araştırmada 1.1.1.2. bölümde de değinildiği gibi 80'li yılların başında yaşanan askeri darbenin politik tartışma ortamını önemli ölçüde sınırlaması, tüketim kültürünün toplum tarafından daha çok benimsenmesi, televizyonun yaygınlaşması, ekonomik sıkıntıların kâğıt fiyatlarına ve dolayısıyla gazetelere yansması gibi nedenler, gazeteleri de bir bakıma kaçınılmaz olarak magazine yöneltmiştir. Tüm bu koşullar aşağıdaki pasta grafiğinde açıkça görüldüğü üzere magazin haberlerinin artışının temel nedenleri olmuştur.

Tablo 15. 1987 Yılı Haber Konuları Dağılımı

HABERİN KONUSU	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN	
SIDDET	4	1	2	7
KAZA	6	0	3	9
KADIN HAKLARI	3	1	0	4
SOSYAL YARDIM	3	0	5	8
MAGAZIN	37	10	10	57
BASARI	4	2	0	6
KAMPANYALAR	0	2	0	2
SIYASET	2	1	0	3
EKONOMI	0	1	0	1
HUKUK	3	1	1	5
SPOR	3	0	3	6
SAGLIK	2	0	1	3
ULUSLARARASI ILISKILER	2	0	0	2
DIGER	0	1	6	7
TURBAN	0	1	2	3
Toplam	69	21	33	123



Grafik 5. 1987 Haber Konuları Dağılımı

Grafik 5’de görüldüğü gibi % 46,3 oranında pastada en büyük payı alan magazin haberlerini % 7,3 ile kaza ve % 6,5 ile sosyal yardım haberleri izlemektedir. 1987 verilerinde genel haber konularından siyaset, sağlık, uluslararası ilişkiler gibi konularda kadın temsil oranları birbirine yakın oranlarda görülmüştür.

Genel haber konuları dışında 1977’den farklı olarak, 1987’de türbanın da bir konu kategorisi olarak eklendiği ve incelenen dönem için merkezinde siyasi konuların yer aldığı haberlere yakın bir oranda temsil edildiği görülmüştür. ANAP’ın 1983 yılında oyların %45’ini alarak iktidara gelmesiyle birlikte 1989’da Cumhurbaşkanı olmasına kadar geçen sürede Turgut Özal, 80’li yıllara damgasını vuran en önemli isimlerden biri olmuştur (Bkz: sayfa 13). Özal’la birlikte Türkiye’de neo-liberal politikalar kadar, geleneksel değerlerin, aile ve dinin de yüceltildiği bir dönem başlamıştır.

1980’li yıllarda Türkiye’de 12 Eylül darbesi ve Özal hükümetiyle birlikte hızla yayılan neo-liberal politikalar muhafazakârlık zeminini hazırlayan en önemli unsurlar olmuştur. Bir yandan tüketime özendirilen, kar ve maddi kazanç hırsıyla tanışan Türk halkı kopan toplumsal bağların oluşturduğu boşluğu maneviyatla doldurmaya başlamıştır. Darbeyle birlikte muhafazakâr ideolojilerin karşısında ciddi bir toplumsal muhalefet kalmamıştır. Din dersinin zorunlu hale gelmesi, imam hatip liselerinin sayılarının hızla artmaya başlaması bu döneme rastlamaktadır. Tüm bu gelişmelerin bir uzantısı olarak 1977 verilerinde hiç rastlanmayan türban konulu haberler 1987’de karşımıza çıkmaya başlamıştır. 1987 verilerinde kadın özneli haber konularının %2,4’ünü Türban konulu haberler oluşturmuştur.

3.2.2. Sayfa Numaraları Dağılımı

Kadınlara ilgili haberlerin 1987 yılında taranan dönemde en sık 7. sayfadan verildiği gözlenmiştir. Bunu birinci sayfa ve üçüncü sayfa haberleri izlemektedir. Hürriyet gazetesi en fazla sayıda kadın haberine 3. sayfada yer verirken, Cumhuriyet gazetesi 12. sayfada, Tercüman gazetesi ise 7. sayfada yer vermiştir.

Tablo 16. 1987 Sayfa Numaraları Dağılımı

SAYFA NUMARASI	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN	
1.00	8	0	7	15
2.00	0	0	2	2
3.00	12	2	1	15
4.00	0	2	0	2
5.00	0	3	3	6
6.00	0	2	0	2
7.00	4	3	10	17
8.00	1	0	1	2
9.00	8	0	0	8
10.00	2	0	6	8
11.00	7	1	0	8
12.00	3	6	0	9
13.00	4	0	0	4
14.00	6	1	3	10
15.00	3	1	0	4
16.00	8	0	0	8
18.00	3	0	0	3
Toplam	69	21	33	123

3.2.3. Gazete Yazı Türü Dağılımı

Tablo 17’de görüldüğü gibi, Hürriyet gazetesinde yer alan 69 gazete içeriğini tamamı haber türündedir. Cumhuriyet gazetesinde ise 21 içerikten 20’si yine haber biçiminde verilmiştir. Ayrıca Cumhuriyet gazetesinde 1 adet röportaja rastlanmıştır. Tercüman gazetesinde sunulan metinler de ağırlıklı olarak haber türündedir ancak 1 adet köşe yazısında ve 5 adet araştırma inceleme yazısında da kadın konusuna rastlanmıştır. Genel olarak değerlendirdiğimizde incelenen 123 kadın haberinin % 94’ü “haber” gazete yazı türündedir.

Tablo 17. 1987 Gazete Yazı Türü Dağılımı

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN	
HABERİN SUNUM BİCİMİ	HABER	69	20	27	116
	ROPORTAJ	0	1	0	1
	KOSE YAZISI	0	0	1	1
	ARASTIRMA/İNCELEME	0	0	5	5
Toplam	69	21	33	123	

3.2.4. Haberin Sayfadaki Konumu

Kadınlarla ilgili haberler Hürriyet gazetesinde en yoğun olarak % 50 oranında üst kuşakta yer almıştır. Cumhuriyet gazetesinde ise incelenen 21 haberin 10 tanesine alt kuşakta yer verilmiştir bu da haberlerin %47,6'sını oluşturmaktadır. Tercüman gazetesinde haberlerin %42,4'ü üst kuşakta yer almıştır.

Tablo 18. 1987 Haberin Sayfadaki Konumu

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN	
HABERİN SAYFADAKİ KONUMU	MANSETTE	2	0	0	2
	GOBEKTE	17	3	6	26
	ALT KUSAKTA	20	10	13	43
	UST KUSAKTA	30	8	14	52
Toplam	69	21	33	123	

1977 yılı verilerine benzer şekilde Hürriyet gazetesi dışında manşetten habere rastlanmamıştır. Hürriyet gazetesinde ise 69 haberden sadece 2 tanesi manşetten verilmiştir.

3.2.5. Haberin Büyüklüğü

1987 verilerine göre gazetelerde kadın haberleri %41 oranında çeyrek sayfanın yarısı büyüklüğünde yer almıştır. Hürriyet gazetesinde 69 haberden 30'u, Cumhuriyet gazetesinde 21 haberden 8'i çeyrek sayfanın yarısı büyüklüğündedir. Tercüman gazetesinde ise diğer iki gazeteden farklı olarak kadın haberleri %42 oranında en fazla çeyrek sayfa büyüklüğünde verilmiştir.

Tablo 19. 1987 Haberin büyüklüğü

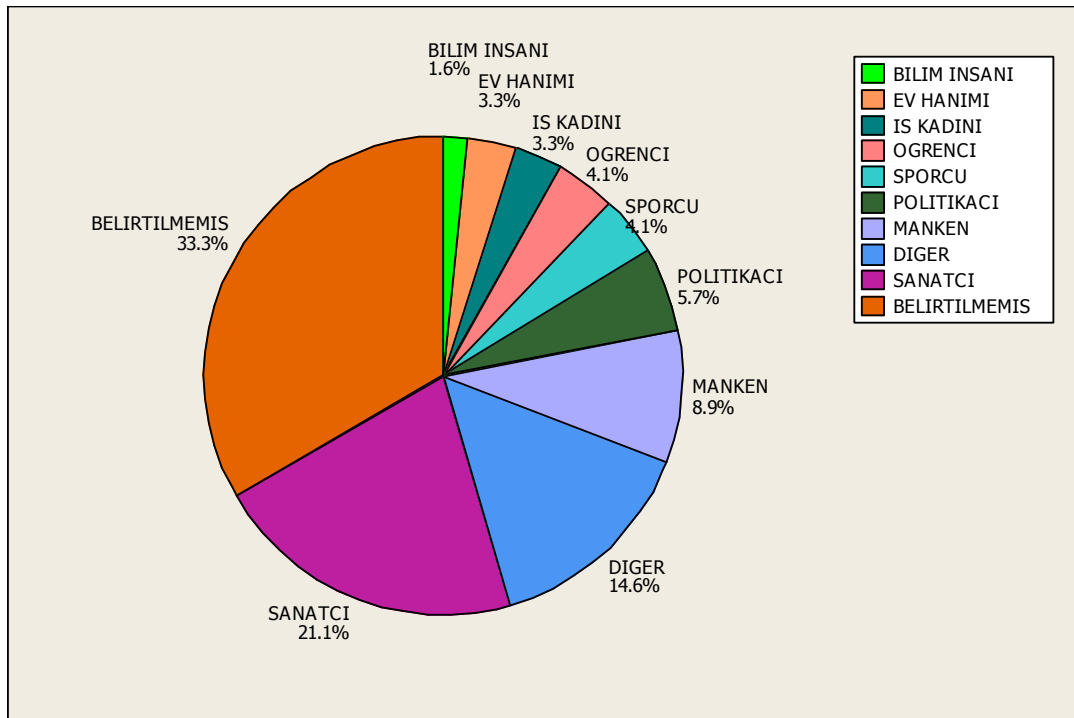
		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN	
HABERİN BUYUKLUGU	YARIM SAYFA	2	0	2	4
	CEYREK SAYFA	15	7	14	36
	CEYREK SAYFANIN YARISI	30	8	13	51
	SPOT	22	6	4	32
Toplam		69	21	33	123

3.2.6. Kadının Sunulduğu Meslekler

1987 verilerine göre kadınların en fazla magazin haberlerine konu olmaları kadınların temsil edildikleri meslek gruplarını da etkilemiş taranan dönemde kadınların %21,1 oranında sanatçı olarak sunuldukları görülmüştür. Bunun dışında mankenlikte yine magazin haberlerinde kadınların sıkça temsil edildiği mesleklerden biri olmuştur. Kadınların manken olarak temsil edilme oranları ise %8,9 olmuştur.

Tablo 20. 1987 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı

	GAZETE ADI	GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN	
KADININ MESLEGI	EV HANIMI	1	0	3	4
	MANKEN	7	2	2	11
	SANATCI	18	5	3	26
	POLİTİKACI	6	1	0	7
	İS KADINI	4	0	0	4
	BİLİM İNSANI	2	0	0	2
	SPORCU	2	0	3	5
	OGRENCİ	4	0	1	5
	DİGER	7	3	8	18
	BELİRTİLMEMİS	18	10	13	41
Toplam		69	21	33	123

*Grafik 6. 1987 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı*

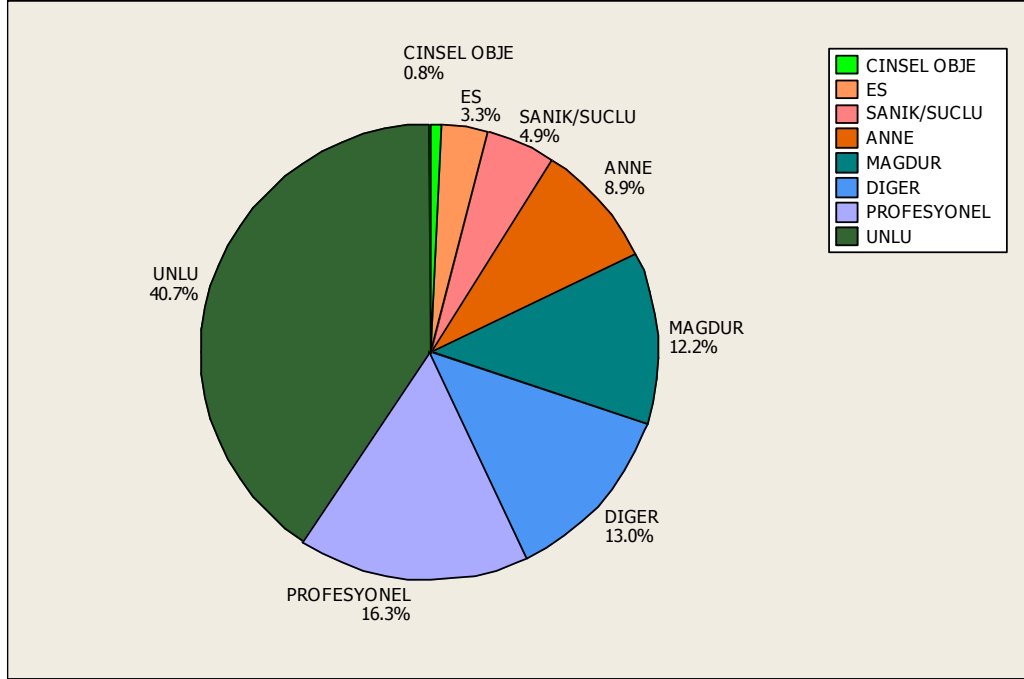
Kadınların mankenlik, sanatçılık dışında temsil edildikleri meslek grupları Grafik 2’de oranlarıyla birlikte görülmektedir. Grafikte dikkat çeken önemli noktalardan biri de %33,3 gibi büyük bir oranda haberlerde kadınların mesleklerinin belirtilmemiş olmasıdır.

3.2.7. Kadının Sunulduğu Toplumsal Roller

Araştırmada elde edilen bulgular, birbirini tamamlar özellikler göstermiştir. Kadınların en yoğun ele alındıkları konunun; magazin ve en fazla temsil edildikleri mesleğin, sanatçılıkla mankenlik olmasıyla doğru orantılı olarak, en fazla temsil edildikleri toplumsal rol de ünlü rolü olmuştur. Kadınların ünlü olarak basında yer alma oranları % 40,7'dir.

Tablo 21. 1987 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı

	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN	
KADININ HABERDEKİ ROLÜ				
ANNE	4	1	6	11
ES	3	1	0	4
UNLU	34	5	11	50
MAGDUR	10	0	5	15
CINSEL OBJE	1	0	0	1
PROFESYONEL	11	5	4	20
SANIK/SUCLU	2	2	2	6
DİGER	4	7	5	16
Toplam	69	21	33	123



Grafik 7. 1987 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı

Grafik 3’de görüldüğü gibi ünlü rolünü % 16,3’le herhangi bir meslekte profesyonel ve % 12, 2 ile mağdur rolü izlemiştir.

3.2. 8. Fotoğraf Kullanımı

1987 yılında kadın konulu haberlerin % 93.5 ‘inde fotoğraf kullanılmıştır. 80’li yıllarla birlikte yazılı basının tiraj kaygısı ve televizyonla rekabeti fotoğraf kullanımını artırmış 1977’de % 62,1 olan fotoğraf kullanımını 1987’de % 93’e çıkmiştir.

Gazeteler bazında bakacak olursak Hürriyet gazetesi 69 haberden sadece 5’ini, Cumhuriyet gazetesi 19 haberden sadece 2’sini, Tercüman gazetesi ise 32 haberden sadece 1 tanesini fotoğrfsız olarak yayınlamıştır.

Tablo 22. 1987 Fotoğraf Kullanımı

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN	
FOTO KULLANIMI	VAR	64	19	32	115
	YOK	5	2	1	8
Toplam		69	21	33	123

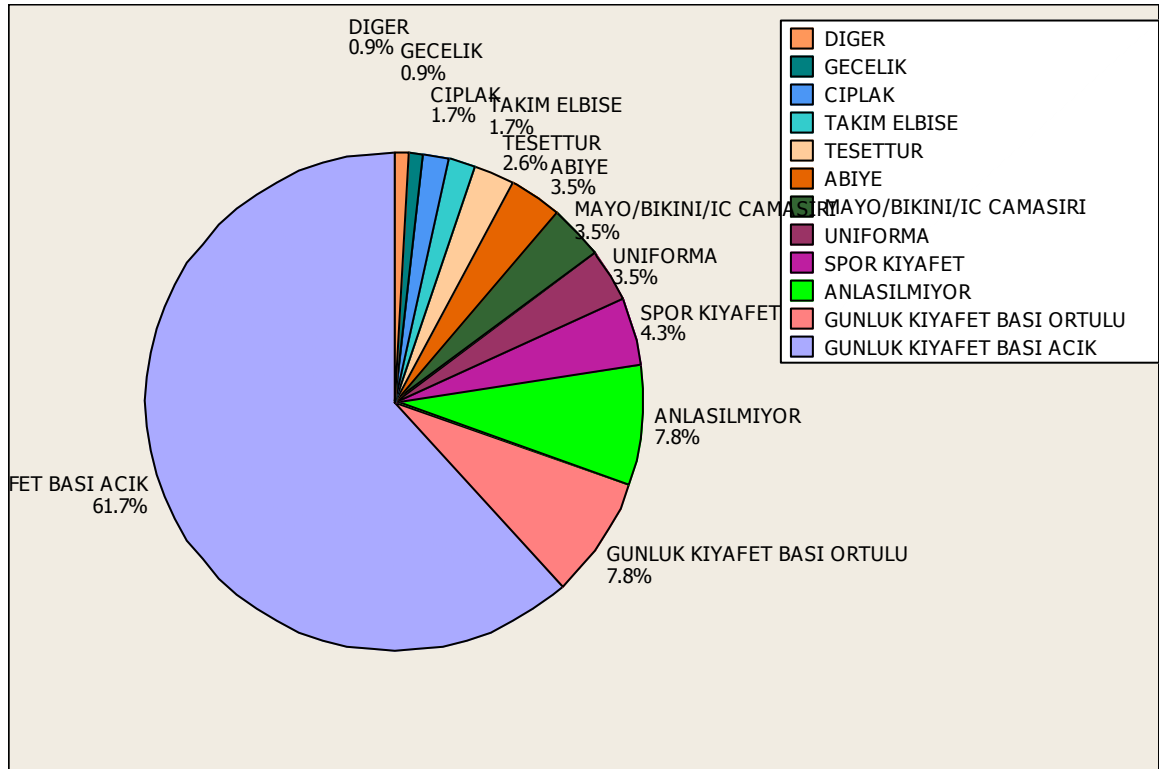
3.2.9. Fotoğraflarda Yer Alan Kadın Giysileri

Kadınlar, 1987 yılı verilerine göre haber fotoğraflarında en fazla günlük kıyafet içinde ve başı açık olarak görülmüşlerdir. Günlük kıyafet içinde başı açık olarak görüntülenen kadınların oranı % 61.7'dir ki bu da neredeyse tüm görüntülerin yarısından fazlası anlamına gelmektedir. Bunu % 7,8 ile yine günlük kıyafetli fakat başını geleneksel biçimde örtmüş kadın görüntüleri izlemektedir.

