

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Özlem YAZICI

YEREL MEDYADA ÇALIŞAN KADIN GAZETECİLER ve
KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR: ANTALYA ÖRNEĞİ

Danışman

Yrd.Doç.Dr. Gözde YİRMİBEŞOĞLU

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2012

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Özlem YAZICI'nın bu çalışması, jürimiz tarafından Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof.Dr. Bital Arık 

Üye (Danışmanı) : Yrd-Doç.Dr. Görde Yirmibesoglu 

Üye : Doç.Dr. Ahmet Ayhan 

Tez Konusu: Yerel Medyada Çalışan Kadın Gazeteciler ve
Karşılaştıkları Zorluklar: Antalya Örneği

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 22/06/2012

Mezuniyet Tarihi : 27/06/2012

Prof.Dr.Mehmet ŞEN
Müdür

.....

İÇİNDEKİLER

TABLOLAR LİSTESİ	iv
KISALTMALAR LİSTESİ	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT.....	vii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

MEDYA TARİHİ ve KADINLARIN MEDYA ALANINA GİRİŞİ

1.1 Medya Tarihine Bakış	4
1.1.1 1980 Sonrası Türkiye Medyasındaki Gelişmeler	4
1.1.2 1990 Sonrası Türkiye Medyasındaki Gelişmeler	6
1.2 Kadınların Medya Alanına Girişi	9
1.3 Medya ve Kadın	12
1.3.1 Kadının Medyada Temsil Edilme Biçimi	13
1.3.2 Medya Ürünlerinin Tüketicileri Olarak Kadınlar	14
1.3.3 Kadının Medya Sektöründeki Varlığı	15

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYADA ÇALIŞAN KADINLARIN İŞ YAŞAMINDAKİ ENGELLERİ

2.1 İş Yaşamında Karşılaşılan Sorunlar	19
2.1.1 Eğitim ve Mesleki Eğitimde Eşitsizlik	19
2.1.2 İş Bulma ve Yükseltimede Eşitsizlik	21

2.1.3 Ücretlendirmede Eşitsizlik	22
2.1.4 Sosyal Haklardan Yararlanmada Eşitsizlik	23
2.1.5 Cinsel Taciz	24
2.2 Aile Yaşamında Karşılaşılan Sorunlar	24
2.2.1 İş ve Aile Çatışması.....	25
2.2.2 Ev İşleri	26
2.2.3 Çocuk Bakımı Sorunu	27

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANTALYA YEREL MEDYASINDA ÇALIŞAN KADIN GAZETECİLERİN İNCELENMESİ

3.1 Uygulama Hakkında

3.1.1 Araştırmanın Sorunu.....	29
3.1.2 Araştırmanın Amacı.....	29
3.1.3 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları	29
3.1.4 Varsayımlar	29
3.1.5 Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Tekniği.....	30
3.1.6 Kuramsal Çerçeve	30
3.1.6.1 Liberal Feminizm	31
3.1.6.2 Marksist Feminizm	33
3.1.6.3 Radikal Feminizm	34
3.1.6.4 Sosyalist Feminizm.....	35
3.1.6.5 Varoluşçuluk ve Feminizm	36
3.1.6.6 Psikanaliz ve Feminizm	36
3.1.7 Araştırmanın Bulguları	37
3.1.7.1 Kişisel Özellikler	37

3.1.7.2 Meslek Seçme Nedenleri, Başka Meslek Seçme Olasılıkları ve Meslekteki Başarı Kriterleri.....	38
3.1.7.3 Maddi Olarak Medya Sektörünün Tatmini	40
3.1.7.4 Çalışma Ortamının Mesleki Zorlukları	42
3.1.7.5 Çalışma Saatleri ve Maaş Tatmini	46
3.1.7.6 Sigortalı Olma Durumu	51
3.1.7.7 Aile İçi Rollerin Kadınların Çalışması Üzerine Etkileri	54
3.1.7.8 Çocukların Yetiştirilmesi Üzerine Etkileri	56
3.1.7.9 Ev İşleri Üzerine Etkileri	56
3.1.7.10 İş Yaşamında Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık Uygulamaları ...	58
3.1.7.11 İş Yerinde Kadın ve Erkek Çalışanlar Arasında Farklılıklar..	60
3.1.7.12 Yöneticiliğe Giden Yoldaki Engeller	61
3.1.7.13 Ücret Konusundaki Eşitsizlikler	65
3.1.7.14 Yerel Medya ve Ulusal Medya Çalışanları Arasındaki Farklar	66
3.1.7.15 Siyasal İktidarın Medyaya Etkisi	69
3.1.7.16 Medyada Kadın İmajının Kullanımı	71
3.1.7.17 Ülkemiz Kadınının Konumu	74
3.1.7.18 Türkiye'deki Toplumsal Sorunlar ve Kadın Hareketi	74
3.1.7.19 Kadının Bilinçlenmesi,Sahip Olması gereken Hakları Kazanabilmesi için Neler Yapılmalı	76
SONUÇ.....	77
KAYNAKÇA	81
EK 1- Kadın Gazetecilerle Görüşmede Yer Alan Sorular	85
EK 2- Görüşme Yapılan kadınların Genel Özellikleri	87
ÖZGEÇMİŞ.....	88

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 TUIK; Türkiye İstatistik Yıllığı 2008-2009-2010	10
---	----

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
Çev.	Çeviren
Der.	Derleyen
IMF	International Monetary Fund (Uluslar arası Para Fonu)
KSGM	Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü
s.	Sayfa
TİSK	Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu
TMSS	Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası
TRT	Türkiye Radyo Televizyon
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
Vd.	Ve diğerleri

ÖZET

Medya alanında 1980 sonrası dönemde neo-liberal politikalar ve küreselleşme süreci bir dizi değişimi de beraberinde getirmiştir. Medyanın da küreselleşmeye başlamasıyla beraber küreselleşmecî neo-liberal politikaların en önemli araçlarından biri olan özelleştirme sayesinde radyo ve televizyonda kamu tekelleri kaldırılıp, özelleştirme kapsamına alınmıştır. Medya endüstrisi 1980 sonrası dönemde büyük holding patronları için yeni yatırım alanına dönüşmüş ve kısa zamanda sektördeki ticari medya kuruluşlarının sayısı giderek artmıştır. Fakat bu yeni medya ortamında çalışan kadın gazeteciler bu sektörde var olabilmek için zor çalışma şartları ile mücadele etmiş, medya alanında çalışan kadınların ikincil konumu medya patronları tarafından pekiştirilmiştir.

Bu bağlamda bu çalışma medya sektöründe çalışan kadınların çalışma ortamında yaşadıkları zorlukları belirlemeyi amaçlamıştır. 1980'lerden itibaren Türkiye'yi etkisi altına alan neo-liberal politikaların etkisiyle ticari televizyon ve radyoların ortaya çıkmasıyla birlikte medya alanında çalışan kadın gazetecilerin sayısında da artış olmuştur. Fakat kadın gazetecilerin sayısındaki bu artışa rağmen bu oranın yönetim kademelerine yansımadağı, genellikle kadın gazetecilerin alt kademe pozisyonlarda çalışmayı sürdürmeleri kadın gazetecilerin yaşadığı en önemli sıkıntılardan biridir. Diğer bir konu ise medya sektörünün zor çalışma saatlerinden dolayı aile ve annelik sorumlulukları arasında kalarak yaşadıkları zorluklardır. Ayrıca anne olduktan sonra sahip oldukları yasal hakları kullanamama ya da işten uzaklaştırma gibi durumlarla da karşı karşıya kalmaktadırlar. Sonuç olarak, bu çalışma medya alanında çalışan kadın gazetecilerin karşılaştıkları engelleri ortaya çıkarırken, yönetici kademelerine giden yolda karşılaştıkları engelleri de saptamayı hedeflemiş ve kadınların daha iyi bir konuma gelebilmeleri için neler yapılması gerektiği hakkında çözüm önerileri getirmeyi amaçlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya, Kadın, Engel

ABSTRACT

Neo-liberal policies and the globalization process brought about a series of change in the media area after the 1980s. In parallel with the globalization of the media, the public monopoly over the radio and TV is decartelized with privatization, which is one of the foremost tools that global neo-liberal policies developed. The media industry became a new investment area for the big holding owners and the number of commercial media institutions increased in a short period of time. However, the women employees of the new media environment struggled with hard working conditions to survive in this sector; and the secondary condition of the women employees is reinforced by media patrons.

In this context, the purpose of this study is to determine the difficulties that the women employees face in the media sector. The emerge of commercial radio and TVs under the influence of neo-liberal policies which effected Turkey as from 1980s increased the number of women employees working in the media sector. However, despite the increase, this ratio does not correlate with the administrative levels and women continue to work in inferior positions. On the other hand, due to their domestic and maternal obligations women confront diffuculties because of tough working hours. What's more, they may even be outlawed from their maternal rights or dissociated from their positions. In conclusion, this study reveals the obstacles that women face in their working enviroment; identifies the barriers on the road of administrative accomplishments; and suggests solutions to bring women's place in a better position.

Key Words: Media, Women, Obstacles

GİRİŞ

Medya toplumun düşüncelerinin, davranışlarının, değer yargılarının oluşturulmasında, kültürel ve sosyal yapısının belirlenmesinde rol oynayan en güçlü araçtır. Medyanın temel görevi topluma kendi yaşam alanlarının dışındaki dünyada oluşan olayların bilgi ve deneyimini aktarmasıdır. Bir başka deyişle insanlar kendi deneyimleri dışında kalan dünyayı büyük ölçüde medyanın kendilerine sunduğu çerçeveler içinde kavramakta ve anlamlandırmaktadır. Medyanın günlük yaşam içerisindeki kapladığı alan her geçen gün genişlemektedir. Medya aynı zamanda izleyici ve okuyucuların ne düşüneceklerini değil ne hakkında düşüneceklerini belirlemekte ve yönlendirmektedir. Bu yüzden modern karmaşık toplumlarda birey ve birey grupları, kendi yaşam pratikleri ve deneyimleri dışında oluşan olay ve oluşumlardan esas itibarıyla medyanın kendilerine aktardığı kadar ve aktardığı biçimlerde bilgi sahibi olmaktadır (Kaya, 2009, s.10).

Medya toplumsal yapının belirlenmesinde, toplumsal yargıların olumlu yönde değişmesi işlevine sahip olabileceği gibi, haber ve yorumları aracılığıyla mevcut toplumsal yargıları yeniden de üretir. Medyada kadına belirli roller yüklenip, şiddet içeren, aldatılan mağdur kadın haberlerine sıkça yer verilmesiyle toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin medyada devamı sağlanmakta ve cinsiyet ayrımcılığı güçlendirilmektedir. Kitle iletişim araçlarında kadının nasıl temsil edildiği, cinsiyetçiliğin yeniden üretilmesi ve toplumsal dolaşıma sokulmasında ya da bu anlayışın değiştirilmesinde rol oynayan en önemli ve en etkili bir yoldur (Mora, 2005, s.4). Bu yüzden medyanın bize sunduğu imgeler dünyaya bakış açımızı ve değer yargılarımızı şekillendirmeye yardım eder. Bu yüzden medya tarafından sunulan dünya, günümüz yaşam tarzı ve koşullarıyla örtüştürülmeye çalışılmaktadır. Böylece toplumsal çevremizi öğrenir ve edindiğimiz bu bilgilere göre davranmaya başlarız.

İletişim araçları toplumun davranış kalıpları, değer ve düşünce tarzlarının bireylere kazandırılması ve öğrenilenlerin içselleştirilmesinde etkili olmaktadır. Bireyler, kitle iletişim araçlarından dünya hakkında bilgi almak, problemlerle karşılaştıklarında ve karar verme aşamalarında tavsiye aramak, merak ve ilgilerini tatmin etmek, kendilerini eğitmek, davranış modelleri bulmak, bireysel değerleri pekiştirmek, sosyal empati kurmak ve etkileşimde

bulunmak, başkalarıyla özdeşleşmek, rahatlamak, sorunlardan kaçmak, zaman doldurmak, duygusal yönden rahatlamak gibi amaçlarla kitle iletişim araçlarından yararlanırlar (Kalender, 2000, s.116). İletişim araçlarına gösterilen yoğun ilginin de etkisiyle aynı ileti kitlelere birçok defa ve farklı mesajlarla iletilmekte ve böyle çok hızlı bilgi akışı sağlanmaktadır. Bu kuruluşların amacı toplumu belirli düşünce ve davranışlara yöneltmek ve kar elde etmektir. Kitle iletişim araçları aynı zamanda küreselleşme olgusunun da çıkmasında oldukça önemli rol oynamış ve küreselleşmenin yayılmasında da itici güç oluşturmuştur. Dünyadaki olaylar hakkında bilgi sağlayarak gündemi ve yenilikleri halka ulaştırmıştır.

Medya asıl görevi olan doğru ve tarafsız haber yapma görevinden hızla uzaklaşıp, tamamen işletme mantığıyla kar elde etmek amacıyla hareket etmeye başlamıştır. Bundan dolayı medyanın sermaye yapısı değişmiş, farklı alanlardan kar elde etmek amacıyla bu sektöre talep yoğunlaşmış ve medya sektörü bundan fazlasıyla etkilenmiştir. Günümüzde medya ideolojilerin ve kültürlerin benimsetilmesinde son derece önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle de medya güç sahibi olmak isteyen kesimlerin ellerinde tutmak istedikleri bir araç haline gelmiştir (Büyükbaykal, 2008, s.41). Medya siyasi kararlar dahil, tüm toplumu etkileyen ve yönlendiren gücüyle önemli bir kurum haline gelmesinin yanı sıra aynı zamanda ekonominin en geniş sektörlerinden biri haline gelmiştir. 1980’li yıllardan itibaren dünyada gelişen ekonomik küreselleşmenin Türkiye’de yansması ve kitle iletişim alanında yaşanan değişimle beraber yayıncılık anlayışının da değişmesi, bu araçların farklı iş kollarında faaliyet gösteren büyük holdinglerin eline geçmesi sonucunda, kitle iletişim araçları tarafından üretilen ürünlerin bir meta olarak algılanması sonucunu doğurmuştur. Dolayısıyla medya sektörünün bu duruma gelmesinin ve genişlemesinin 1980’li yıllara dayanan bir geçmişi vardır.

Türk basınında da kadın gazeteci sayısında dikkate değer bir artışın gerçekleşmesi de 1980’li yıllarda olmuştur. Günümüzde ise kadın gazeteci sayısı tüm gazetecilerin yarısına eşitlenmiş, hatta bazı yayın organlarında çoğunluğa ulaşmış olsa da hiçbir zaman kadın gazetecilerin karşılaştıkları sorunlar bitmemiştir. Günümüzde halen medyada kadın unsuruna iyi anne-iyi eş, fedakar ev kadını, cinsel meta gibi anlamlar yüklenen haberlere yer verilmektedir. Ayrıca medyada kadınların haber olabilmesi için kadının aldatması, dayak yemesi ya da tecavüze uğraması gibi trajik olaylarda yer alması gerekmektedir. Diğer yandan,

kadın gazetecilerin çok azının yönetici konumuna gelme şansı olduğundan, karar verme sürecinde etkili olamamaktadırlar. Bu yüzden de medyada çıkan bu haberleri etkileme olasılıkları da çok azdır. İşte böyle bir durumda medyada kadının haber malzemesi olarak kullanış biçimi kadar, bu sektörde çalışan olarak da işi hayli zordur. İş ve aile hayatı olmak üzere çift vardiya olarak çalışmak zorunda kalan kadın pek çok engellerle karşılaşmaktadır.

Kadın gazetecilerle ilgili daha önce bazı araştırmalar yapılmasına rağmen bu araştırmaların sayısı çok fazla değildir. Genel olarak kadın gazetecilerle ilgili araştırmaların bu kadar sınırlı olduğu bir durumda, medya sektöründeki kadın gazetecilerin iş hayatında yaşadıkları zorlukları inceleyen bir çalışmanın bu alana özgün bir katkı sağlayabileceği düşünülmüştür. Kadın gazetecilerin karşılaştıkları zorluklara dikkat çekmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Antalya yerel medyasındaki kadınların; sektör deneyimleri, çalışma ortamları ve koşulları gibi demografik özelliklerinin yanı sıra, yönetici pozisyonuna yükselirken karşılaşılan engeller, kadının medya haberlerinde sunulmuş biçimleri irdelenip, kadının bilinçlenmesi ve sahip olması gereken hakları edinebilmesi için nerelerin değişmesi gerektiğine dikkat çekilmek istenmiştir.

Bu tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde 1980 sonrası değişime uğrayan medya sektörü hakkında genel bilgiler verildikten sonra, kadın gazetecilerin medya alanına girişi ve kadınların medya alanında temsil ediliş biçimlerine yer verilmiştir. İkinci bölümde ise kadın gazetecilerin iş ve aile yaşantısında karşılaştıkları zorluklar saptanmıştır. Kadının aile içi rolleri ve iş hayatında karşılaştıkları engeller, yöneticilik pozisyona yükselmelerini güçleştiren zorluklar irdelenmiştir. Bütün bunların ışığında üçüncü bölümde Antalya yerel medyasında çalışan kadın gazetecilerle yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak yapılan görüşmelere yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

MEDYA TARİHİ ve KADINLARIN MEDYA ALANINA GİRİŞİ

1.1 Medya Tarihine Bakış

1.1.1 1980 Sonrası Türkiye Medyasındaki Gelişmeler

Türkiye 1980 sonrası dönemde küreselleşmeci neo-liberal politikalar doğrultusunda yönetilmektedir. Neo-liberal politikaların sunduğu ekonomi politikaların sonucunda pazarlar büyük şirketlere açılacak ve sermaye, teknoloji bu büyük şirketlerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda kârı çoklaştırmak için çalıştırılacaktır. Birçok ülkede olduğu gibi bu politikalar Türkiye’de de sosyal, siyasal ve ekonomik yapılar üzerinde çok önemli etkiler yaratmıştır. Medya sektörü 80’li yılların başından itibaren Türkiye’deki neo-liberal akımın hız kazanması ile beraber yeni ve büyük bir sanayi sektörü haline gelmiştir ve bu durum büyük medya kurumlarının önünü açmıştır.

Türkiye’de 80’li yıllara kadar Türk basınındaki gazeteler aile işletmeleri olup, belirli gazetelerin adları belirli aile adlarını çağırıyordu (Yirmibeşoğlu, 2009, s.3). Fakat küreselleşme süreci iletişim alanında da pek çok değişimi beraberinde getirmişti. Bu süreçte medya da küreselleşmeye başlamış ve medya sektörü yeniden yapılanma içerisine girmiştir. Bu dönemde uygulanan deregülasyonla devlet özel teşebbüsleri daha etkin hale sokmuş ve medya pazarının işleyişinde hiçbir yasal düzenlemeye tabi olmadan faaliyet gösterilmiştir. Deregülasyon süreci ile yasal engeller kaldırılmış ve aynı dönemde çok uluslu şirketlerin ortaya çıkması da belli bir takım yasal düzenlemelerle olmuştur. Sektördeki şirket evlilikleri, dikey ve çapraz tekelleşmeler yoluyla dev medya kuruluşları ortaya çıkmıştır. Medya sektörü tekelleşme ile birlikte pazarda sadece bir ya da birkaç kuruluşun egemenliği altına girmiş ve sermaye bu kuruluşların içerisinde yoğunlaşmıştır.

Küreselleşmeci neo-liberal politikaların en önemli araçlarından biri olan özelleştirme sayesinde kamu teşebbüsleri özelleştirme kapsamına alınmış ve özel sermayenin çıkarlarına uygun olarak yeniden örgütlenmiştir. Bu durumdan faydalanan medya kuruluşları büyümek ve güçlü olmak amacıyla küçüğü satın alma ve büyüme yöntemine başvurmuşlar. Büyük holdinglerin finansal büyüklüğünün etkisiyle yaşanan teknolojik gelişim ve yatırımlar küçük ve orta ölçekli firmaların ayakta durmalarını ve rekabet etmelerini güçleştirmektedir (Kara, 2008, s.10). Bunun sonucunda medya endüstrisinde yoğunlaşma başlamış ve medya

kuruluşlarının sayısının azalmasına neden olmuştur. Aynı medya sahipleri program üreten, dağıtan şirketler kurup, beraberinde reklam ve pazarlama işinde faaliyet göstermeye başlamaları da medya sektöründeki yoğunlaşmayı arttırmıştır. Pazarda rakipleri azaldığı için holdingleşen bu dev kuruluşlar hem piyasayı hem de kamuoyunu istedikleri gibi yönetme gücüne sahip olmuşlar. Medya kuruluşlarının birkaç grubun denetimi altına girmesi demokrasi için tehdit olarak görülmektedir. Çünkü kamusal çıkarın yerini sermaye sahibinin çıkarları almaktadır. Türk Basın Tarihi isimli kitabında Hıfzı Topuz basında holdingleşmenin etkilerini şu şekilde sıralamıştır (Topuz, 2003, s.347-348).

- 1-Medyada tekelleşme, her şeyden önce düşünce ve anlatımda çoğulculuğa karşı bir oluşumdur.
- 2-Tekelleşmeler sendikacılığa karşıdır.
- 3-Tekellerin başındaki kişiler, iktidarı paylaşmak ve hükümetten çeşitli çıkarlar sağlamak için türlü ödünler vermekte ve medyada çalışan gazetecileri baskı altında tutmaktadırlar.
- 4-Büyük sermayeye dayanan medya, magazin programlarının ve haberciliğin de gelişmesine yol açmış, bu da bir tür kültür yozlaşmasına neden olmuştur.
- 5-Küçük ve orta çaptaki yayın organları zamanla yok olmakta ve holdinglerin sınırsız egemenliği kurulmaktadır.
- 6-Türkiye’de medya zamanla bir paralel iktidar mekanizması oluşmaktadır.
Yöneticilerin medyadan gelen baskılara karşı koyamadıkları da zaman zaman görülmektedir.
- 7-Tekelci sermaye ve holdingler dışa bağımlıdır. IMF’den çıkarları vardır. Böyle bir bağımlılık da ülkenin bağımsızlığıyla bağdaşmaz.

1980 sonrasında medya toplumsal sorumluluklarından arınmış ve neo-liberal pazar ekonomisinin gereklerine uygun biçimde sadece satış rakamlarını düşünen ve tıpkı plastik eşya üretimi yapan ya da konfeksiyon giyim eşyası üreten sıradan bir ticari kuruluş haline gelmiştir (Özgen, 2008, s.468). Türkiye’de böylesi bir gelişmenin kaydedilmesinde dünyada gelişen ve değişen olaylar kadar, 12 Eylül 1980’de gerçekleşen askeri müdahalenin de etkisi bulunmaktadır. Bu darbenin medya alanında ortaya çıkardığı en önemli sonuçlardan birisi de magazinleşme olgusudur. Askeri darbenin basın üzerinde yoğunlaşan baskısından dolayı

siyasi haberler yerine, gazeteyi ve gazete tirajını ayakta tutmak için magazin haberciliği ön plana çıkmıştır. 1990'lı yıllarda magazinleşmiş medya olgusu hızla büyümüştür.

Bu dönemde en etkili iletişim araçlarından radyo ve televizyon TRT'nin tekelinde bulunmaktaydı. TRT'nin devlet kuruluşu olması nedeniyle 1980'lerde herhangi muhalif bir fikir ya da görüntüye yer vermesi o dönemde mümkün olmamıştır. Bu yüzden o dönemde toplumsal muhalefetin sesini duyuracağı gazeteler dışında herhangi bir kitle iletişim aracı bulunmamaktaydı. Fakat yaşanan darbeden dolayı basının içinde bulunduğu durum çıkmazdaydı. Sıkıyönetim bütün muhalif sesleri susturmuş, baskılar nedeniyle siyasi haber yapmak yerine, gazeteler ayakta durabilmek ve gazete tirajını arttırabilmek için magazin haberciliğine yönelmiştir.