Tablo 23. 1987 Kadın Giysileri

		GAZETE ADI			Toplam	
		HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN		
FOTOĞRAFTA SUNULAN GIYSI	GUNLUK KIYAFET BASI ACIK	47	10	14	71	
	GUNLUK KIYAFET BASI ORTULU	1	1	7	9	
	TAKIM ELBISE	0	1	1	2	
	UNIFORMA	3	0	1	4	
	SPOR KIYAFET	2	0	3	5	
	TESETTUR	0	1	2	3	
	MAYO/BIKINI/ IC CAMASIRI	4	0	0	4	
	ABIYE	2	1	1	4	
	GECELİK	1	0	0	1	
	CIPLAK	2	0	0	2	
	ANLASILMIYOR	2	4	3	9	
	DIGER	0	1	0	1	
	Toplam		64	19	32	115

Grafik 8’de görüldüğü gibi fotoğrafların 7,8’inde kadınların kıyafetleri fotoğrafta görülememiştir. Kadınların mayo/bikini, üniforma ve abiye kıyafetlerle görüntülenme oranları ise birbirine eşit olarak % 3,5 düzeyindedir. 1987 yılında gazetelerde tesettür haberlerinin de ortaya çıkmasıyla birlikte tesettürlü kadınlar da gazete fotoğraflarında görülmeye başlanmıştır. % 2,6 gibi diğer giysi kategorilerine yakın bir oranda, kadının tesettürlü olarak gazetelerde temsil edildiği görülmüştür.



Grafik 8. 1987 Kadın Giysileri Dağılımı

3.2.10. Kadının Haber Metnindeki Rolü

Kadınlar 1987 yılı verilerine göre % 99 oranında haberin öznesi konumunda olmuşlardır. Hürriyet ve Cumhuriyet gazetelerinde yer alan haberlerin tamamında kadın haberin öznesi iken Tercüman gazetesinde yer alan 33 haberden sadece 1’inde kadın haberde olayın görgü tanığı olarak yer almıştır.

Tablo 24. 1987 Kadının haber metnindeki rolü

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN	
HABER METNİNDEKİ ROLÜ	HABERİN ÖZNESİ	68	21	32	121
	OLAY GORGU TANIGI	0	0	1	1
Toplam		68	21	33	122

3.2.11. Kadının Sesi/Sözünden Alıntı Yapılması

1987 verilerine göre kadınlar % 99 oranında haberin objesi konumunda yer almalarına rağmen haberde kadının sesi veya sözüne yer verilme oranı % 42 düzeyindedir. Haberlerin % 58’inde kadının sesine ya da sözünden bir alıntıya yer verilmemektedir.

Tablo 25. 1987 Kadının sesi/sözü alıntı dağılımı

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN	
ALINTILAR	VAR	29	5	18	52
	YOK	40	16	15	71
Toplam		69	21	33	123

3.2.12. Alıntının Türü

Kadının sözünden alıntı yapılan toplam 52 habere baktığımızda bunun %84,6 gibi büyük bir oranının doğrudan alıntı olduğu görülmüştür. Dolaylı alıntı oranı ise 15,4 olarak çıkmıştır.

Tablo 26. 1987Alıntı Türü Dağılımı

	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	TERCUMAN	
ALINTI TURU DOGRUDAN	22	4	18	44
DOLAYLI	7	1	0	8
Toplam	29	5	18	52

3.2.13. 1987 Verilerinin Özeti

1987 yılında taranan gazetelerde toplam 123 adet kadın haberine rastlanmıştır. Bu 123 verinin %56,1'i Hürriyet gazetesinden, % 26,8'i Tercüman gazetesinden ve %17,1'i Cumhuriyet gazetesinden elde edilmiştir.

Araştırmanın 1.1.1.2. bölümünde de değinildiği gibi 80'li yılların başında yaşanan askeri darbe sonucunda toplumun –ve onun bir parçası olan medyanın- siyaset dışı konulara itilmesi, aynı yıllarda gelişmiş kapitalist Batı toplumlarında (özellikle ABD ve İngiltere) gözlemlenen ve Türkiye'de de yansımaları bulan neo-liberal politikaların tüketim toplumunu özendirilen stratejileri, televizyonun yaygınlaşması, ekonomik sıkıntıların kâğıt fiyatlarına ve dolayısıyla gazetelere yansımaları gibi nedenler gazeteleri magazine yöneltmiştir. Bunun bir yansıması olarak 1987 yılı için taranan dönemde karşılaşılan kadın haberlerinde magazin haberlerinin diğer haberlere oranla dikkat çekici oranda fazla olduğu görülmüştür. %46,3 oranıyla neredeyse tüm haberlerin yarısını magazin haberleri oluşturmuştur. Magazin haberlerini % 7,3 ile kaza ve % 6,5 ile sosyal yardım haberleri izlemiştir.

1987 verilerine göre kadınların en fazla magazin haberlerine konu olmaları kadınların temsil edildikleri meslek gruplarını da etkilemiş, taranan dönemde kadınların %21,1 oranında sanatçı olarak sunuldukları görülmüştür. Bunun dışında mankenlikte yine magazin haberlerinde kadınların sıkça temsil edildiği mesleklerden biri olarak karşımıza çıkmıştır.

Araştırmada elde edilen bulgular birbirini tamamlar özellikler göstermiştir. Kadınların en yoğun yer aldıkları konunun magazin ve en fazla temsil edildikleri mesleğin sanatçılık ve mankenlik olmasıyla doğru orantılı olarak en fazla temsil edildikleri toplumsal rol de ünlü rolü olmuştur. Kadınların ünlü olarak basında yer alma oranları % 40,7'dir. Bu tablo, 1980'li yıllarla birlikte toplumsal yapıda yaşanan hızlı dönüşümden kadınların da ne ölçüde etkilendiğini kanıtlar niteliktedir. 80'lerle birlikte yaygınlaşan "kolay yoldan zengin olma" felsefesi kadınlarında ya yaşam biçimlerine yansımış kadınlar iyi anne ve ev hanımı ideallerinden uzaklaşarak dönemin moda meslekleri olan şarkıcılık, mankenliğe yönelmişlerdir.

Kadınlarla ilgili haberlerin 1987 yılında taranan dönemde en fazla 7. sayfadan, üst kuşakta ve çeyrek sayfanın yarısı büyüklüğünde verildiği görülmüştür. 1987 yılında kadın konulu haberlerin % 93,5'inde fotoğraf kullanılmıştır. 80'li yıllarla birlikte yazılı basının tiraj kaygısı ve televizyonla rekabeti fotoğraf kullanımını artırmış 1977'de % 62,1 olan fotoğraf kullanımını 1987'de % 93'lere çıkarmıştır.

Kadınlar 1987 yılı verilerine göre haber fotoğraflarında en fazla günlük kıyafet içinde ve başı açık olarak görülmüşlerdir. Günlük kıyafet içinde başı açık olarak görüntülenen kadınların oranı % 61,7'dir ki bu da neredeyse tüm görüntülerin yarısından fazlası anlamına gelmektedir. Bunu % 7,8 ile yine günlük kıyafetli başörtülü kadın görüntüleri izlemektedir.

Kadınlar 1987 yılı verilerine göre % 99 oranında haberin öznesi konumunda olmuşlardır. Haberlerin % 58'inde kadının sesine ya da sözünden bir alıntıya yer verilmemektedir. Alıntı yapılan haberlerde ise alıntı %84,6 oranında doğrudan alıntı şeklinde olmuştur.

3.3. 1997 yılı verileri

01-15 Nisan 1997 tarihleri arasında yayınlanmış Hürriyet, Cumhuriyet ve Zaman gazetelerinin tamamı sayfa ayrımı yapılmaksızın taranmış ve belirtilen sürede toplam 142 kadın haberine rastlanmıştır. Bu haberlerin %62,7'si Hürriyet, % 21,8'i Cumhuriyet ve %15,5 'i Zaman gazetelerinden elde edilmiştir. Tablo 27'de gazeteler ve yayınlanan toplam haber sayısı görülmektedir.

Tablo 27. 1997 Yılı Gazetelere Göre Haber Sayısı

		HABER SAYISI	Yüzde
Gazete Adı	HURRIYET	89	62.7
	CUMHURİYET	31	21.8
	ZAMAN	22	15.5
	Toplam	142	100.0

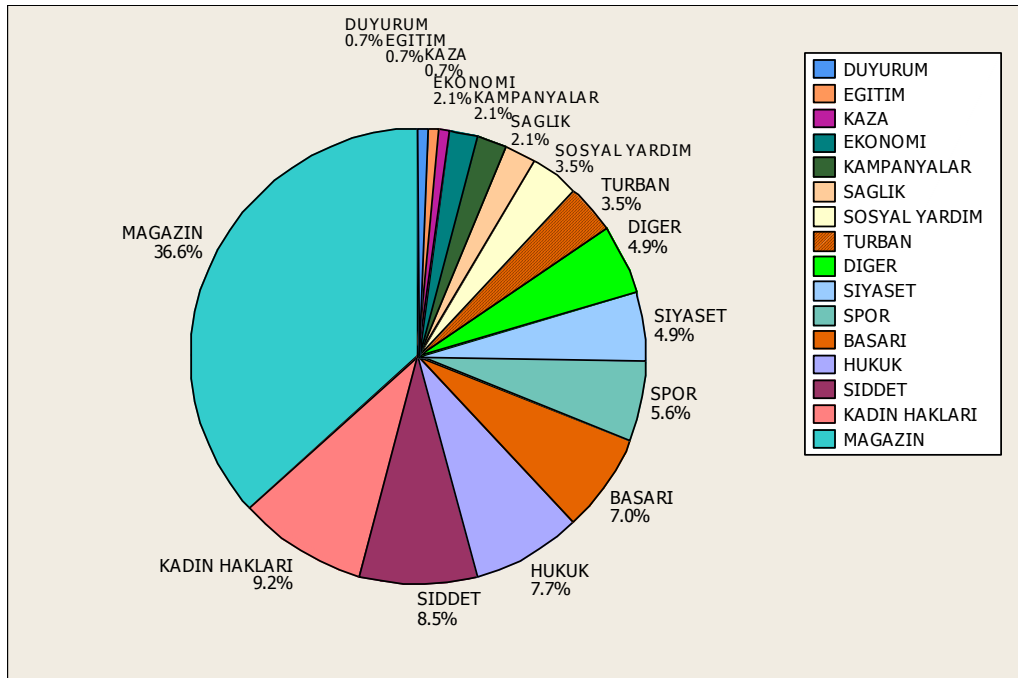
3.3.1. Haber Konuları Dağılımı

1997 yılında elde edilen verilerde haber konuları dağılımına baktığımızda ilk dikkat çeken unsurun magazin haberleri olduğu görülmektedir. %36 oranıyla kadınlar 1997 yılında da 77 ve 87'de olduğu gibi en çok magazin haberlerine konu olmuşlardır. 1997'de magazin hemen ardından ikinci sırada gelen kadın hakları konulu haberler diğer yıllardan farklı olarak dikkat çekmektedir.

1980'li yıllarla birlikte gerçek anlamda başlayan kadın hareketinin ortaya koyduğu kadın meselelerinin 1990'lı yıllara gelindiğinde toplumun her kesiminde tartışılır konuma gelmesi, gazetelerde kadın haklarına ilişkin haberleri de % 9,2'ye çekmiştir. Ancak kadınların en fazla konu oldukları haberler sıralamasında üçüncü sırayı yine %8,5 ile kadına yönelik şiddet haberleri almıştır. Bu da kadın hareketinin mücadelelerine rağmen toplumda kadın sorunlarının devam ettiği kadının hâlâ şiddette maruz kaldığının göstergesi niteliğindedir.

Tablo 28. 1997 Yılı Haber Konuları Dağılımı

HABERİN KONUSU	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
SIDDET	12	0	0	12
KAZA	1	0	0	1
KADIN HAKLARI	2	8	3	13
SOSYAL YARDIM	5	0	0	5
MAGAZIN	42	9	1	52
BASARI	5	3	2	10
DUYURUM	0	0	1	1
KAMPANYALAR	1	2	0	3
SIYASET	3	0	4	7
EKONOMI	2	0	1	3
HUKUK	11	0	0	11
EGITIM	0	0	1	1
SPOR	4	3	1	8
SAGLIK	0	0	3	3
DIGER	1	1	5	7
TURBAN	0	5	0	5
Toplam	89	31	22	142



Grafik 9. 1997 Haber Konuları Dağılımı

Grafik 9'a bakıldığında 1997 yılında en fazla yer alan “magazin”, “kadın hakları” ve “şiddet” konuları dışında 1980’li yıllarda başlayan türban konusunun da basında varlığını sürdürdüğü görülmektedir. 1987’de %2,4 olan türban konusu 1987’de oranını %3,5’e çıkartmıştır.

Kadınların başarılarını konu edinen haberlerde de 1977 ve 1987 yıllarında seçilen dönemler açısından karşılaştırıldığında, önemli bir artış gözlemlenmektedir. Bu durum bize 90’lı yıllarla birlikte modernleşme süreci ve kentleşme ekseninde kadının kamusal alanda daha fazla rol almaya başladığını göstermektedir.

3.3.2. Sayfa Numaraları Dağılımı

1997 yılında taranan dönemde kadınlarla ilgili toplam 142 haberin %19 oranıyla en fazla 3. sayfadan verildiği görülmüştür. Bunu %14’le 2. sayfa ve %6,3 oranıyla 1. sayfa haberleri izlemiştir. Kadın haberlerinin bu 3. sayfa dışında belirgin bir yoğunluk göstermedikleri, sayfalar arasında birbirine yakın oranlarda dağılım gösterdikleri Tablo 3’te de görülmektedir. 90’lı yıllarla birlikte gazetelerin sayfa sayılarının artması ve taranan 3 gazetenin farklı sayfa sayılarında yayınlanıyor olması haberlerin sayfalarda farklı dağılım göstermelerine neden olmuştur. Gazeteler içinde 32 sayfa ile en fazla sayfa sayısına sahip olan gazete Hürriyet olmuştur.

Tablo 29. 1997 Sayfa Numaraları Dağılımı

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
SAYFA NO	1.00	5	3	1	9
	2.00	19	1	0	20
	3.00	18	2	7	27
	4.00	4	2	2	8
	5.00	2	0	0	2
	7.00	1	0	6	7
	8.00	0	1	0	1
	10.00	0	3	0	3
	11.00	0	1	2	3
	12.00	0	2	0	2
	13.00	1	3	2	6
	14.00	2	1	1	4
	15.00	4	2	0	6
	16.00	1	3	0	4
	17.00	0	1	0	1
	18.00	0	4	0	4
	19.00	1	0	1	2
	20.00	0	2	0	2
	21.00	2	0	0	2
	23.00	5	0	0	5
	24.00	2	0	0	2
	25.00	4	0	0	4
	26.00	1	0	0	1
	27.00	3	0	0	3
	28.00	8	0	0	8
	30.00	3	0	0	3
	32.00	3	0	0	3
Toplam		89	31	22	142

3.3.3. Gazete Yazı Türü Dağılımı

Tablo 30’da görüldüğü gibi Hürriyet gazetesinde kadınlarla ilgili 89 haber yer almıştır ve bunların hepsi haber türündedir. Cumhuriyet gazetesinde 31 gazetenin 28’i haber türünde iken 1 tanesi röportaj ve 2 tanesi köşe yazısı türlerinde sunulmuştur. Zaman gazetesinde ise 22 haberin 14 tanesi haber türü ile sunulurken, 4 tanesi röportaj, 3 tanesi araştırma-inceleme ve 1 tanesi ise köşe yazısı türünde sunulmuştur.

Tablo 30. 1997 Gazete Yazı Türü Dağılımı

		GAZETE ADI			
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	Toplam
GAZETE YAZI TÜRÜ	HABER	89	28	14	131
	ROPORTAJ	0	1	4	5
	KOSE YAZISI	0	2	1	3
	ARASTIRMA/ INCELEME	0	0	3	3
Toplam		89	31	22	142

Genel olarak tüm gazeteler değerlendirildiğinde 77 ve 87 yıllarında olduğu gibi 97 yılında da haber, % 92,2 oranıyla kadınların en fazla yer aldığı gazete yazı türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunu % 3,5’la röportaj izlemektedir.

3.3.4. Haberin Sayfadaki Konumu

Kadınlarla ilgili haberlerin 1997 verilerine göre %35,9 oranla en fazla üst kuşakta yer aldığı görülmüştür. İkinci sırada “göbek” üçüncü sırada ise “alt kuşak” haberleri gelmektedir.

Hürriyet ve Cumhuriyet gazetelerinde haberlerin çoğunluğu üst kuşakta, Zaman gazetesinde ise alt kuşakta yer almıştır. Gazeteler bazında haberin sayfadaki konumuna göre dağılımları Tablo 31’de görülmektedir. 1987 yılında taranan gazetelerde yalnızca 2 kadın haberinin manşette yer aldığı görülmüştür. 2 haber de Hürriyet gazetesinde bulunmaktadır. 1977 ve 1987 yıllarında olduğu gibi Hürriyet dışındaki gazetelerde manşette kadın haberi görülmemiştir.

Tablo 31. 1997 Haberin Sayfadaki Konumu

		GAZETE ADI			
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	Toplam
HABERİN SAYFADAKİ KONUMU	MANSETTE	2	0	0	2
	SURMANSETTE	14	0	1	15
	GOBEKTE	27	7	4	38
	ALT KUSAKTA	15	8	13	36
	UST KUSAKTA	31	16	4	51
Toplam		89	31	22	142

3.3.5. Haberin Büyüklüğü

1997 yılında incelenen 3 gazetede kadınlarla ilgili 142 haberin %52,1'i çeyrek sayfanın yarısı büyüklüğünde yer almıştır. Bunu %23,9 oranıyla çeyrek sayfa ve %14,1 oranıyla spot haberler izlemiştir. Cumhuriyet ve Hürriyet gazetelerinde haberlerin çoğunluğunu çeyrek sayfanın yarısı büyüklüğünde haberler oluştururken, Zaman gazetesinde diğer iki gazeteden farklı olarak çeyrek sayfa haberler daha fazla görülmüştür. Zaman gazetesinde yer alan 22 haberden 8'i çeyrek sayfa olarak verilmiştir.