Seksenli yıllardan doksanlı yıllara, yayıncılıktaki başat yönelim tecimselleşmedir (Kejanlıoğlu, 2004, s.205). Türkiye'de bu konudaki eğilimin yoğunlaşması, seksenli yılların ikinci yarısına rastlamaktadır. Bu yüzden 1980'li yılların sonuna gelindiğinde artık medya kuruluşları tüketici odaklı ve yüksek kâr elde etmeye yönelik çalışmaya başlamış, kitle gazeteciliği ve magazin haberciliği ön plana çıkmış, gazetelerin reklam ve pazarlama departmanları yönetimde söz hakkı edinmeye başlamışlardır. Bu durumun oluşmasında dünyada yaşanan gelişmelerin yanı sıra 12 Eylül darbesinin ve Özal hükümetinin uygulamaya koyduğu politikaların da etkisi çok büyüktür.

1.1.2 1990 Sonrası Türkiye Medyasındaki Gelişmeler

1990 yıllarına gelindiğinde artık radyo ve televizyon yayıncılığında tekel olan TRT'nin fonksiyonu sorgulanmaktaydı. Dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın günümüz şartları doğrultusunda kamu hizmeti yayıncılığının yanı sıra özel yayıncılığa geçilmesi gerektiğini sık sık vurgulamakta ve özel radyo ve televizyon yayıncılığına biran önce geçmek istemekteydi. 80 sonrası yaşanan gelişmeler kamu hizmeti yayıncılığı dengelerini altüst etti ve yeni bir yayıncılık döneminin başlamasına neden oldu. Çünkü kitlelerin uydu haberleşme ağının 'tüketicisi-müşterisi' olması için öncelikle telekomünikasyonun altyapısı ve radyo-televizyon yayıncılığı alanlarında kamusal tekellerden vazgeçilmesi ve özel yatırımcılar için kârlılık önünde engel olarak görülen kamusal yayıncılık anlayışının terk edilmesi gerekmektedir (Kaya, 2009, s.115). Bu dönemde kamu hizmeti yayıncılığının yanında özel ve ticari yayın kurumları da faaliyete geçti.

1990 yıllarında Cumhurbaşkanı Turgut Özal ABD 'ye yaptığı gezi sırasında yurtdışından Türkçe televizyon yayını yapılmasını engelleyen bir kural olmadığını, dış memleketlerden kanal kiralayanın yayın yapabileceğini belirtmesi ticari kuruluşların önünde hiçbir engel bırakmamıştır. Aynı dönemde, Rumeli Holding'in sahibi Uzan ailesinin, İsviçre'de kurdukları Magic Box (MBI) şirketi aracılığıyla Almanya'dan Türkiye'ye yayın yapmak üzere Eutelsat uydusundan kanal kiraladığı ortaya çıktı. Böylece Star TV, Türkiye'nin ilk özel televizyon kanalı olarak Magic Box (Star 1) adı ile Almanya üzerinden 1 Mart 1990 tarihinde test yayınına, 5 Mayıs 1990 tarihinde ise normal yayına başladı.

Türk basınında özellikle 90'ların ilk yarısı gazetelerin promosyon savaşlarıyla geçmiştir. Medya bu dönemde tüketici kitleyi elde tutmak amacıyla promosyon dönemini başlatmıştır. Basında promosyon gazetelerin armağan vermesi, piyango ve lotarya düzenlemeleri anlamında kullanılıyor (Topuz, 2003, s.347). Gazeteler ilk önce ansiklopedi ve otomobil dağıtmaya başladılar. Daha fazla kar elde etmek amacıyla promosyon adı altında sunulan çeşitli hediyeler kupon karşılığı okuyuculara verildi. İnsanlar haber okumak için değil kupon kesmek için gazete alma alışkanlığı edindiler. Bu dönemlerde gazetelerin içeriğinden çok tüketiciler gazetelerin verdikleri promosyonlarla ilgilenmeye başlamışlardır. Okuyucu kitlesini çeşitli promosyonlarla elde tutmaya çalışan gazeteler birer ticari kuruluş halini almış bundan dolayı her geçen gün bilinçli okur kitlesinde azalma olmuş ve gazeteler içerik bakımından yozlaşmaya uğramıştır. İnsanlar gazetelerin içeriğine ve eğilimlerine hiç bakmadan birkaç gazete birden almaya başladılar; basın bu ekonomik düzenin yarattığı lotaryacılık sistemine dönüştü (Topuz, 2003, s.354). Gazetelerin tirajı haber verme alanındaki başarılarına göre değil, verdikleri ikramiyelerin değerine göre belirlendi. Medya kurumlarının toplumsal sorumluluklardan uzaklaşarak kendi çıkarları ya da mensup oldukları güç odaklarına uygun yayın politikaları izlemektedirler. Gazeteciler cemiyeti aşırı boyutlara ulaşan bu gazeteler arası bu promosyon çılgınlığına tepki göstererek bununla basının saygınlığını yitirdiğini belirtmiştir.

Medyadaki bu hızlı değişim süreci dışında gazetecilik dışındaki alanlarda pek yatırımı olmayan geleneksel medya sahipleri sektörden uzaklaşırken bankacılık, inşaat, turizm, ticaret vb. pek çok alanda yatırımları olan büyük iş adamları ve holdingler 'yeni medya sahipleri' sektöre girmişlerdir. Bu yıllardan itibaren medya alanında holdingleşmeler başlamıştır. Sermayenin bu alanda etkinlik göstermesi, dördüncü gücü paylaşma, siyasi çevrelerde etkinlik sağlama ve bu sayede ihalelerden ve kredilerden yararlanma, medyayı diğer şirketlerinin

reklamında kullanma, medyayı kullanarak pazarlama faaliyetlerini arttırma gibi faktörlere bağlanabilir (Özsever, 2004, s.122-123). Bu kurumların amacı örgütlenme biçimine göre para kazanmak, kitleleri belirli düşünce ve davranış kalıplarına yöneltmek ya da bunların ikisi birden olabilir.

Basında tekelleşmenin en önemli etkisi gazeteci patronların yerini işadamlarına bırakması olmuştur. Gazeteci patronların yerine işadamlarının gelmesi gazetecilerin görev tanımlarını etkilemiştir. Çünkü daha önceki dönemde iyi haber üzerinden giden rekabet farklı kulvarlara kaymıştır. Artık basın kuruluşlarında yönetici olarak görev yapmak için sadece iyi gazeteci olmak yeterli değildir. Üst düzey yönetici gazetecilerin iyi gazeteci olmalarının yanı sıra siyasi ve ekonomik çevrelere yakınlığı da önem kazanmıştır. Gazetelerin sahibi olan erkek patronlarda yöneticilik yetenek ve ilişkilerine daha çok güvendikleri hemcinslerini tercih etmektedir.

Günümüzde Türkiye’de iletişim alanındaki tekelleşme sorunu, devletin kamu zenginliklerini satarak ve yasal biçimlendirmelerden geçerek bütün gücüyle teşvik ettiği özelleştirmeye gelen bir oluşumdur (Erdoğan, 2002, s.419). 1990 dönemlerinde neo-liberal politikaların etkisiyle özelleştirmeye başlanan medya sektörü büyük holdinglerin egemenliği altına girmiş, büyük birkaç grubun çıkarlarına hizmet etmeye başlamıştır ve bu da medya sektöründeki istihdamı azaltmıştır. Tekelleşmeler sendikacılığa karşıdır ve tekellerin başındaki kişiler iktidarı paylaşmak ve hükümetten çeşitli çıkarlar sağlamak için türlü türlü ödünler vermekte ve medyada çalışan gazetecileri baskı altında tutmaktadır. Basında tekelleşme ve holdingleşmenin etkilerini en fazla hissedenler gazeteciler olmuştur. Aynı grubun birden fazla yayın çıkarması iş alanlarının genişletmiş gibi görünse de aslında bu yanılsama olmuştur. Holdingleşmeyle birlikte kar unsuru ön plana çıktığı için kriz dönemlerin de ilk başta gözden çıkarılanlar çalışanlar olmuştur. Tüm bu olumsuz gelişmelerin yanında maliyetleri düşürmek ve verimliliği arttırmak amacıyla işçi sayısını azaltmak, medya sektörünün son dönemlerdeki temel alışkanlıkları haline gelmiştir (Geray, 2002, s.81). Bu durumda medya sektöründe en çok zarar gören kadınlar olmuştur. Kadınların aynı kurum içerisinde terfi etmesini ya da başka bir yerine geçmesini zorlaştırmıştır. Medyada popüler kişilerin iş değiştirmeleri kolaylaşırken kadınlar bulundukları iş kademelerine talip olmak zorunda kalmışlardır. Bir anlamda toplumsal eşitsizlikler ortaya çıkmaktadır. Kadın işgücü ekonomik büyüme dönemlerinde işe alınan, kriz dönemlerinde işten çıkarılan kişi olarak işgücü piyasasına esneklik kazandıran bir işlev görmektedir (Koray, 1993, s.28).

1990 yıllarının sonlarına gelindiğinde gazete ve basın kuruluşları birer medya holdingine dönüşmüş. 80 öncesi hedefi okurun güvenini kazanmak olan gazeteler artık ticari karın arttırılması ve daha çok tiraja sahip olmaya çalışmışlar. Basının özellikle 90'lı yıllarda amaç dışında kullanılmasıyla gerek özgürlüğünden gerekse itibarından önemli ölçüde değer kaybetmiştir

1.2 Kadınların Medya Alanına Girişi

Günümüzde dünyadaki nüfusun yarısını kadınlar oluşturmaktadır. Fakat kadınların ekonomik yaşama katılımları ve bundan yararlanma düzeyleri birbiriyle aynı orantıda değildir. Çünkü kadınlar ekonomik ve toplumsal alanda ikincil konumda görülmektedirler. Bunun pek çok nedeni vardır. Bu nedenler toplumların yapısal özellikleriyle yakından alakalıdır. Bu nedenler 'erkek egemen' kültüre dayalı toplum ayrımcılığı, kadınların eğitim olanaklarından daha az yararlandırılması, kadının erkekten fizyolojik olarak farklılığı, yasal düzenlemelerdeki eksiklikler ve yanlışlıklar gibi nedenlerdir (Kocacık ve Gökkaya, 2005, s.195).

Kadının gerçek anlamda ücretli işçi statüsü Sanayi Devriminin gerçekleşmesiyle mümkün olmuştur. Bu dönemde kadın emeğini bir ücret karşılığında işverenlere tahsis etmiştir. Ancak, bu dönemde kapitalizmin katı kuralları karşısında kadınlar erkeklere nazaran çok düşük ücretlerle çalışmak zorunda kalmışlardır (Coşkun, 2003, s.50). Dolayısıyla kadınların ücret karşılığı bir işte çalışması, kadını aile içerisinde özgürleştirirken, cinsiyete uygun yeni ve farklı çalışma alanlarını da beraberinde getirmiştir.

Ülkemizde kadın iş gücünün istihdama katılımını; eğitim, teknolojik gelişmeler, mesleki eğitim, ekonomik, sosyo-kültürel faktörler etkilemektedir. Türkiye'de kadın işgücünün sektörel dağılımına baktığımız zaman geçmiş yıllarda olduğu gibi halen günümüzde de tarım alanında yoğunlaşmaktadır. 2010 yılı TÜİK verilerine göre, toplam çalışan kadınların hem tarım hem de hizmetler alanına katılımları hemen hemen birbirine eşit görülmektedir. Bu oran tarım da %42.39 iken hizmet sektöründe %41.69, kadınlarda sanayi alanına katılım son derece düşük olmakla beraber bu oran %15,90'dır. 2010 yılı erkek verilerine baktığımız zaman kadınlardan son derece farklıdır. Tarım alanındaki oran %18.29 iken, sanayi de %30.33 ve %51.36 sı hizmet sektöründe çalışmaktadır.

Tablo 1.1 TUİK; Türkiye İstatistik Yıllığı 2008-2009-2010

Sektörel Dağılım 2008	Tarım	Sanayi	Hizmetler
Erkek	%17.07	%30.78	%52.14
Kadın	%42.07	%15.71	%42.21
Sektörel Dağılım 2009	Tarım	Sanayi	Hizmetler
Erkek	%18.14	%29.13	%52.72
Kadın	%41.64	%15.27	%43.07
Sektörel Dağılım 2010	Tarım	Sanayi	Hizmetler
Erkek	%18.29	%30.33	%51.36
Kadın	%42.39	%15.90	%41.69

2010 yılına ait bu veriler öncelikle çalışan kadının Türkiye'deki genel durumunun ne kadar olumsuz olduğunu göstermektedir. Ücretli istihdamın önde gelen temsilcisi sanayi sektörü 2008'den bu yana çok fazla değişiklik göstermemiştir. Türkiye'de teknik bilgi gerektiren sanayi sektöründe kadınların çalışmasına yönelik ciddi boyutta engel ve kısıtların olduğu ve kadınlara kapalı olduğu, emeğin fazla getirisi az olan tarım sektöründe kadınlara yönelik engel ve kısıtların az olduğu söylenebilir (Parlaktuna, 2010, s.1222). Bu sektörün mesleki beceri, daha yüksek eğitim düzeyi gibi kriterleri istemesi kadınların erkeklerle rekabet şansını azaltmaktadır. Sanayideki kadın emeği niteliksiz, daha düşük beşeri sermaye donanımlı ve dolayısıyla da verimsizdir, bu nedenle erkeklerle eşit ücret almaları beklemez (Özkaplan, 2010, s.39). Günümüzde sanayi sektöründe kadın işgücüne bakış açısı bu şekilde değerlendirildiği için sanayi sektöründeki kadın katılım oranı erkeklere göre çok düşüktür. Fakat bunun yanı sıra kadınların çalışma oranlarının tarım alanında yüksek olması kadın emeğinin halen günümüzde sömürüldüğünü göstermektedir. Türkiye'de kadınlar büyük oranda tarım sektöründe istihdam etmektedirler. Bu sektörde kadın çoğu zaman sosyal güvenceden yoksun ücretsiz aile işçisi olarak çalışmaktadır dolayısıyla da ekonomik bağımsızlıklarını elde edememektedir.

Kırsal kesimlerde tarımla uğraşan kadınlar ücretsiz aile işçisi olarak çalışırken, kentlere göç ettikleri zaman piyasaya katılma olanağı bulamayarak işgücü piyasasının dışında kalırlar. Bu yüzden kentleşme süreci kadınları işgücüne katılımında bir düşüşe neden olur. Kırsal

kesimden, kente göç eden kadınlar çoğunlukla ev kadını olarak kalmakta veya resmi olmayan işlerde çalışmaktadırlar (Kocacık ve Gökkaya, 2005, s.200). Kentlerde kadın işgücüne düşük katılım oranının gerisinde yatan temel faktörlerin kırsal kesimden kentlere yaşanan yoğun göçle birlikte mevcut ekonomik yapının sınırlı işgücü talebinde bulunması ve işgücü arzını belirleyen ataerkil kültür ve üst yapı kurumları olduğu söylenebilir (Toksöz ve Erdoğan, 1998, s.64). Kadının kent işgücü piyasasının ihtiyaç duyduğu niteliklere sahip olmaması, ailedeki çocuk, yaşlı ve özürlü bireylerin bakımının kadınların sorumluluğunda olması ve bu bakım hizmetlerinin yaygın olmaması, farklı bir ortamın getirdiği sosyal baskılar ve geleneksel yapı gibi nedenlerle kent işgücü piyasasına girememekte veya işgücü piyasasından çıkmaktadır.

1980'ler pek çok ekonomik değişikliğin yaşandığı, neo-liberal politikalar doğrultusunda özelleştirme ve küreselleşmenin etkisinin yoğun olarak görüldüğü yıllardır. Yapısal uyum programlarının bir parçası olarak uygulanan özelleştirme ve devletin küçültülmesi, kamu hizmetlerinin daraltılması, kamusal istihdamın azaltılması, kadını geleneksel olarak istihdam edildiği ve sendikalaşmanın güçlü olduğu kamu sektörünün dışına itmektedir (Toksöz ve Erdoğan, 1998, s.47). Bu politikalar sayesinde kadınlar üretimden hak ettikleri payı alamamışlardır. Bunun sonucunda işten çıkarılanlar olmuş, kadınların yaşam standartları düşmüş ve açlıkla karşı karşıya kalmışlardır. Çoğu kişi çok az ücretle çalıştırılırken, bazıları resmi olarak düşük bir ücret, fakat gayri resmi olarak, elden yüksek miktarda maaş almaktadır. (Erdoğan, 2005, s.427). Bu durum etik yoksunluğun desteklendiğini ve iş güvencesi olmadığının bir kanıtıdır.

Türkiye'de kadınlar bugün birçok meslekte yer almaktadırlar. 1980 sonrası dönemde köyden kente göçle beraber tarım sektöründe yoğunlaşan kadın işgücü, kadının sanayi sektörü için gerekli niteliklere sahip olmamasından dolayı hizmet sektörüne yönelmiştir. Çünkü kadınların bu sektörde daha başarılı olacağı düşünülmektedir. Bu görüşün temelinde yatan, özel alanda, evde, hizmet eden kadının kamusal alan olarak kabul edilen iş alanında da hizmet sektöründe de daha verimli bir şekilde kullanılabileceği anlayışıdır (Yirmibeşoğlu, 2009, s.5).

1980 sonrası dönemde yaşanan gelişmeler ve küreselleşmeyle televizyon ve radyo yayınının serbest bırakılması sonucunda kadınlar, hizmet sektöründe yer alan medya alanında çalışmaya başlamışlardır. Bu yıllarda bazı gazeteler kadın sayfası ve kadın ekleri hazırlamaya başlamış ve bu sayfalarda ağırlıklı kadın konuları işlenmeye başlamıştır. Dergi yayıncılığı kadınların gazetecilik sektörüne girişini hızlandırmış ve kolaylaştırmıştır. Artık bundan sonra

gazetecilik kadınlar için meslek haline gelmiştir. Bu açıdan bakıldığında basının ilk dönemlerindeki kadının durumu ile 1980 sonrası gazeteciliğe başlayanların durumu ve özellikleri birbirinden farklıdır. 1990'larda yaptığı bir araştırma ile günümüz kadın gazetecileri, ilk kadın gazetecilerden farklı özellikler taşıyor saptamasında bulunan Kadın Gazeteciler isimli kitabın yazarı Ayşe Asker, şu özellikleri sıralamaktadır (Asker, 1991, s.99-100).

- 1- İlk kadın gazeteciler varlıklı ve tanınmış aile kızları olmasına karşılık günümüzde gazetecilik yapan kadınlar çoğunlukla orta sınıfın kızlarıdır.
- 2- İlk kadın gazeteciler özel eğitim almış kimselerdi. Oysa günümüzde gazetecilik yapan kadınlar, Cumhuriyet döneminde eğitimde sağlanan fırsat eşitliğinden yararlanmışlardır. Çoğunluğunu ise gazetecilik dalında da eğitim veren Basın yayın Yüksek Okulu Mezunları oluşturur.
- 3- İlk kadın gazeteciler çoğunlukla şiir, öykü, roman gibi yazın dallarında da ürün vermişlerdir. Bugünkü kadın gazeteciler içinde de çevirmenlik, yazarlık yapanlar vardır.
- 4- İlk kadın gazeteciler kadın hakları konusunda yazılarla gazeteciliğe başlamışlardır. Bugünkü kadınlar daha çok 80'li yıllarda gazeteciliğe başlamışlardır. Bunda ülkenin toplumsal ekonomik gelişmesi yanında aldıkları gazetecilik eğitiminin de rolü vardır. Kadın haklarına olan ilgileri ise kişisel çabalarında öteye geçmemektedir.
- 5- İlk kadın gazeteciler için gazetecilik seslerini duyurabilecekleri bir araçtı. Günümüzde gazetecilik yapan kadınlar için ise gazetecilik bir meslektir.

Sonuç olarak medya sektöründe kadın istihdamı diğer sektörlerden çok farklı değildir. Gazetecilik mesleğinin kendine özgü koşulları, çalışma saatlerindeki düzensizlik, erkek egemen bir meslek grubu olmasından dolayı çalışanlar arasındaki rekabetin gözle görülür biçimde diğer mesleklerden farklı olması, bu sektörde kadınların ilerlemesi için ciddi engeller oluşturmuştur.

1.3 Medya ve Kadın

Kadının medya alanına girişi üç şekilde değerlendirilebilir. Birincisi kadının medyada temsil edilme biçimi, ikincisi medya ürünlerinin tüketicileri olarak kadınlar üçüncüsü ise kadının medya alanında iş gücüne katılma sürecidir. Her üç süreçte de kadın

sömürülmektedir. Bu çalışmada kadının aktif olarak medya sektöründe çalışması ve karşılaştıkları engeller değerlendirilmiştir.

1.3.1 Kadının Medyada Temsil Edilme Biçimi

Kitle iletişim araçlarında kadın ya görmezden gelinmekte ya da hep karşımıza erkek egemenliğini pekiştiren ataerkil rollerle çıkmaktadır. Medya, haber ve yorumları vasıtasıyla toplumsal yargıları yeniden üretmekte ve geleneksel kadın rolünün pekiştirilmesini sağlamaktadır. Bundan dolayı medya içeriklerinde kadının düşük statülü konumunu pekiştirici yayınlar göze çarpmaktadır (Fidan, 2000, s.125).

Medyada kadın unsuruna ev kadını, fedakar eş, cinsel meta, ihanete uğrayan, dayak yiyen, ezilen kadın gibi anlamlar yüklendiğini görüyoruz. Bu şekilde medyada devamlı kadınlara aciz konumda yer vererek, kadınların korunmaya muhtaç bireyler olduğu düşüncesi meşrulaştırılmaya çalışılmaktadır. Kentleşme sürecini çok hızlı ve çarpık bir biçimde yaşayan ülkemizde, genelde annelik ve ev kadınlığı vasfı ile öne çıkmayı başarabilen kadının kişilik kazanma süreci oldukça zor olmuştur. Kadın, sürekli olarak medya tarafından cinsellik, aşk, aldatılma, intikam, kıskançlık gibi haberlerle gündeme getirilmektedir. Medya kadınları bedene indirgemekte ve cinselliği ön plana çıkararak, kadını cinsel bir meta olarak kullanıp kadın bedenini sömürmektedir.

Kadın medyada üçüncü sayfa haberi, cinsel obje veya eğlence unsuru olarak kullanılmaktadır. Kadınların üretici bireylerden çok tüketici bireyler olarak gösterildiği programlar yayınlanmaktadır. Bu tip programlarda kadın daha çok mağdur olarak temsil edilmekte kadına uygulanan her türlü şiddet genellikle ya kadının kışkırtması ya da erkeğin kendine hakim olamaması açıklamalarıyla sunulurken cinsiyetçi bakış açısı meşrulaştırılmaktadır (KSGM, 2008, s.7). Gündüz saatlerinde gösterilen bu kadın programlarında kadına şiddet haklı bir nedene dayandırılarak meşrulaştırılmakta ve toplum şiddete karşı tepkisizleştirilmektedir. Gazete ve televizyon haberlerinde ise şiddete uğrayan kadınların fotoğraflarına saldırganların görüntülerinden daha fazla yer verilerek kadın teşhir edilip sömürülmekte özellikle saldırganın davranışını meşrulaştırıcı ifadeler kullanılarak kadın hak ihlali medya vasıtasıyla arttırılmaktadır.

Kadınlar pek çok başarılı işler yürütmelerine rağmen genellikle medyada bu mesleki başarı ve becerileriyle çok az yer almakta, iş ve toplumsal hayatındaki başarılarına yer verilmemektedir. Kadının ev dışındaki çalışma hayatı her zaman ikinci planda olmakta, asıl

görevinin ev işi, çocuk ve yaşlı bakımı olduğu düşünülmemekte ve farklı kadınlık durumları medyada temsil edilmemektedir. Bunun sonucunda kadın basında daha çok töre cinayetleri, intihar, tecavüz, şiddet gibi haberlerle yer almaktadır. Egemen düşüncenin etkisi altındaki bütün ideolojik aygıtlarca onaylanan bu düşünce medyada da etkinliğini sürdürmekte ve kadının medyadaki sunumu da bu nedenle taraflı olmaktadır. Bu nedenle medyada temsil edilen kadınlar ihanete uğrayan, ezilen kadınlar olarak sunulmakta ve kadının kimliği eşi ve çocukları ile birlikte kurulmaktadır.

1.3.2 Medya Ürünlerinin Tüketicileri Olarak Kadınlar

Medya da kadını önemsizleştiren haberler ve tutumlar nedeniyle, izleyici ve okuyucu olarak da kadının konumu değersizleştirilmektedir. Kadın izleyici/okuyucuların eleştirellikten uzak, pasif tüketici bireyler olduğu toplum arasında yaygın kanaat olmasına rağmen, bu görüşün aksine kadınların bu medya metinlerini son derece aktif bir biçimde tüketip, kendi kadın deneyimleri ile bütünleştirdikleri saptanmıştır. Kadınların popüler kültür ürünlerinden aldıkları bu haz ve keyifle, kendi yaşam alanlarında yaşadıkları baskıdan ve gündelik monoton tekrarlardan kurtulabilmek, kendi hayat deneyimlerini anlamlandırmak için önemlidir. Kadınların ev içinde geçirdiği zamanın çok fazla olması nedeniyle, arkadaşlarının sayısı sınırlı olan kadınlar, pembe dizilerde, kendileri gibi olan, kendileri gibi bekleyen, yaşamları yine kendileri gibi kısıtlı ilişkiler içinde geçen kadınları izlemektedirler (İnceoğlu ve Korkmaz, 2002, s.48). Ayrıca kadınlar yaşam alanlarındaki eksiklikleri bu medya metinleri aracılığıyla doldurmaya çalışmaktadırlar.

Televizyonların gündüz kuşağında kadınlara yönelik olarak hazırlanan programlara bakıldığında kadın sorunlarının yine bu sorunları yaşayan 'mağdur'lar tarafından dile getirildiği görülmektedir. Medyanın, son derece etkili bir toplumsallaştırma organı olduğu kabul edildiğinde, erkeklerin ve çocukların kadınlara yönelik bakış ve davranışlarını belli oranlarda biçimlendirmekle kalmayıp, kadınların kendileri hakkındaki algılamalarını da olumsuz açıdan pekiştireceği göz önünde tutulması gerekmektedir (Özerkan, 2004, s.21).

Tüketimin en önemli birimi ailedir ve özellikle kadınlar bu noktada ayrı bir önem taşımaktadır. Ailede ikincil veya yeniden üretimi gerçekleştirenlerin çoğunlukla kadınlardır (Fidan, 2000, s.122). Televizyon reklamlarında da belirli ürünlerin "hedef kitlesi" kadınlardır. Çünkü ev idaresinin daha çok kadının sorumluluk alanına girmesi ve dolayısıyla alışverişin kadın tarafından yerine getiriliyor olmasının da etkisi büyüktür. Hedef kitlesi kadınlar olan bu

reklamların büyük çoğunluğu ev işlerine, annelik rolü nedeniyle bebek ürünlerine yönelik reklamlardır. Bu reklamlarda kadınlara dayatılan toplumsal rol olabildiğince yeniden ve yeniden üretilir. Evde temizlikten sorumlu kadın olduğuna göre, anne olarak çocuğun bakımından sorumlu olan yine kadın olduğuna göre bütün bu ürünler pazarlanırken kadınlara seslenilir. Çünkü reklamcılarının hedef kitlesi genellikle alışverişten sorumlu kişiler olarak kadınlar görülür. Bu yüzden reklamlardaki karakterlerde genellikle kadındır. Böylece medyada ev dışında çalışıp üreten bireyler olarak pek gösterilmeyen kadının, tüketici olarak konumu iyice pekiştirip, medya aracılığıyla topluma benimsetilmiştir.

1.3.3 Kadının Medya Sektöründeki Varlığı

1990'ların başından itibaren özel yayıncılık şirketlerinin sayılarının hızla artmasıyla birlikte özellikle görsel medya ve sinemada kadınların sayısının arttığı ve daha üst konumlara gelebildikleri gözlenmekteyse de medya sektöründe çalışan kadınlar genelde orta düzeydeki pozisyonlarda yer almış, yönetim kademesi genellikle erkeklerden oluşmuştur (KSGM, 2008, s.11).

Kadının medya sektöründeki konumu son yıllarda Türkiye'de neo-liberal politikalar ve küreselleşmenin etkisiyle büyük holdinglerin medyaya yatırım yapmaları ve basın, yayın, reklamcılık vs. gibi farklı medya sektörlerinde birkaç büyük medya grubunun egemen olmasıyla da ilgilidir. Aslında büyük medya gruplarının farklı sektörlerde yer alması iş imkanlarını genişletiyor gibi görünmesine rağmen bunun tam aksine medya endüstrisinde yaşanan bu yoğunlaşma bütün sektörlerde olduğu gibi medya sektöründe de istihdamı daraltmakta ve medya çalışanları için olumsuz etkiler yaratabilmektedir. 1990'larda yatay ve dikey tekellerin büyümesiyle, kadın çalışanların iş değiştirmeleri ya da aynı kurum içinde başka bir yere transfer olmaları güçleşmiş, alt kademede çalışan kadınların pozisyon değiştirmeleri zorlaşmıştır.

Türkiye'nin endüstrileşme ve çağdaş toplum olma yolundaki çabaları özellikle kentlerdeki koşulları değiştirmektedir. Kadınlar bir yandan eskisinden daha çok kadın iş yaşamına girmek istemekte, ya da ekonomik koşulları nedeniyle buna gereksinim duymaktadır. Ancak belki işgücü piyasasında yeterli istem olmadığı ya da işgücü piyasasının istemlerine uygun koşulları olmadığı için işsiz kalmaktadır (Koray, 1993, s.16).

Kadınların üst düzeydeki yönetici pozisyonlarına gelmelerini engelleyen sadece erkek egemen toplumun kadınlara uyguladığı ayrımcı politikalar değildir. Üst düzey yönetici

pozisyonları daha çok zaman ve enerji istemektedir oysaki birçok kadının çalışma yaşamı ile birlikte götürmek zorunda oldukları aile sorumlulukları vardır. Kadının çocuk yaşlı ve hasta bakımından ve öbür ev işlerinden sorumlu tutulması çalışan kadınların hayatında olumsuzluklar yaratmaktadır. Ayrıca bu tür görevler daha çok özellik gerektirmekte, kadınların bu görevlere gelebilmek için ne ön hazırlıkları yeterli olabilmekte ne de aile yaşantısı buna izin vermektedir.

Düşük ücretlerle çalışan, işgücü piyasasının ucuz işgücü gereksinimini karşılayan kadının çalışması çoklukla ne işyeri, ne de ailesi için önemlidir. Kadınların evlenince ya da çocuğu olunca işi bırakması doğal karşılanmaktadır. Örneğin bu geleneksel değerler evlenen kadına işten ayrılması durumunda 'kıdem tazminatı ödenmesi' gibi bir hükümle iş yasalarına bile yansımıştır (Koray, 1993, s.15). Kadının ev içi iktisadi faaliyetleri, piyasa dışı faaliyetler olarak önemsiz ve ikincil olarak adledilmektedir. Daha net bir ifadeyle, kadın ve erkekleri farklı bir biçimde kavramsallaştıran bir takım örtük varsayımlarla, iktisatta kadın görünmez kılınmaktadır. Evli ve bağımlı kadın: tüm kadınların evli ya da bir gün mutlaka evlenecek olmalarının doğal sonucu, onların erkek yakınlarına iktisadi olarak bağımlı olmalarıdır. Böylece kadınların işgücü piyasasındaki mevcudiyetinin pek ciddiye alınmamasına zemin yaratılmaktadır (Özkaplan, 2010: 38).

Günümüzde medyada çalışan kadınların pek çok sorunları vardır. Gazetecilik uzun yıllar kadınlara uygun bir meslek olarak görülmemiştir ve halen de bunun etkileri devam etmektedir. Medya sektöründeki kadınlar sürekli işten çıkarılma tehdidi ile karşı karşıya kaldıkları için erkek çalışanlara göre daha fazla çalışmak zorunda kalmaktadırlar. Egemen yapının hâkim olduğu gazetecilik sektöründe kadınların üst kademelerde yer alması engellenmiştir. Ayrıca gazetecilik mesleğinin karşı karşıya kaldığı en büyük sorunların başında kadrosuz çalıştırma ve bordro ücretiyle gerçek ücretin farklılaştırılmasıyla vergi kaçakçılığının yapılmasıdır. Bunun yanı sıra muhabir, kameraman ve foto muhabirlerinin 212 sayılı yasa kapsamında çalıştırılmaması, patronların gizli ya da açık tehditleriyle sendikal örgütlülüğün engellenmesidir. Bu mesleğin uygun görülmemesinin diğer nedenleri arasında bu mesleğin çalışma saatlerinin belirsiz ve uzun olması, seyahat gerektirmesi ve çalışma şartlarının zorluğu sayılabilir. Yoğun çalışma saatlerinden dolayı kadının ailesine ve evine gerekli vakti ve özeni ayıramayacağı düşünülmüştür. Fakat zamanla yaşanan toplumsal gelişmeye paralel olarak kadın gazetecilerin mesleğe yatkınlığının görülmesi ve işlerinde sağladıkları başarılarla kadın gazeteci sayısının artmasına neden olmuştur

Kadının bilinçlenmesi ve haklarını kazanabilmesi için aile-içi ilişkilerden-eğitim sistemine, iş yerlerindeki erkek egemen bakışa kadar her şey yeniden yapılanmalıdır. Kadın ve beraberinde erkek de mutlaka eğitilmeli, kadın konuları kadın medya mensupları tarafından daha sık ele alınıp incelenmeli, bunu yaparken de gazeteciler bu konudaki duyarlılıklarını sürdürmelidirler.

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYADA ÇALIŞAN KADINLARIN İŞ YAŞAMINDAKİ ENGELLERİ

Kadınların ücretli istihdama katılmalarının pek çok olumlu ve olumsuz yönleri vardır. Bir yandan kadınların iş hayatına katılması, kadına pek çok yarar sağlarken diğer yandan da çalışma yaşamında ve ev yaşamında karşılaştığı sorunlarla mücadele etmek zorunda kalmaktadırlar. Geleneksel toplum yapısı içerisinde kadının çok yönlü sorun ve sorumlulukları vardır. Bunlar yasal düzenlemelerle çalışan kadınların korunması ve sorunlarının çözülmesi için gerekli kolaylıklar sağlanmasına rağmen yine de kadınların çift vardiyalı olmalarına nedeniyle ağır koşullar altında çalışma hayatlarına devam etmektedirler.

Kız ve erkek çocukları toplum tarafından farklı cinsiyet rolleri yüklenerek büyütülürler. Bu cinsiyet rolleri içerisinde kadın evi yapan yani annedir. Kadına annelik rolü, eşlik rolü, ev kadınlığı rolü gibi çeşitli roller yüklenmiştir. Kadın aldığı eğitim ve yaptığı işten çok anne olarak toplumda benimsenir. Çalışan kadınların bile önceliği ailesi ve evidir, işi ise ikinci plandadır. Bundan dolayı kadın ekonomik nedenlerle iş hayatına atılsa bile, yaptığı iş eve yardım, aileye destek için yapılan iştir. Erkek ise evin ekmeğini kazanandır. Bu yüzyıllar boyu böyle devam etmiştir ve kadın özel yaşamıyla sınırlanmıştır. Gelişmekte olan ülkeler gibi ülkemizde de cinsiyet rolleri büyük ölçüde ataerkil toplum yapısı tarafından belirlenir. Kadın erkek arasındaki bu iş bölümü toplumsal rol bölüşümü anlamını taşımaktadır (Koray, 1993, s.11). Bundan dolayı çalışan kadının önceliği ev olmaktadır.

Kadınların toplum ve aile içerisindeki konumlarının geliştirilmesi anlamında yol kat edilmesine rağmen, gelişmiş ülkelerden farklı olarak, gelişmekte olan ülkelerde kadınların toplumsal hayata katılımlarının önemli bir ön şartını oluşturan işgücüne katılımın dalgalı bir seyir izlemektedir (Albayrak ve Memiş, 2011, s.1). Kadınların ücretli istihdama katılması pek çok olumlu ve olumsuz gelişmeleri de beraberinde getirmektedir. Son dönemlerde her ne kadar kadın da evin ekmeğini kazanmak için ücretli istihdama katılsa da bu pay oldukça düşüktür. Kadının ücretli istihdama katılmasındaki payın düşük olmasının nedeni kadına yüklenen bu roller gösterilmektedir. Özellikle ekonomik yetersizlik nedeniyle iş hayatına atılan kadınlarımızın hem ev kadını olarak hem anne olarak karşılaştığı sorunlar beraberinde, olumsuz iş koşullarının ve toplumsal baskıların üzerlerinde bıraktığı olumsuz etkiler,

geleneksel toplum yapımız içinde çalışan kadının çok yönlü sorumluluklar ve sorunlar altında kalmasına yol açmaktadır (Çolak, 2002, s. 22).

Kadınların medya alanında cinsiyet faktörüne bağlı olarak karşılaştıkları sorunları iki grupta toplamak mümkündür.

1-İş yaşamında karşılaşılan sorunlar

2-Aile yaşamında karşılaşılan sorunlar

2.1 İş Yaşamında Karşılaşılan Sorunlar

Kadın ve erkek arasındaki cinsiyet ayrımının bütün toplumlarda bir rol ayrımına yol açtığı, bu rol bölüşümü nedeniyle kadının ev ve özel yaşamla sınırlandığı, erkeğin ise toplumda evin ekmeğini kazanan, aile gelirini temin eden, kararlarda söz sahibi olan bir güç olarak etkin bir rol oynadığı görülmektedir (Kocacık ve Gökkaya, 2005, s.205). Hala ataerkil aile ve toplum yapısının egemen olmasından dolayı üretim işleri erkeğe, üreme ve ev işleri kadına aitmiş gibi düşünülmektedir. Medya sektörü de erkek egemen bir sektör olmasından dolayı bu iş grubu hep erkek mesleği olarak düşünülmüştür. Kadın çalışanlar bu sektörde çalışma hayatında hep kadın olduğu için engellerle karşılaşmış ve sınırlandırılmıştır. Ancak zamanla kadın çalışanların verdiği uzun mücadeleler sonucunda kadınlarında bu sektörde varlığı kabul edilmeye başlanmıştır.

Cinsiyet faktörüne bağlı olarak kadınların iş yaşamında karşılaştıkları sorunları belli başlı beş grupta toplamak mümkündür.

1-Eğitim ve mesleki eğitimde eşitsizlik

2-İş bulma ve yükseltilmede eşitsizlik

3-Ücretlendirme de eşitsizlik

4-Sosyal haklardan yararlanmada eşitsizlik

5-Cinsel taciz

2.1.1 Eğitim ve Mesleki Eğitimde Eşitsizlik

İkinci Dünya savaşı yıllarında erkeklerin savaşa girmesiyle kadınlar erkeklerin yerine işleri yürütmeye başlamışlardır. Bu durum ilk başlarda her ne kadar zorunluluktan başlasa da kadınlar, eğitim kalitesinin yükselmesi ile kendilerini çalışma hayatında kanıtlamaya başlamışlardır. Böylece kadınlar sadece ev kadını rolü değil aynı zamanda çalışan kadın

rolünü de üstlenmişlerdir. Kadının, toplumsal rolü nedeniyle ev hayatı ve iş hayatı arasında denge kurmak zorunda olması, kadınların annelik, eşlik rolünün bir uzantısı gibi değerlendirilen öğretmenlik, hemşirelik, sekreterlik gibi feminen mesleklere yönelmesine yol açmıştır. Böylece cinsiyet ayrımcılığına dayanan erkeksi ve kadınsı meslek ayrımı ortaya çıkmıştır.

Gazetecilik mesleği kadınlara uygun bir meslek olarak görülmemiştir ve günümüzde halen bunun etkileri sürmeye devam etmektedir. Özellikle Cumhuriyetin ilk yıllarında gazeteciliğe başlayan kadınlar kendilerini kabul ettirmek için çok çaba sarf etmişlerdir. Yıllara ve toplumsal gelişmelere paralel olarak kadın gazeteci sayısında artış olmuştur. Fakat bütün bunlar halen basında cinsiyet ayrımcılığı yapıldığı gerçeğini değiştirmemiştir.

Mesleki cinsiyet ayrımcılığı baktığımız zaman başlıca iki tür ayrımcılıkla karşılaşmaktayız. Bunlardan birincisi yatay ayrımcılık diğeri ise dikey ayrımcılıktır. Yatay ayrımda erkek ve kadınlar farklı meslek gruplarında çalışırlar (Bulutay, 2000, s.24). Medya sektörüne baktığımız zaman kadın çalışanların istihdamı artmış olsa da bu dengeli bir artış değildir. Bir başka deyişle, bir günlük gazetenin her kademesinde, her alanında çalışanlar arasında kadınlar aynı oranda çoğalmamıştır (Tanrıöver, 2000, s.180). Genel olarak gazetelerde çalışan kadınların oranı ve gazetelerdeki konumu aynı değildir. Yatay ayrımcılık görüşme yapılan bazı kadın gazetecilerinde ifade ettiği gibi sektörel ayrışma olarak ortaya çıkar. Başka bir şekilde ifade edecek olursak gazetelerin bazı “sayfaları” ya da servislerinde kadınlar daha fazla istihdam edilirken, bazılarında ise, sayıları yok denecek kadar azdır. Örneğin kadın gazeteciler magazin alanında daha fazla istihdam edilirken spor alanında sayıları yok denecek kadar azdır.

Dikey ayrımcılık ise erkek ve kadınlar aynı meslek grubunda farklı hiyerarşik düzeyde çalışırlar. Medya sektöründe diğer alanlarda olduğu gibi kadınların yükselmesini, üst düzey konumlara gelmesini engelleyen açık bir ayrımcılık yoktur. Ama burada da, bir yandan “şeffaf çatılar”, öte yandan toplumsal cinsiyeti belirleyen genel koşullar geçerlidir (Tanrıöver, :180). Kadınların medyada üst yönetim kadroları gibi daha prestijli alanlara ulaşmasını engelleyen şeffaf çatıların neler olduğu araştırıldığında ortaya iki grup etken çıkar. Bunlardan ilki mesleğe ilişkin, ikincisi ise toplumsal cinsiyet rolleriyle bağlantılıdır. Ancak yakından incelendiğinde birinci grup etkenlerin de gerçekte yine toplumsal cinsiyete işaret ettiği anlaşılır (Tanrıöver, 2000, s.181). Çünkü medya sektörü erkek egemen bir iş koludur. Bu bağlamda çoğu kuruluş erkekler tarafından ve erkekler için kurulmuştur ve erkeklerin

deneyimine dayalıdır (TMSS, 2006, s.80). Bu da kadınların medya sektöründe üst kademelere yükselmesini engellemektedir.

2.1.2 İş Bulma ve Yükseltilmeye Eşitsizlik

Kadınların yönetim kademelerindeki oranlarına baktığımız da gerçekten de kadınların işe seçilme, yerleştirme ve yükseltme sürecinde çeşitli zorluk ve engellerle karşılaşmaktadırlar. Yapılan araştırmaların çoğunda evlilik ve çocukların kadınların kariyeri konusunda en büyük engel olduğunu ortaya koymaktadır. İşverenlerde hâkim olan görüşe göre, ‘genellikle kadınların geçici olarak çalıştıkları, erkeklere oranla kendilerini daha az işe verdikleri, olası hamilelik ve ev işleri yüzünden terfi ettirilmemeleri, özellikle üst yönetim basamaklarına getirilmemeleri’ görüşü hakimdir. Günümüzde medya sektörü hala erkek egemenliği altındadır. Gazetecilik ya da televizyonculuk çalışma şartları açısından, uzun çalışma saatlerinden dolayı, çoğu zaman değişik yerlerde değişik kişilerle bir arada olunması gereken bir meslek olduğu için toplumdaki geleneksel kadın anlayışıyla çatışmaktadır. Bu yüzden cinsiyet ayrımcılığının izlerinin medya sektöründe çok yoğun bir şekilde hissedilmesinden dolayı kadın çalışanların bu sektörde iş bulmaları ve tepe noktalarına ilerlemeleri zorlaşmaktadır.

Kadınların günlük yaşam faaliyetlerine tam ve özgür olarak katılmasına engel olan cinsiyet ayrımcılığının kapsamına karar mekanizmalarına katılamama, çalışma ortamında engellerle karşılaşma, işyerinde taciz ya da haksızlığa uğrama ya da sendikal faaliyetlere katılamama gibi çeşitli konular girmektedir. Cinsiyet ayrımcılığı, dolaylı ve doğrudan cinsiyet ayrımcılığı olmak üzere iki biçimde ortaya çıkmaktadır. Doğrudan cinsiyet ayrımcılığı, bir bireyin bir kadına cinsiyetini esas alarak bir erkeğe davrandığı ya da davranacağından daha olumsuz davranması veya daha az olumlu davranmasıdır. Dolaylı cinsiyet ayrımcılığı ise, biçimsel olarak eşitlikçi gözükken davranış veya uygulamaların sonradan kadın üzerinde ayrımcı etkiler yaratmasıdır (Acar, 2004, s.216). Dolaysız ayrımcılık örnekleri sıklıkla çeşitli kuruluşlarda işe eleman alımında ve terfilerde gözlenmektedir.

Kadınların aile yaşamlarındaki rolü ve sorumlulukları, mesleklerinde terfi ettirilme imkânlarını kısıtlamaktadır. Bugün bu eğilim kadınlara yönelik ayrımcılığın esası olan şeffaf tavan (glass ceiling) kavramını ortaya çıkarmıştır. Kadınların üst yönetim pozisyonlarına terfi etmelerini durduran bu engeller şeffaf tavanlar olarak adlandırılmaktadır. Şeffaf tavan, kadınlar ile üst yönetim arasında yer alan ve onların başarılarına ve liyakatlarına bakmaksızın

ilerlemelerini engelleyen, açıkça görülmeyen, aynı zamanda aşılamayan engellerdir (TİSK, 2002, s.26). Bu kırılması zor olan şeffaf tavanları çok az kadın aşarak tepe yönetimine ulaşabilmektedir.

Kadınlar genelde aile ve iş hayatındaki rollerini dengelemeye çalışmaktadırlar. Kadınların işlerini ailevi sebeplerle rahatlıkla bırakabilecekleri, rekabetçi bir ortamda başarılı olamayacakları düşüncesi ve kadına karşı önyargıların yanında üst düzey erkek yöneticilerin kendilerini kadınların yanında rahat hissetmedikleri düşüncesi şeffaf tavanı oluşturmaktadır (Besler ve Oruç, 2010, s.25). Evlilik ve çocuk kadınların tam gün kendilerini işlerine vermelerine engel olarak görülmektedir. Böylece tepe yönetimi için gerekli zamanı ayıramayacakları düşünülür. Medya sektörüne baktığımız zaman üst yönetim kademelerinde çok az kadına rastlanır. Kadın çalışanlar genellikle alt pozisyonlarda çalışmakta ve kariyerlerini uzun süre aynı pozisyonda devam ettirmektedirler. Kadınların çalışma yaşamında terfi etmelerinin önünde büyük bir engel olan cinsiyet ayrımcılığı ile kadınların, geleneksel olarak organizasyon içinde gücü büyük oranda ellerinde tutan, eski erkek patron kuşağı tarafından üst yönetim seviyelerine geçişleri engellenmektedir. Erkek yöneticiler tarafından konulan engellere örnek olarak ise; kadınların verilen üst düzey işleri yapamayacağı, kişilik, kararlılık ve azim açısından yetersiz oldukları ve erkeklerin kadınlarla çalışırken iletişim kurmakta zorlanması gibi bazı önyargılı görüşler sayılabilir.