Tablo 32. 1997 Haberin büyüklüğü

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
HABERİN BUYUKLUGU	YARIM SAYFA	7	3	4	14
	CEYREK SAYFA	20	6	8	34
	CEYREK SAYFANIN YARISI	53	15	6	74
	SPOT	9	7	4	20
Toplam		89	31	22	142

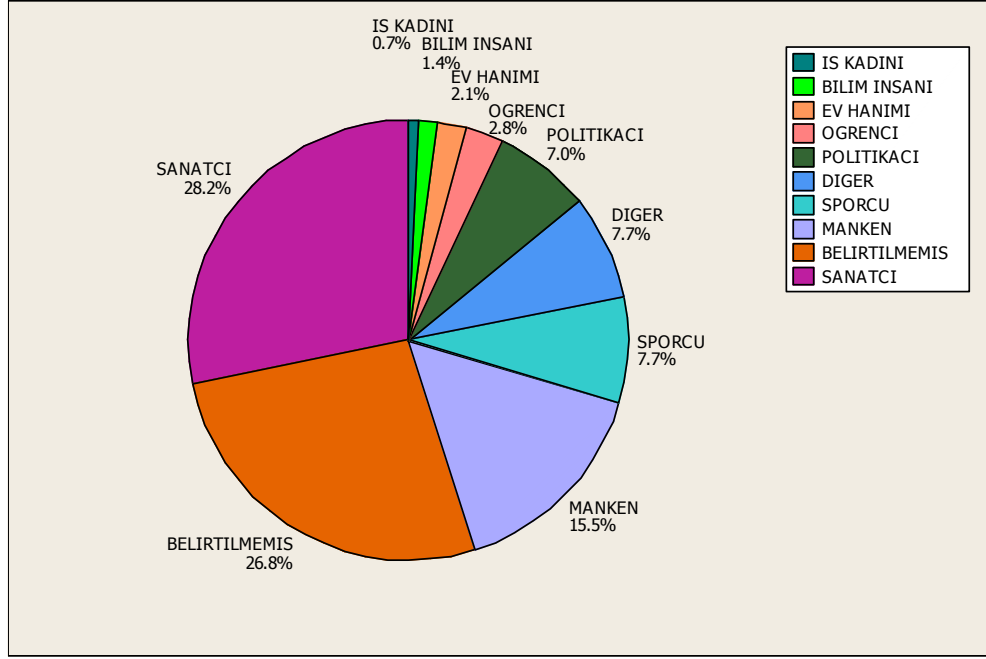
3.3.6. Kadının Sunulduğu Meslekler

Kadınların 1997 yılı verilerine göre taranan dönemde en fazla temsil edildikleri meslek grubu yine 1977 ve 1987'dekine benzer şekilde sanatçı olmuştur. Kadınları sanatçı olarak temsil edilme oranları %28,2 oranındadır. Sanatçılıktan sonra en fazla temsil edildikleri meslek ise 15,5 oranıyla mankenlik olmuştur. 1997 verilerinde sporcu ve politikacı olarak kadının gazetede yer alma oranında bir artış olmuş ve birbirlerine yakın oranlarda sporcu % 7,7 politikacı %7 düzeyine çıkmıştır.

Tablo 33. 1997 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
KADININ MESLEĞİ	EV HANIMI	1	2	0	3
	MANKEN	20	2	0	22
	SANATCI	27	11	2	40
	POLİTİKACI	5	0	5	10
	İS KADINI	1	0	0	1
	BİLİM İNSANI	0	0	2	2
	SPORCU	7	3	1	11
	OGRENCİ	3	0	1	4
	DİĞER	5	3	3	11
	BELİRTİLMEMİS	20	10	8	38
	Toplam	89	31	22	142

Mesleği belirtilmeyen kadınların oranının ise yine grafikte büyük bir parçayı oluşturarak %26,8 düzeyinde olduğu gözlenmiştir. Grafik 3'te kadınlar ve temsil edildikleri meslek gruplarının dağılım ve yüzdelerini görmek mümkündür.



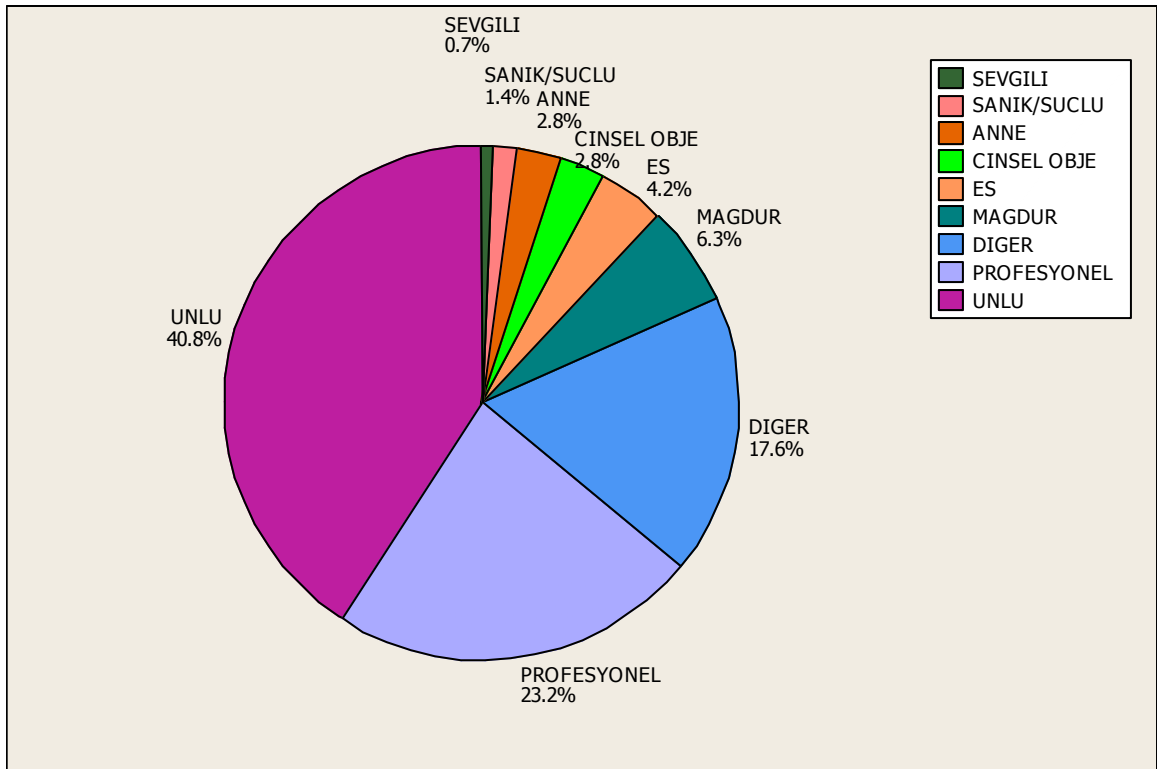
Grafik 10. 1997 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı

3.3.7. Kadının Sunulduğu Toplumsal Roller

Araştırmada 1977 ve 1987 yıllarında kadınların en fazla temsil edildikleri ünlü, mağdur ve profesyonel rolü 1997’de de değişmemiştir. 1997 yılı içinde % 40,8 oranıyla kadınların basında en fazla görüldüğü toplumsal rol ünlü rolü olmuştur. Kadınların bir meslekte profesyonel olarak görülme oranı artarak %23,2’ye çıkarak ikinci sırayı almıştır. Üçüncü sırada ise 6,3 oranıyla mağdur rolü gelmektedir.

Tablo 34. 1997 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
KADININ HABERDEKİ ROLU	ANNE	4	0	0	4
	ES	6	0	0	6
	SEVGİLİ	1	0	0	1
	UNLU	50	7	1	58
	MAGDUR	9	0	0	9
	CINSEL OBJE	4	0	0	4
	PROFESYONEL	9	12	12	33
	SANIK/SUCLU	1	1	0	2
	DİGER	5	11	9	25
Toplam		89	31	22	142



Grafik 11. 1997 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı

3.3.8. Fotoğraf Kullanımı

Tablo 35’de görüldüğü gibi 1997 yılında kadın konulu haberlerin %83,1 ‘inde fotoğraf kullanılmıştır. Haberlerde fotoğraf kullanımının en fazla olduğu gazete de yine Hürriyet olmuştur. Hürriyet gazetesinde yer alan haberlerin % 92,1’i fotoğraflı olarak yayınlanmıştır. Zaman gazetesinde bu oran % 72,7 düzeyindedir. 1997 yılı için taranan 3 gazete içinde fotoğrafa en az yer veren gazete Cumhuriyet gazetesi olmuştur. Cumhuriyet gazetesinin fotoğraflı haber oranı % 64,5’dir.

Tablo 35. 1997 Fotoğraf Kullanımı

	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
FOTO KULLANIMI VAR	82	20	16	118
YOK	7	11	6	24
Toplam	89	31	22	142

3.3.9. Fotoğraflarda Yer Alan Kadın Giysileri

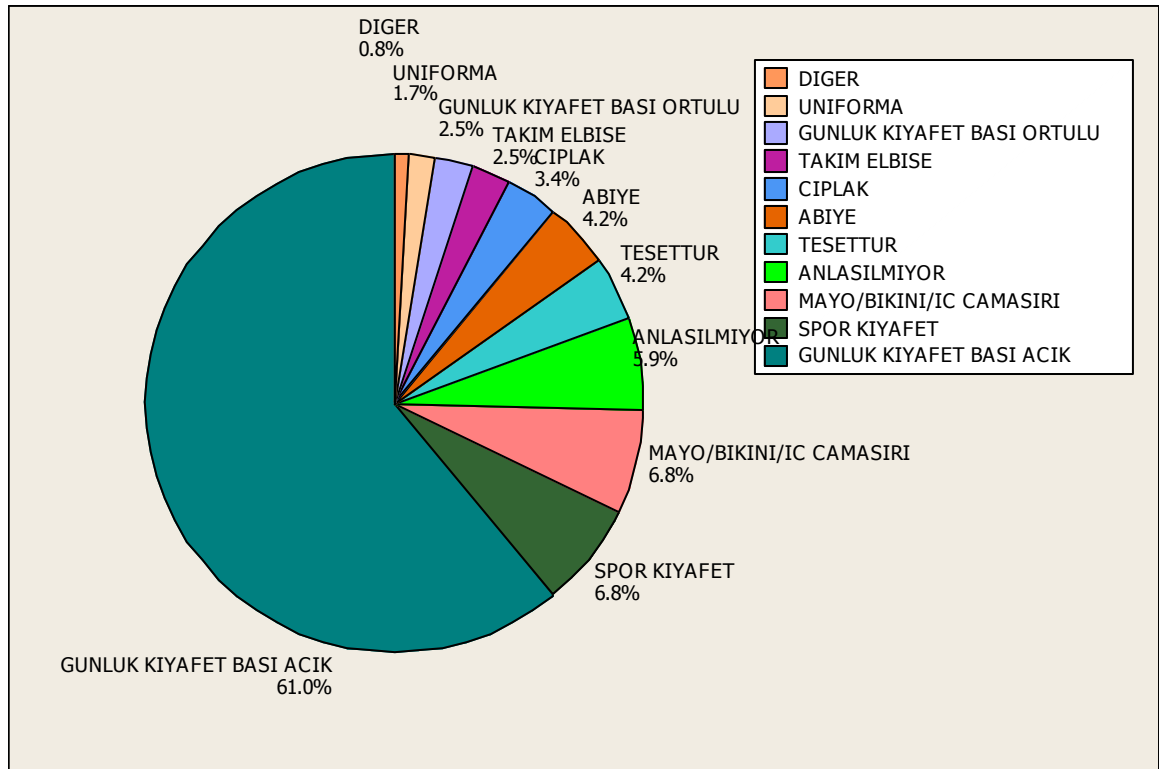
1997’de taranan dönemde kadınlar %61 oranıyla en fazla günlük kıyafetle ve başı açık olarak görülmektedir. Bunu % 6,8 oranıyla mayo/bikini/iç çamaşırı görüntüleri izlemektedir. 1977 ve 1987 yıllarına bakıldığında mayo bikini iç çamaşırı görüntülerinde önemli bir artış yaşandığı görülmektedir. Spor kıyafetinde de bir artış yaşanmış ve oranın % 6,8’e çıktığı görülmüştür.

Tesettür 1997’de % 4.2 ile kadınların en fazla görüntülediği kıyafetler içinde dördüncü sırayı almıştır. Bu durumun altında kuşkusuz 1995’de 1. parti olarak seçimleri kazanarak iktidara gelen Refah Partisi ve izlediği politikalar yatmaktadır. Refah Partisi ve Necmettin Erbakan’la birlikte Türkiye’de en fazla tartışılan konular arasında laiklik, din, irtica, türban gelmiştir. Bu durum Türkiye’yi 28 Şubat 1997 tarihinde bazı kesimlerce “post modern darbe” olarak adlandırılan Milli Güvenlik Kurulu kararlarına

götürmüştür. Artan türban tartışmalarıyla birlikte kadının tesettür görüntüsü ile gazetelerde yer alma oranında da artış olmuştur.

Tablo 36. 1997 Kadın Giysileri

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİ YET	ZAMAN	
FOTODA SUNULAN GIYSI	GUNLUK KIYAFET BASI ACIK	55	12	5	72
	GUNLUK KIYAFET BASI ORTULU	2	0	1	3
	TAKIM ELBISE	0	0	3	3
	UNIFORMA	1	0	1	2
	SPOR KIYAFET	6	2	0	8
	TESETTUR	0	1	4	5
	MAYO/BIKINI/IC CAMASIRI	8	0	0	8
	ABIYE	4	1	0	5
	CIPLAK	4	0	0	4
	ANLASILMIYOR	2	3	2	7
	DIGER	0	1	0	1
	Toplam	82	20	16	118



Grafik 12. 1997 Kadın Giysileri Dağılımı

3.3.10. Kadının Haber Metnindeki Rolü

Kadınların basında en fazla haber türünde yer alması durumu 1997’de de bozulmamış, taranan üç gazete içinde % 96,6 oranıyla kadın, en fazla haberin öznesi olmuştur. Hürriyet ve Cumhuriyet’te kadın görgü tanığı olarak haber metinlerinde hiç yer almazken, Zaman gazetesinde 22 haberden sadece 1’inde kadın görgü tanığı olarak görülmektedir. Kadına haber metninde konu uzmanı olarak Hürriyette hiç rastlanmazken Cumhuriyet ve Zaman gazetelerinde 2’şer adet habere rastlanmıştır.

Tablo 37. 1997 Kadının haber metnindeki rolü

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
HABER METNİNDEKİ ROLÜ	HABER ÖZNESİ	89	29	19	137
	OLAY GORGU TANIGI	0	0	1	1
	KONU UZMANI	0	2	2	4
Toplam		89	31	22	142

3.3.11. Kadının Sesi/Sözünden Alıntı Yapılması

Habere konu olan kadının sesinden alıntı yapılma oranı 1997 verilerine göre % 48,6’dır. Tablo 38’de görüldüğü gibi haberlerin %51,4’ü gibi bir oranla yarıdan fazlasında kadının sesi/sözüne yer verilmemiş olduğu görülmüştür.

Tablo 38. 1997 Kadının sesi/sözü alıntı dağılımı

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
ALINTILAR	VAR	48	10	11	69
	YOK	41	21	11	73
Toplam		89	31	22	142

3.3.12. Alıntının Türü

1997 verilerine göre kadının sesi/sözünden alıntı yapılan 69 haberde doğrudan alıntı yapılma oranı % 81,1 olarak bulunmuştur. 1977 ve 1987 yıllarına benzer bir sonuçla 1997 yılında da alıntılar daha çok doğrudan yapılmaktadır.

Tablo 39. 1997 Alıntı Türü Dağılımı

	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
ALINTI TURU DOGRUDAN	37	10	9	56
DOLAYLI	11	0	2	13
Toplam	48	10	11	69

3.3.13. 1997 Verilerinin Özeti

01-15 Nisan 1997 tarihleri arasında yayınlanmış Hürriyet, Cumhuriyet ve Zaman gazetelerinin tamamı sayfa ayrımı yapılmaksızın taranmış ve belirtilen sürede toplam 142 kadın haberine rastlanmıştır. Bu haberlerin %62,7'si Hürriyet, % 21,8'i Cumhuriyet ve %15,5 'i Zaman gazetelerinden elde edilmiştir.

1997 yılında elde edilen verilerde, haber konuları dağılımına baktığımızda, ilk dikkat çeken unsurun Magazin haberleri olduğu görülmektedir. %36 oranıyla kadınlar 1997 yılında da 77 ve 87'de olduğu gibi en çok magazin haberlerine konu olmuşlardır. 1980'li yıllarla birlikte, gerçek anlamda başlayan kadın hareketinin ortaya koyduğu kadın meselelerinin, 1990'lı yıllarda toplumun her kesiminde tartışılır konuma gelmesi ile 1997 verilerinde gazetelerde kadın haklarına ilişkin haberler % 9,2'ye çıkarak, magazinden sonra kadınların en fazla temsil edildikleri ikinci haber konusu olmuştur. Ancak kadınların en fazla konu oldukları haberler sıralamasında üçüncü sırayı yine %8,5 ile kadına yönelik şiddet haberleri almıştır. 1980'li yıllarda başlayan türban konusunun da 1997'de basında varlığını sürdürdüğü görülmüştür.

1997 yılında taranan dönemde kadınlarla ilgili toplam 142 haberin %19 oranıyla en fazla 3. sayfadan verildiği görülmüştür. 77 ve 87 yıllarında olduğu gibi 97 yılında da

haber % 92,2 oranıyla kadınların en fazla yer aldığı gazete yazı türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kadınların 1997 yılı verilerine göre taranan dönemde en fazla temsil edildikleri meslek grubu yine 1977 ve 1987'dekine benzer şekilde sanatçı olmuştur. Kadınların sanatçı olarak temsil edilme oranları %28,2 oranındadır. Sanatçılıktan sonra en fazla temsil edildikleri meslek ise 15,5 oranıyla mankenlik olmuştur. 1997 verilerinde sporcu ve politikacı olarak kadının gazetede yer alma oranında bir artış olmuş ve birbirlerine yakın oranlarda sporcu % 7,7 politikacı %7 düzeyine çıkmıştır.

Araştırmada 1977 ve 1987 yıllarında kadınların en fazla temsil edildikleri ünlü, mağdur ve profesyonel rolü 1997'de de değişmemiştir. 1997 yılı içinde % 40,8 oranıyla kadınların basında en fazla görüldüğü toplumsal rol ünlü rolü olmuştur. Kadınların bir meslekte profesyonel olarak görülme oranı artarak %23,2'ye çıkarak ikinci sırayı almıştır. Üçüncü sırada ise 6,3 oranıyla mağdur rolü gelmektedir.

1997 yılında kadın konulu haberlerin %83,1 'inde fotoğraf kullanılmıştır. Haberlerde fotoğraf kullanımının en fazla olduğu gazetede yine Hürriyet olmuştur. Kadınlar bu dönemde de %61 oranıyla en fazla günlük kıyafetle ve başı açık olarak görülmektedir. Bunu % 6,8 oranıyla mayo/bikini/iç çamaşırı görüntüleri izlemektedir. 1977 ve 1987 yıllarına bakıldığında mayo/bikini/iç çamaşırı görüntülerinde önemli bir artış yaşandığı görülmektedir.

Kadınların, basında en fazla haber türünde yer alması durumu 1997'de de bozulmamış, taranan üç gazete içinde % 96,6 oranıyla kadın en fazla haber türüne konu olmuştur. Habere konu olan kadının sesinden alıntı yapılma oranı 1997 verilerine göre % 48,6 oranında olmuştur.

3.4. 2007 yılı verileri

2007 yılı için Hürriyet, Cumhuriyet ve Zaman gazeteleri 01–15 Nisan tarihleri arasında taranmış ve toplam 156 kadın haberine rastlanmıştır. Daha önce incelenen 1977, 1987 ve 1997 yıllarına oranla en fazla kadın haberi 2007 yılında karşımıza çıkmıştır. Bunda gazetelerin yıllar içinde sayfa sayılarının artmasının etkisi de büyüktür. Gazeteler bazında baktığımızda, 1997 yılı için taranan dönemde rastlanan kadın haberlerinin %64,7'si Hürriyet, % 21,2'si Cumhuriyet, %14,1'i Zaman gazetesinde bulunmuştur.

Tablo 40. 2007 Yılı Gazetelere Göre Haber Sayısı

		SIKLIK	YÜZDE
Gazete Adı	HURRIYET	101	64.7
	CUMHURİYET	33	21.2
	ZAMAN	22	14.1
	Toplam	156	100.0

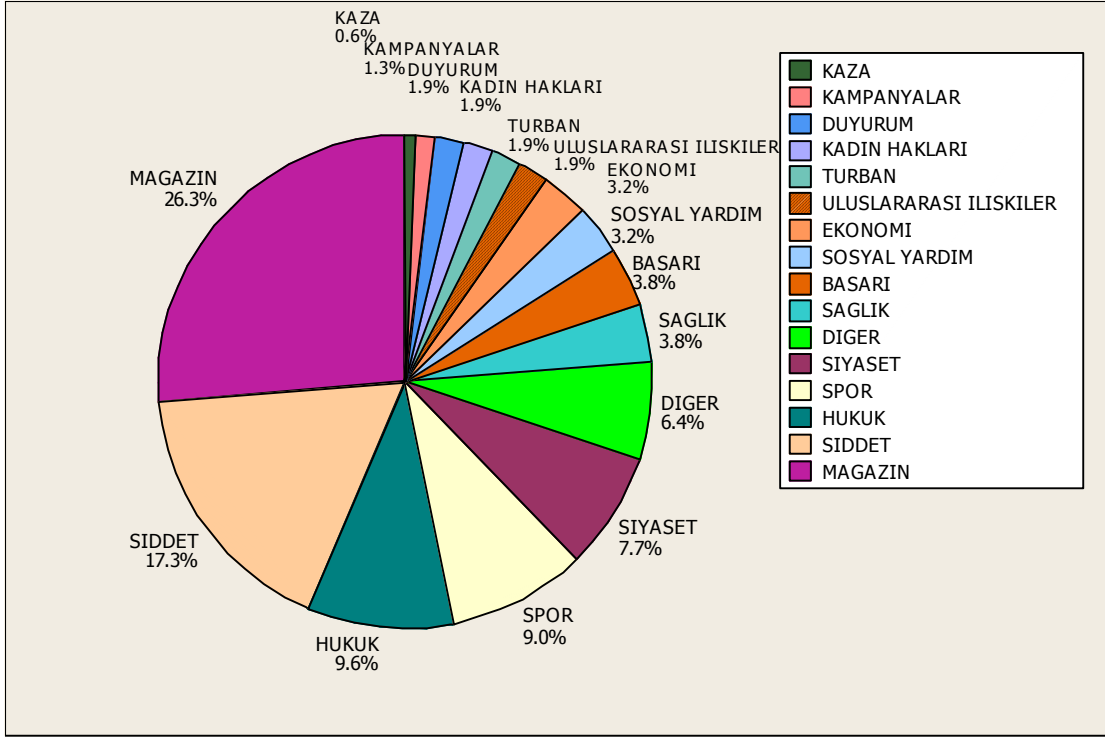
3.4.1. Haber Konuları Dağılımı

2007 verilerine bakıldığında Tablo 2'de de açıkça görüldüğü üzere, 1977'den bu yana kadınların en fazla temsil edildiği haber konusunun magazin olduğu gerçeği bir kez daha karşımıza çıkmaktadır. 2007 yılı için taranan dönemde rastlanan kadın haberlerinin % 26,3'ünü magazin haberleri oluşturmuştur.

Tablo 41. 2007 Yılı Haber Konuları Dağılımı

HABERİN KONUSU	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
SIDDET	23	1	3	27
KAZA	1	0	0	1
KADIN HAKLARI	2	1	0	3
SOSYAL YARDIM	1	2	2	5
MAGAZİN	33	7	1	41
BASARI	3	3	0	6
DUYURUM	1	0	2	3
KAMPANYALAR	0	2	0	2
SIYASET	2	6	4	12
EKONOMİ	3	2	0	5
HUKUK	14	0	1	15
SPOR	9	1	4	14
SAGLIK	5	0	1	6
ULUSLARARASI İLİSKİLER	0	2	1	3
DİĞER	3	4	3	10
TURBAN	1	2	0	3
Toplam	101	33	22	156

Grafik 1’de de görüldüğü gibi 1977, 1987, 1997 yıllarında karşımıza çıkan bir diğer haber konusu olan şiddet haberleri 2007 yılında da değişmemiş % 17,3 oranıyla magazin haberlerinin hemen ardından kadınların en fazla sunuldukları ikinci haber konusu olmuştur. Bunu % 9,6 ile hukuk % 9,0 oranıyla spor haberleri izlemiştir. Araştırmada incelenen diğer yıllarla karşılaştırdığımızda 2007 yılında kadınların spor haberlerinde yer alma oranlarında bir artış yaşandığı görülmüştür.



Grafik 13. 2007 Haber Konuları Dağılımı

3.4.2. Sayfa Numaraları Dağılımı

2007 yılı verilerine göre kadınlarla ilgili haberler en fazla 3. sayfadan verilmiştir. Kadın haberlerinin 3. sayfadan verilme oranı %16.1'dir. Bunu % 8,3 ile birinci sayfa haberleri %7,0'la ikinci sayfa haberleri izlemiştir. Gazeteler bazında baktığımızda Hürriyetin 100 haberin 20'sini 3. sayfadan, Cumhuriyetin ise 33 haberden 8'yle en fazla kadın haberine 20. sayfadan yer verdiği görülmüştür. Zaman gazetesinde ise kadın haberleri sayfalarda birbirine yakın dağılım göstermiş, bir sayfada yoğunlaşmamıştır.

Tablo 42. 2007 Sayfa Numaraları Dağılımı

SAYFA NO	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
1.00	12	1	0	13
2.00	9	0	2	11
3.00	20	2	3	25
4.00	3	0	1	4
5.00	5	1	1	7
6.00	5	2	1	8
7.00	4	0	0	4
9.00	1	1	0	2
10.00	1	5	0	6
11.00	2	5	0	7
12.00	0	2	0	2
13.00	1	0	1	2
14.00	1	1	1	3
15.00	1	2	1	4
16.00	1	1	0	2
18.00	0	1	0	1
19.00	1	0	1	2
20.00	1	8	0	9
21.00	0	0	1	1
22.00	2	0	0	2
23.00	1	0	1	2
24.00	0	1	1	2
25.00	3	0	0	3
26.00	2	0	0	2
27.00	1	0	3	4
28.00	2	0	1	3
29.00	3	0	3	6
30.00	6	0	0	6
32.00	6	0	0	6
34.00	1	0	0	1
36.00	5	0	0	5
Toplam	100	33	22	156

3.4.3. Gazete Yazı Türü Dağılımı

Tablo 43'te görüldüğü gibi Hürriyet gazetesinde kadınlarla ilgili 101 haber yer almıştır ve bunların 100 tanesi "haber" türünde sunulmuştur.

Cumhuriyet gazetesinde ise 33 haberin 29 tanesi "haber" türü olarak sunulurken 1 tanesi "röportaj" ve 2 tanesi "araştırma-inceleme" şeklinde sunulmuştur.

Zaman gazetesinde 22 haberin 20 tanesi "haber" türü ile sunulurken, 1 tanesi "röportaj", 2 tanesi "araştırma-inceleme" biçimiyle sunulmuştur.

Genel olarak değerlendirildiğinde % 95,5 oranında kadın "haber" yazı türünde karşımıza çıkmıştır.

Tablo 43. 2007 Gazete Yazı Türü Dağılımı

		GAZETE ADI			
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	Toplam
HABERİN SUNUM BİCİMİ	HABER	100	29	20	149
	ROPORTAJ	0	1	1	2
	ARASTIRMA/ İNCELEME	0	2	1	3
	DİĞER	1	1	0	2
Toplam		101	33	22	156

3.4.4. Haberin Sayfadaki Konumu

2007 yılında kadın haberlerinin % 50,64 oranında en fazla üst kuşakta yer aldığı görülmüştür. Kadın haberleri üst kuşak dışında en yoğun %30,1 oranında göbekte ve %16,02 oranında alt kuşakta yer almışlardır.

Tablo 44. 2007 Haberin Sayfadaki Konumu

		GAZETE ADI			
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	Toplam
HABERİN SAYFADAKİ KONUMU	MANSETTE	4	0	0	4
	SURMANSETTE	1	0	0	1
	GOBEKTE	28	13	6	47
	ALT KUSAKTA	15	5	5	25
	UST KUSAKTA	53	15	11	79
Toplam		101	33	22	156

3.4.5. Haberin Büyüklüğü

2007 yılında incelenen 3 gazetede kadınlarla ilgili 156 haberin %50,6'sı çeyrek sayfanın yarısı büyüklüğünde yer almıştır. %23,1'i çeyrek sayfa ve %14,7'si spot olarak yer almıştır.

Tablo 45. 2007 Haberin büyüklüğü

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
HABERİN BUYUKLUGU	YARIM SAYFA	9	4	5	18
	CEYREK SAYFA	28	5	3	36
	CEYREK SAYFANIN YARISI	54	15	10	79
	SPOT	10	9	4	23
Toplam		101	33	22	156

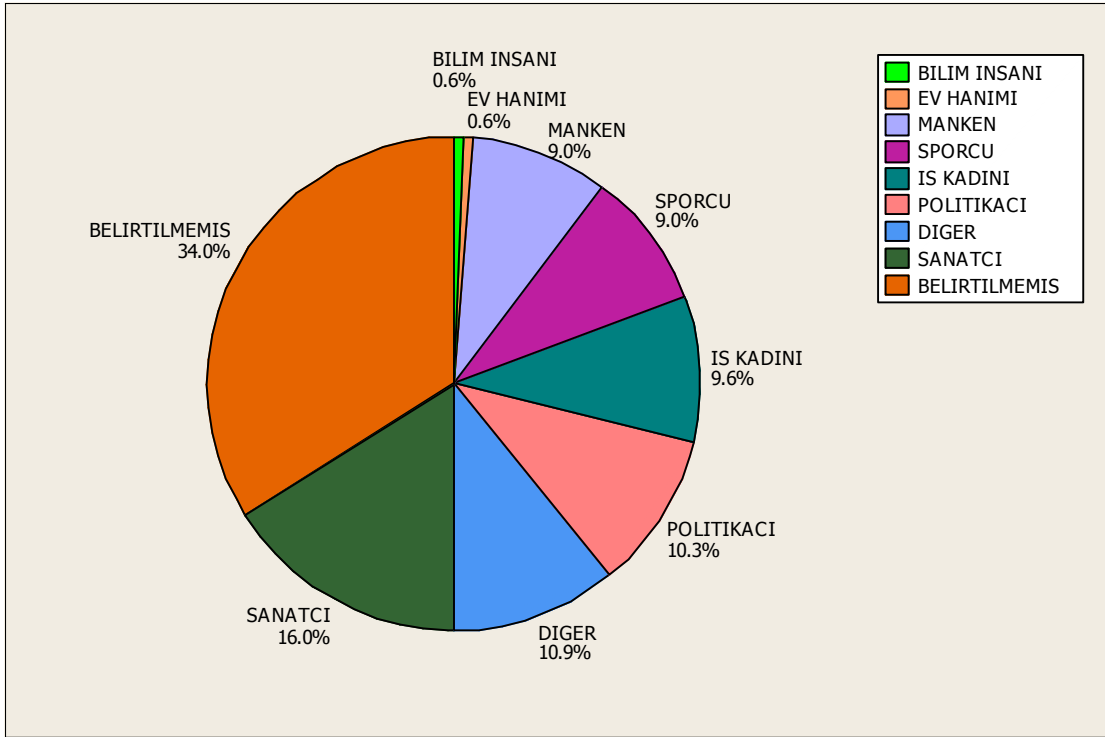
3.4.6. Kadının Sunulduğu Meslekler

Kadınların mesleğine ilişkin veri bulunamayan haberlerin oranı 2007 yılı için % 34 olup Grafik 14'te de görüldüğü gibi en fazla payı almıştır. Araştırmaya konu edilen 1977 ile 2007 yılları arasını kapsayan 30 yıllık bir zamanda kadının mesleğinin haberde belirtilmesi düzeyinde önemli bir değişim yaşanmaması dikkat çekicidir.

Tablo 46. Kadının sunulduğu meslekler

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
KADININ MESLEGI	EV HANIMI	1	0	0	1
	MANKEN	12	2	0	14
	SANATCI	16	8	1	25
	POLİTİKACI	4	8	4	16
	İŞ KADINI	10	4	1	15
	BİLİM İNSANI	0	0	1	1
	SPORCU	9	1	4	14
	DİĞER	14	3	0	17
	BELİRTİLMEMİS	35	7	11	53
Toplam		101	33	22	156

2007 yılında değişmeyen önemli unsurlardan biri de kadının basında en fazla temsil edildiği mesleğin sanatçılık olmasıdır. Kadınlar 2007 yılında % 16 oranında sanatçı olarak temsil edilmişlerdir. 2000’li yıllara gelindiğinde değişen unsurların başında da kadınların politikacı ve iş kadını olarak sunulma oranlarındaki artıştır. Kadınlar 2007 verilerine göre sanatçılıktan sonra % 10,9 oranında en fazla politikacı ve %10,3 oranında üçüncü sırada en fazla iş kadını olarak sunulmuşlardır. Sporcu ve Manken olarak sunulan kadınların oranı da % 9’la hemen hemen bu mesleklere yakın bir düzeyde çıkmıştır.



Grafik 14. 2007 Kadınların Sunulduğu Meslek Dağılımı

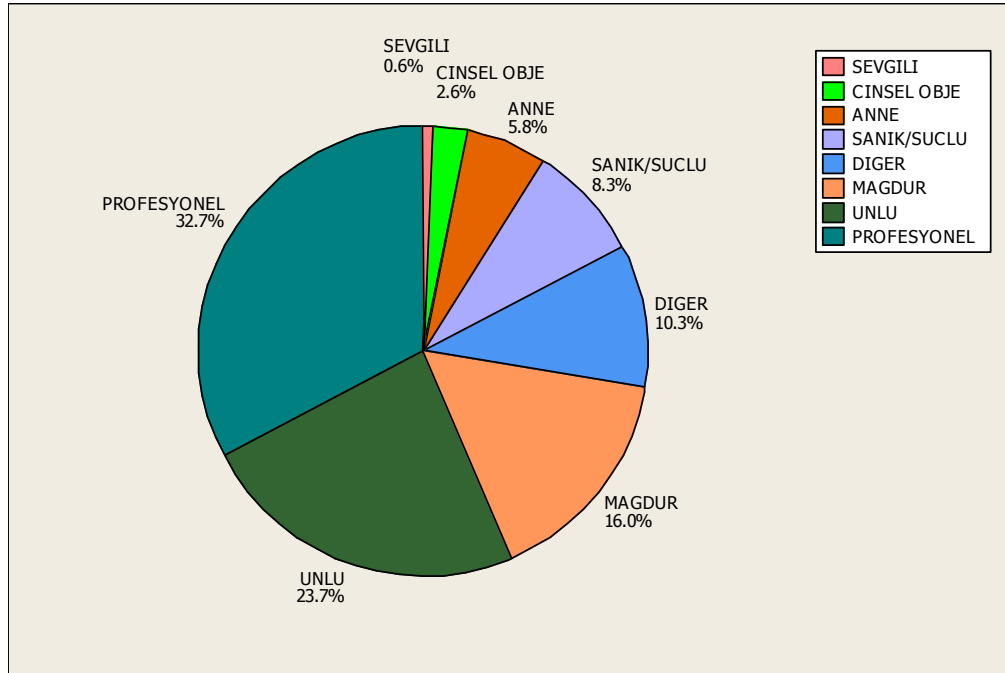
3.4.7. Kadının Sunulduğu Toplumsal Roller

2007 yılına gelindiğinde kadınların gazetelerde temsil edildikleri rol anlamında en dikkat çekici gelişme bir meslekte profesyonel olarak temsil edilme oranlarındaki artıştır. 1977, 1987 ve 1997 yıllarında pasta grafiğinin en büyük dilimini kaplayan ünlü rolünün yerini 2007’de % 32,7 ile Profesyonel almıştır. Bunu izleyen konu başlıkları bize yine tanıdık gelen ünlü ve mağdur rolleri olmuştur. Kadınlar 2007 yılında % 23, 7 ile ikinci sırada ünlü, % 16 oranıyla üçüncü sırada mağdur olarak sunulmuşlardır.

Tablo 47. 2007 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı

	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
KADININ HABERDEKİ ROLU				
ANNE	4	2	3	9
SEVGILI	1	0	0	1
UNLU	29	8	0	37
MAGDUR	23	0	2	25
CINSEL OBJE	4	0	0	4
PROFESYONEL	23	17	11	51
SANIK/SUCLU	12	0	1	13
DIGER	5	6	5	16
Toplam	101	33	22	156

80'li yıllarda gerçek anlamda hız kazanan feminist çalışmaların artık meyvelerini vermeye başladığı 2000'li yıllarda kadınların profesyonel olarak basında görülme oranlarının artmış olması kadınlar adına son derece önemli bir gelişmedir. Ancak bunun yanında kadınların hâlâ şiddet haberlerine konu olan mağdur rolünde, hem de taranan tüm yıllardan daha yüksek bir oranda temsil edilmesi bir o kadar düşündürücü bir sonuç olmuştur.

*Grafik 15. 2007 Kadınların Sunulduğu Toplumsal Rol Dağılımı*

3.4. 8. Fotoğraf Kullanımı

1980’li yıllarla birlikte basında görselliğe verilen önemin gittikçe artması 2000’li yıllarda da etkisini göstermeye devam etmiştir. 2007 yılı için taran dönemde karşılaşılan 156 haberin % 92,3’ünde fotoğraf kullanılmıştır. Cumhuriyet ve Zaman gazetelerinin fotoğraf kullanım oranları % 77, 8 ile eşit çıkarken Hürriyet gazetesi % 98 oranıyla 2007 verilerine göre en fazla fotoğraf kullanan gazete olmuştur.