2.1.3 Ücretlendirmede Eşitsizlik

Kadının ücretli olarak iş hayatına atılması, hem toplum açısından hem de kendisi açısından son derece önemlidir. Ancak kadın çalışma yaşamına katılmakla ekonomik olarak bağımsızlığına kavuşmakta ama bu bağımsızlık ekonomik olarak erkeğe bağımlılığını ortadan kaldırmamaktadır. Kadınlara verilen işlerin genellikle geçici nitelikte ve düşük ücretli işler oluşu, istihdam alanında kadınların sayısının çok sınırlı kalmasına, işsizliğe geçiş hızının artmasına, kadın işgücü kalitesinin düşmesine ve kadınların uzun süreli istihdamının kısıtlanmasına yol açmaktadır (TİSK, 2002, s.29).

Cinsiyet ayrımcılığına bağlı olarak bir takım ücret eşitsizliklerinin ortaya çıkması bir takım faktörlere bağlıdır. Kadına yüklenen annelik rolü, yaşlı ve çocuk bakımı rolü bu durumu etkileyen faktörlerdendir. Kadınlar iş hayatına atıldıktan sonra en verimli çağlarında kendilerine yüklenen bu roller yüzünden çalışma yaşamını terk etmektedirler. Diğer bir faktör ise eğitim eksikliğidir. Kadınların eğitim eksikliği erkeklerle arasında ücret eşitsizliğine neden

olmaktadır. Çünkü ücretle eğitim arasında doğru orantı vardır. Fakat medya sektörüne bakıldığında zaman hem kadınların hem erkeklerin hak ettikleri maaşları almadıkları görülmektedir. Basın çalışanları için daima zaman kısıtlamaları ve zaman baskısı vardır. Güncel bilgileri her an yakalayabilmek ve takip etmek amacıyla yapılan bu baskı, gece çalışmalarına, düzensiz mesai saatlerine neden olmaktadır. Medya işverenleri işgücü ve ücret piyasasını kontrol edecek etkili yapı ve stratejiye sahiptir. Sektörü kontrol eden büyük medya grupları çoğu zaman kendi aralarında anlaşmalar yoluyla, ya da birbirini izleyerek işgücü piyasasının hareketlenmesini, ücretlerin yükselmesi ve iş akışının bozulmasını engellemiş, çalışanlara kendi piyasasını yükseltme, ücretlerini yükseltme ve diğer haklarını arama olanağı bırakmamıştır (Seçkin, 2010, s.66). Dolayısıyla zaten klasik mesai anlayışının dışında çalışan gazeteciler, daha fazla sorumluluk yüklenirken, bu durumun ücret ve haklarına yansımaması medya çalışanlarının çalışma hayatlarını iyice güçleştirmektedir.

2.1.4 Sosyal haklardan yararlanmada eşitsizlik

Günümüzde sosyal güvenlik sistemlerine kayıtlı olmadan çalışmak kadınlar için daha çok söz konusudur. Çalışan kadınlar kazançla ilişkilendirilmiş katkılı sosyal güvenlik düzenlemelerinde genellikle elverişsiz durumdadırlar. Çünkü kadınların ücreti düşük, işgücü piyasasına katılım dönemleri ya da düzenlemede kapsanan işlendirme zamanı daha azdır (Bulutay, 2000, s.40). Sonuçta kadınlar daha az yasal haklara ve daha az ücrete sahiptirler. Medya sektöründe de çalışanlar sigorta konusunda pek çok sorunla karşılaşmışlardır. Medya da çalışanların sosyal hakları da yasalarla düzenlenir.

1980'lerin siyasal ortamında kısıtlanan sendikalar, medyada giderek olumsuz ve zayıf biçimde konu edilmiş, sendika 2002 yılından sonra (Anadolu Ajansı dışında) neredeyse bütün medya sektöründen tamamen silinmiştir (Seçkin, 2010, s.52). Basın çalışanları açısından tek yasal dayanak olarak kalan 212 sayılı Basın-iş Yasası yönetici gazeteciler ve işverenler tarafından mümkün olduğunca uygulanmaktan kaçınılmıştır. Gerçekten de Türk basınında gazeteciler uzun yıllar kadrosuz, sosyal güvenceden yoksun ve karın tokluğuna çalıştırılmakta, deneme süresi adı altında hiçbir ücret almadan çalıştırılan gazetecilerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda ekonomik ve sosyal haklar bakımından geriye gidiş normalleştirilirken, iş güvencesinden yoksunluk ve sendikasızlık gazeteciliğin bireysellik mesleği olarak tarifine ve profesyonelliğine uygun sayılmıştır (Seçkin, 2010, s.52).

2.1.5 Cinsel Taciz

Kadınlar için çalışma hayatında toplumsal etkenlerin önemi çok büyüktür. Bu yüzden geleneklerin, adetlerin, toplumsal cinsiyet rollerinin büyük etkileri vardır. İnsanlar ve kadınlar çalışma yaşamında kendilerini çeşitli tehlikelerden, onurlarına tehditlerden ve cinsel saldırılardan korumak zorunda kalırlar (Bulutay, 2002, s.16). İşyerinde cinsel tacize uğrayanlar çoğunlukla kadınlardır. Cinsel tacizi işyerindeki hemen herkes yapabilir. Cinsel davranışla karşılaşan kadın eğer önerileri reddediyorsa işinden atılabilir, terfi imkanlarını kaybedebilir, çalıştığı ortamdaki bu son derece stresli ve düşmanca atmosfer nedeniyle kendisi istifa edebilir hatta fiziksel ve ruhsal hastalıklara uğrayabilir (Toksöz ve Erdoğan, 1998, s.100). Cinsel taciz sadece tacize uğrayan için değil bütün işyeri için sorun olabilir çünkü bu durum tacize uğrayan kişinin iş performansını ve iş tatminini etkileyebilir.

Medya alanı kadınların hem iş başlangıcında hem de iş hayatlarını devam ettirirken çeşitli zorluklarla karşı karşıya kaldıkları bir sektördür. Bunun pek çok nedeni olmasına rağmen en önemli nedenlerinden biri de bu alanın erkek egemen yapıya sahip olmasıdır. Erkek egemen yapı medya sektöründe, öncelikle kadına yapılan cinsel tacizler olarak ortaya çıkmaktadır. Cinsel taciz olaylarında cezalandırılanın, taciz eden taraf olan erkek değil taciz edilen kadın olduğu ve genelde bu olaya kadının işten atılmasıyla son verildiği görülmektedir. (Yirmibeşoğlu, 2009, s.6).

2.2 Aile Yaşamında Karşılaşılan Sorunlar

Uzun zamandır kadının aile ve toplum içindeki rolü ve konumu kadının annelik ve eşlik görevleriyle beraber algılanmaktadır. Bu yüzden kadına yüklenen toplumsal roller kadının çalışma hayatını etkilemektedir. Her şeyden önce kadının annelik, ev kadınlığı ve eşlik rolleri üzerine iş rolü eklenmektedir. Böylece kadın iki vardiyalı bir yaşam tarzı sürdürmeye çalışmaktadır. Çeşitli nedenlerle çalışma yaşamına katılan kadın, iş yaşamının dışında aile hayatında da pek çok sorunla karşılaşmaktadır. Kadın olmasına bağlı olarak karşılaştıkları sorunları aile yaşamında karşılaşılan sorunlar, ev işleri ve çocuk bakımında yaşanan sorunlar olmak üzere üç ana başlık altında toplanabilir.

- 1-İş ve Aile çatışması
- 2-Ev İşleri
- 3-Çocuk Bakımı Sorunu

2.2.1 İş-Aile Çatışması

Kadının çalışma hayatına atılması kadına ekonomik bağımsızlık ve toplumsal saygınlık gibi pek çok avantaj sağlamaktadır. Ancak diğer taraftan da geleneksel tutum ve önyargıların halen devam etmesinden dolayı beraberinde çeşitli sorunları da getirmektedir. Özellikle ataerkil ilişkilerin egemen olduğu toplumlarda bu sorunlar daha belirgin görülmektedir. Günümüzde halen kadından mesleki başarı ve kariyer planlamasını ikinci plana atması, öncelikli olarak toplumsal rollerini üstlenmesi beklenmektedir. Bu yüzden kadınlar aile ve çalışma yaşamının getirdiği rolleri aynı anda yerine getirebilmek için yoğun bir uğraş vermektedir.

Kadınlar çalışma yaşamı ile aile yaşamının getirdiği rolleri aynı anda yürütebilmek için çok yoğun çaba sarf etmektedirler. İş ve aile çatışmasının; çalışan kadınların, anne ve eş olmaktan kaynaklanan ikili rolünün oluşmasıyla gerçekleştiği söylenebilir. Kadın bir tarafta iş yaşamı sorumlulukları diğer tarafta aile yaşamının getirdiği sorumlulukları dengeleme çabası içerisinde büyük savaşlar vermektedir. Her rol, kendine zaman ayrılmasını ister (TİSK, 2002, s.33). Kadından annelik rolünü iyi biçimde oynaması beklenir. Annelik rolü kadının çocuğunu yetiştirmesi ve topluma hazırlaması ile ilgilidir (1993, s.15). Toplumda beklenen eşlik rolü ise kadının kocasının isteklerini karşılamak, kocasını rahat ettirmek amaç edinilen kadının kocasına karşı oynadığı roldür.

İş ve aile, insanların günlük hayatlarının çok büyük bölümünde meşgul oldukları ve uzun dönemde başarılı olmayı ve tatmin elde etmeyi istedikleri önemli rollerdir. İşin ve ailenin eş zamanlı olarak ortaya çıkan talep ve ihtiyaçları, özellikle çalışan kadınlar üzerinde birtakım baskılar oluşturulabilmekte ve kişinin öncelikleri ile ilgili olarak çeşitli çelişkiler yaşamasına neden olabilmektedir (TİSK, 2002,s.32). Bu durumla başa çıkmayan kadın aileyle ilgili rollerini öne çıkarıp çalışma yaşamını ikinci plana itmektedir. Kadınlar ev kadını, eş, anne rolüne ek olarak iş rolleri eklendiğinde rol çatışması yaşayabilirler. Kadın aile yaşamındaki sorumluluklara önem verdiği zaman, iş yaşamında ikinci sınıf çalışan durumuna düşerken, diğer taraftan iş yaşamı sorumlulukları tarafına ağırlık verdiğinde de iyi anne ve iyi eş rolünden ödün vermekte, ev-içi sorumluluklarının aksaması, işte geçirdiği zamanın fazla olması eşler arasında sorun çıkmasına neden olmaktadır.

Gerçekten de çalışan kadın iyi anne, iyi eş, iyi ev kadını, iyi iş kadını olabilmek için her iki alandaki işlerine yetişebilme yönünde büyük bir zaman baskısı yaşamaktadır. İşte bu yüzden medya sektörünün uzun çalışma saatlerinden ve gece mesailerinden dolayı evliliğe uygun bir

meslek olmadığı ya da bu mesleğin erkek mesleği olduğu görüşü hakimdir. Çünkü medyadaki kadın çalışanların işleri ile aile yaşantılarını aynı şekilde yürütemeyecekleri düşünülmektedir. Ama birçok kadın medya çalışanı bu ağır iş temposunun getirdiği sorumluluklarla birlikte, kendinden özveride bulunarak iş hayatında da ayakta durmaya çalışmaktadır. Fakat bazı zamanlarda tüm bu rol çatışmalarının yaşattığı gerilim yüzünden işyerlerindeki bazı statü ve yükselme fırsatlarını kaçırabilmektedir.

2.2.2 Ev İşleri

Ev kadınlığı rolü kadının aile grubu içinde, evde oynadığı role işaret eder (1993: 15). Kadınlar evlenmemiş olsalar bile yine de evin işleriyle ve bakımıyla ilgilenmesi yani ev kadınlığı rolünü oynaması beklenir. Kadınların ev içindeki yeniden üretim rolleri çocuk büyütme, ev işleri gibi geniş bir alanı kapsamakta ve çalışma yaşamları üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Kadınların ev dışında çalışmaya başlamasıyla birlikte iş yüklerinin erkeklerin ev işlerine sınırlı katılımı ya da hiç katılmaması nedeniyle ikiye katlandığı birçok kere vurgulanmıştır (Dedeoğlu, 2000, s.166). Toplumumuz gerek anne, gerekse eş olarak çalışan kadına fazlaca sorumluluk yüklemektedir. Toplumun değer yargılarının günlük yaşamda çalışan kadının hayatını zorlaştırdığını göz ardı etmemeliyiz. Kadın ev dışında gelir getirici bir işte çalışsa da büyük ölçüde cinsiyete dayalı iş bölümü varlığını sürdürmektedir. Buna en güzel örnek ise evde iş paylaşımının olmamasını, bu görevin kadına aitmiş gibi algılanmasını verebiliriz.

Kadınların çalışma yaşamına girmesi ile birlikte ailenin ortak gelirine katkısı artmaktadır. Fakat yine de geleneksel kadın-erkek rollerinin bu değişimine rağmen, hala erkeğin para kazanma, kadının ise ev kadınlığı rolünde algılanmaktadır. Bu değişim sürecinde erkek rolü kadın rolüne göre daha yavaş ilerleme kaydetmektedir. Kadınlar ailesini geçindirme rolünü erkekle paylaşmakta fakat erkek kadının ev işlerindeki rolünü benzer şekilde paylaşmamaktadır. Bunun temelinde ev işlerinde kadınlık ve erkekliğin algılanışına ilişkin toplumsal kalıp yargıların yattığı söylenebilir. Para kazanma işlevine ilişkin kalıp yargılara kıyasla, ev işlerinin paylaşımı işlevine ilişkin kalıp yargılar daha çok direnç göstermektedir (İmamoğlu, 1991, s.834).

Günümüzde kadın emeğinin büyük oranda ev içinde kullanıldığı bir gerçektir. Kadınlar işten sonra evde ikinci bir işgünü, iş mesaisi yaşamaktadırlar. Yorgun bir şekilde geldiği evde, ev işleri (bulaşık yıkamak, çamaşır yıkamak, temizlik, ütü gibi) ile ilgilenmek zorundadır

(TİSK, 2002, s.36). Artık günümüzde ev işlerini kolaylaştıran teknolojik gelişmeler de vardır. Fakat tüm bu kolaylıklara rağmen kadının ev işi sorumluluklarını arttıran faktörlerde söz konusudur. Örneğin çamaşır yıkamak eskiye oranla daha kısa süreli ve daha pratik görünmesine rağmen, daha fazla giysi kullanılması gerektiği ve bunların ütülenmesi gerektiği için, kadının ev işlerine ayırması gereken zaman da bununla birlikte artmaktadır. Fakat medya sektöründe çalışma saatlerinin belli standartlarda olmamasından dolayı bu sektörde çalışan kadınlar işin bitme durumuna göre zaman zaman evlerine geç saatte dönmek zorundadırlar. Bu yüzden bu kadar yoğun tempoda çalışan medya çalışanları ev işlerine gereken zamanı ayırmakta da güçlük çekmektedirler. Genelde ev işlerinin kadının sorumluluğunda algılanmasından dolayı, hem iş görevleri hem ev işlerini aynı anda yürütmek zorunda kalan medya çalışanları zor bir yaşam tarzı ile karşı karşıya kalmaktadırlar.

2.2.3 Çocuk Bakım Sorunu

Çalışan kadınların en çok zorlandıkları konulardan birisi de çocukların yetiştirilmesidir. Bundan dolayı çalışan kadınlar çocuk sahibi olmaya karar vermeden önce çocuk bakımında kimin yardımcı olacağını düşünmek zorundadırlar. Çünkü kadınlara doğum öncesi ve doğum sonrası verilen izinlerin süresi yeterli olmamaktadır. Özellikle çocuğun sağlığı için ilk aylarda anne sütüne, duygusal ve zihinsel gelişim için anne sevgisine gereksinim duyması bu süreyi yetersiz kılmaktadır. İzin süresi dolan annenin esas sorunu ise çocuğunun bakımını kime devredeceğidir (TİSK, 2002, s.38). Bu durumda çalışmaya başlayan annenin ilk karşılaşacağı sorunlardan biri, bebeğine ya da çocuklarına kimin, nasıl bakacağıdır. Bu, çalışan annenin yaşayabileceği ilk kaygısıdır. Çünkü çocuklar bebekken tamamen anneye bağlı olduğu bir dönemde, anne ile bebeğin iş yaşamı dolayısıyla ayrı kalmaları hem anne hem de bebeğin yaşamlarını derinden etkilemektedir.

Ülkemizde kreş ve yuvaların yok denecek kadar azlığı, olanların belirli kurumlarla bağlantılı olması veya çok pahalı özel kurumlar olmaları kadınların çalışma yaşamlarında önemli engellerden birisidir (Özer ve Biçerli, 2003, s.69). Birçok kadının kazandığı maaşın çocuk bakım ücretlerine yetmemesinden dolayı kadınların zorunlu olarak işten ayrılmalarına neden olmakta ve çocukları büyüyene kadar iş hayatından çekilmek zorunda kalmaktadırlar. Fakat bu durumda iş hayatına ara veren kadınların kariyer gelişimi engellenmektedir.

Aile içinde aile büyükleri ve akrabaların ya da aile dışından kişilerin de çocuğun bakımına, yetiştirilmesine katkıları olabilmekteyse de asıl görevli, mevcut değer yargılarına göre kadındır. ‘Çocuğa en iyi annesi bakar’ düşüncesinin yaygın olduğu ülkemizde çalışan kadınlar çocuklarını kendileri yetiştiremedikleri için bazen büyük suçluluk duygusuna kapılırlar. Çalışan annelerin sıklıkla karşılaştığı sorun suçluluk duygusudur. Anne her ne kadar elinden geldiğince çocuğu ile ilgilenmeye, ona vakit ayırmaya çalışsa da, çocuğunu evde bir bakıcı ya da bir aile büyüğü ile bırakmak zorunda kalan, tüm bakımı ile ilgilenemeyen, ona yemek yapamayan bir anne, kendini yetersiz hissetmeye başlayacaktır. Medya alanındaki çalışma saatleri diğer meslek gruplarına göre daha uzun, daha yoğun tempoda geçmektedir. Mesai saatlerinin belli olmadığı medya sektörü hafta sonu dahil, dinlenme ve tatil günleri çok sınırlıdır. Bu yüzden medya çalışanları kendilerine kalan bu kısıtlı zaman da hem ev işleri ile ilgilenmekte, hem eşlik görevlerini ve aynı zamanda annelik görevlerini de yerine getirmeye çalışmaktadır. Dolayısıyla bu kadar kısıtlı sürede bunları yapmaya çalışan medya çalışanları annelik ve kariyer veya iş arasında bocalamaktadırlar. Bu durum annelerin iş hayatını olumsuz yönde etkilemekte veya belli bir süre sonra iş hayatından uzak kalmalarına neden olmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANTALYA YEREL MEDYASINDA ÇALIŞAN KADIN GAZETECİLERİN İNCELENMESİ

3.1 Uygulama Hakkında

3.1.1 Araştırmanın Sorunu

Bu bağlamda bu tezin sorunu kadının yerel medya alanına işgücü olarak katılmasıyla oluşan süreç ele alınarak yerel medyada çalışan kadınların kadınlık rolleri ve iş yaşamında karşılaştıkları zorlukları araştırmaktır. Kadınlık rolleri ile iş yaşantısını aynı anda yürütmeye çalışan gazetecilerin çalışma yaşamlarında ne gibi engellerle karşılaştığı ve bu sorunların nasıl üstesinden geldiği, yerel medya gazetelerinin kadın çalışanlara bakışı, tutum ve davranışları nasıldır sorusuna kadın gazetecilerle yüz yüze görüşme yapılarak cevap aranmaktadır.

3.1.2 Araştırmanın Amacı

Bu çalışma yerel medyada çalışan kadınların iş ve özel yaşamlarında karşılaştıkları zorlukları ortaya çıkartmak ve yaşadıkları zorluklara dikkat çekmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda kadınların üst yönetim kademelerinde daha fazla yer alması, yaşadıkları zorlukların ve engellerin aşılması, kadının bilinçlenmesi, sahip olması gereken hakları edinebilmesi için Türkiye’de nelerin değişmesi ya da yapılması gerektiğini ortaya koymak ve bu alandaki literatüre katkı yapmak amaçlanmaktadır.

3.1.3 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Bu bağlamda çalışmanın kapsamını sadece Antalya yerel mediasındaki gazete ve dergiler oluşturmaktadır. Sadece yerel medyadaki alt ve üst kademedeki çalışan kadınlarla görüşme yapılmıştır.

3.1.4 Varsayımlar

Medya sektöründe 1980 sonrası dönemde ticari televizyon ve radyoların ortaya çıkmasıyla medya alanında çalışan kadın sayısında büyük artış görülmüştür. Medyada çalışan kadın oranının çok yüksek olmasına rağmen, bu sektördeki erkek egemen yapı nedeniyle kadınların üst düzey pozisyonlarda yer alması zorlaşmakta ve kadınlar alt düzey işlerde düşük ücretle çalışmak zorunda kalmaktadır. Ayrıca sektörde gece ve hafta sonu mesaisi gibi yoğun zamanlı

işlerde çalışmak durumunda kalan kadınlar eş ve anne olarak büyük zorluklar yaşamaktadır. Kadınların önünde duran bütün bu engellerden dolayı, medya sektöründe ilerlemeleri giderek zorlaşmaktadır düşüncesi bu çalışmadaki temel varsayımı oluşturmaktadır.

3.1.5 Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Tekniği

Araştırmada yöntem olarak gazetecilik sektöründe alt ve üst kademelerde farklı kurumlarda çalışan kadınlarla yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma süresince toplam 17 kadın medya çalışanı ile görüşme yapılmıştır. Her görüşme yaklaşık olarak 30 dakika sürmüştür ve medya çalışanlarına toplam 33 soru yöneltilmiştir. Sorular sorulmadan önce kendilerine kurum ve kendi isimlerinin çalışma sırasında kesinlikle kullanılmayacağı bilgisi verilmiştir. Bu bilginin kendilerine verilmesindeki amaç, görüşme sırasında sorulara cevap verirken görüş ve tecrübelerini objektif olarak rahat bir şekilde dile getirmelerini sağlamaktır. Görüşme yapılan her kadına aynı sorular sorulmuştur. Soru ve cevaplar kayıt cihazına kaydedildikten sonra her biri çözümlenip dökümleri alınarak çalışma kapsamında kullanılmıştır.

3.1.6 Kuramsal Çerçeve

Kadın sorunu hemen hemen bütün toplumlarda varlığını sürdürmüş ve çeşitli toplumsal teorilerin üretilmesinde önemli yer tutmuştur. Kadının kamusal alandaki varlığı, varoluş şekli ve bu bağlamda kamu otoritesini temsil etmedeki konumu, temel olarak feminist düşüncelerin gelişmesiyle gündeme gelmiştir. Farklı bakış açıları, yaklaşımları ve farklı amaçları olan feminist düşüncelerin ortak noktası, mevcut sistemin ataerkil bir sistem olduğunun kabulüdür.

Kadın sorununun temelinde de, kadınların erkeklere göre ikincil konumda yer alması yatmaktadır. Kadın hakları savunuculuğu anlamına gelen feminizm genel olarak kadın erkek ayrımcılığına karşı çıkarak cinsler arasında siyasal, ekonomik ve toplumsal eşitliği savunan görüş olarak tanımlanabilir. Aynı zamanda toplumsal bir hareket olarak feminizm, kadınların ezilmesiyle ilgili çeşitli konuları kamusal alanda gündeme getirmenin yollarını bulmaya çalıştı (Shroeder, 2007,s.15).

Feminizm, batı toplumlarında Fransız Devrimi'nden sonra, kadınların seçme ve seçilme hakkı, mülkiyet hakkı ve kadın özgürlüğü kavramları çerçevesinde savunulmuştur. Çeşitli eylem ve reformlar sonucunda kadınlar açısından bazı haklar elde eden feministler, bu hakları elde ettikten sonra özgürlüklerinin yalnız bu haklarla sınırlı olmadığını, asıl sorunun erkeğin

kültürel egemenliği olduğunu savunarak mücadelelerine devam etmektedirler. 1960'larda edebiyat yapıtlarına yapılan eleştirilerle yeniden canlanan feminist hareketin savunucuları, yalnız yaşamda değil; şiirlerde, romanlarda, oyunlarda bile kadının aşağılandığını, horlandığını ve böylece ataerkil toplum düzeninin bu yolla da desteklendiğini ileri sürmektedirler.

Kadın hareketlerinin temeli hem özel hem de kamusal alanı kapsayan ataerkil yapıyı hedef alır. Feminist kuramcılar ataerkil yapının etkilerinin en çok hissedildiği ailede, sadece annelik ve eş rolünü üstlenen kadınların ailesi için ev içinde harcadıkları görünmeyen emeği görünür kılmaya çalışırlar. Çünkü ailenin varlığını garanti altına almayı amaçlayan bu rolün erkek ideolojisi tarafından empoze edildiği iddia edilir. Erkeklerin öznellikleri kadın emeğinin desteğine dayanır ama bu emek aynı zamanda kadını kendi özneliğinden mahrum eder (Bora, 2011, s.62). Gündelik ve tekrara dayalı ev işleri kadınlarla erkekler arasında farkın yaratıldığı yerdir. Feminist çalışmalar, ataerkil ideolojinin kadının evdeki konumunu doğallaştırma ve kadınların kamusal alandaki toplumsal katkılarını görmezden gelme yöntemleri üzerine vurgu yapar (Shroeder, 2007, s.15).

Feminizm tarihselleştirildiğinde karşımıza tek bir noktadan çıkan, ancak dalgalar şeklinde ilerleyen ve tek bir form içinde algılanamayacak ve sınıflanamayacak, tek biçim olmayan yaklaşımlar halinde feminizmler olarak ortaya çıkar. Temelde ataerkil toplumsal düzenini eleştiren feminist görüşü bir bütün olarak çözümlemeye imkân tanıyan bir teori geliştirilemediğinden, feminist düşünürler, liberalizm, marksizm, psikanaliz, varoluşçuluk, radikalizm, sosyalizm gibi düşünce akımlarının etkisinde kalarak oluşturdukları teoriler ile kadın haklarına alternatif çözüm arayışlarını sürdürmektedir. Bu feminist teoriler, kadınların ataerkil toplumsal düzen yapısı içinde değersizleştirildiklerini varsaymakta ve bunun nedenini sorgulamaktadır.

3.1.6.1 Liberal Feminizm

Liberal feminizm, liberal felsefenin ideallerinin sadece erkekler için değil kadınlar için de geçerli olduğunu savunmakta, kadının özel alandan çıkarak birey olarak kendini geliştirecek potansiyele sahip olması gerektiğini vurgulamaktadır. Liberal feminizm cinsiyet eşitliğinin olabilirliğini ortaya atan ilk kuramdır. Kadın ve erkek aynı değildir ancak toplumdaki farklılaşma toplumsal cinsiyet temeline dayanmamalıdır (Schroeder, 2007, s.61)

Liberal feminizmin tarihsel gelişimine bakıldığında zaman kadınlarla erkekler arasındaki ilişkinin sanayileşme ile birlikte önemli bir değişikliğe uğradığı görülmektedir. Sanayi kapitalizmi üretken işgücünü ev merkezli olmaktan çıkarmış, kamusal alana taşımaya başlamıştır (Demir, 1997, s.47). Öncelikle kadınları etkileyen bu süreçte kadınlar kendilerini daha az üretken işlerle baş başa bulmuş, evde kapalı kalıp sadece ev işleriyle ilgilenen, özgürlükleri kısıtlanan bu burjuva kadınları kadın özgürlüğü hareketlerinin başlatıcıları olmuştur. Liberal feministler kadınların ezilmelerinin sebeplerini, kadınların kamusal alana girmelerini engelleyen geleneksel ve yasal sınırlamalar ile kadınların kapasitelerine ilişkin klişeler ve önyargılarda (cinsiyetçilik) görmüşlerdir (Kandiyoti,1995, s.125).

Liberal feminizmde eğitimde fırsat eşitliğini savunan feministler, kadın ve erkek arasındaki mevcut eşitsizliği kaldırmak için her iki cinsin de aynı eğitim imkânlarından eşit olarak yararlanması gerektiği görüşünü savunmuşlardır. Ayrıca kadının içinde bulunduğu ikincil konumunun diğer bir nedeni de evde kapalı kalan kadınların sadece ev işlerine yoğunlaştığını, bu kadınların kamusal alana çıkarak ev dışında çalışmaya başlamasıyla bu durumu tersine çevirmelerinin mümkün olduğunu belirtmişlerdir. Kamusal alana çıkan kadının ekonomik olarak erkekten bağımsızlaşması ve onunla eşit haklara sahip olmasına bağlayan liberal feminist kuramcılar ancak bu şekilde kadının tam özgürlüğe kavuşabileceğini belirtir. Liberal feministler, toplumun temel bir organizasyon olduğunu kabul etmekte ve bu organizasyon içerisinde kadının hak ve olanaklarını geliştirmeye çalışmaktadırlar (Demirbilek, 2007, s.19). Kadınların bir eş ve anne olarak üzerlerine erkeklerden farklı sorumlulukların yüklenmesiyle, özellikle çalışan kadınlar hamilelik ve küçük bebeklerinin olduğu dönemlerde sadece kadınlara özgü erkeklerin sahip olmayacağı bazı haklara sahip olmaları gerektiği görüşünü savundular. Kadınların kurtuluşu sadece eğitim imkânları elde edip, kamusal alana atılmakla değil, bütün diğer alanlarda da temel haklarını elde etmekle mümkündür. Liberal feministlerin temel amacı, kadınlara erkeklerle eşit siyasal, sosyal ve hukuksal hakların sağlanmasıdır (Demir, 1997, s.51). Bundan dolayı Liberal feminist kuramcılar için adalet ve eşitlik kavramlarının önemi büyüktür.

3.1.6.2 Marksist Feminizm

19. yy ortalarından sonra liberal feminizmin görüşleri üzerinde tartışmalar başlamıştır. Liberal feministlerin kadın sorunlarına getirdikleri çözümlerin uygulanıp uygulanmayacağı tartışması Marksist feminizmin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Liberal feminizmin savunduğu kadın erkek fırsat eşitliğinin sınıflı toplumlarda gerçek anlamda fırsat eşitliği olamayacağını savunmuşlardır. Bunun nedeni olarak da kapitalizmi göstermiş, kadınların bu kötü durumda olmalarının nedeni olarak sınıf farklılıklarının nedeni olduğu düşüncesi üzerinde durmuşlardır. Marksist feminizm, kadınların sorunlarının üretim ve kadının statüsü arasındaki ilişkiden kaynaklandığını öngörür. Marksist feminizm için cinsiyet, temel sorun değildir. Temel ilgi alanı kapitalist toplumda evin rolünü belirlemektir.

Marksist feministlere göre kadınların erkeklerden daha çok ezilmelerinin nedeni olarak kapitalizmin bir sonucu olan yabancılaşmayı gösterirler. Kadınların bu yabancılaşma olgusunu erkeklere göre daha yoğun yaşadığını ifade etmişlerdir. Çünkü ev dışında, iş ve arkadaş çevreleri gibi değişik ortamlarda toplumla bütünleşebilen erkeklerin aksine kadınlar, kendilerini ifade edecek ve toplumla bütünleştirecek imkânlardan yoksun kalmaktadırlar (Demir, 1997: 57). Ev işleri, annelik ve çocuk bakımı kadını eve mahkum etmekte, bu durum da kadınların yabancılaşmasını kat kat arttırmaktadır.

Sanayileşme dönemine kadar kadınların yaptığı temizlik, çocuk bakımı ve ev işlerinin erkeklerin yaptığı işler kadar önemi ve değeri vardı. Fakat sanayileşmenin etkisiyle üretimin kamusal alana aktarılmasından dolayı kadının yaptığı ev işleri para getirip aileye maddi destek olmadığı için önemsiz görülmeye başlandı. Marksist feministler buna çözüm olarak ev işlerinin toplumsallaştırılmasını önermektedirler. Çünkü kadınların aile içinde yaptıkları bu işlerin piyasa değerinin olmamasından dolayı kadınların ikincil konumunu pekiştirir. Kadınları üretici bireylerden çok tüketici bireyler olarak göstermektedir. Bunun çözümü kadının dışarıda çalışmasını sağlamak değildir çünkü kadın aynı zamanda ev işlerini yapmak zorunda olduğu için iki kat emek harcamak zorunda kalacaktır. Bu bağlamda Marksist feministlere göre ev işleri toplumsallaştırılmalıdır.

Diğer Marksist feministler ise ev işleriyle ilgili farklı bir çözüm önerisinde bulunmuşlardır. Bu bağlamda kadının ev işlerinde üstlendiği rolün temelde sistemin yürümesine yönelik olmasından dolayı ev işlerinin ücretlendirilmesidir. Devletin yapılan bu ev işlerine karşılık kadınlara ücret ödemesidir. Böylece kadın sınıfsız topluma doğru, kapitalizme karşı mücadeleye işçi sınıfının bir parçası olarak katılacaktır.

Marksist feministler kapitalist düzende kadınların özel alanda ev işleriyle sınırlı tutuldukları ve üretici çalışmadan dışlandıkları sürece toplumsal bağlamda erkeklerle eşit olmalarının mümkün olmadığını söylemektedir. Marksist Feministler toplumun ataerkil yapısına fazlaca önem atfetmezken, Radikal feministler kadın erkek eşitsizliğini bu ataerkil yapının içindeki güç ilişkilerine göre açıklarlar.

3.1.6.3 Radikal Feminizm

1960'lı yılların sonuna doğru geliştirilen Radikal feminizm, Liberal ve Marksist teorilerin kadın sorunlarına tatmin edici çözümler bulamamasından dolayı ortaya tepki olarak çıkmıştır. Radikal feminizm kadınları sınıflara ayırmaktan şiddetle kaçınır ve bu noktada Sosyalist feministlerden ayrılır. Kadınlar tabii bulundukları patriyarkal sistem dolayısı ile proleter de olsalar burjuva da olsalar, ortak çıkarlara sahiptirler, bu da sosyalist feminizm ile ciddi bir ayrılık teşkil eder. Çünkü sosyalist feministler kadın sorununun temelinde sınıf çatışması olduğunu savunup, iktidara yakın olan kadınları bu savaştan ayrı tutar. Fakat Radikal feministler ise hangi sınıftan olursa olsun, tüm kadınların aynı erkek egemen sistemin farklı kurumları tarafından ezildiğini aslında kadınların durumlarının özünde sınıf ayrımı tanımadığını savunmuştur.

Radikal feministler kadın sorununun temeline inmeye çalışmışlar, kadının sistematik olarak baskı altında tutularak, ezilip sömürüldüğü toplum yapısına karşı çıkmışlardır. Toplumun kadına baskı uygulayan ataerkil bir yapıya sahip olduğunu belirtip sorunu patriyarka yani ataerkillik olarak tanımlamışlardır. Radikal feministler patriyarkayı, kadınlar üzerinde erkek egemenliğinin karakterize ettiği bir toplumsal sisteme gönderme yapmak üzere kullanırlar (Hartmann, 1992, s.173). Bu bağlamda patriyarkanın dayandığı temel unsur erkeklerin kadınların emek gücü üzerindeki denetimleridir.

Radikal feministlere göre patriyarkinin kaynaklandığı ve kadınları baskı altında tutan sorunun temelini cinsel sınıf sistemi olarak belirtirler. Bu cinsel sınıf sisteminin kaldırılması gerektiğine inanırlar. Bundan dolayı kadınların doğurganlık yükünden kurtulmasını savunurlar ve bu yükten kurtulmak için teknolojinin gerekli çözümleri bulacağını düşünürler. Çoğu Radikal feministler kadını baskı altında tutan bir ilişki olmasından dolayı evliliğe de karşı çıkarlar. Radikal feministler, ataerkilliğin kadının cinselliği ve üreme özelliğinden dolayı ikincil konumda olmasına dayandığını ifade etmekte ve 'erkek cinselliği' ile

heteroseksüel ebeveyn ve ailenin üstesinden gelmeye çalışmaktadırlar (Demirbilek, 2007, s.19).

Kısaca özetlemek gerekirse Radikal feministler kadınsılığın ve cinselliğin toplumsal inşası, kadınların doğurganlığını kontrol etme hakları ve cinsel şiddet sorunları gibi birçok alanda alternatif çözümler bulmaya çalışmışlardır fakat sistematik bir çözüm bulamamışlardır.

3.1.6.4 Sosyalist Feminizm

1970'lerde doğan Sosyalist feminizm Marksist ve Radikal feministler arasında bir yol oluşturmaya çalışmıştır. Sosyalist feministler, sınıf esaslı sosyal sistem içerisinde yapısal bir öge olarak eşitsizliğin kadın üzerindeki baskısını vurgularlar (Demirbilek, 2007, s.19). Ayrıca kadın sorununa Marksist feministlerin ana neden olarak sınıflı toplumu göstermelerine ve radikal feministlerinde tek neden olarak patriyarkiyi görmelerine karşı çıkmışlardır. Sosyalist feministler işgücü ve ailede dahil olmak üzere, kapitalist ekonomik ilişki ağları içinde kadınların durumuyla ilgilenir (Schroeder, 1997, s.62). Sosyalist feministler için kapitalizm toplumsal cinsiyetsizliğin ve ayrımcılığın temel nedenidir.

Marksist feministlerin kadınların ikincil konumunu sınıflı toplum Radikal feministlerin ise patriyarki teorileri ile açıklamaya çalışmalarından kaynaklanan eksiklikleri giderebilmek için Sosyalist feminist iki farklı teori geliştirmişlerdir. Bunlardan ilki ataerkillik ve kapitalizmin ayrı ayrı kadının konumunun anlamakta kullanıldığı ikili sistemler teorisi diğer ise ortak kavramlarla bu iki yapıyı birleştirmeyi hedefleyen birleşik sistemler teorisidir.

İkili sistemler teorisinde patriyarki ve kapitalizm ayrı ayrı kadının konumunun açıklanmasında kullanılır. Patriyarkinin de kapitalizm gibi maddi nitelikli olduğunu savunan ikili sistemler teorisi taraftarı sosyalist feministler, patriyarkal ideolojinin temelinin kadının emeğinin tarihsel olarak erkekler tarafından denetlenmesinde yattığını savunmaktadırlar (Demir, 1997, s.76). Yani ataerki yapının kurbanı olan kadın kapitalist sistemde ev işçisi olarak konumlanır.

İkili sistemler teorisini açıklayamadığı konuları eleştiren bir grup sosyalist feminist birleşik sistemler teorisini geliştirmiştir. Bu teoriye göre patriyarki ve kapitalizmi ayrı ayrı birbirinden bağımsız olarak ele almak pek çok sorunu da beraberinde getirir çünkü patriyarkal olarak tanımlanan unsurlar, büyük oranda, kapitalizmin unsurudur. Kadınların ezilmesinin ve ikincil konumunun açıklanması, iş bölümü çözümlemesinin merkeze konulmasıyla

mümkündür. Çünkü işbölümü çözümlemesine göre patriyarka ve kapitalizmi birbirinden ayırmak mümkün değildir (Demir, 1997, s.77).

Sosyalist feministler aralarında sınıf farkı bulunsa da kadınları da ortak ezilen bir sınıf olarak görüp ona sınıf bilinci yani kadın olma bilinci ve feminist ideolojiyi aşlamak istemişlerdir.

3.1.6.5 Varoluşçuluk ve Feminizm

Varoluşçu feminizmin kurucusu ve en önemli temsilcisi Simone de Beauvoir (1908-1986)'dır. Varoluşçuluk feminizmin tarihinde önemli bir köşe taşı olan Simone de Beauvoir ile feminist kuramların ilgi alanına girerek kendine bir kanal oluşturur, ancak bunun dışında da çok fazla irdelenmez. Beauvoir'ın odaklandığı temel sorun kadının kültürel ezilmişliği ve bunun nedenleridir. İkinci cins olarak tanımlanan kadının kimliği ve kişiliği bu ikincillik üzerinden belirlenir. Beauvoir kadının ikincilliğini verili bir durum olarak almaz. Varoluşçu bir yaklaşımla toplumsal cinsiyet tanımlaması yapar.

Feminist kuramlar içinde kadının kişi olarak kendi benliğini oluşturması gerektiği görüşü varoluşçuluk felsefesinden türetilmektedir. İnsanın varoluşu, ona atfedilen her türlü özden önce gelir. Her insan özünü kendisi yaratır (Demir, 2007, s.94). Bu bağlamda da kadını var eden ve değiştirilemez bir doğadan/yaratılıştan söz edilemez; kadını yaratan toplum ve kültürdür. Kadın kendine dayatılan normları ve bilinci reddetme özgürlüğüne sahiptir, çünkü varlığı belirleyen bir öz mevcut değildir. Beauvoir'ın "Kadın doğulmaz, olunur." sözü bu yaklaşımın özetidir.

Sonuç olarak, Simone de Beauvoir kadınların kurtuluşunu, varoluşçu bir anlayıştan hareketle, onları birer 'kendi başına varlık' ile 'başkaları için varlık' arasında bir yerlerde tutmaya çalışan her türlü uygulamaya karşı çıkarak, kadınlarında aynen erkekler gibi ve onlar kadar, 'kendi için varlık' olduklarını ortaya koymalarından geçtiğini söyler (Demir, 1997, s.99).

3.1.6.6 Psikanaliz ve Feminizm

Psikanaliz de feminist kuramcılarının/kuramlarının sıklıkla ilişki kurdukları disiplinlerden biridir. Psikanalist yaklaşımı benimseyen feministler, bütün kadınları erkeklerden "başka", ancak birbirine benzer olarak ele almaktadırlar. Farklı kültür, tabaka ve toplumlardaki kadınların yaşam deneyimleri, duygulan, değerleri ve psikolojileri arasındaki farklılıkları

görmezlikten gelinmekte, bu farklılıkların bazen aynı toplumdaki kadın-erkek farklılığından bile daha belirgin olabileceği üzerinde durulmamaktadır.

Görüldüğü gibi feminist düşünceler eşit haklar talebiyle ortaya çıkmış, ayrımcılığı reddetmiştir. Bu bağlamda feminist düşünceler özel alanda ve kamusal alanda, kadının ikinci sınıf olarak algılanmasına, ezilmesine karşı çıkan, bu durumu eleştiren, kısacası kadının erkek ile aynı konuma gelmesini savunan ve bunun için çözümler üreten düşüncelerdir. Daha önce de belirtildiği gibi, feminist düşüncelerin ortak hareket noktası, kadınla ilgili tanımlamaları yapan sistemin ataerkil bir sistem olduğudur. Çalışmamız açısından önemli olan mevcut sistemin ataerkil bir sisteme dayalı olmasıdır. Bu yüzden kadınların çalışma hayatında karşılaştıkları zorluklar feminist bakış açısından irdelenmiştir.

3.1.7 Araştırmanın Bulguları

3.1.7.1 Kişisel Özellikler

Yüz yüze görüşme yaptığımız 17 kadın gazeteciden 5 kadın 25-30 yaş aralığı, 7 kadın 30-40 yaş aralığı, diğer kalan 4 kadın 40-50 yaş aralığı diğer kalan 1 kadın ise 50-55 yaş aralığı içerisinde. Görüşülen kadın gazetecilerin yaş ortalaması 35'dir. Kadın gazetecilerin medeni durumlarına bakıldığında 6 kadın evli, 2 kadın boşanmış ve kalan 9 kadın ise bekâr olduklarını görülmektedir. Evli olan 6 kadın gazetecinin sadece 2 tanesinin çocuk sahibi olmadığı, diğer evli ve boşanmış olan kadın gazetecilerin çocuk sahibi oldukları görülmektedir. Bu sektörde evli kadın sayısının düşük bekâr kadın sayısının yüksek olması bu mesleğin çalışma koşullarının aile yaşantısına çok uygun olmamasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca gazetecilik mesleğinde çalışan kadınların evlendikten sonra boşanma olasılıkları çok yüksektir. Genç ve bekâr kadın gazeteciler bu mesleğin çalışma şartlarına daha kolay ayak uydurabilir. Daha kolay seyahat edebilir, uzun mesai saatlerine uyum sağlayabilir, çocuk ve eş sorunları ile uğraşması gerekmediğinden işine daha fazla yoğunlaşabilir, kısa vadede çocuk yapma ihtimali yoktur tarzındaki düşünceler medyada oldukça yaygındır.

Eğitim durumlarına baktığımız zaman röportaj yapılan kadın gazetecilerin 5 kadın lise mezunu, 1 kadın liseden terk kalan 9 kadın ise üniversite mezunudur. Üniversite mezunu kadın gazetecilerin bölümlerini sorduğumuz zaman büyük çoğunluğu iletişim fakültesinden mezun olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcılardan 6 kadın iletişim fakültesi mezunu diğer kalan 3 kadın ise dış ticaret, işletme ve açık öğretim gibi farklı bölümlerden mezun olduklarını ifade etmişlerdir. Kadın gazetecilerin büyük bir çoğunluğu az da olsa en az bir dil bildiklerini hatta

bazı kadın gazeteciler birden fazla dil bildiklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda görüşme yapılan kadınların büyük çoğunluğu üniversite mezunudur. Bundan yola çıkarak kadın gazetecilerin nitelikli işgücü olduklarını söylemek mümkündür.

Görüşme yapılan kadın gazetecilere eğitim amacıyla yurt dışında bulunup bulunmadıkları sorulduğu zaman 17 gazeteciden sadece 1 tanesi eğitim amacıyla yurt dışında bulunduğunu belirtmiştir. Kadın gazetecilerin çalışma sürelerine bakıldığı zaman çoğunun 10 yıldan uzun süredir bu mesleğin içinde oldukları saptanmıştır. 10 yıldan az süredir gazetecilik sektöründe çalışan kadın sayısı 8 kadın, 10 yıldan fazla süredir bu meslekte çalışan kadın sayısı 5 kadın, 4 kadın ise bu mesleği 20 yıldan fazla süredir yaptıklarını belirtmişlerdir.