Tablo 48. 2007 Fotoğraf Kullanımı

	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
FOTO KULLANIMI VAR	99	27	18	144
YOK	2	6	4	12
Toplam	101	33	22	156

3.4.9. Fotoğraflarda Yer Alan Kadın Giysileri

Kadınlar 2007 yılında da taranan diğer yıllarda olduğu gibi en fazla günlük kıyafetle başları açık olarak görülmektedirler. Magazin haberlerinin fazla olması ve bu tür haberlerde kadınların daha çok sahne kostümleriyle görüntülenmesi 2007 yılında kadınların abiye kıyafetlerle görüntülenme oranını artırmış ve abiye kıyafet oranı % 11,1 ile ikinci sıraya yükselmiştir.

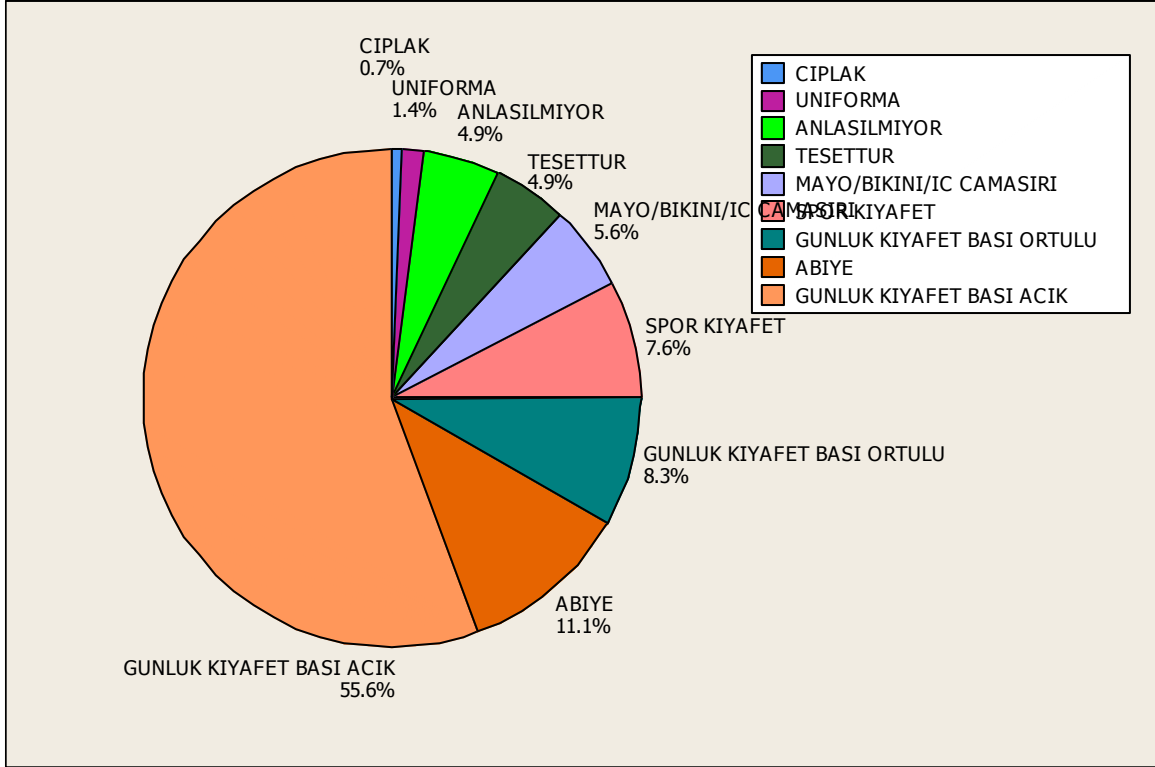
Üçüncü sırada ise % 8,3 oranıyla kadınlar günlük kıyafetle ve başları örtülü olarak görülmektedirler. Tesettürlü kadın görüntüsü ise 4,9 oranıyla taranan tüm yıllar içinde en yüksek rakama 2007 yılında ulaşmıştır. 1977’de taranan gazetelerde hiç rastlanmayan tesettürlü kadın görüntüsüne yıllar içinde muhafazakâr ve sağ görüşteki partilerin iktidara gelmelerinin toplumsal yapıya doğrudan/dolaylı etkileri sonucunda daha sık rastlanır olmuştur.

Özellikle 2003 yılı ve sonrasında Adalet ve Kalkınma Partisi’nin (AKP) iki seçimden de üst üste ezici bir çoğunlukla ilk parti olarak çıkması ve partinin diğer İslami partilerden

farklı olarak AB politikalarını destekler nitelikteki politikaları, laik-İslamcı, modernist-muhafazakâr, AB yandaşı-karşıtı gibi ikilikler açısında türban konusunu çok zaman siyasi tartışmaların merkezine taşımıştır. Bu açıdan AKP'nin türbanı verimli bir politika malzemesi olarak uzun süre gündemde tutması, salt AKP politikalarına eleştirel bakan kesimin değil, AKP'nin neo-liberal ve AB yanlısı kimi politikalarını destekleyenler arasında da gerilime neden olmuştur. Bu durum doğrudan medyanın konuya ilgisinde belirgin bir artışa neden olmuş, gazete sayfalarında kendine yer bulmuştur.

Tablo 49. 2007 Kadın Giysileri

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
FOTODA SUNULAN GIYSI	GUNLUK KIYAFET BASI ACIK	57	17	6	80
	GUNLUK KIYAFET BASI ORTULU	5	2	5	12
	UNIFORMA	1	0	1	2
	SPOR KIYAFET	7	1	3	11
	TESETTUR	6	0	1	7
	MAYO/BIKINI/IC CAMASIRI	7	1	0	8
	ABIYE	11	4	1	16
	CIPLAK	1	0	0	1
	ANLASILMIYOR	4	2	1	7
	Toplam	99	27	18	144



Grafik 16. 2007 Kadın Giysileri Dağılımı

3.4.10. Kadının Haber Metnindeki Rolü

Tabloda da görüldüğü gibi 2007 yılında kadınlar %100 oranında haberin objesi olarak karşımıza çıkmıştır. Taranan 3 gazetede de araştırma kapsamındaki sürede olayın görgü tanığı ya da konu uzamanı olarak hiçbir haberde rastlanmamıştır.

Tablo 50. 2007 Kadının haber metnindeki rolü

		GAZETE ADI			Toplam
		HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
HABER METNİNDEKİ ROLÜ	HABERİN OBJESİ	101	33	22	156
Toplam		101	33	22	156

3.4.11. Kadının Sesi/Sözünden Alıntı Yapılması

Görüldüğü gibi incelenen 156 haberin %57,7 'sinde kadının sesi/sözünden alıntı yapılmamıştır. Üç gazete içinde kadının sesi/sözünden en fazla alıntı yapan gazete % 59 oranıyla Zaman gazetesi olmuştur.

Tablo 51. 2007 Kadının sesi/sözü alıntı dağılımı

	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
ALINTILAR VAR	40	13	13	66
YOK	61	20	9	90
Toplam	101	33	22	156

3.4.12. Alıntının Türü

2007 yılında taranan gazetelerde yapılan alıntılarının % 87,8'i doğrudan alıntıdır. Cumhuriyet ve zaman gazetelerinde rastlanan 13 haberden 12'si doğrudan alıntı iken Hürriyet gazetesinde rastlanan 40 haberden 34'ünde doğrudan alıntı yapılmıştır.

Tablo 52. 2007 Alıntı Türü Dağılımı

	GAZETE ADI			Toplam
	HURRIYET	CUMHURİYET	ZAMAN	
ALINTI TURU DOGRUDAN	34	12	12	58
DOLAYLI	6	1	1	8
Toplam	40	13	13	66

3.4.13. 2007 Verilerinin Özeti

2007 yılı için Hürriyet, Cumhuriyet ve Zaman gazeteleri 01–15 Nisan tarihleri arasında taranmış ve toplam 156 kadın haberine rastlanmıştır. Daha önce incelenen 1977, 1987 ve 1997 yıllarına oranla en fazla kadın haberi 2007 yılında karşımıza çıkmıştır. 1977’lerden bu yana kadınların en fazla temsil edildiği haber konusu olan magazin 2007’de de kadınların % 26,3 oranıyla en fazla yer aldıkları haber konusu olmuştur.

Şiddet konulu haberler 2007 yılında da değişmemiş % 17,3 oranıyla magazin haberlerinin hemen ardından kadınların en fazla sunuldukları ikinci haber konusu olmuştur. 2007 yılı verilerine göre kadınlarla ilgili haberler en fazla 3. sayfadan, haber yazı türünde ve çeyrek sayfanın yarısı büyüklüğünde verilmiştir.

2000’li yıllar, kadınların politikada daha fazla söz sahibi olmaları konusunda kadın hareketlerinin hızlandığı bir dönem olmuştur. 22 Temmuz 2007 seçimleri öncesi Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği (KADER)’in milletvekilliğinde kadın kotası konması amacıyla gerçekleştirdiği kampanya bu girişimlerin güzel bir örneği olmuştur. Bununla bağlantılı olarak, 2000’li yıllara gelindiğinde kadınların “politikacı” ve “iş kadını” olarak sunulma oranlarında araştırmada incelenen diğer dönemlere oranla önemli bir artış görülmüştür. Kadınlar 2007 verilerine göre sanatçılıktan (% 16) sonra ikinci sırada % 10,9 oranında en fazla “politikacı” ve % 10,3 oranında üçüncü sırada en fazla “iş kadını” olarak sunulmuşlardır. Yine bununla bağlantılı olarak, 1977, 1987 ve 1997 yıllarında pasta grafiğinin en büyük dilimini kaplayan “ünlü” rolünün yerini 2007’de % 32,7 ile “profesyonel” almıştır. Bunu taranan tüm dönemlerde değişmeyen “ünlü” ve “mağdur” rolleri izlemiştir.

80’li yıllarda gerçek anlamda hız kazanan feminist çalışmaların artık meyvelerini vermeye başladıkları 2000’li yıllarda, kadınların profesyonel olarak basında görülme oranlarının artmış olmasına rağmen, kadınların şiddet haberleriyle ve mağdur rolüyle basında temsil edilme oranlarında önemli bir değişim olmadığı görülmüştür.

1980'li yıllarla birlikte basında görselliğe verilen önemin gittikçe artması 2000'li yıllarda da etkisini göstermeye devam etmiştir. 2007 yılı için taran dönemde karşılaşılan 156 haberin % 92,3'ünde fotoğraf kullanılmıştır.

Kadınlar 2007 yılında da taranan diğer yıllarda olduğu gibi en fazla günlük kıyafetle başları açık olarak görülmektedirler. 2007 yılında kadınların özellikle magazin haberlerinde abiye kıyafetlerle görüntülenme oranı artırmış ve abiye kıyafet oranı % 11,1 ile ikinci sıraya yükselmiştir. 2007 yılı AKP iktidarıyla birlikte gündemde önemli yer almaya başlayan türban tartışmalarının izlerinin basında görüldüğü bir yıl olmuştur. Buna bağlı olarak; tesettürlü kadın görüntüsü ise 4,9 oranıyla taranan tüm yıllar içinde en yüksek rakama 2007 yılında ulaşmıştır. 1977'de taranan gazetelerde hiç rastlanmayan tesettürlü kadın görüntüsüne, yıllar içinde muhafazakâr ve sağ partilerin güçlenerek iktidara gelmeleriyle birlikte daha sık rastlanır olmuştur.

Tablo 50'de de görüldüğü gibi 2007 yılında kadınlar %100 oranında haberin objesi olarak karşımıza çıkmıştır. Taranan 3 gazetede de araştırma kapsamındaki sürede olayın görgü tanığı ya da konu uzmanı olarak hiçbir haberde rastlanmamıştır. İncelenen 156 haberin %57,7 'sinde kadının sesi/sözünden alıntı yapılmamıştır.

4. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Bu araştırmada, 1970'lerden 2000'li yıllara Türkiye'de yaşanan ekonomi-politik ve toplumsal gelişmelerin, basın ve dolayısıyla basında kadının yer alış biçimini nasıl etkilediği incelenmiştir. Bunun için öncelikle alanyazın taraması ile Türkiye'nin yakın tarihinde gerçekleşmiş önemli ekonomi-politik olaylar ile bunların basın ve kadın üzerindeki yansımaları kuramsal bölümde tartışılmaya çalışılmıştır.

İkinci aşamada ise; araştırmanın "Yöntem" bölümü yer almaktadır. Bu bölümde; araştırmanın örnekleme, seçilen gazetelere, uygulanan yonteme dair tanımlar ve açıklamalara yer verilmiştir. Belirtilen örneklem çerçevesinde 1977, 1987, 1997 ve 2007 yılları için üçer adet gazete 01-15 Nisan tarihleri arasında sayfa ayrımı yapılmaksızın taranmıştır. 1977 yılı için; Hürriyet, Cumhuriyet ve Milli Gazete'de, 1987 yılı için; Hürriyet Cumhuriyet ve Tercüman'da, 1997 yılı için; Hürriyet Cumhuriyet ve Zaman'da, 2007 yılı için de Hürriyet, Cumhuriyet ve Zaman gazetelerinde rastlanan kadın konulu tüm haberlere içerik analizi uygulanmıştır.

Haberlerde kadınların, hangi konularda, hangi mesleklerde, hangi toplumsal rollerde, hangi kıyafetlerle sunuldukları, haberin yayınlandığı sayfa, sayfadaki konumu, büyüklüğü, hangi gazete yazı türünde yayınlandığı, haberde kadınların sesi/sözüne yer verilip verilmediği, kadınların haber metnindeki rolünün ne olduğu gibi araştırmanın amacını oluşturan sorulara cevap aranmıştır. Tüm bulgular SPSS yazılımı aracılığı ile tablolatırılmış, bu tablo ve grafikler 1977, 1987, 1997 ve 2007 yılları için ayrı ayrı çözümlenmiş ve yorumlanmıştır.

Araştırma kapsamında taranan gazetelerde 1977 yılında 66, 1987 yılında 123, 1997 yılında 142 ve 2007 yılında 156 olmak üzere toplam 487 adet kadın haberi bulunmuştur. Gazetelerin sayfa sayılarının yıllar içinde artış göstermesi yayınlanan haber sayısının ve dolayısıyla kadın haberlerinin de artmasına neden olmuştur.

4.1. Magazinin Vazgeçilmez'i Olarak Kadın

Dünyada ve Türkiye’de “magazin ve kadın” olgusu neredeyse birbirini tamamlayan iki kavram olarak sunulmakta ve toplumda genel bir kabul görmektedir. Bu durumu iki temel nedene dayandırmak olanaklıdır: Birincisi; magazin adı altında sunulan yayınlarda sıklıkla kadın figürü kullanılması, ikincisi ise; magazininin en önemli alıcı kitlesini kadınların oluşturduğu kanısının yaygın olması. Bu iki temel saptamadan yola çıkarak “kadınlar mı magazini tüketiyor, yoksa magazin mi kadınları?” sorusu akla gelmektedir. Magazin ürünlerinin (magazin programları, magazin ekleri vb.) kadınlar tarafından nasıl tüketildiği sorusu olmasa da magazin kadınları nasıl tükettiği bu araştırmada cevap bulan sorulardan biri olmuştur. Araştırma kapsamında incelenen 1977, 1987, 1997 ve 2007 yıllarına ait veriler tüm bu yıllarda değişmeyen en önemli olgunun “kadınların en fazla yer aldıkları haber konusunun magazin haberleri olduğunu” göstermiştir. 1977 yılında kadınların yer aldığı haberlerinin %24,2’sini, 1987 yılında %46,3’ünü, 1997 yılında %36,6’sını 2007 yılında %26,3’ünü magazin haberleri oluşturmuştur.

Rakamlardan da görüleceği üzere magazin haberlerindeki en büyük artış 1987 yılında yaşanmıştır. Bu durumun en önemli nedenleri arasında kuşkusuz 12 Eylül 1980 darbesi ve toplumsal, kültürel yaşama yansımaları sayılabilir. Darbeden sonra, anayasa değişikliğiyle kısıtlanan basın özgürlüğü ile birlikte darbenin getirdiği ekonomik ve siyasi gerilim ortamında kapatılma baskısı altındaki gazeteler çareyi magazine yönelmekte bulmuşlardır. Araştırmanın problem bölümünde de vurgulandığı üzere, 1980’li yıllar gazetelerin aynı zamanda kağıt zamlarıyla ve televizyonla da mücadelesinin en yoğun olduğu yıllar olmuştur. Yaşanan tüm bu gelişmeler de gazeteleri daha magazin haberler yapmaya yöneltmiştir. Zamanla, gazeteler kadını ve magazini sadece magazin haberlerinde değil; hemen her haberin içine katırtmaya başlamışlardır. Öyle ki; savaş haberlerinde bile bu duruma rastlamak mümkündür. Savaş haberlerinde, kadınların nasıl temsil edildiklerini konu alan bir araştırmada, medyanın haber yapma politikalarında kadınların, annelik gibi geleneksel rollerinin profesyonel kimliklerinin önüne geçtiği görülmüştür (Cangöz, 2008, s.99). Yine aynı çalışmada barış için yapılan eylemlerde bile kadınların genç, beyaz tenli ve sarışın

olmadığı ya da göbeğini “Savaşa Hayır” yazıp açmadığı sürece gazetelerde yer almadığı görülmüştür (Cangöz, 2008, s.99).

1980’li yıllar aynı zamanda gazetelerin yoğun olarak fotoğraf kullanımına dönük bir yayıncılık anlayışını benimsedikleri bir dönem olmuştur. Araştırmada taranan gazetelerde kadın haberlerinin fotoğraflı yayınlanma oranları 77’de % 62,1 düzeyindeyken yıllar bazında gittikçe artarak 2007’ye gelindiğinde % 92,3 düzeyine çıkmıştır. Yine 77’de siyasi yelpazenin muhafazakâr, sağ kanadını temsilen taranan Milli Gazete’de yer alan kadın haberlerinde kadın fotoğrafına hiç yer verilmezken, 2007’de muhafazakâr görüşü temsilen taranan Zaman gazetesindeki kadın haberlerinin % 81,8’i fotoğraflı olarak yayınlanmıştır.

1980’li yıllar ve özellikle Özal’la birlikte Türkiye’yi de etkisi altına alan ekonomik küreselleşme ile yeni dünya düzeni tüketim alışkanlıklarımızı ve yaşam biçimlerimizi de değiştirmeye başlamıştır. Okumanın ve daha genel anlamda eğitimin eski önemini yitirmesi, bunun yerine meşru olsun olmasın kısa yoldan zengin ve ünlü olma gibi hedeflerin yaşantımıza hızla girmesi yine 1980’li yıllara rastlamaktadır. Bu durum kadınları da etkilemiş, kısa yoldan sınıf atlamanın ve şöhrete kavuşmanın estetik bir göstergesi olarak “ünlü kadın” gazetelerde boy gösterdikçe, benzer bir hedefi benimseyen kadınların öyküleri medyaya malzeme sıkıntısı çektirmemiştir. Kadınların magazin haberleriyle daha sık görünmeleriyle birlikte, kadın bedeni de gazete editörleri için iyi bir malzeme haline gelmiş; mayolu, bikinili, iç çamaşırılı hatta çıplak kadın bedenleri gazete sayfalarında birer pazarlama unsuruna dönüşmüştür. Araştırmada 1977’de mayolu/bikinili/iç çamaşırılı kadın görüntüsü oranı %2,4 iken, 1987’de 3,4’e, 1997’de 6,7’ye çıkmıştır. Aynı şekilde 1977’de gazetelerde hiç çıplak kadın görüntüsüne rastlanmazken gazetelerin tarandığı 15 günlük sürede 1987’de 2, 1997’de 4 adet çıplak kadın resmine rastlanmıştır.