3.1.7.2 Meslek Seçme Nedenleri, Başka Meslek Seçme Olasılıkları ve Meslekteki Başarı Kriterleri

Kadın gazetecilerin bu mesleği seçme nedenleri farklı biçimlerde olmuştur. Üniversite mezunu kadın gazetecilerin bazıları daha okurken çalışma hayatına atıldıkları için, okul bittikten sonra da aynı iş yaşamlarını sürdürmüşlerdir. Fakat mesleği neden seçtikleri sorusu sorulduğu zaman büyük çoğunluğu bu mesleği birileri vasıtasıyla ya da biraz tesadüfi olarak seçtiklerini, evli olan kadınlardan bazıları ise bu mesleği yaşadıkları ekonomik zorluklar nedeniyle seçtiklerini ifade etmişlerdir. Fakat bazı kadın gazeteciler ise bu mesleğin uzun yıllar çocukluk idealleri olduğunu ve bilinçli olarak seçtiklerini ifade etmişlerdir. Aynı zamanda bu ideallerinin oluşmasında küçükken izledikleri bazı televizyon dizilerinin de etkili olduğunu ifade etmişlerdir:

‘Ortaokulda karar verdim ben gazetecilik yapmaya, Uğur Mumcu’nun yazılarını okuyordum sanki o zamanlar gazeteciler dünyayı kurtarıyormuş gibi düşünüyordum. O yüzden gazeteci olmaya karar vermiştim. İnsanlarla iletişimi seviyordum. İnsanlara yararlı bir meslek olarak düşünüyordum.’ (K.G 4)

‘Çocukluğumdan beri vardı benim hayalim gazeteci olmak.’ (K.G 8)

‘Çocukluğumdan istediğim bir şeydi gazetecilik mesleği kendimi bildim bileli hep gazeteci olmak istemişimdir.’ (K.G 1)

‘Bir dizi vardı biz lisedeyken onu izleyip gazeteci olmaya karar verdim.’ (K.G 3)

‘Ben ortaokul yıllarımdayken sıcak saatler diye bir dizi vardı Mehmet Aslantuğ’un oynadığı ben oradan vuruldum. Ama babam da zamanında gazetecilik yapmış. Ama lise yıllarında biraz daha ağır bastı gazetecilik bende.’ (K.G 12)

Kadın gazetecilere eğer bu mesleği seçmeseydiniz hangi mesleği seçerdiniz diye sorulduğunda 16 kadın gazetecilik sektöründe yaşanan zorluklar nedeniyle daha standart avukatlık, öğretmenlik, doktorluk gibi iş bulması daha kolay, çalışma saatleri daha uygun olan etiketli meslekleri seçebileceklerini ifade etmişlerdir. Ama sadece 1 kadın her şeye rağmen yine bu mesleği seçeceğini şu şekilde ifade etmiştir:

‘Herhalde bir daha meslek seçmeye kalksam dünyaya bir daha gelsem klasik olacak ama yine aynı mesleği seçerdim.’ (K.G 17)

Görüşme yapılan kadın gazetecilere kendilerini mesleklerinde başarılı bulup bulmadıkları sorulduğu zaman hepsi zor çalışma şartlarına göğüs germelerine rağmen başarılı bulduklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca gazeteciliğin tecrübe ile doğru orantılı olarak sürekli yeni şeyler öğrenilen bir meslek olduğuna da dikkat çekmişler ve bu konudaki görüşlerini dile getirmişlerdir:

‘Başarılı görüyorum. Gazetecilik sürekli öğrenmek isteyen bir iş. Her haber bir tecrübe diyebilirim. 16-17 yılın sonunda bile ben şunu bilmiyordum, öğrendim diyebiliyorsunuz. Her haber bir tecrübe.’ (K.G 17)

‘Sürekli yeni şeyler öğreniyorsun, sürekli gelişim aşamasındasın. Sürekli öğrenirken başarılı bulma aşaması bunu söyleyemem ama elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışıyorum.’ (K.G 9)

3.1.7.3 Maddi Olarak Medya Sektörünün Tatmini

Medya sektörü kadın çalışanlar için zor bir sektördür. Zor şartlarda çalışmalarına rağmen kadın gazeteciler bu mesleği severek yaptıklarını belirtmişlerdir. Çünkü basın sektöründe hâlâ önemli olan bu işi gönül vererek yapmaktır. Bu durumda işin içine gönül girdiğinde kazanılan paranın pek önemi yoktur. Çalışma sırasında bütün kadınlar bu mesleği sevdiğiniz için mi yoksa para kazanmak için mi yapıyorsunuz sorusuna, bu mesleği sevdikleri için yaptıklarını, bu mesleğin para kazanmak için uygun bir meslek olmadığını şu şekilde dile getirmişlerdir:

‘Gazetecilik yapıp da Türkiye’de para kazanan insan çok az. Bugün Türkiye’deki memurlar bile gazetecilerden çok daha fazla para kazanıyorlar.’ (K.G 11)

‘Sevdiğimiz için, yoksa çok paralar kazanılmıyor bu meslekten sadece hayatını idam ettirebiliyorsun hatta şimdi daha da kötü diyebilirim.’

Basındaki bir avuç yıldız yöneticinin dışında geri kalan geniş kitle ancak yaşamını sürdürebilmektedir (Kara, 2009, s.77). Bu bağlamda görüşülen kadın gazeteciler bu konuda hemfikirdirler, hepsi gazetecilikten para kazanılamayacağını ifade etmiş ancak bir grup gazetecinin çok paralar kazandıklarını belirtmişlerdir:

‘Gazetecilikten para kazanılmaz tam tersine dışarıdan görüldüğü gibi değil. Gazetecilikte çok para kazanıp öyle lüks içinde bir yaşam yok. Bunu yapanlar sadece yaklaşık 20-25 sene çalışmış markalaşmış köşe yazarlarıdır. Bu insanların aylık maaşları çok yüksektir iyi standartları vardır. Ama yerel basın içerisinde zengin olmak, lüks bir hayat, yaşam standardınızın yüksek olması mümkün değil.’ (K.G 6)

Ayrıca bazı kadın gazeteciler bu mesleği sevdikleri için yaptıklarını ve bu meslekten para kazanılamayacağını ifade etmelerine rağmen bazıları ise para kazanmak için yaptığını belirtmiştir. Fakat her iki tarafında birleştiği ortak nokta bu mesleği yapmaya başladıktan sonra da başka mesleklerde başarılı olamayacaklarını düşünmeleridir:

‘Para kazanmak için yapılacak en son meslek gazetecilik bizim şartlarımızda genel olarak medyanın şartlarında. Sevdiğimiz için yapıyoruz ve artık bu işi yaptıktan sonra başka da bir iş yapamıyoruz. Bırakan arkadaşlar var başka iş yapamıyorlar sonra da görüyoruz. Başka bir iş beceremiyoruz.’ (K.G 3)

‘İlk başladığımda sevdiğim için yapıyordum. Şimdi sevmiyorum muyum hayır seviyorum ama daha çok para kazanmak için yapıyorum. Bizim meslekte bir şey var, bu mesleği uzun süre yaptığınız da ben bu işi bırakırsam ne yaparımı düşünemiyorsunuz. Yani hiçbir şey yapamayacakmışsınız gibi geliyor, sadece bu mesleği yapabilirmişsiniz gibi geliyor. Niye öyle oluyor bilmiyorum ama.’ (K.G 12)

Kadın gazetecilerin çoğu bu alana girmekten mutlu olduklarını, bu meslekten yeni şeyler öğrendiklerini ve medya alanında severek çalıştıklarını belirtmişlerdir ve gazetecilik mesleğini keyif alarak yaptıklarını dile getirmişlerdir. Dolayısıyla kadınların bu mesleği severek yapmalarının nedeni paradan çok işin özelliğiyle doğrudan bağlantılıdır. Bu işin iletişime açık olması, araştırmaya yönelik olması kadınlar için tatmin edici bir meslek halini almıştır:

‘Seviyorum, para kazanmak için bu meslek yapılmaz. Ciddi anlamda paralar dönmüyor, eskidenmiş onlar. Gerçekten insanın ufkunu açan bir meslek. Çok yeni şeyler öğreniyorsun, yeni insanlar tanıyorsun. Yani okuyarak belki bunlar insanın aklına gelmez ama yeni insan tanıdıkça insanın ufku genişliyor.’ (K.G 9)

Görüşme yapılan kadınların bazıları mesleğini sevdiği için yaptığını ve bu mesleğe ilk başladığında gazetecilerin yüksek maaşlar almadıklarını belirtmişlerdir. Fakat zamanla çalıştığı gazetenin de kurumsallığı ile doğru orantılı olarak maaşının da kendilerini tatmin ettiğine ve çalıştığı yerin tek sendikali kurum olmasına dikkat çekmiştir:

‘Çok seviyordum ilk benim girdiğim yıllarda gazeteciler yüksek maaş almıyorlardı. Çok düşük maaşlara çalışıyorduk. Mesela o dönemde ilk ücretim 20 liraydı. Sonra kadroya girdiğimde 57 lira olmuştu ve 57 liraya gidip bir

takım elbise almıştım. Şimdi kurumum çok iyi, herhalde tek sendikalı toplu sözleşmesi olan kurum. Çalışanı koruyan bir kurum. Son yıllarda 10 yıldır maaş olarak da tatmin ediciydi. Diğerleriyle karşılaştıramazsınız.’ (K.G 4)

‘Sevdiğim için yapıyorum üzerine de para veriyorlar diyebilirim’.

3.1.7.4 Çalışma Ortamının Mesleki Zorlukları

Kadın gazeteciler çalışma ortamlarından memnun olduklarını fakat kadın gazetecilerin medya alanında belli bir konumu elde etmeleri için bu erkek egemen yapıya ayak uydurmaları gerektiğini ifade etmişler. Kadın gazetecilerin kendi kadınlık durumlarından vazgeçip zaman içerisinde erkek gibi davranmaya, erkek gibi konuşmaya mecbur kalmışlar ve cinsel taciz olayları ile karşılaşmamak ve kendilerini korumak için kadınsılıklarından vazgeçmişlerdir. Görüşülen kadın gazetecilerden birisi bu konudaki sıkıntısı şu şekilde dile getirmiştir:

‘Polis adliyede özellikle kendini koruyabilmek çok zordu. Ne yapıyorsun bir süre sonra makyaj yapmayı bırakıyorsun, benim eteklerim vardı etek giymeyi bırakıyorsun. Hastanelerde tutukluların odalarında pencere filan yoktur sadece havalandırma pervazı vardır. Ben fotoğraf çekeceğim, yırtmaçlı etek giymişsin, bir süre sonra etek giymekten vazgeçiyorsun. Bir süre sonra topuklu ayakkabıları bırakıyorsun. Belli bir süre sonra da yaşam tarzın oluyor. Evde de aynı şekilde oluyorsun. Böyle sportif kadınsal hatlardan arınmış unisex bir şey ortaya çıkıyor. Ne kadın diyebiliyorsunuz ne erkek. Kendimi korumak için, güzel giyinip, topuklu ayakkabılarla, makyajlı adliyeye gidersen taciz edilirsin.’ (K.G 10)

Medya alanı kadınların hem işe girerken hem de işe başladıktan sonra pek çok zorluklar yaşadığı bir sektördür. Bunun pek çok nedeni vardır ama en önemli nedenlerinden birisi de bu sektörün erkek egemen yapıya sahip olmasıdır. Kadınların ve erkeklerin farklı sektörlerde ve farklı mesleklerde yoğunlaştığını görürsünüz; bu durum genel olarak ‘kadın işi’ ve ‘erkek işi’ ayrımı ile dile getirilir (Özkaplan ve Serdaroğlu, 2010, s.244). Dolayısıyla erkek egemen yapıya sahip olan bu meslek erkek mesleği olarak değerlendirilmektedir ve kadın gazeteciler bu sektörde var olabilmek için zamanla erkekleşmeye başladıklarını dile getirmişlerdir:

‘ Memnunum, şöyle memnunum iş arkadaşlarımla iletişimim oldukça iyi. Bir süre sonra kendinizi erkek gibi hissediyorsunuz çünkü çok fazla erkek var içeride. Onlarla her türlü sohbeti yapabiliyorsunuz. Onlar da kanıksıyorlar yani erkekmişsiniz gibi bakıyorlar size. Zaman zaman şöyle bir bakıp da biraz kadın gibi davransana diyebiliyorlar size.’ (K.G 12)

Kadınların çalışma hayatında başarılı olabilmesi, önündeki engellerin aşılabilmesi ve kadınların toplum tarafından kabul edilebilmesi için iş hayatında erkek gibi davranmaları bir gereklilik halini almaktadır. Bu konuda görüşülen bir kadın, erkekler arası iletişim alanında kadın olarak var olmanın zorluklarına dikkat çekmektedir:

‘Medya sektörü kadınları erkekleştirdiği için bir süre sonra siz de onlardan biri oluyorsunuz. Çok fazla kadınsı feminen duruşunuz olmuyor daha maskülen durmak zorunda kalıyorsunuz hem saha da hem ofis de. O yüzden onların diğer erkek arkadaşlarından biri oluyorsunuz, ister istemez bu zamanla oluyor. Ne giyerseniz giyin, ne yaparsanız yapın, ne söylerseniz söyleyin ‘abi ne haber’ maruz kalıyorsunuz. İyiyim abi senden ne haber diyorsunuz öyle gidiyor yani.’(K.G 6)

Kadın gazeteciler zaman zaman çok zor çalışma ortamlarına maruz kalmaktadır. Meslekleri gereği her türlü ortama girmek ve bu ortamlara ayak uydurmak zorundadırlar. Bundan dolayı çok fazla seçme şansı olmayan kadın gazeteciler iş yaşantılarına devam edebilmek için bu durumla mücadele etmek zorunda kalmışlardır:

‘Şu anda memnunum. Önce memnum değildim. Seçeneklerim çok fazla değildi. Kadın ruhu biraz daha narin, erkek meslektaşlarımızın bakamadığı bazı şeylere ben bakmak zorunda kaldım. Çürümüş cesetlere. Yani kaç tane insanın ölümünü kameraya çektim ben, fotoğraflarını çektim ölürken. Şimdi daha rahatım sadece adliyedeyim, sıcak habere gitmiyorum. Özellikle çocuklara yapılanlara tahammül edemiyordum. Çok zordu.’ (K.G 10)

‘Çalışma ortamının bazı zorlukları var elbette çünkü sektörde kadın gazeteci yok. Çalışma şartları ofis ortamı da olsa daha ortamı da olsa çok kolay değil. Sahada karşılaştığınız şeyler sizin bayan olmanızla alakalı değil. Gazeteci olduğunuz zaman haber yaptığınız zaman sahada problemle karşılaşabiliyorsunuz. Şiddet görebilirsiniz hiç kimse size kadın demiyor, hakarete uğrayabilirsiniz ama hiç kimse karşımda kadın gazeteci var diyen yok, kovulabilirsiniz. Bunların hepsini erkeklerle aynı yaşıyoruz. Ofis içinde kadın eleman sayısının az olması sürekli erkeklerle erkek egemen ofiste çalışmanız gerekiyor ve bir süre sonra onlara ayak uydurmak zorunda kalıyorsunuz. Sektör zaten erkek egemen ama Antalya’da erkek egemenliği çok yüksek, kadın yüzdesi Antalya’da %10 değildir, çok çok daha azdır bu yüzde.’ (K.G 6)

Çalışma ortamlarında karşılaştıkları diğer bir sorun ise erkek egemen yapısı nedeniyle gazetecilik uzun yıllar kadınlara uygun meslek olarak görülmemiştir. Günümüzde halen bu durum zaman zaman etkisini göstermektedir. Görüşülen kadın gazeteciler toplumdan kadın olmalarından dolayı farklı tepkiler aldıklarını dile getirmişlerdir:

‘Bir yere gidiyorsun, ben bunu yaşadım. Arabayla gidiyorsun. Ben muhabirim şoför de yanımda yer soruyorsun. Şu adres nerede diyorsun. Adam eğiliyor şoföre cevap veriyor, sana bakmıyor, adam yerine koymuyor zaten.’ (K.G 10)

‘Ben şanslıydım benim büro şefim müthiş bir adamdı. Hiçbir zaman kadın erkek ayrımcılığı yaptığını görmedim. Yaptıysa da bize hissettirmedi. Ama bir olay yaşadık. Bir gün bir erkek meslektaşımızla tartıştık. Aynı büroda çalışıyorduk. Sinirlendim, durdurdum arabayı in aşağıya dedim. Haberdan dönüyorum, bu erkek meslektaşımız çok sinirleniyor kavga çıkarıyor. Büro şefimiz beni aradı gecenin bir yarısı. Erkek adamın gururuyla oynamışsın dedi. Kapattım, ne demek bu dedim onun erkeklik gururu oluyor da benim kadınlık gururum ne oluyor.’ (K.G 10)

İşyerinde cinsel tacize uğrayanlar çoğunlukla kadınlardır (Toksöz ve Erdoğan, 1998, s.100). Çalışma ortamlarında mücadele ettikleri pek çok soruna rağmen zaman zaman erkek

meslektaşlarının davranışlarının hoş olmayan boyutlarda olduğunu ifade eden kadın gazeteciler çalışma ortamlarında cinsiyetlerinden ötürü karşılaştıkları rahatsızlıkları dile getirmişlerdir:

‘Erkek meslektaşlarımızın yaklaşımı bile hoş değildi. Örneğin koca bulmak için bu mesleği yapıyor diye erkek meslektaşlarımız etrafta bu şekilde konuşuyorlardı. Bizi yıpratmak için.’ (K.G 17)

‘Muhabir bayan olduğu zaman açıkgözlü olsan, açık olsan bir şeyler sorsan adını başka yerlere çekiyorlar.’ (K.G 14)

‘Örneğin bir olay yaşadık. Belediye başkanı basın danışmanı yılbaşı nedeniyle kadının içinden gelmiş basın danışmanı bayan gazetecilere bir takım armağanda bulunmuş. Bunu çok farklı şekilde yansıtmışlardı. Sanki belediye başkanı kadın gazetecilere hediye gönderiyor diye.’ (K.G 17)

Görüşmecilerin pek çoğu çalışma ortamlarında karşılaştıkları zorluklardan dolayı çalışma ortamlarından memnuniyetsizliklerini dile getirmişlerdir. Fakat görüşme yapılan bazı kadınlar ise çalışma ortamlarından memnun olduklarını ifade edip bunu çalıştıkları yerin kurumsallığı ile bağdaştırmışlardır. Kurumsal gazetelerde oturmuş belli kural ve alışkanlıklar olduğu için çalışanlar daha rahat bir ortamda görevlerini devam ettirmektedirler.:

‘Çok memnunum, çünkü bir kere zaten oturmuş bir kurum kültürü var, belli alışkanlıklar var, yöneticilerimde bu kurumda uzun yıllar çalıştıkları için aldıkları bir terbiye var. Çalıştığım kurum bir aile ve siz o ailenin bir üyesiniz.’ (K.G 1)

‘Bu ortam çalıştığın yerin kurumsal olmasına göre de değişiyor. Kurumsal olan yerde de çalıştım kurumsal olmayan yerde de çalıştım. Şartlara ayak uyduruyorsun biraz gazeteci bukalemun gibi. Ama kurumsal yerlerde daha rahat çalışıyorsun.’ (K.G 17)

Medya sektörünün çalışma şartlarından dolayı gazetecilerin sıklıkla seyahat etmeleri gerekmektedir. Günümüzde bile kadınların çoğunun (özellikle evli olanların) işleri gereği de olsa kolayca seyahat edememelerinden dolayı dış teması gerektirmeyen işlere yönelmeleri istenebilmektedir (Şenel, 1989, s.201). Bu yüzden kadın gazetecilere ne kadar sıklıkla yurt içi ya da yurt dışı seyahate çıktıkları sorulduğu zaman genelde iş dolayısıyla çok sık seyahat etmediklerini, iş olursa da bunun belli bir periyodu olmadığını, zaman zaman bu tip seyahatlere katıldıklarını belirtmişlerdir. Fakat bazı kadın gazeteciler ise bu tip gezilere kadınlar yerine erkeklerin daha çok tercih edildiklerini belirtmişlerdir:

‘Yok çıkmıyorum, bir iki defa ilçelere gittim o kadar. Genelde dışarı da iş olduğu zaman erkek muhabirleri göndermeyi yeğliyorlar.’ (K.G 12)

‘Uzun seyahatlere kadın yollamazlar ki, Sıkı.’ (K.G 2)

3.1.7.5 Çalışma Saatleri ve Maaş Tatmini

Gazetecilerin çoğu düzenli bir şekilde maaşını alamamakta, sigorta primleri mümkün olduğunca yatırılmamakta, pek çok gazeteci deneme süresi adı altında ücretsiz bir şekilde çalıştırılmaktadır. Görüşme yapılan kadın gazetecilere maaşınız sizi tatmin ediyor mu diye sorulduğu zaman birçok kadın gazeteci maaşından memnun olmadığını genel olarak sektörde sömürüye dayalı uzun saatler, sigortasız çalıştırıp çok düşük ücretler ödendiğini ifade etmişlerdir:

‘Farklı farklı gazetelerde çalıştım. Hepsinden memnun değildim tabi sorunlar yaşadığım gazeteler oldu. Onlar meslekle ilgili genel sorunlar düşük ücret, asgari ücret, sigortanın yapılmaması gibi sömürüye dayalı uygulamalar.’ (K.G 8)

‘Yerel basındaki maaş kimseyi tatmin etmez, yerel basındaki ücretler çoğunlukla asgari ücret olmakla beraber asgari ücretin biraz üstü.’ (K.G 6)

Medyada kadın gazetecilerin tercih edilmesindeki nedenlerden biri de kadının ucuz işgücü olarak düşünülmesidir. İletişim alanında bir iş bulduklarında çok düşük ücretlerle ve sosyal

güvenceden yoksun olarak çalıştırılmaktadır (Uzun; 2007, s.119). Bu konudaki deneyimini paylaşan gazeteci yaşadıklarını şu şekilde dile getirmiştir:

‘Çalıştığım yerde önce Türkiye’nin en büyük kurumlarından birinde gazeteciydim. Sigortasız çalıştırıldım, çok düşük maaşa çalıştırıldım. Çok kötü şartlarda çalışıyorsunuz günde 14-15 saat çalıştığınız zaman asgari ücretin de altında maaş alıyorsunuz.’ (K.G 1)

1980’li yıllarda dünya siyasi ekonomik çevrelerde meydana gelen değişimler sonucunda medya sektöründeki alışlagelmiş dengeleri altüst etti. Medya sahipliğinin değişmesi üzerine artık medya büyük holding patronları tarafından yönetilmeye başlandı ve bu durumdan medya sektörü çalışanları da fazlasıyla etkilendi. Görüşme yapılan medya çalışanı bu konudaki rahatsızlığını şu şekilde dile getirmiştir:

‘Şu anki şartlara baktığımız zaman emeğinizin karşılığını alamıyorsunuz. Çünkü dediğim gibi en az asgari ücretle başlatıp senin performansını bir görelim zihniyeti ile başlıyorlar. Senelerinizi verseniz bile medya patronları gazetecilikten gelmediği için, sizi anlamıyorlar. Daha çok iş ama bu kadar para. Çoğu zaman sigortasız çalışanlar var.’ (K.G 7)

Medya sektöründe küreselleşme ile birlikte yaşanan bütün bu olumsuz gelişmelerin yanında maliyetleri düşürmek amacıyla işçi sayısı azaltılmaya başlanmıştır ve bu durumdan en çok zarar gören kadın çalışanlar olmuştur. Zaten toplumun geneli, dolayısıyla işyerleri kadının çalışması ve kadın emeğine ‘ikincil’, ‘yedek’ gözle bakmaktadır (Eyüboğlu A. vd , 2000, s.126). Bu nedenle kadının kazancı gerçek bir gelir değil de katkı olarak algılanmaktadır. Dolayısıyla da işten çıkarmalarda ilk akla gelenler kadınlar olmuştur:

‘İşten çıkarmalarda genelde kadın diye düşünülür. Çünkü kadın evinde oturur. Çalışan kadının masrafı fazla olur. Erkek çalışsın çünkü onların da evinde hanımları var. Öyle düşünülür.’ (K.G 7)

Medyada bazı çalışanlar ise maaş olarak emeklerinin karşılıklarını alamadıkları gibi bazen de kendilerine verilen maaş sözlerinin çalıştıkları kurum tarafından tutulmadığını, iş güvenceleri olmadığını belirtmişlerdir:

‘Maaşım şuanda tatmin etmiyor ama hayat şartlarından dolayı idare etmeye çalışıyoruz. Sonuçta çok yüksek maaşlı bir yere de başlasan da o maaşı alamıyorsun. Ekonomik yönden tamam veririz diyorlar ama bunu birkaç taksite bölüyorlar, geç veriyorlar. Birçok yerde böyle İstersen çalış havası yaratıyorlar.’ (K.G 7)

Görüştüğümüz kadın gazetecilerin de belirttiği gibi medyada çalışanlar tüm gün uzun saatler zor şartlarda çalışmalarına rağmen yeterli ücret ödenmediğini, maaşlarının kendilerini tatmin etmediğini ifade etmişlerdir. Bu bağlamda bu sektörde çalışanların ücret durumu bu konumdayken ailelerinden ya da eşlerinden maddi destek alıp almadıklarını sorulduğu zaman görüşme yapılan 17 kadından 8 kadın ailesinden ya da eşinden maddi destek aldıklarını bunun yanı sıra 9 kadın da hiçbir maddi destek almadıklarını belirtmişlerdir. Fakat destek almayan kadınlardan bazıları ise sadece bu meslekten para kazanarak hayatlarını devam ettirmelerinin zorluklarını şu şekilde belirtmişlerdir:

‘Ailemden maddi destek almamak için birden fazla iş yapıyorum. Köşe yazarlığından ek ücret alıyorum, bir derginin yayın koordinatörüyüm ondan ek ücret alıyorum. Aynı zamanda özelde farklı 2 gruba medya iletişim danışmanlığı veriyorum. Hepsini toplayınca ben geçinebiliyorum. Ama tek bir yere bağladığınız zaman çok kolay değil. Eğer ailenizle yaşıyorsanız evet kolay ama yalnız ya da evliyseniz o zaman alınan ücretler çok tatminkâr değil.’ (K.G 6)

‘Yok ben maddi destek almadım. Ben iradeli harcayan birisi olduğum için almadım. Bu meslekle de hayatını sürdürebilirsin ama çok fazla beklentilerinin olmaması lazım. Mesela araba aldım ama 15 yılın sonunda alabildim.’ (K.G 17)

Görüşme yapılan kadın gazeteciler genel olarak bu sektörde zaman kavramının olmadığını çıkan haberin durumuna paralel olarak mesai saatlerinin belirlendiğini ifade etmişler hatta bazı zamanlar haberin durumuna göre uzun saatler hatta günlerce çalışma zorunda olduklarını söylemişlerdir:

‘Sabahleyin geç geldiğinde neden geç geldin diye hesap soruluyor ama akşamüzeri neden geç gittin diye hesap sorulmuyor. Mesai ücreti alsak ne güzel. Mesai ücretini dile getirmedi. Önceden gelen bir şey. Gazeteci işi ne zaman biterse o zaman gider mantığı var. Sen patrona söylesen bile sadece söylemiş olursun işleme geçmez.’ (K.G 14)

‘Hafta sonunu söylemek bile istemiyorum. Pazar izin yaptığımız için hafta sonu sadece cumartesi günü 15-16 saat çalışıyoruz.’ (K.G 9)

‘Ortalama 10 saat yani 8 saatten fazla. Bizim zaten sabah 9 akşam 5 gibi bir işimiz yok. Öyle bir meslek değil. İş olduğu zaman kalıyoruz bazen 32 saat bekliyoruz, devam eden bir iş olmuştur. Evimize gitmeden çalışmışızdır.’ (K.G 3)

‘Örneğin hafta sonu tatil yapamadığın oluyor. Pazar günü çok önemli bir iş çıkıyor gitmek zorundasın. Akşamları evimden çok habere gitmişliğim vardı.’ (K.G 17)

Medya alanında çalışma saatleri diğer alanlara göre daha uzun ve daha yorucudur. Hafta sonu dahil dinlenme zamanları çok kısıtlıdır. Bu kadar yoğun bir tempoda gece gündüz çalışırken fazla mesai saatlerinin karşılığında ekstra mesai ücreti almamalarının yanı sıra bu durum mesleğin bir parçası olarak görülmüş gazeteciliğin mesaisi olmadığı gerçeği kabullenilmiştir:

‘Mesaiyi sisteme işletemiyorlar, aslında var hakkımız ama alamıyoruz. Ne yazık ki sendikalı olmamıza rağmen hakkımız olmasına rağmen sistemi işletemiyoruz. Mesela bayramda çalıştığımız da karşılığını alıyoruz

eminim diğer kurumlarda da bu böyledir. Onun dışında fazla mesai mesleğin gerçeği olarak kabul edilmiş. Kabul etmen lazım ekstra para isteme deniyor kimse de talep etmiyor.’ (K.G 1)

Bu bağlamda medya çalışanları çok uzun çalışma saatlerinden dolayı ekstra ücret talep ettiği durumlarda çoğu zaman işten çıkarılma tehdidiyle baş etmek zorunda kalmışlardır. Bu durumda işten çıkarılma korkusuyla karşı karşıya kalan gazetecilerin emeği sömürülmüştür:

‘Sabah 9 da başlıyorsun öğlenin gitmiş ertesi günü başlamış. Ben arabada da Çok uyudum. Mesai vermediler hala da vermezler. İtiraz eden olursa da burada kalmaz.’ (K.G 10)

‘Ekstra ücret talep etme hakkınız yok. Öyle bir şey talep ettiğiniz zaman diyor ki sizin yerinize başkası gelir. Bir dolu insan var iletişim mezunu boşluğun dolmaz zannetme. Zaten kurum içerisinde bununla yetiştirilirsiniz. Her zaman bir alternatif vardır. Sizin yaptığınız işi bilen biri mutlaka vardır.’ (K.G 1)

Medya sektöründe çalışan kadın gazeteciler mesleklerinin gerektirdiği uzun çalışma saatleri nedeniyle sosyal yaşantılarına çok fazla zaman ayıramamaktadırlar. Sosyal yaşamlarında plan program yapsalar bile bu programlara her zaman uyum sağlayamamaktadırlar. Ayrıca bu sektördeki evli kadınların dışarıda çalışmanın yanı sıra ev ve aile sorumluluklarını da üstlenmeleri nedeniyle sosyal faaliyetlere ayıracakları zaman çok kısıtlıdır. Bu durumdan dolayı aktif bir sosyal yaşantıları yoktur. Medya sektöründe çalışanlar genelde görüştikleri arkadaşlarının birbirlerinin halinden anladıkları için yine kendi sektörlerinden olduklarını ifade etmişler:

‘Ben hiçbir bayram hatırlamıyorum ki ailemle geçirdim 20 yıllık süre içerisinde. Program yapamıyorsun arkadaşlarında zaten sana göre ayarlanıyorlar. Sizi öyle kabul ediyorlar. Polis adliyede çalışanların çoğu özürdür. Zaten sosyal olarak da özürdür. Meslektaşlarının dışında çok fazla arkadaşları yoktur.’ (K.G 10)

3.1.7.6 Sigortalı Olma Durumu

Araştırmaya katılan kadın gazetecilerin birçoğu medya sektörünün temel sorunlarından birinin sigortasız çalıştırılma olduğunu bildirmişlerdir. Geçmiş dönemlere bakıldığı zaman sigortasız çalıştırılma daha yaygındır. Birçok gazeteci uzun yıllar sigortasız çalıştırılmıştır. Fakat günümüzde gazetelerinde bu konudaki tutumları değişmiş ve artık kanunlar da sigortasız çalıştırılmaya izin vermemektedir. Görüşme yapılan birçok gazete bu konuda sigortalı oldukları için şanslı olduklarını vurgularken etraflarındaki birçok arkadaşlarının uzun süreler sigortasız çalıştıklarını ifade etmişlerdir:

‘İlk bu mesleğe başladığımda 4 yıl sigortam olmadı. Normalde o kadar uzun süre sürmez. Bizim zamanımızda daha sıkıntılıydı ama şimdi çok dava filan açtıkları için daha kolay sigorta yapıyorlar.’ (K.G 3)

‘Sigortalıyız ama basın yasası kapsamında 212 kapsamında. En baştan beri kurumum dolayısıyla şanslıydım. Yoksa birçok arkadaşım bu işi bıraktı. Kadrosu, sigortası olmadığı için tabi sosyal güvencesi olmadığı için.’ (K.G 4)

‘Sigortalı çalışıyorum en başından beri ama aralarda boşluklar. Çünkü bu sorun yaşadığım gazetelerde sigortasız çalıştığım dönemlerim oldu. artık bu sigorta konusunda gazeteler daha farklı çünkü kanunlarda elvermiyor sigortasız çalıştırılmaya ama çalışanlar var hala.’ (K.G 8)

Gazetecilik iş kolunda sigortasız işçi çalıştırılması, gerçek ücretin pek azı bordroda gösterilerek SSK primi ve vergi kaçakçılığı uygulamaları devam etmektedir (Kara, 2009, s.77). Dolayısıyla pek çok görüşülen kadın gazeteci uzun süre sigortasız çalıştırılmaktan duydukları rahatsızlıkları dile getirip bu konudaki görüşlerini şu şekilde ifade etmişlerdir:

‘Yıllarca sigortasız çalışan arkadaşlarımız oldu. Çok büyük sıkıntılar yaşayan arkadaşlarımız oldu. Maaşını alamayanlar oldu.’ (K.G 17)

‘Sigortalı çalışan şanslılardanım. Genel olarak ilk 6 ay 1 sene sigortasız çalışma oluyor.’ (K.G 69)

‘Sigortalı çalışıyorum. Maaşımın üzerinden yatıyor sigortam. Daha önce İstanbul’a gittim orda 1 yıl kadar kaldım. Yerel gazetelerde çalıştım. İnandırılmaz kötüydü. Kıyasladığımda çalışma şartları kötüydü, maaşları kötüydü, sigorta yapmıyordu.’ (K.G 12)

Bu sektörde yaygın olarak deneme süresi adı altında işverenlerin bir süre sigortasız eleman çalıştırdıklarını şu şekilde ifade etmişlerdir:

‘Sigortalı, en baştan beri. Hepsinde 212’liydim. Sigortasız çalışmadan ziyade deneme süresi oluyor. Bunu kullanan çok insan vardır. Kendi adıma şanslıyım. Ama gerçekten sigortasız çalışan, kadrosu çok geç gelen 1-2 yıl çalışıp daha 212 kadrosuna giremeyen kişilerde tanıyorum.’ (K.G 9)

3.1.7.7 Kadınların Çalışmasının Aile İçi Roller Üzerine Etkileri

Kadınlara toplum tarafından farklı roller yüklenmiştir. Çalışma hayatlarındaki iş kadını rolüne ek olarak aile yaşantılarında annelik rolü, eşlik rolü gibi pek çok rol üstlenmişlerdir. Kendilerine yüklenen bu rollerden dolayı kadınlar eve geldikleri zaman ikinci vardiya çalışmaya başlarlar. Çifte işgünü ücretli çalışan kadınlar için bir gerçekliktir (Hartmann, 1992, s.190). Dolayısıyla görüşme yapılan kadınlar kendilerine yüklenen bu roller açısından yaşadıkları zorlukları dile getirmişlerdir. Mesleklerinin gerektirdiği uzun çalışma saatleri nedeniyle medya alanında çalışan kadınlar evlerine geç saatte dönmek zorundadırlar ve bu yüzden zaman zaman aile içi sorumluluklarını ihmal etmek durumunda kalmaktadırlar.

‘Ben evli olmadığım için bu benim için daha kolay ama evli olan arkadaşlarımdan bu kadar yoğun bir tempoda çalışması hele de çocuğu varsa illâki birinden fedakârlık etmesi gerekiyor. Ya evi ile ilgili sorumluluklarını göz ardı edecek yada işi ile ilgili sorumluluklarını çünkü ikisini aynı anda bu kadar yoğun bir tempoda çalışıp ev-çocuk yürütmek kolay bir şey değil.’ (K.G 8)

‘Mesela benim çevremde bayanların hepsi bekar. Evli yok içlerinde. Evlendikten sonra genelde kısıtlamalar oluyor. Eve ve aileye tabi oluyorsunuz. Tabi ki nöbetler

tutuluyor. Eve geç kalıyorsunuz, gece geç gelebiliyorsunuz, bir yerlere her an çağrılabilirsiniz.’ (K.G 7)

Aile kurumunun devamlılığı için kadınlara annelik ve eşlik rolleri yüklenmiştir. İşte bu yükten dolayıdır ki, Türkiye’de kadınlar işgücü piyasasında bir varlık gösteremedikleri gibi var olan bu yapı onları çalışan olarak teşvik etmekten çok uzaktır (Dedeoğlu, 2009, s.53). Bu durumda görüşme yapılan pek çok kadın gazeteci mesleklerinin getirdiği zor çalışma şartlarından dolayı bu mesleğin evliliğe uygun olmadığını dile getirmişlerdir:

‘Kendine zaman ayırmaya çalışıyorsun ama birçok gazeteci var benimle yaşıt ama bekâr. Antalya’da özellikle çok fazla arkadaşımız evliliğe çok sıcak bakamıyorlar.

Çünkü meslektan ötürü evliliğe cesaret edemiyorlar. Zaten birçok gazeteci arkadaşımız gazeteci ile evlendi. Yani karşıdaki seni anlıyor ama o evlenenlerde birçoğu gazeteciliği bıraktılar. Başka meslek seçmek zorunda kaldılar. Çok evliliğe uygun meslek değil çünkü . Mesai saatin belli değil. Özellikle çocuk olduğu zaman daha zor.’ (K.G 17)

‘Eşim beni destekliyor aslında ama aman zaman ben diğer kurumlarda çalışırken fazla mesailer, saatler uzadıkça sabrın taşıdığı zamanlar oluyordu. Daha önceki gazetelerde daha çok çalışıyordum.’ (K.G 5)

Görüşme yapılanlar kadın olmaları nedeniyle kendilerine yüklenen annelik görevleri ve ev sorumlulukları ile birleştğinde son derece zor bir yaşam tarzı ile karşılaştıklarını vurgulamışlardır. İş ve ev arasında mekik dokuyan kadına çoğunlukla ne erkek ne de toplum destek olmaktadır. Tüm bunlar çalışmayı kadın için ekonomik nedeniyle zorunlu bir uğraş haline dönüştürmekte, kuşkusuz ‘kadınlık’ ve ‘annelik’ değerlerini öne çıkaran geleneksel toplum yapısının sürdürülmesine hizmet etmektedir (Koray, 1993, s.87). Hatta bu yaşam tarzının güçlüğü nedeniyle birçok kadın gazeteci bu mesleğin evliliğe uygun olmadığını düşünmektedir. Evlenen kadınlar ya sektör içinden kendini anlayabilecek biri ile evlenmiş ya da evlendikten sonra meslek değiştirmek zorunda kalmıştır:

‘İş ve aile yaşantısı. Aile kurma hayalimiz var. Bizim işimizde biraz evlilik zor yani. Geçmiş dönemde erkek arkadaşım bu durumdan çok rahatsız olmuştu ve evlendikten sonra asla bu işi yapmamı istemiyordu. Mesela adamın aklına bir şey takılıyor, yatırımı var vs arıyor. Yarın gelir misiniz ilk sizin gazetede çıksın istiyorum diyor. Adam gece saat 9-10 arıyor. Niye arıyorsun diyemiyorsun. Ya da bir firma çok heyecanla bir ürün geliştirmiş ve bunu ihraç ediyor. Bunun içinde kokteyl yapıyor. Siz o kokteyle gitmemelik yapamazsınız. Firmanın heyecanını paylaşmak zorundasınız. Dolayısıyla her erkeğin kabul edeceği bir iş değil bayanların gazetecilik yapması. Ne zamanki artık masa başında otursunuz sadece makale yazarsınız 40-45’lerde çok olgun bir gazeteci olursunuz işte o tarihlerde evlenebilirsiniz. Çok temsilci arkadaşım benim gibi bekâr.’(K.G 11)

Medyada çalışan kadınların göğüslemek zorunda kaldıkları koşullar, erkeklere göre çok daha zor, ağır ve yıpratıcıdır. Bu yüzden ailesinin ve eşinin desteğinin olması kadının iş yaşamını sürdürmesinde çok önemli bir yere sahiptir. Görüşme yapılan kadın gazeteciler bu konudaki görüşlerini şu şekilde dile getirmişlerdir.

‘Zor bir meslek. Mesai saatinin belli olmayacağı bir durum, temposu ağır. Genelde evlendikten sonra sektör değişiyor. Birçok evli arkadaş gazetecilikten şirketlerin basın halkla ilişkiler bölümüne transfer oluyor. Daha dingin, daha ofis ortamı.’(K.G 6)

‘Sanırım kadınlar artık kariyer mi aile mi arasında tercih yapıyorlar. Mesela ben 35 yaşındayım. Bir aile kurmadım. İşimle ilgiliyim. Diğer röportaj yaptığınız arkadaş benden de büyük ve öyle bir düşünce yok evlilikle ilgili. Benim de öyle kafamda evlilik ve çocukla ilgili bir plan yok. Artık kendinizi işe adıyorsunuz ailem benim işim.’(K.G 1)

Türkiye’de değişen sosyal, kültürel ve ekonomik etmenlere karşın değişmeyen ‘kadın olma gerçeği’ kadının tüm toplumsal ilişkilerini belirlemektedir. Çok güçlü ataerkil aile yapısı ve cinsiyet ayrımı kadın için geçerli kuralları ve rolleri oluşturmaktadır (Bedük, 2005, s.107). Bu yüzden karısını çalıştırmak zorunda kalan bir erkeği ne toplum, ne ailesi ne de erkeğin kendisi

kabul edebilmektedir. Bundan dolayı da karısını çalıştıran erkekler toplumda zayıf erkek olarak görülmektedir ve çalışmak isteyen kadınlar öncelikle eşlerini ve kendi ailelerini ikna etmek zorunda kalmaktadırlar. Bu konuda görüşülen kadınlardan birisi eşinin çocuğuna bakıp, ailesi ile ilgilenebilmesi için çalışmasını istemediğini belirtmiştir. Fakat zamanla tüm olumsuzluklara göğüs geren kadın gazeteci çalışma hayatına başladığını ve bu mesleği yapmaktan duyduğu mutluluğu dile getirmiştir:

‘Ailemden bazen tepkiler oluyor. Çocuğuma ilk zamanlar annem baktı. Şimdi kreşe gidiyor. Eşim evlenirken benim asla çalışmamı istemiyordu. Eve daha verimli olabilmem, onlarla daha çok ilgilenebilmem, kendimin rezil olmaması, benim sıkıntı çekmemem için istemiyordu. Tavrımı koydum. İşimi seviyorum gerektiği zaman mesaiye de kalırım.’(K.G 14)

Giderek daha fazla sayıda erkek, artık ev işi/çocuk bakımı gibi kadınlara özgü faaliyetleri paylaşmakta ya da bir bölümünü kısmen üstlenmektedir: ancak bu işlerin büyük bir kısmı yine kadının yükümlülüğündedir ve ev/iş hayatının tüm organizasyonu yine büyük çoğunlukla çalışan kadınlar yapmaktadır (Özkaplan ve Serdaroğlu, 2010, s.255). Görüştüğüme yapılan kadın gazetecilerden biri ailesinin yanı sıra eşinin de kendisine çocuk bakımı konusunda yardımcı olup, destek sağladığını vurgulamıştır. Fakat kadın gazetecinin eşinin de aynı meslek grubunda çalışmasının bunda büyük bir önemi vardır.

‘Eşim ve ailem çok destek sağladı. Ben bu terör olaylarının çok yoğun olduğu dönemlerde sağlığa bakıyordum ve sağlık bakanıyla 1 ay kadar doğu ve güneydoğu illerini gezmiştim. Eve uğruyorum 2-3 günde bir üstümü değiştiriyorum yine gidiyorum. Kızım 3 yaşında o zaman. Zor geçti ama hissetmedim. Ama eşim de destek olmak zorunda. Çok o fırsatı vermedim, o nasıl çalışıyorsa bende çalışıyorum. Anne olmam, eş olmam engel değil, sonuçta para kazanıyorsak ikimizde eşit koşullardayız ve birbirimizi desteklemek zorundayız.’ (K.G 4)

3.1.7.8 Çocukların Yetiştirilmesi Üzerine Etkileri

Kadın gazeteciler medya sektörünün çalışma şartlarından dolayı bazen çocuklarına yeterli zamanı ayırmakta güçlük çektiklerini vurgulamışlardır. Çocuklara ayıracak yeterli zamanı olmadığından, çalışan anneler çocuklarıyla yoğun duygusal bağ kurmakta güçlük çekebilmektedirler (Çiftçi, 2003, s.35). Aynı durumu yaşayan görüşmeci bu konudaki görüşlerini ifade etmektedir:

‘İş ve aile hayatı olmuyor. Geriye dönüp baktığım zaman 20 yaşına gelecek oğlum var. Ben senden hiçbir şey anlamadım diyorum. Ailem de destek oldu çünkü sabahtan oraya bırakıyordum doğal olarak çocuğu yanımda taşıyamam. Çocuk böyle büyüyor. Böyle de çocuğun sevgisinde azalma oluyor. Biraz ipler kopuyor.’ (K.G 7)

‘Düzgün bir aile hayatım yoktu. Sabah 8 çıkıp akşam 2’de girmek, 12’de girmek . Hiç bir şeye vaktim yoktu, düzen tamamen bozulmuştu. Çocuklarla ilgilenme gibi bir âlâkâm yoktu. Bir sabahleyin kahvaltıda beraber oluyorduk onun haricinde hepsini eşim yediriyor, içiriyor, uyutuyordu. Ben evi otel gibi kullandım. Eşim zaten çocuklara bakmasa, küçük oğlum kayıinvalidedeydi ama büyük oğlanın yemesi, içmesi, banyosu her şeyiyle eşim ilgileniyordu.’ (K.G 14)

3.1.7.9 Ev İşleri Üzerindeki Etkileri

Cinsiyetçi iş bölümünün değişmemesinden dolayı ev işleri ve çocuk bakımının genellikle kadına kalması, kadının farklı roller üstlenmesi sonucunu doğurmaktadır. Kadınlar işten sonra evde ikinci bir iş zamanı yaşamaktadır. Günümüzde kadın emeğinin büyük oranda ev içinde harcandığı bir gerçektir. (TİSK, 2002, s.37). Ev işlerinin yürütülmesi sorumluluğu kadının üzerinde kalmıştır. Bu konudaki sıkıntılarını ifade eden kadınlar görüşlerini şu şekilde belirtmişlerdir:

‘Ev işi zor oluyor. Ev hanımının gösterdiği temizlik düzen ister istemez iş kadınında olmuyor. Bazen evi dağınık bırakıp çıkmak zorunda kalıyorum. Ya da eve gider gitmez kıyafetlerimi çıkarmadan hemen yemek işine girmek zorunda kalıyorum.’ (K.G 13)

Uzun çalışma saatlerinden sonra kadın yorgun olarak geldiği evde bulaşık ve çamaşır yıkamak, ütü yapmak gibi ev işleriyle ilgilenmek zorundadır. Oysa erkek için ev dinlenme yeridir (Çiftçi, 2003, s.36).