4.2. Bir “Görünmez Özne” Olarak Kadın

Türkiye’de kadınlar, özellikle 1980 sonrasında gerçek anlamda hız kazanan feminist hareketin de etkisiyle, eşitlik anlamında önemli kazanımlar elde etmişlerdir. Ancak; kadınlar adına yükselen bu ivmenin, 2000’li yıllarda arzulanan noktaya geldiğini söylemek ne yazık ki mümkün değildir. Kadınların, eşitlik arayışında en çok üzerinde durulan temel noktalar olan eğitim, istihdam ve karar mekanizmalarında yer alma durumları değerlendirildiğinde bu durum daha açık bir biçimde ortaya çıkmaktadır. 2006 yılı verilerine göre, Türkiye’de 25-64 yaş arası kadınların yüzde 77’sinin eğitim seviyesinin ilköğretim ve altı düzeyinde olduğu görülmüştür. Türkiye’de zorunlu temel eğitime dâhil olmayan her 5 çocuktan 4’ünü kızlar oluşturmaktadır (Bkz.: <http://egitim.superonline.com/>) Bu tablo 2000’li yıllarda Türk kadınının eğitim anlamında geldiği düzeyin ne derece düşük olduğunun göstergesidir.

Bir diğer gösterge de kadının çalışma hayatına katılımında 2000’li yıllara gelindikçe artması beklenen grafiğin giderek düşmesi olmuştur. Türkiye İstatistik Kurumu’ndan elde edilen verilere göre, 1990 yılında % 34 civarında olan kadınların işgücüne katılım oranı, 1995 yılında % 30,6’ya, 2000 yılında % 26,6’ya, 2004 yılında ise %25,4’e düşmüştür. Tansel’e (2002, s.5) göre kadının iş gücüne katılma oranındaki bu düşmenin en temel nedenlerinden biri çoğunlukla tarım işçisi olarak çalışan eğitimsiz ve deneyimsiz kadınların kente göç ile birlikte tarımdan koparak çalışacak alan bulamamalarıdır. Türkiye’de genel itibariyle kadın çalışanların işteki durumlarına bakıldığında, kadınların çoğunlukla ücretsiz aile işçisi olarak çalıştığı görülmektedir. 2000 yılında çalışan kadınların % 68,8’i ücretsiz aile işçisi, % 24,3’ü ücretli olarak çalışmaktadır (Berber ve Eser, 2008, s.4).

2000’li yıllarda gerek iş gücüne katılım gerekse eğitim alanlarında erkeklerin çok gerisinde kalan Türk kadını bununla ilintili olarak karar mekanizmalarında da erkeklerden çok daha az söz sahibi konumdadır. T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan “Yetki ve Karar Alma Sürecinde Kadın” konulu raporda yer alan istatistikler kadınların karar alma sürecinde erkeğin ne kadar gerisinde olduğunu göstermektedir. 1973’de parlamentoda yer alan kadın milletvekili

oranı % 1,3 iken yıllar içinde artış göstererek 2007’de % 9,1’e çıkmıştır. Ancak görünürde rakamlar yükseliyorsa da tablo bize hala parlamentoda yer alan milletvekillerinin % 90,9’unun erkek olduğu gerçeğini bir kez daha hatırlatmaktadır.

Tablo 53. Parlamentodaki Kadın Milletvekili Sayısı

SEÇİM YILI	PARLAMENTODAKİ MİLLETVEKİLİ SAYISI	KADIN MİLLETVEKİLİ SAYISI	TOPLAM İÇİNDEKİ PAY (%)
1973	450	6	1.3
1991	450	8	1.8
1999	550	22	4.0
2002	550	24	4.4
2007	550	50	9.1

Devlet Personel Başkanlığının 2007 yılı istatistikleri ise kadınların bürokrasi içinde üst düzey karar verici konumda olma durumlarını gözler önüne sermektedir.

Tablo 54. Kadınların Bürokrasi İçinde Üst Düzey Karar Verici Konumda Olma Durumları

ÜNVANI	KADIN	TOPLAM	TOPLAM İÇİNDEKİ PAY (%)
Müsteşar	0	19	0
Müsteşar Yardımcısı	2	79	2,5
Vali	0	155	0
Vali Yardımcısı*	5	408	1,2
Genel Müdür	7	177	3,9
Genel Müdür Yardımcısı	34	514	6,6
ARA TOPLAM	48	1352	3,6
Başkan	9	131	6,8
Başkan Yardımcısı	5	57	8,7
Genel Sekreter	3	10	30
Genel Sekreter Yardımcısı	2	8	25
Daire Başkanı	280	1979	14,1
Daire Başkan Yardımcısı	24	318	7,5
Bölge Müdürü	11	422	2,6
Kaymakam*	16	857	1,8
Müdür	1737	10839	16
Müdür Yardımcısı	2118	7731	27,3
GENEL TOPLAM	4253	23704	17,9

Tablodan da görüldüğü gibi devlet kurumlarında karar verici konumlar yine baskın bir üstünlükle erkeklerin kontrolünde bulunmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen 1970’li yıllardan 2000’li yıllara Türkiye ‘de kadın çeşitli alanlarda kendini göstermeye başlamış olmakta birlikte, 2000’li yıllarda hala toplumsal anlamda varlığını erkeğin birkaç adım gerisinde sürdürmektedir.

Yukarıda bahsedilen tüm bu istatistiksel verilerin, basında kadın sunumu üzerindeki yansımalarına bakıldığında da durum pek farklı olmamıştır. Araştırma kapsamında kadının mesleğiyle ilgili bulgulara bakıldığında 1977 – 2007 yılları arasında elde edilen 487 haberin 171 (% 35,1) tanesinde kadının mesleğinin belirtilmemiş olduğu görülmüştür. Kadınların en fazla magazin haberlerinde yer almalarıyla doğru orantılı olarak en fazla temsil edildikleri meslek de “sanatçı” (% 35,1) ve “manken” (% 9,7) olarak çıkmıştır. Yine bununla bağlantılı olarak kadınların en fazla temsil edildikleri toplumsal rol de “ünlü” (%32,6) rolü olmuştur.

Haber konuları açısından bir diğer dikkat çekici sonuç da şiddet haberlerinde ortaya çıkmıştır. Kadınların 1977’den bu yana magazin haberlerinden sonra en fazla yer aldıkları ikinci haber konusu % 12,1 oranında cinayet, tecavüz, dayak gibi “şiddet” konulu haberler olmuştur. Bu sonuç madalyonun iki yüzünü de temsil etmesi açısından oldukça ilgi çekici bir sonuçtur. Bir yanda bedenleriyle, renkli yaşamlarıyla gazete sayfalarını süsleyen kadınlar, diğer yanda hâlâ şiddete maruz kalan, ezilmiş, mağdur kadınlar. Bu durum Türkiye’de kadınların yaşadıkları ikilemin de somut bir göstergesi gibidir.

Eril değerlerin öne çıktığı Türkiye gibi toplumlarda; kadının konuşan, anlam oluşturan öznelerden ziyade kategorik olarak homojen ve erkek bakışının nesnesi olan ve sesini ancak magazin el içerikli ya da şiddet haberlerinde duyurabilen bir sınıfı temsil eder biçimde sunulması şaşırtıcı olmayacaktır. Bununla bağlantılı olarak bu araştırmada taranan haberler içinde kadınların sesine/sözüne ne kadar yer verildiği incelenmiş, kadınla ilgili haberlerin % 57,7’inde kadının sesine/sözüne rastlanmamıştır. Bir başka ifadeyle doğrudan kadına ilişkin haberlerin yaklaşık % 60’ında kadın susturulmaktadır.

Haber metinlerine bakıldığında ise % 98,7 ile kadın “haberlin özne” olarak karşımıza çıkmıştır. Buna karşın haber metinlerinde kadına bir konuda uzman rolüyle 1977, 1987 ve 2007’de hiç rastlanmazken yalnızca 1997’de taranan 142 haberden 4 (% 2,8) tanesinde uzman olarak kadına rastlanmıştır. Bu da medyada herhangi bir konuda uzman görüşü alınacaksa erkeklerin tercih edildiğinin bir göstergesi niteliğindedir.

Özetleyecek olursak haberlerin % 35’inde mesleği belirtilmeyen, % 57,7’sinde sesine/sözüne yer verilmeyen kadının bir konuda uzman olarak da gazetelerde yer alma oranı sadece % 4 düzeyindedir. Buna karşılık tüm yıllar ve gazeteler bağlamında % 34 oranıyla en fazla “ünlü”, bunu takip eden ikinci sırada da “mağdur” rolüyle karşımıza çıkan bir “görünmez özne” olarak kadının gazetelerde kendine yer bulabilmesi için “ünlü” olmadığı takdirde “mağdur” olması gerekmektedir.

4.3. Örtünün Arkasındaki Kadın

Türkiye’de kadın bedeni bir yandan teşhir edilerek pazarlama unsuru haline getirilirken, bir yandan da dinin etkisiyle örtülmeye çalışılmıştır. Özellikle de muhafazakâr partilerin iktidara geldikleri dönemlerde artan başörtüsü tartışmalarıyla kadın, yine kendi dışında ama kendini ilgilendiren bir çatışmanın ortasında kalmıştır.

Başörtüsü hem sağ hem de sol ideolojiler tarafından bir “özgürlük” sembolüne dönüştürülmüş ve kadınlar başörtülüler ve başörtüsüzler olarak ayrıştırılmaya çalışılmıştır. Türkiye’de, özellikle milli görüş geleneğinden gelen Fazilet, Refah ve Saadet partilerinin iktidar mücadelelerindeki en önemli araçlardan biri “başörtüsü” tartışmaları olmuştur. Yine bu iktidar mücadeleleri hayatımıza “türban” kavramını da sokmuş, kadınlar “başörtülü” ve “başörtüsüz”den sonra “başörtülü” ve “türbanlı” olarak da kendi içlerinde ayrıştırılmaya çalışılmıştır. Bu yaşananların, basında kadın haberlerine nasıl yansıdığına daha net ortaya konabilmesi açısından, araştırma kapsamında yer alan haber fotoğraflarında kadın giysileri; tesettürlü ve geleneksel başörtülü olarak iki ayrı kategoride incelenmiştir. Kadın, tüm yıllar bazında (1977, 1987, 1997, 2007) değerlendirildiğinde % 58,9 oranında en fazla günlük kıyafetle ve başı açık olarak görüntülenirken, ikinci sırada ise günlük kıyafetle ve başları geleneksel

biçimde örtülmüş olarak yer almışlardır. Ancak siyasi iktidar savaşlarıyla birlikte Türkiye’de ortaya çıkan türban kavramı kadını sadece dini değil siyasi bir baskı altına da sokmuştur.

Araştırmada taranan gazetelerde 1977 yılında yer almayan türban konusu 1987’den itibaren kadına dair haber içerikleriyle birlikte yer alan konu kategorileri arasına girmiştir. 1987 yılının politik şartlarına baktığımızda 12 Eylül darbesinin ardından hazırlanan muhafazakârlık zemininin, toplumsal yapıda yaygınlaştığı görülmektedir. Bu zeminin üzerine, ANAP iktidarının neo-liberal politikalar ve kazanç hırsıyla tanıştırdığı Türk halkını kopmaya başlayan geleneksel bağlarına karşılık manevi değerlerle besleyen politik anlayışı eklenmiştir. Bulgular ve Yorum bölümünde de değinildiği üzere Türkiye’de din derslerinin zorunlu hale gelmesi, imam hatip liselerinin sayılarının artmaya başlaması gibi gelişmelerin 1980’li yıllara rastlaması tesadüf olmamıştır. Araştırma kapsamında incelenen 1997 yılında RP, 2007 yılında da AKP’nin iktidar partileri olması ve her iki partinin de muhafazakar sağ görüşü temsil eden partiler olmalarının yansıması olarak da 1977’de hiç rastlanmayan tesettürlü kadın kıyafeti 1987’de 3, 1997’de 5, ve 2007’de 7 adet fotoğrafta karşımıza çıkmıştır.

4.4. Toplumsal Hareketlerde Kadın

1980’li yıllar Türkiye’de önemli ekonomi-politik gelişmelerin yanında, kadın hareketi anlamında da yaşamsal bir dönüm noktası olmuştur. Eğitim ve iletişim fırsatlarının artmasına paralel olarak, feminist kadınlar özel haklar talep edebilecek duruma gelmişlerdir. 1970’lerde ideolojik gruplarda kendine saygınlık arayan kadınlar, 80’lerle birlikte kamusal alanda kimlik edinme ve kendilerini gerçekleştirme çabası içine girmişlerdir.

1990’lara gelindiğinde ise; kadın hareketlerinin ortaya koyduğu kadın meseleleri, toplumun her kesiminde tartışılır hale gelmiştir. Bunun bir göstergesi olarak araştırmada taranan dönemler içinde 1997 kadın hakları konulu haberlerin en yoğun yer aldığı yıl olmuştur. 1997’de “kadın hakları” “magazin” haberlerinden sonra kadınların en çok (% 9,2) yer aldıkları ikinci haber konusu olmuştur.

2007 verilerine bakıldığında ne yazık ki hâlâ kadınların en fazla magazin ve şiddet konulu haberlerde yer alıyor olmalarına karşın, en fazla (% 32,7) temsil edildikleri toplumsal rolün -diğer yıllardan farklı olarak- “ünlü” değil de bir meslekte “profesyonel” olması, kadınlar adına olumlu bir gelişme olmuştur. Kadınların siyaset, ekonomi ve spor haberlerinde yer alma oranlarının da yıllara göre artış gösterdiğini söylemek mümkündür. 1977’de 4, 1987’de 7, 1997’de 10, 2007’de 16 adet kadın “politikacı” rolüyle gazetelerde karşımıza çıkmıştır.

1977’de kadına hiç “iş kadını” rolünde rastlanmazken, 1987’de 4, 1997’de 1 ve 2007’de 15 haberde kadın “iş kadını” rolüyle gazetelerde yer almıştır. Bir diğer artış gösteren rol de sporcu rolüdür. 1977’de 2, 1987’de 5, 1997’de 11 ve 2007’de 14 haberde kadın “sporcu” olarak karşımıza çıkmıştır. Bu artışlar kuşkusuz, 1980’li yıllarda gerçek anlamda ivme kazanan feminist hareketlerin ve kadınların toplumsal alanda var olma mücadelelerinin bir sonucu olmuştur.

4.5. Üçüncü Sayfa Öznesi Olarak Kadın

Yaygın medyanın kadınlık tariflerinin ve kadına bakışının toplumun kadına bakışının bir yansıması olabileceği varsayımından yola çıkılan bu araştırmada, gazete sayfalarında kadın konulu haberlerde; kadının rolü, mesleği, görüntüsü kadar bu haberlerin yer alış biçimleri de önemli görülmüştür. Bu anlamda haberler kaçınıcı sayfadan, hangi gazete yazı türünde, hangi büyüklükte, sayfanın neresinde yer alıyor soruları da cevaplanmaya çalışılmıştır.

Gazetelerde haberlerin konuları ve önemlilik derecelerine göre sayfalara dağıldıkları dikkate alınırsa, kadınların daha çok hangi sayfalarda haber olarak karşımıza çıktığı sorusu da daha önemli hale gelmektedir. Araştırmada tüm yılların verileri değerlendirildiğinde kadın haberlerinin en fazla yer aldıkları sayfa % 17,4 oranında 3. sayfa olmuştur. 3. sayfaların gazetelerde genellikle polis/adliye ve kaza haberlerine ayrıldığı bilinmektedir. Kadınların gerek şiddet gerekse kaza haberlerine konu olma oranlarının yüksek olması nedeniyle en çok yer aldıkları sayfa da 3. sayfa olmuştur.

Kadınların gazetelerin manşetinde yer alma oranları % 1,8 gibi oldukça düşük bir düzeyde çıkmıştır. Tüm yıllar içinde taranan 487 haber içinde yalnızca 9 tanesi manşetten verilmiş manşet haberlerinin tamamı da Hürriyet gazetesinde yer almıştır. Araştırmada incelenen diğer gazetelerden Cumhuriyet, Tercüman, Zaman ve Milli Gazete’de taranan dönemde manşette kadın haberine rastlanmamıştır. Kadın haberlerinin en fazla yer aldıkları sayfa konumu % 26,2 oranıyla “üst kuşak” çıkarken, toplam 487 haberin 217’si (% 44,5) “çeyrek sayfanın yarısı” büyüklüğünde verilmiştir.

Kadınların en sık konu oldukları gazete yazı türü % 92,8 gibi büyük bir oranla haberdır. Bunu % 2,8 ile araştırma/inceleme yazı türü izlemiştir. Kadınların röportaj, köşe yazısı gibi yazı türlerinde yer alma oranları ise % 1 gibi düşük bir düzeyde çıkmıştır. Gazetelerin köşe yazılarında ya da araştırma/ inceleme gibi haber türlerinde genellikle toplumu yakından ilgilendiren, gündemi meşgul eden, o günün koşullarında “önemli” olduğu düşünülen konular uzmanlar yoluyla incelenmekte ve tartışılmaktadır. Ancak araştırma sonuçları göstermiştir ki kadınlar uzman olarak göz ardı edildikleri gibi, “ünlü” ya da “mağdur” rolleri ile yer aldıkları gazete haberleri dışında diğer gazete yazı türlerinde pek sık rastlanmamaktadır. Bu da 80’lerden itibaren oldukça uzun yol kat eden kadın hareketlerine rağmen basında eril bakış açısının varlığının devam ettiğinin bir göstergesi olmaktadır.

4.6. Anne’den Şöhret’e Türk Basımında Kadın

Sonuç olarak; 1970’lerle birlikte iyi anne, iyi eş, iyi ev kadını söylemlerini bir yana bırakarak daha ticari ve popülist bir yaklaşıma yönelen basın, son 30 yılda bu söylemlerini pekiştirerek sürdürdüğü bu araştırmanın bulgularında da açıkça görülmektedir. Basın, Türkiye’de bir dönüm noktası olarak görülen 80’lerin ve o dönem yaşanan ekonomi-politik gelişmelerin izlerini hâlâ taşımakta, dolayısıyla da bu perspektifi “kadın” a bakışına yansıtılmaktadır. Kadının en fazla yer aldığı haber konusunun “magazin” olması, en fazla temsil edildiği mesleğin “sanatçı” olması, en fazla temsil edildiği rolün “ünlü” ve “mağdur” rolleri olması araştırmanın yapıldığı yıllara göre değişmediği gibi araştırmanın yapıldığı gazeteler bazında da önemli bir farklılık göstermemiştir. Bu anlamda kadın yalnızca ezilen ve doğrudan şiddete maruz

kalan konumu nedeniyle değil, düşünsel ve fiziksel üretime dair haberlerin dışında tutularak, erkek bakışını yeniden ürettiği ve bu bakışa hizmet ettiği ölçüde basında yer alabilmesi nedeniyle de aslında başka tür bir mağduriyetin öznesi durumda sayılmalıdır.

Araştırmada elde edilen bulguların, geçmiş yıllarda yapılan araştırmalarla ne ölçüde benzerlikler/farklılıklar gösterdiği kuramsal bölümde verilen birkaç örnek araştırma bulgularına yeniden bakılarak daha açık görülebilir. Aktörlerin/toplumsal grupların gazetelerde temsiline ilişkin bir araştırmada(www.britishcouncil.org/), Ocak-Ekim 2005 tarihleri arasında Sabah, Hürriyet, Akşam ve Vatan gazetelerinde yer alan haberler incelenmiş ve bulgularda kadınların daha çok manken, ünlü, şarkıcı olarak yani fiziksel görünüm ve güzellikleriyle temsil edildiği, kadın bedeniyle hiçbir ilgisi olmayan bir haberin bile içerikle ilgisiz, kadın bedenini teşhir eden fotoğraflarla sunulduğu bulgularına ulaşılmıştır.

“Haberde Kadına Yer Veriliş” adlı araştırmada ise üç gazetenin (Sabah, Hürriyet ve Yeni Şafak) Nisan-Haziran 2002 dönemlerinde haberlerin kadına yer verilişi incelenmiştir. Araştırmada Sabah gazetesinin -kadın vücudunun görsel çekiciliğinden faydalanarak- haberlerini okutma ve çok satma amacı güttüğü, birinci sayfada yer alan haber ve ek yayınların anonsunda hep mayolu ve erotik kadın fotoğrafları, üçüncü sayfada ise tecavüz haberleri ve aldatan eş gibi polis adliye haberlerinde ağlayan kadın fotoğrafları kullanıldığı saptanmıştır (İnceoğlu ve Korkmaz, 2002, s.47). Yine bir başka araştırmada (Halıcı, 2007, s.219), 1995-2006 yılları arasında Posta ve Takvim gazetelerinde kadına yönelik şiddet haberlerini incelemiş, taranan gazetelerin % 78,8’inde şiddet haberlerinin yer aldığını saptamıştır. Aynı araştırmada gazetelerin şiddet haberlerine yer verirken -magazinel olması- nedeniyle kadına yönelik fiziksel ve cinsel şiddet haberlerine daha çok yer ayırdıkları gözlenmiştir.

Bu araştırmanın en önemli amaçlarından biri de; basını bir kez daha mercek altına alarak şimdiye dek, medya ve kadın temsili konulu araştırmalarda dikkat çekilmeye çalışılan unsurların, pratik anlamda medya uygulamalarında bir etkisi olup olmadığını görmek olmuştur. Ne yazık ki bulgular, yukarıda bahsedilen geçmiş yıllarda “basında kadın temsili” konulu araştırmaların, ortaya koyduğu sonuçlardan çok da farklı

çıkamamıştır. Bu da büyük ölçüde akademik çevrelerde kabul gören feminist yaklaşımın ve yine aynı çevrelerde dolaşıma giren kadın merkezli araştırmaların bugüne dek elde ettiği tüm kazanımlara karşın mevcut uygulamanın değişmesinde yeterince etkili olamadığını göstermektedir. Doğrudan bu çalışmanın konusu olmamakla birlikte, gazetecilik eğitimi verilen üniversitelerde gazeteci adaylarının kadın odaklı haberlerde nasıl bir dil ve temsil stratejisi izlemeleri gerektiği konusunda yol gösterici olabilecek tartışma ve ders içeriklerine yer verilmesi de gazetecilik pratiğinin geleceğine dönük olumu bir adım olabilir.

Bütün olumsuzluklara karşın, Türkiye’de kadın konusuna duyarlı ve bu anlamda olumlu çalışmalar yürüten bir “alternatif medyanın” varlığı, bu aşamada altı çizilmesi gereken önemli noktalardan biridir. Örneğin, BİA (Bağımsız İletişim Ağı), Uçan Süpürge gibi girişimler sayesinde toplumda kadın konusunda duyarlılık yaratmaya ve bilinci artırmaya yönelik kampanyalar, etkinlikler ve eğitimler organize edilmektedir. Yine bu gibi kuruluşlar; web sitesi, dergi, kitap, gazete gibi yayınlarla kadın merkezli habercilik anlayışına katkıda bulunmaktadır. Uçan Haber, Amargi, Pazartesi gibi alternatif dergiler kadın merkezli bir bakışı kamuoyuna taşınmaya çalışılmaktadır. Kuşkusuz bu çalışmalar devam etmeli, medya olabildiğince farklı perspektiflerden mercek altında tutulmalı ve toplumsal sorunların altı ısrarla çizilmeye devam edilmelidir. Ancak sonuçlar sadece sınırlı çevrelerde kalmamalı daha çok okura, karar alma mekanizmalarında yer alanlara, sivil toplum kuruluşlarına ve elbette iletişim öğrencileri ve öğretim üyelerine ulaşması sağlanmalı; tartışmalar yoluyla bu konuda var olan kamuoyuna katkıda bulunulmalıdır.

Toplumda farkındalık ve bilgi düzeyinin artırılması, kadına olan bakış açısının da genişlemesini sağlayacaktır. Özellikle de haberi yapanlar -ister kadın ister erkek olsun- bu bilinçle hareket etmeli ve kadın haberlerini yaparken daha duyarlı davranmalıdırlar. Bu noktada gazetecileri yetiştiren kurumlara belli görevler düşmektedir. Genel olarak “ötekilik” ve özelde “kadın” algısının öncelikle gazetecilik eğitimi verilen kurumlarda daha eşitlikçi ve barışçı yaklaşımlarla yeniden tanımlanması ve bu konudaki duyarlılıkların ders programlarına yansıtılması gerekmektedir.

Bir diğ er önemli nokta da; kadınların karar mekanizmalarında daha fazla söz sahibi olmaları gerektiğ idir. Son yıllarda gazetelerde muhabir olarak kadınların daha fazla görev aldıkları görölmektedir ancak, hâlâ yönetim mekanizmalarında erkeklerin baskınlığı devam etmektedir. Kadınlara gazetelerde çoğunlukla magazin, sağıık, kadın gibi yine kadına atfedilen “soft” konularda idari görevler verilmektedir. Kadınların her alanda ve tabii basında karar mekanizmalarının başında erkeklerle eşit biçimde yer alabilmeleri için gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.

4.7. Gelecekteki Çalışmalar İçin Konu ve Yöntem Önerileri

Bu araştırmada, yalnızca kadın özneli haberlere odaklanılmış, bu haberler ayrıştırılarak kadınların basında nasıl temsil edildiğ i, tarihsel bir süreç içerisinde saptanmaya çalışılmıştır. Gelecekte basında erkek özneli haberler çerçevesinde, erkeğ in nasıl temsil edildiğ i de araştırılarak bir karşılaştırma yapılabilir. Böylelikle, Türk toplumunda kadın ve erkek resminin basından nasıl bir yansımayla topluma ulaştığı daha açık biçimde görölebilecektir. Kadınların basında yer alış biçimlerinin erkeklerden daha farklı olduğunu söyleyebilmek, basında cinsiyetçi eğilimler olduğ undan bahsedebilmek ve bunu bir temele dayandırabilmek için basında erkeklerin nasıl sunulduğ una dair de verilere ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu araştırmada ele alınan kategoriler çerçevesinde, gazetelerde erkeklerle ilgili çıkan haber sayısı, erkeklerin gazetelerde hangi haber türlerinde, gazetelerin hangi sayfalarında ve hangi büyüklüklerde haberlere konu olduğ u, erkelerin haber metinlerinde hangi meslek, hangi toplumsal rolde sunulduğ u, haber fotoğraflarında erkeklerin hangi biçimlerde sunulduğ u içerik çözümlene yöntemiyle araştırılarak bu çalışmanın verilerinden elde edilen sonuçlarla karşılaştırabilir. Bu sayede, Türk yazılı basınında kadın ve erkek temsilindeki farklılıklar karşılaştırmalı bir biçimde incenmiş olacaktır.

Bu çalışmada 1970’li yıllar ve sonrası ele alınmıştır. 1970’li yıllardan önce Türkiye’de gazetelerde kadının nasıl temsil edildiğ i yine o günkü ekonomi-politik şartlar çerçevesinde ele alınarak bu çalışmada elde edilen verilerle karşılaştırılabilir.

Dolayısıyla, 1980’li yıllarla birlikte tüm dünyada etkisini göstermeye başlayan neo-liberal politikaların gazetelerde kadın temsili üzerindeki etkileri çok daha açık görülebilir.

Bir diğerk nokta ise bu araştırmada verilerin içerik çözümleme yöntemiyle elde edilmeleri nedeniyle daha çok nicel veriler olmasıdır. Çalışmayı desteklemesi ve daha anlamlı hale getirmesi bakımından; çalışmada elde edilen haberlere metin analizi uygulanarak daha nitel sonuçlara ulaşmak da mümkündür. Nitel veri toplama anlamında izleyici araştırması, odak grup tartışması gibi daha derinlikli yöntemlere ya da farklı sınıfsal ve kültürel kimliklere sahip kadınların medya dolayımıyla kendilerine ulaşan kadın imgelerini nasıl okuduklarını gösterebilecek etnografik çalışmalara başvurulabilir.

EKLER LİSTESİ

Sayfa No:

- EK 1. Basın İlan Kurumu Verilerine Göre 1977, 1987, 1997 ve 2007 Yıllarının Nisan Ayında İlk 10 Sırada Yer Alan Gazeteler..... 134**
- EK 2. Araştırmada Kullanılan İçerik Analizi Kodlama Formu..... 135**

EK 1. Basın İlan Kurumu Verilerine Göre 1977, 1987, 1997 ve 2007 Yıllarının Nisan Ayında İlk 10 Sırada Yer Alan Gazeteler

Nisan/1977		Nisan/1997	
1. Hürriyet	517.684	1. Milliyet	683.007
2. Günaydın	490.305	2. Sabah	658.798
3. Sabah	440.284	3. Hürriyet	631.668
4. Milliyet	282.024	4. Türkiye	428.894
5. Cumhuriyet	112.290	5. Zaman	279.777
6. Dünya	35.943	6. Yeni Yüzyıl	240.256
7. Hergün	26.731	7. Gözcü	207.554
8. Milli Gazete	21.717	8. Cumhuriyet	42.651
9. Vatan	17.854	9. Süper Tan	27.932
10. Son Havadis	12.822	10. Milli Gazete	26.638
Nisan/1987		Nisan/2007	
1. Hürriyet	710.319	1. Posta	644.838
2. Günaydın	270.797	2. Zaman	682.281
3. Milliyet	262.951	3. Hürriyet	610.936
4. Tan	228.441	4. Sabah	510.746
5. Güneş	186.641	5. Takvim	253.586
6. Türkiye	170.026	6. Milliyet	233.395
7. Tercüman	168.501	7. Vatan	221.438
8. Bulvar	136.041	8. Türkiye	201.730
9. Cumhuriyet	127.052	9. Akşam	192.108
10. Milli Gazete	20.563	10. Güneş	151.370

EK 2. Araştırmada Kullanılan İçerik Analizi Kodlama Formu

İçerik Analizi Kodlama Formu

1. Gazete Adı:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hürriyet 2. Cumhuriyet 3. Tercüman 4. Milli Gazete 5. Zaman
2. Tarih:	
3. Sayfa No:	
4. Haber No:	
5. Haber Başlığı:	
6. Haberin Konusu:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Şiddet (Cinayet, tecavüz, dayak) 2. Kaza 3. Kadın Hakları 4. Sosyal Yardım 5. Magazin 6. Başarı 7. Duyurum-betimleyici haberler (istatistikler, vb.) 8. Kampanyalar (eğitim, beceri geliştirme, şiddete son, vb.) 9. Siyaset 10. Ekonomi 11. Hukuk 12. Eğitim 13. Spor 14. Sağlık 15. Uluslar arası ilişkiler 16. Diğer 17. Türban
7. Gazete Yazı Türü	<ol style="list-style-type: none"> 1. Haber 2. Röportaj 3. Köşe yazısı 4. Araştırma-İnceleme 5. Diğer
8. Haberin Sayfadaki konumu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manşette 2. Sürmanşette 3. Göbekte 4. Alt kuşakta

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Üst kuşakta 6. Tam sayfa
9. Haberin Büyüklüğü	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tam sayfa 2. Yarım sayfa 3. Çeyrek sayfa 4. Çeyrek sayfanın yarısı 5. Spot 6. Başlık- anons
10. Kadın hangi mesleklere sunuluyor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ev hanımı 2. Manken 3. Sanatçı 4. Politikacı 5. İş kadını 6. Bilim insanı 7. Sporcu 8. Öğrenci 9. Diğer 10. Belirtilmemiş
11. Kadın hangi toplumsal rollerde sunuluyor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anne 2. Eş 3. Sevgili 4. Ünlü 5. Mağdur 6. Cinsel Objeye 7. Profesyonel 8. Sanık/suçlu 9. Diğer
12. Fotoğraf kullanımı varmı?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Var 2. Yok

<p>13. Fotoğrafta kadın hangi giysilerle sunuluyor?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Günlük kıyafet başı açık 2. Günlük kıyafet başı örtülü (geleneksel başörtüsü) 3. Takım elbise (resmi görünüş) 4. Üniforma (iş elbisesi) 5. Spor kıyafet 6. Tesettür 7. Mayo/bikini/iç çamaşırı 8. Abiye kıyafet (sahne kostümü vb) 9. Gecelik 10. Havlu/bornoz 11. Çıplak 12. Anlaşılamıyor 13. Diğer
<p>14. Kadının haber metnindeki rolü</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Haberin öznesi 2. Olayın görgü tanığı 3. Konu uzmanı
<p>15. Alıntılar: Kadının sesi/sözünden alıntı</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Var 2. Yok
<p>16. Alıntının türü</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Doğrudan alıntı 2. Dolaylı alıntı

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Acar, Mustafa. **Nedenleri ve Sonuçlarıyla Körfez Krizi**. 90'lı Yıllarda Dünya ve Türkiye. Der.: Mustafa Şahin Ankara: Öz İplik İş Sendikası Yayınları, 1992.
- Aktaş, Cihan. **Tesettür ve Toplum**. İstanbul: Nehir Yayınları, 1992.
- Alemdar, Korkmaz ve İrfan ERDOĞAN. **Popüler Kültür ve İletişim**. Ankara: Ümit Yayıncılık, 1990.
- . **Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar**. İstanbul: Alfa Yayıncılık, 1999.
- Arat, Necla. **Türkiyede Kadın Olmak**. İstanbul: Say Yayınları, 1996.
- Arsan Doğru, Esra. **Medya-Güç İdeoloji Ekseninde Merve Kavakçı Haberlerinin İki Farklı Sunumu**. Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi. Der.: Çiler Dursun Ankara: Elips Yayınları, 2004.
- Atay, A. Sabri. **Çok Partili Dönemde Türkiye'de Ordunun Siyasal Rolü ve Devlet Yapısı İçindeki Yeri**. İstanbul: Anadolu Üniv. Yayınları, 1998.
- Aziz, Aysel, Eser Köker, Abdurrezak Altun, Mine Gencil ve Nilgün Tural Küçük, **Medya, Şiddet ve Kadın**. Ankara: Başbakanlık Yayınları, 1994.
- . **Toplumsallaşma ve Kitleleşme İletişim**. Ankara: A.Ü.B.Y.Y.O. Yayınları, 1982.
- Bali, Rıfat. **Türkiye'de Gazetecilik**. Der: L. Doğan Tılıç, Ankara: ÇGD Yayınları, 2003.
- . **Tarz-ı Hayat'tan Life Style'a : Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar**. İstanbul : İletişim Yayınları, 2007.
- Balkan, Neşecan ve Sungur Savran. **2000'li Yıllarda Türkiye 2: Neoliberalizmin Tahribatı**, İstanbul: Metis Yayınları, 2004.
- . **2000'li Yıllarda Türkiye 1: Sürekli Kriz Politikaları**, İstanbul: Metis Yayınları, 2004.
- Barbarosoğlu, F. Karabıyık. **İmaj ve Takva**. İstanbul: Timaş Yayınları, 2002
- . **Moda ve Zihniyet**. İstanbul: İz yayıncılık, 2002.
- Berktaş, Fatmagül. **Türkiye Solunun Kadına Bakış Açısı: Değişen Birşey Var mı?**. İstanbul: İletişim Yayınları, 1995.

- Bora, Aksu ve İlknur Üstün, **Sıcak Aile Ortamı Demokratikleşme Sürecinde Kadın ve Erkekler**. İstanbul: TESEV Yayınları, 2005.
- Cangöz, İncilay. **Savaş Haberlerinin Sözsüz Özneleri: Iraklı Kadınların Gazete Haberlerinde Temsili**". Uygun Adım Medya Bir Bilinç Körleşmesi, Der.: İncilay Cangöz. Ankara: Ayraç Yayınevi, 2008.
- Caporal, Bernard. **Kemalizm Sonrasında Türk Kadını (1923-1970)**. Çev.: Ercan Eyüboğlu. İstanbul: Cumhuriyet Yayınları, 2000.
- Cevizci, Ahmet. **Felsefe Sözlüğü**. İstanbul: Paradigma Yayınları, 2005.
- Cüceloğlu, Doğan. **Yeniden İnsan İnsana**. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1992.
- Çakır, Ruşen. **Türkiye’de Gazetecilik**. Der.: L. Doğan Tılıç. Ankara: ÇGD Yayınları, 2003.
- Çalışlar, Oral. **12 Eylül ve Andıçlanan Gazetecilik**. İstanbul: Güncel Yayıncılık, 2006
- , **R.P. Nereden Nereye**. İstanbul: Pencere Yayınları, 1995.
- Çelenk, Sevilay. **Televizyon Temsil Kültür: 90’lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri**. Ankara: Ütopya Yayınevi, 2005.
- Çelik, Seydi. **Osmanlı’dan Günümüze Devlet ve Asker**. İstanbul: Salyangoz Yayınları, 2008
- Dağlı, Nevzat. **Gazete Yayımlama Teknikleri**. Ankara: İmaj Yayınevi, 1995.
- Demirkent, Nezh. **Medya Medya**. 2. Baskı, İstanbul: Dünya Yayıncılık, 2000.
- Ercan, Fuat. **Sermaye Birikiminin Çelişkili Sürekliliği Türkiye’nin Küresel Kapitalizmle Bütünleşme Sürecine Eleştirel Bir Bakış**. 2000’li Yıllarda Türkiye 2: Neoliberalizmin Tahribatı Der: Neşecan Balkan, Sungur Savran, İstanbul: Metis Yayınları, 2004.
- Ergül, Hakan. **Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi**. İstanbul: İletişim Yayınları, 2000.
- Fiske, John. **İletişim Çalışmalarına Giriş**. Çev.: Süleyman İrvan. Ankara: Bilim ve Sanat, 2003.
- Gencel, Mine ve Mutlu Binark. **Medya ve Cinsiyetçilik**. Ankara: Ankara Üniversitesi KASAUM Yayınları, 2000.
- Gökçe, Orhan: **İletişim Bilimine Giriş**. Ankara: Turhan Kitabevi, 1998.

- . **İçerik Çözümlemesi**. Eskişehir: Turkuaz Yayıncılık, 1994.
- Göle, Nilüfer. **Modern Mahrem: Medeniyet ve Örtünme**. İstanbul: Metis Yayınları, 1998.
- Gündüz, Mustafa. **Basın ve Terör**. İzmir: Saray Kitabevleri, 1996.
- Hale, William. **Türkiye’de Ordu ve Siyaset**. Çev.: Ahmet Fethi. İstanbul: Hil Yayınları, 1996.
- Hansen, Anders, Simon Cottle, Ralph Negrine ve Chris Newbold, **Mass Communication Research Methods** Londra: MacMillian Press, 1998.
- Hizmetli, Mustafa. **90’lı Yıllara Genel Bir Bakış**. 90’lı Yıllarda Dünya ve Türkiye. Der.: Mustafa Şahin, Ankara: Öz İplik İş Sendikası Yayınları, 1992.
- Işık, Metin. **İletişimden Kitle İletişimine**. Konya: Mikro Yayınları, 2000.
- . **Kitle İletişim Teorilerine Giriş**. Konya: Eğitim Kitabevi, 2002.
- İnal Ayşe. **Haberi Okumak**. İstanbul: Temuçin Yayınları, 1996.
- İnceoğlu, Yasemin ve Yeşim Korkmaz. **Gazetecilik 24 Saat**. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 2002.
- İnuğur, Nuri. **Türk Basın Tarihi (1919-1992)**. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayını, 1992.
- İrvan, Süleyman ve Mutlu Binark. **Kadın ve Popüler Kültür**. Ankara: Ark Yayınları, 1995.
- Karasar, Niyazi. **Araştırmalarda Rapor Hazırlama**. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2005.
- . **Bilimsel Araştırma Yöntemi**. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 1998.
- Karluk, Rıdvan S. **Türkiye Ekonomisi**, İstanbul: Beta Yayınları, 2002.
- Kazgan, Gülten; **Tanzimat’tan XXI. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi**. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1999.
- Koloğlu, Orhan. **Osmanlı’dan Günümüze Türkiye’de Basın**. İstanbul: İletişim Yayınları, 1992.
- Kongar, Emre. **21. Yüzyılda Türkiye**. 39. Basım, İstanbul: Remzi Kitapevi, 2007.
- Köşgeroğlu, Nedime. **“Kayıtlara Geçilsin Kadın Var!” Sıkıştırılmış Alanlardan Yaratıcı Yaşamlara Kadın**. İstanbul: Anfora Yayıncılık, 2008.

- Kürkçüoğlu, Ömer, Yavuz Sabuncu, Sina Akşin, Nadir Suğur, Nuri Yurdusev, Esin Yurdusev Ed: İhsan Güneş, **Dünyanın ve Türkiye'nin Yakın Tarihi**. Eskişehir: A. Ü. Açıköğretim Fak. Yayınları, 1998.
- McLuhan, **M. Gutenberg Galaksisi**. Çev.:G. Ç. Güven, İstanbul: YKY, 2001.
- , **Understanding The Media: The Extensions of Man**, NewYork: McGraw Hill, 1965.
- Mcquail, Denis. **Kitle İletişim Kuramı**. Çev: A. Haluk Yüksel, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1994.
- Milli Güvenlik Konseyi Genel Sekreterliği. **12 Eylül Öncesi ve Sonrası**. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, 1981.
- Morley, David.**Television, Audiences, and Cultural Studies**, London: Routledge, 1992.
- Mutlu, Erol. **Kitle İletişim Kuramları**. Ankara: Ütopya Yayınevi, 2005.
- Nebiler, Halil. **Medyanın Ekonomi Politikası**, İstanbul: Sarmal Yayınevi,1995.
- Oktay, Ahmet. **Türkiye'de Popüler Kültür**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1993.
- Öngen, Tülin. **Türkiye'de Siyasal Kriz ve Krize Müdahale Stratejileri: "Düşük Yoğunluklu Çatışmadan "Düşük Yoğunluklu Uzlaşma Rejimine**. 2000'li Yıllarda Türkiye 1: Sürekli Kriz Politikaları Der.: Neşecan Balkan, Sungur Savran, İstanbul: Metis Yayınları, 2004.
- Oyan, Oğuz. **Tarımsal Politikalardan Politikasız Bir Tarıma**. 2000'li Yıllarda Türkiye 2: Neoliberalizmin Tahribatı Der: Neşecan Balkan, Sungur Savran, İstanbul: Metis Yayınları, 2004.
- Özbek, Meral. **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**. 2. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları, 1994.
- Özkök, Ertuğrul, **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü**. Ankara: Tan Yayınları, 1985.
- Özsever, A. **Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci**, İstanbul: İmge Yayınları, 2004.
- Savran, Sungur. **20. Yüzyılın Politik Mirası**, 2000'li Yıllarda Türkiye 1: Sürekli Kriz Politikaları Der: Neşecan Balkan, Sungur Savran, İstanbul: Metis Yayınları, 2004.
- Severin, Werner ve James W. Tankard. **İletişim Kuramları**. Çev: Ali Atıf Bir, Serdar Sever, Eskişehir: Kibele Yayınları, 1994.

- Soygüder, Şebnem. **Eyvah Paparazzi**. İstanbul: Om İletişim Yayınları, 2003.
- Şahin, Mustafa. **Tarihin Dönüm Noktası ve 90'lı Yıllar**. 90'lı Yıllarda Dünya ve Türkiye. Der.: Mustafa Şahin. Ankara: Öz İplik İş Sendikası Yayınları, 1992.
- Şimşek, Leyla. **Günümüz Basınında Kadın(lar)**. İstanbul: Alt Kitap, 2000.
- Tanrıöver, Hülya Uğur, Filiz Kerestecioglu, Hülya Gülbahar, Eser Köker, Nadire Mater, İpek Çalışlar, Burçin Belge, Beyhan Demir ve Selen Doğan, Der: Sevda Alankuş **Kadın Odaklı Habercilik**. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2007.
- Tılıç, L. Doğan. **Türkiye'de Gazetecilik: Eleştirel Bir Yaklaşım**. Ankara: ÇGD Yayınları, 2003.
- Tokgöz, Erdinç; **Türkiye'nin İktisadi Gelişme Tarihi**. 6. Baskı, Ankara: İmaj Yayınevi, 2000.
- Topuz, Hıfzı. **II. Mahmuttan Holdinglere Türk Basın Tarihi**. İstanbul: Remzi Kitapevi, 2003.
- **Başlangıçtan Bugüne Türk Basın Tarihi**. İstanbul: Gerçek Yayınevi, 1996.
- Türkoğlu, Nurçay. **İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar**. İstanbul: Babil Yayınları, 2004.
- Usluata, Ayseli, **İletişim**, İstanbul: İletişim Yayınları, 1984.
- Yıldızoğlu, Ergin. **Emperyalizm ve Siyasal İslam Arasında Türkiye**. İstanbul: Siyah Beyaz Yayınları, 2008.
- Yüksel, Ahmet Haluk. "İletişim Kavram ve Tanımı", **Genel İletişim**. Ed.: U. Demiray, İstanbul: Pegem A., 2003.
- **Bireylerarası İletişime Giriş**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1994.
- Yüksel, Erkan. "İletişim ve Kitle İletişimi" Ders Notları, Eskişehir, 1996.
- Yülek, Murat. **Asya Kaplanları; Sanayi Politikaları ve Kalkınma**. İstanbul: Alfa Yayınları, 1998.

Tez/Bildiri

- Alankuş Kural, Sevda, Ayşe Çavdar. "Laik ve İslamcı Medyada Kadın/Beden ve Temsil: Merve Kavakçı ve Ataerkinin İki Yüz(lülüğü)". Siyasal İletişim. 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, 3-5 Mayıs 2000.

- Çağlar, Caner. “Üçüncü Sayfa Haberlerinin Aktörleri”. Yayınlanmamış Lisans Bitirme Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2008.
- Halıcı, Coşkun. “Gazete Haberlerinde Kadına Yönelik Şiddet: Posta ve Takvim Gazetelerinde Kadına Yönelik Şiddet Haberleri Üzerine Bir Araştırma” Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2007.
- Özsoy, Tufan. “Türk Dergi Reklamalarında Kadın İmgesi Kullanımı 1971- 2004 Döneminin Bir Değerlendirmesi”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.
- Uluç, Güliz, Murat Soydan ve Nazım Anakaralığıl. “Medyada Kadının Temsiline İlişkin Feminist Bir Okuma Çalışması: Tempo Dergisi” II. Uluslararası Kadın Araştırmaları Konferansı’nda sunulan bildiri. Doğu Akdeniz Üniversitesi Kadın Araştırmaları ve Eğitim Merkezi, Gazi Mağusa, KKTC, 26-28 Nisan 2006.
- Yüksel, İlkcan. “Bireysel Emeklilik Sistemi, Basında Sunumu Ve Katılım Düzeyi” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2005.

Dergi

- Berber, Metin ve Burçin Yılmaz Eser. “Türkiye’de Kadın İstihdamı: Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz”, **İş-Güç Dergisi**, 10, 2, Nisan 2008
- Bora, Aksu. “Feminizm: Sınırlar ve İhlal İmkânı”, **Birikim Dergisi**, 184, Ağustos-Eylül 2004
- Çaha, Ömer. “Türk Kadın Hareketi: Kadınsı Bir Sivil Toplumun İmkânı” **Kadın Çalışmaları Dergisi**, 3, 2006
- Çelik, D. Burak. "Basında Tekelleşme ve Demokrasi", **Mülkiye Dergisi**, 25, 227, Mart-Nisan 2001
- Dağtaş, Erdal. “Magazin Eklerinde Tüketim Kültürünün İzdüşümleri”, **Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi**, 21,5, 2005
- Ergül, Hakan. “Popüler Kültürün Olası Tanımları ve Yazılı Basın Alanından Örneklerle Kitle İletişiminde Popüler Kültür Görünümleri”, **Kurgu**, 15: 192-212, 1998
- Hepkul, Ayşe “Bir Sosyal Bilim Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi” **Anadolu Üniv. İktisadi ve İdari Bil. Fak. Dergisi**, 18,2, 2002

- İnal, Ayşe. “Medya, Dil ve İktidar Sorunu”. **İletişim**, Yaz 99/3, 1999
- Kara, Nurten. “80 ve 90’larda Türkiye’de Feminist Hareketler” **Kadın Çalışmaları Dergisi**, 3, 2006
- Kelner, Douglas. “Ayrımın Üstesinden Gelmek: Kültürel Çalışmalar ve Ekonomi-Politik”. Çev.: Hakan Ergül. **Birikim Dergisi**, 167, Mart 2003.
- Kırca, Süheyla. “Kadın Dergileri: Popüler ve Politik Söylemin Buluştuğu Yer”, **Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 2000,1, İstanbul
- Koloğlu, Orhan. “Medya-Devlet ve Sermaye”, **Birikim**, Ocak 1999.
- Oğuz, Gürsel Yaktıl. Gülseren Güçhan, Emine Demiray ve Mediha Sağlık. “Ulusal Gazetelerde Kadın İmajı”, **Kurgu Dergisi**, 8, 1990
- Özkan, Hasan Hüseyin. “Popüler Kültür ve Eğitim”, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, 14, 1, Mart 2006
- Toruk, İbrahim. “Son Dönem Türkiye Ekonomisine Genel Bir Bakış”, **Konya Ticaret Odası Dergisi**, 208, Haziran 2005.

Elektronik Kaynaklar

- Arslan, Ali. “Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri”
<http://www.insanbilimleri.com/ojs/index.php/uib/article/viewFile/162/162>
[14.12.2008]
- Atabek, Ümit. “Alternatif Medya ve İletişim Teknolojileri”
<http://mediaif.emu.edu.tr/pages/atabek/docs/altermedya.html> [14.12.2007]
- Bakır, Onur. “Hayat Telefon Kulübesine Sığmaz”
http://www.evrensel.net/ekhaber.php?haber_id [27/07/2008]
- Coşkun, Metin. “1980-2002 Dönemi Türkiye Ekonomisinin Yapısal Analizi”
<http://www.tdcif.org/sempozyum/normal/1doc>. [09.03.2008]
- Çakır, Serpil. “Türkiye’de Kadın Hareketi”
http://www.sultansmagazin.de/index.php?option=com_content&task=view&id=58&Itemid=28 [27.11.2007]
- Ergül, Hakan. “The Representations of Turkey’s EU Journey in Islamic Newspaper”
http://www.eca.usp.br/caligrama/english/09_hakan.pdf [08.09.2008]

- Erözden, Aybars. “Alıntı Gösterme ve Kaynakça Hazırlama”
<http://www.yde.yildiz.edu.tr/uddo/belgeler/apastyle-bilgi-tr.htm> [14.12.2007]
- http://tr.wikipedia.org/wiki/Adalet_ve_Kalk%C4%B1nma_Partisi [03.12.2007]
- <http://feministiz.blogcu.com/1759875/> [03.12.2007]
- <http://www.netpano.com/haber/981/%C4%B0ktidar/Nedir/Neden/Herkes/Pe%C5%9Finden/Ko%C5%9Far/> [17.12.2007]
- http://www.bagimsizsosyalbilimciler.org/Yazilar_BSB/BSB2005Mart.pdf
 [07.02.2008]
- <http://tr.wikipedia.org/wiki/Basin-yayin> [14.12.2007]
- [http://tr.wikipedia.org/wiki/Terc%C3%BCman_\(Halka_ve_Olaylara\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Terc%C3%BCman_(Halka_ve_Olaylara)) [10.08.008]
- <http://mediaif.emu.edu.tr/pages/atabek/docs/altermedya.html> [14.12.2007]
- <http://www.habergunluk.com/Yeni-guncel/4872-Sinir-otesi-kara-operasyonu-basladi.html> [15.03.2008]
- http://www.tsk.mil.tr/10_ARSIIV/10_1_Basin_Yayin_Faaliyetleri/10_1_Basin_Aciklamalari/2007/BA_08.html [15.12.2007]
- http://www.profesyonelhaber.com/news_detail.php?id=16122) [14.08.2008]
- http://www.sodev.org.tr/Dosyalar/toplumsalyasam/2007/medyada_dinci_egemenlik.htm
 [14.08.2008]
- <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=11304> [14.08.2008]
- <http://www.ksgm.gov.tr/politika%20dokumanlari/kararalma.pdf> [08.12.2008]
- <http://egitim.superonline.com/haber/2008/11/06/67048.html> (06.11.2008)
- İnceoğlu Yasemin. “Medya-İktidar İlişkilerinin Tarihsel Gelişimi”
<http://www.bianet.org/2006/10/27/86980.htm> [14.12.2007]
- İnceoğlu, Yasemin. “Medyada Kadın İmajı”
<http://www.yasemininceoglu.com/?Page=11&id=149&islem=oku>
 [25.12.2007]
- Karaoğlanoğlu, Sibel. “Kitle İletişim Araçları”
<http://www.kirbas.com/index.php?id=253> [18.12 2007]

- Kejanlıoğlu, Beybin. “Radyo Tv Yayıncılığı Siyaseti”.
www.bianet.org/diger/arastirma222.htm [16.03.2008]
- Keyman, E. Fuat. “AKP ve Türban Sorunu”
http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=r2&haberno=8025 [24/02/2008]
- http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=r2&haberno=7847 [26/08/2007]
- Köker, Eser. “Medya ve Kadın”
http://www.ucansupurge.org/index.php?option=com_content&task=view&id=2629&Itemid=71 [24.12.2007]
- Mora, Necla. “Medyatik Toplumsallaşma ve Medya Okuryazarlığı”
<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=8582>
[28.11.2007]
- Özdemir, Ufuk. “Türkiye’de Kadın Kıyafetinde Modernleşme Süreci ve Medyanın Etkisi” <http://www.enfal.de/tes17.htm> [03.12.2007]
- Özgen, Murat. “1980 Sonrası Türk Medyasında Gelişmeler ve Magazinleşme Olgusu”
<http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130848156.pdf> [16.12.2008]
- Özkan, Fadime. “Medya Prizmasında Kadın”,
http://www.dergibi.com/roportaj/vivet_kanetti.asp [14.05.2008]
- Özyakışır, Deniz “Türkiye Ekonomisinde 1980-2005 Döneminde Yaşanan Yapısal Değişimin Dış Ticaret ve Dış Borç Bağlamında Teorik Bir Değerlendirmesi”
http://www.akademiktisat.net/calisma/tr_iktisat_genel/1980_2005_tic_borc_d_ozyakisir.htm [21.03.2008]
- Şenden, Fatma. “Medya Ve Kadın” <http://www.urundergisi.com/makaleler.php?ID=5>
[27.11.2007]
- Tansel Aysıt. “İktisadi Kalkınma ve Kadınların İşgücüne Katılımı: Türkiye’den Zaman-Serisi Kanıtları ve İllere Göre Yatay Kesit Kestirimleri”,
<http://erc.metu.edu.tr/menu/series01/0105T.pdf> [11.12.2008]
- Toruk, İbrahim. “On Dönem Türkiye Ekonomisine Genel Bir Bakış”.
<http://www.kto.org.tr/tr/dergi/dergiyazioku.asp?yno=327&ano=47>
[10.03.2008]
- Uluç, Güliz, Murat Soydan ve Nazım Ankaralığıl. “Medyada Kadının Temsiline İlişkin Feminist Bir Okuma Çalışması: Tempo Dergisi”

[cws.emu.edu.tr/en/conferences/2nd_int/pdf/Uluc,%20Soydan%20,%20Ankara ligil.pdf](http://cws.emu.edu.tr/en/conferences/2nd_int/pdf/Uluc,%20Soydan%20,%20Ankara%20ligil.pdf) [27.12.2007]

Üstündağ, Erhan. “Hükümet İçin Türban Yasağı Kadın Hakları Sorunu Değil”
<http://www.bianet.org/bianet/kategori/bianet/104731/hukumet-icin-turban-yasagi-kadin-haklari-sorunu-degil> [03.12.2007]

Yeldan, Erinç. “Küreselleşmenin Neresindeyiz? Türkiye Ekonomisinde Borç Sorunu ve IMF Politikaları”
http://www.stradigma.com/turkce/kasim2003/makale_06.html [10.03.2008]