‘Kadınsanız yapmak zorundasınız, yok eşim yardımcı olmuyordu. Hepsini yapmak zorundasınız aksadığında her şey alt üst oluyor. İlk zamanlarda ekonomik durumunuz yeterli olmadığı için temizliğe kadın filan da alamıyorsunuz. Her şey size bakıyor.’ (K.G 4)

‘Yapıyorum tabi, paylaşıyoruz ama. Günümüz şartları artık insanı yoğun tempoda çalıştırdığı için, çocuğu filan düşünemiyorum şimdi erteliyorum biraz yoğunluktan dolayı.’ (K.G 9)

Görüşme yapılan kadın gazetecilere eşlerinin mesleklerine nasıl baktığı sorusu sorulduğunda genelde medya sektörünün çalışma şartlarının zorluğundan dolayı, bu mesleğin kadınlara çok uygun görülmediğini eşlerinin kendilerine çok destek olmadığını ifade etmişlerdir. Kadın gazetecilerden bir tanesi eşinin maddi sıkıntılarından dolayı mecburen medya alanında çalışmaya başlamış fakat eşi bu sektörde çalışmasından duyduğu rahatsızlığı şu şekilde dile getirmiştir:

‘Benim için şöyle sorun oluyordu. Çocuğum vardı, evliydim. Eve gittiğim zaman gece geç olunca patron götürüyordu tabii ki. Gecenin bir yarısı eşim evde, çocuklarım evde ben evin önünde iniyorum. Eşim bu konuda rahatsızlandı laf olur, dedikodu olur diye, mahalle ortamında herkes her şeyi bilir. Ben de eşime kafanda tek soru işareti olacaksa ben işi bırakırım dedim.’(K.G 14)

Ataerkil aile yapısı ve geleneksel değerler kadınların çalışma hayatında karşılaştıkları önemli engellerden bazılarıdır. Bu bağlamda ataerkil toplum yapısını işgücü piyasası destekler ve bu koşullar altında çok az kadın için çalışma başlı başına bir amaçtır. Görüşme yapılan diğer kadın gazeteci ise ataerkil aile yapısını farklı şekilde değerlendirmiştir. Boşanmış olan kadın

gazeteci boşandıktan sonra ailesi ile yaşamaya başladığını toplumun kadına bakış açısını ataerkil yapı ile bağdaştırmıştır:

‘Ayrılmış bayanların özellikle en büyük güvencesi ailesidir. Zaten ayrı bir ev çok zor hem ekonomik olarak hem de toplumun kadına bakış açısı olarak. Beki çok bağınazca ama öncelikle erkekler eğitilmediği sürece biz bu toplumda tehlike altındayız. Ben öyle düşünüyorum. Öncelikle erkek kendine hakim olacak. Erkek bağımlısıyız önce bu ailede başlıyor, babada başlıyor, sonra okul, koca... Kadının çok fazla bir özgürlüğü olduğuna inanmıyorum.’ (K.G 7)

3.1.7.10 İş Yaşamında Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık Uygulamaları

Toplumsal cinsiyet ilişkileri, hayatın birçok alanında erkeklerin daha baskın olduğu, kadınların genellikle ikinci plana itildiği eşit olmayan güç ilişkisi içermektedir. Erkekler ve erkeklere atfedilen işlevlere ve görevlere verilen değer, birçok açıdan kadınlara ve kadınlara atfedilen işlevlere ve görevlere verilen değerden daha büyüktür. Medya sektöründe de cinsiyet ayrımcılığına maruz kaldıklarını ifade eden kadın gazeteci bu durumu şu şekilde değerlendirmektedir.

‘Haber açısından da siz zaten habere göre yönlendiriliyorsunuz. Eğer erkek elemanın yapacağı bir işse onu gönderiyorsunuz ama daha hoş ortamlarda bir toplantı varsa bayanı gönderiyorsunuz çünkü sizi temsil ediyor. Ama kaba kuvvet gerektiren yangındı, kazaydı herhangi felaket olayına erkekler gidiyor.’ (K.G 7)

Görüşme yapılan diğer bir kadın gazeteci ise işyerinde cinsiyetinden dolayı kısıtlandığını, medyanın erkek egemen sektör olması nedeniyle kadınların muhabirlik işini erkekler gibi yapamayacağını düşünen patronu tarafından sahaya çıkmasının engellendiğini ifade etmiştir:

‘Bizim patronumuzun benim dışarıya çıkmaya izin vermeyişinin sebebi: Erkekler mesela her yere girip çıkabiliyorlar. Bu benim bayan olmamdan kaynaklanıyor. Bir erkeğe kadının muhabbeti ile erkeğin muhabbeti bir

olmuyor. Erkek erkeğe daha değişik yerden, oradan buradan muhabbete giriyorlar birbirlerinin dilini anladıkları için başka yerden sıkıştırma yapabiliyorlar. Ama sen yapamıyorsun, önemli olan senin bayan olman. Her yere girip çıkamıyorsun o yüzden benim patronum bana izin vermiyor.’ (K.G 14)

Ataerkil toplum yapısında erkeğin kadından daha öncelikle ekmek parasını kazanması ve ailesine bakması beklendiği için aynı eğitim düzeyinde olan kişiler arasında cinsiyet ayrımı yapılması toplumca benimsenmiştir. Bu durumda sektörde kadınların işgücüne katılma açısından mücadele etmek zorunda kaldıkları en önemli sorunlardan biri de erkeklerle rekabet etmek zorunda kalmalarıdır. Bundan dolayı iş bulmada cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmaktadırlar. Görüşme yapılan bir kadın gazeteci işe başvuru sırasında kadın olmasından dolayı işe alınmadığını şu şekilde belirtmiştir:

‘Mesela ben birçok işi kadın olduğum için kaybetmişimdir. Kadın olduğum için sırf. Yeni bir ajans vardı, oraya haber muhabirliği için başvurmuştum. Bana açık açık ajansın temsilcisi söyledi. Erkek olsaydın alırdık ama kadın olduğun için alamıyoruz diye. Bu tür engellerle de karşılaştık.’ (K.G 17)

Cinsiyete dayalı ayrımcılık, kadınların erkekler kadar zeki, becerikli olmadığı önyargılarının temelinde kendini belli başlı şu biçimler altında göstermektedir: mesleki eğitim programlarına sadece erkeklerin gönderilmesi, terfilerin erkeklere yapılması, işten çıkarma durumlarında önceliğin kadınlara verilmesi (Toksöz ve Erdoğan, 1998, s.95). Hemen her toplumda kadınlar erkeklere oranla daha düşük statüye sahiptirler. Görüşme yapılan kadın gazeteciler mesleklerinde ayrımcılığın olduğunu kabul etmişlerdir. Farklı değerlendirmeler olsa da bugün üst yönetim kademelerinde daha çok erkeklerin yer aldığı herkes tarafından kabul edilen bir gerçektir. Kadınlar iş yaşamlarında çeşitli biçimlerde ayrımcılığa maruz kalmaktadırlar. Bunun en sık rastlanan örnekleri işe alma ve işte yükseltme de önceliğin erkeklere verilmesi ve işten çıkartmalarda ise önceliğin kadınlara verilmesidir:

‘Erkek meslektaşlarımın iki katı fazla çalışmak zorundaydım çünkü işten çıkarmalar oluyordu. İyi haber koklayıcıyım, diğer meslektaşlarımdan daha fazla çalışmak zorundaydım ve acaip seviyordum mesleğimi. Yılbaşlarında

bizde işten çıkarmalar başladığı zaman ilk önce işe yaramayanlar gider.
Bunlar çoğunlukla da bayanlardır.’ (K.G 10)

3.1.7.11 İş Yerinde Kadın ve Erkek Çalışanlar Arasındaki Farklılıklar

Geleneksel toplumsal yapıya göre ataerkil ilişki biçimlerinden dolayı çalışan kadınların erkek meslektaşlarına göre dezavantajlı konumda bulunduğu söylenebilir. Görüşme yapılan kadınlara iş yaşantılarında kadın ve erkekler arasında farklılık hissedip hissetmedikleri sorulduğu zaman büyük bir çoğunluğun kadınların kadın olmalarından dolayı gazetecilik mesleğinde başarılı olamayacaklarının düşünüldüğü ifade edilmiştir. Bu durumdan dolayı kadınlar bu düşünceleri yıkmak için erkeklerden her zaman daha fazla çalışmak zorunda kaldıklarını dile getirmişlerdir. Çünkü işten çıkartmalarda ilk akla gelen her zaman kadınlar olmuştur. Bu bağlamda medya sektöründe en fazla zarar gören kadın çalışanlardır:

‘İşten çıkarmalarda genelde kadın diye düşünülür. Çünkü kadın evinde oturur.
Çalışan kadının masrafı fazla olur. Erkek çalışsın çünkü onların evinde hanımları var diye düşünülür. (K.G 7)

‘Hissetmiyorum ama bunu birkaç yıl öncesine kadar daha fazla hissediyordum.
Erkek meslektaşlarımız biraz bize karşı yaklaşımları bu bayan işte bu işi yapamaz edemez gibisinden yaklaşımları biraz küçümseme gibi oluyordu.
Çünkü biraz bizim işimiz yangın olur, sel olur, cinayet olur, cesetlerin içinde olacaksın hani bayan olunca biraz yaklaşımlar farklı oluyordu. Gazetecilik sanki erkek işi gibi düşünülüyordu.’(K.G 17)

‘Hayır yok kendi kurumumda hissetmedim ama diğer kurumlarda var.
Bir kere erkek egemen bir toplum olduğumuz için mutlaka kadın beceremez.
Erkek ne kadar da eğitilmiş olsa bazılarında o düşünceler var. Kıskançlık var.
Haber yaptığında cinselliğini kullanarak aldığı yönünde çok eleştiriler oluyor.
Eleştiri değil tabi o nedir yargılama. Tabi ki öyle bir şey yok ama bir kıskançlık var.
Kadın daha çok çalışıyor çünkü kendinizi ispatlamak zorundasınız. Kadın olduğunuz için yerinizin geride olduğunu düşündüğünüz için daha çok çalışıyorsunuz.’(K.G 4)

Bazı kadın gazeteciler ise kadın ve erkek çalışanlar arasındaki farklılıklar olarak kadınların işlerinde erkeklere oranla daha düzenli, daha titiz çalıştıklarını ifade etmişlerdir:

‘Kadınlar daha dikkatli daha iyi yapıyorlar işlerini. Daha sorumluluk sahibi daha titizler. Arada dağlar kadar fark var.’ (K.G 3)

3.1.7.12 Yöneticiliğe Giden Yoldaki Engeller

Geçmişte, toplumsal cinsiyet ideolojisinin etkisiyle, organizasyonlarda kadınların aile yükleri ve yönetim kademelerinin gerekleri arasında denge kuramayacakları düşünülürdü (Yirmibeşoğlu, 2009, s.7). Bundan dolayı erkeğin bütün enerjisini işe verebileceği düşüncesi hâkimdi. Fakat son dönemlerde bu görüş değişmeye başladı. Çünkü artık günümüzde kadınlar da erkekler gibi organizasyonların her kademesinde yer almaya başladı. Artık kadınların da yetenekli lider ve yönetici olabileceği görüşü mevcuttur. Görüşme yapılan kadın gazetecilere yönetici olma durumunda kadın ve erkeklere eşit haklar verilip verilmediğini sorduğumuz zaman çeşitli görüşlerle karşılaştık. Bazı kadın gazeteciler sektörün erkek egemenliğinde olmasından dolayı yöneticilik pozisyonunda kadınlarla erkeklere eşit haklar verilmediğini ifade ederken bazıları ise artık bu görüşün yavaş yavaş değiştiğine dikkat çekmişlerdir:

‘Yönetici olma durumunda erkeğin tercih edileceği kanaatindeydim. Ama son zamanlarda bu değişti. Kadın faktörü gerçekten etkili olmaya başladı. Erkeklerde artık bunu görüyorlar. Kadınların yönetimde daha başarılı olduğunu da görüyorlar. Şu anda ben onun aşıldığını bayan yöneticilere yol açıldığını düşünüyorum.’ (K.G 13)

‘Evet veriliyor. Herkes kurallarını yapması gerekeni biliyor. Üst kademedeki kadınlar çok az, erkek egemen bir toplum olduğumuz için kadın yapamaz. Ben ondan daha iyi bilirim zaten gazetecilik egosu çok yüksek bir meslek. Düzelmeye yavaş yavaş başlıyor. Kadın yazarların sayısı artıyor. Kadınlar televizyon programlarına daha çok katılmaya başladılar. Kadınların etkisi yavaş yavaş etkisini göstermeye başladı.’ (K.G 9)

‘Şimdi inanıyorum. Son 2-3 yıllık bir şey. Bundan önce erkeğin öncelikle

tercih edileceğini düşünüyordum. Bir erkeğin daha şanslı olduğunu düşünüyordum. Neden çünkü bu mesleğin kadın mesleği olarak düşünülmediği için.’ (K.G 17)

Diğer görüşme yapılan kadın gazeteci ise, kadınların yönetici konumuna gelebilmek için daha çok çalıştıklarını, işlerini son derece özveri ve titizlikle sonuna kadar başarı ile götürdüklerini ifade edip görüşlerini şu şekilde belirtmiştir.

‘Benim kurumum açısından tanınıyor. Zaten bir önceki bölge müdürümüz bayandı. Son dönemlerde benim gözlemlediğim kadarıyla basın dünyasında kadınlar artık daha iyi noktalara gelmeye başladılar. Çünkü gerçekten çok çalışıyorlar, çok dikkatli, çok titizler ve verilen işi sonuna kadar başarı ile götürme konusunda çok tutkulular. Artık tercih edilmeye başlandı yavaş yavaş.’ (K.G 1)

Son kuşak içinde kadınların yığınsal olarak işgücüne katılmış olmasına ve muazzam bir değer kattıklarının genel olarak kabul görmesine rağmen, yetkinlik ve liderliğe ilişkin örgütsel tanımlar hala klişe olarak erkeklere atfedilen sıkı, kararlı ve saldırgan gibi özelliklerle yüklüdür (TMSS, 2006: 80). Bundan dolayı birçok kişi kadınların yönetici pozisyonunun getirdiği liderlik rollerinin getirdiği özelliklere sahip olmadığını düşünmektedir. Kadınların erkeklere göre daha yumuşak ve barışçıl iletişim tarzına sahip olmaları, onların iyi liderler olamayacağı görüşüne neden olarak gösterilir (Yirmibeşoğlu, 2009, s.7). Fakat görüşme yapılan kadınlar farklı bir bakış açısından bakıp, yöneticilik durumunda başarılı olabileceklerini ifade etmişlerdir:

‘Bayanlar daha iyi yönetiyor erkeklere göre çünkü biz biraz daha fazla kuralcıyız, detaycı, her şey düzgün gitsin isteriz. Ama erkekler paldır küldür çoğuyla ilgilenmezler. Onlara göre işler yürüsün nasıl yürürse yürüsün.’ (K.G 7)

Toplumda, erkeklerin bir kısmınca kadınlara yakıştırılan duygusallık, her zaman akılcı olmama, dar kapasiteli olup çok yönlü düşünememe, insancılık, pasiflik gibi özelliklerin,

yöneticilikte olumsuz sonuçlar doğurabileceği şeklinde yanlış ve yaygın bir kanı vardır (Bedük, 2005, s.113). Bu tip olumsuz düşüncelerle de baş etmek zorunda kalan kadın gazeteciler aksine kadınların da yönetim kademelerinde kendilerine has özellikleriyle başarılı olabileceklerine dikkat çekmişlerdir:

‘Ben bulunduğum konum itibariyle kurumumda ikinci yetkili olan kişiyim. Kadın olarak bana teklif edildiğinde birçok kişi yapamaz demişti. Daha hırslandım herhalde onu da duyduktan sonra. Ben birazcık yumuşak bir insanım kızamam. Yumuşak davranırım diye de düşünülüyordu. Öyleyim ama yönetici dediğiniz kişi ille de bağırın çağıran insan değilmiş. Bundan onu gördüler çok da iyi iletişim kurduk çalışan arkadaşlarımızla.’ (K.G 4)

Yöneticiliğe giden yolda çeşitli engellerle karşılaşan kadın gazetecilerin bu konuma gelmeleri kolay değildir. Öncelikle bir kadın gazetecinin yönetime gelebilmesi için medyanın erkek egemen bir sektör olması nedeniyle, kendilerini gösterebilmek için erkeklerden çok daha fazla çalışmaları gerekmektedir. Bundan dolayı kadınların yönetim kademlerine yükselişi zorlaşmaktadır:

‘Karar verenler erkek, üst düzeyde sizin yönetici olmanıza karar verecek kişi yine erkek, oda genelde yine erkekten yana oluyor. Çünkü kadın yapamaz, edemez diye düşünülüyor.’ (K.G 4)

‘Ben bir sürü erkek meslektaşım varken büro şefliği yaptım. Niye yaptım. Çünkü şansına bölge müdürü bayandı.’ (K.G 10)

‘Bayanların işi daha zor. Müdürlere bakarsanız kadın gazeteci sayısı çok fazla Ama yönetici durumuna gelen yok. Medya da genelde yok. Eşitsizlik burada da var. Hak edip de gelemeyenler aslında erkekler kadar serbest.’ (K.G 8)

‘Ben şimdi düşünüyorum sektördeki kadın yöneticileri, kadın yok içlerinde hepsi tamamen erkek. Alttan bakıyorsunuz mesela bu kadın yönetici olmayı hak ediyor ama zaten belli bir şeyden sonra pes etmek zorunda kalıyorsunuz.

Ayak kaydırmaca devreye girebiliyor, sizinle aynı pozisyonda ya da bir tık
Üstünüzde bir erkek var sizi çok kolay harcayabiliyor.’

Çalışan erkek, sadece işiyle meşguldür. Çalışan kadın ise, işiyle, ilişkisiyle, aile ve çocuklarla, evin düzeni ve işleyişiyle ve bir de kişisel bakımıyla meşguldür. Toplum tarafından tanımlanan rolleri, sorumlulukları ve yükleri daha fazladır. Bugün birçok evde erkekler kadar kadınlar da çalışıyor olmasına rağmen, birçok kuruluş kadınların öncelikle ocaktan sorumlu olduğu ev işlerine ilişkin tarihsel işbölümü hala geçerliymiş gibi davranıyor (TMSS, 2006, s. 80). Bundan dolayı kadınların yönetici kademelerine ilerlemesindeki diğer bir engel ise kadınların kendilerine yüklenen toplumsal rolleridir:

‘Kadının sorumluluğunun fazla olmasından kaynaklanan bir eşitsizlik var. Erkek eve geç gittiği zaman ya da evde temizlik yapmadığı zaman sorun olmaz ama bu evin düzeninin sürdürebilmesi için kadının mutlaka o işleri yapması gerekiyor. Çocuğa erkek zaman ayırmadığı zaman sorun olmaz ama kadın ayırmadığı zaman çok problem olur. Ben yönetici konumundaydım ve 2 yıl yaptım, bıraktım. Daha farklı bir pozisyonda üst kademeye ilerleyebilirdim ama onu teptim çünkü ailemi tercih ettim. Bizim işte maalesef yönetici olacaksınız ya çocuk ya iş ya ev bir şeyleri tercih etmek zorundasınız. Bu bir tercih meselesi tercih yapmaya mecburuz.’ (K.G 5)

‘Erkeği geç saatlere kadar çalıştırırsınız sonuçta bir telefona bakar ama evle ilgili aile hayatında kadının sorumluluğu çok daha fazla.’(K.G 7)

Geleneksel cinsiyet rolleri aile, akrabalar, okul ve kitle iletişim araçları yoluyla öğrenilir. İş yaşamında kadına konulan cam tavan engeli yoğun olarak üst yönetim kademelerine yaklaştıkça hissedilmeye başlanır. Ancak kadına hayatı boyunca oynaması gereken roller küçük yaşlardan itibaren öğretilmeye başlanır. Sonuç olarak cam tavan uygulaması üst kademelere yaklaştıkça hissediliyor gibi gözükse de küçük yaşlardan itibaren devam eden bir süreçtir ve kadınların sınırları çocukluğundan itibaren çizilmektedir. Görüşme yapılan gazetecilerden biri bu konudaki görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir:

‘Kadınlar muhabirlikten yönetici konumuna geçme durumuna geldiklerinde erkeklerin onlardan bir adım önde olduklarını biliyorlar. Orda bir yarış zaten olmuyor. Bu toplumdaki genel kadın erkek ayrımından kaynaklanıyor. O kadınlar muhabirken sokaktayken eşit ama yönetici pozisyonunda erkeklerin bir adım gerisinde. Bildiğimiz o toplumdaki bir ayrışmanın yansıması. Yoksa sokakta koşturur, cinayete gider, gece çalışmaya gider hani bir erkeğin bile zorlanacağı alanlarda erkeklerle eşit oranda çalışır ama iş yönetmeye geldiği zaman yoktur.’ (K.G 8)

3.1.7.13 Ücret Konusundaki Eşitsizlikler

Görüşme yapılan kadın gazetecilere ücret konusunda eşit işe eşit ücret alıp almadıklarını sorulduğu zaman, bütün kadın gazeteciler bu konuda kadın erkek arasında ayrımcılık yapılmaksızın gazetecilerin hak ettikleri maaşı almadıklarını belirttiler. Basında genel olarak maaşların düşük olduğunu belirten kadınlar bu konudaki görüşlerini ifade etmişlerdir:

‘Kadın erkekle ilgisi yok. Gazeteciler hak ettikleri parayı kazanmıyorlar. Kadın olsun erkek olsun fark etmiyor.’ (K.G 17)

‘Bayan erkeği yok kesinlikle insanlar hak ettikleri maaşı almıyorlar. Erkek de olsun kadında olsun orda haksızlık etmeyeyim.’ (K.G 3)

Gazetede yazı işleri müdürü olan bir kadın gazeteci ise konumunun yüksek olmasına rağmen pek çok farklı kategorideki arkadaşı ile aynı maaşı aldığını belirtmiştir. Ayrıca patronlarının bu konudaki görüşüne de dikkat çekerek, bu konudaki görüşleri şu şekilde dile getirmiştir:

‘Biz hak ettiğimiz maaşı almıyoruz ki. Benim muhabirle maaşım hemen hemen aynı. Sayfa yapan arkadaşım ile aynı. Biz bunu bildirdik, sorumluluğum çok fazla. Ben hiç zam istemedim, ilk defa bu sene istedim Benim patronumun söylediği şudur. Benim verebileceğim maaş bu kadar yerellere destek yok, çalışmak istiyorsanız buyurun istemiyorsanız da yolunuz açık olsun.’ (K.G 14)

3.1.7.14 Yerel Medya ve Ulusal Medya Çalışanları Arasındaki Farklar

Medya ulusal ve yerel tabanlı olmak üzere iki şekilde işleyişini sürdürmektedir. Yerel medya demek, yerel unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkaran, yerel sorunlar karşısında bölge halkını bilgilendiren, bilinçlendiren ve kamuoyu oluşturan araçlardır. Ayrıca yerel medya kuruluşları ulusal medyaya malzeme sağlayan, haber kaynağı oluşturan, doğrudan halkla iç içe yaşadığı için bölgesel olaylara önem veren kuruluşlardır. Görüşme yapılan kadın gazetecilerin birçoğu hem yerel hem ulusal medyada çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Genel olarak görüşülen kadın gazeteciler yerel medyanın koşullarından dolayı çalışanların imkânlarının daha kısıtlı olduğunu ve yerel medyada gazeteciliğin daha zor şartlar altında yapıldığını ifade etmişlerdir. Ayrıca günümüzde yerel gazetelerin çok sık açılıp kapanması nedeniyle zamanla güvenirliliğini yitirdiklerini belirtmişlerdir. Bunun üzerine kendilerine ulusal medya çalışanı olmakla yerel medya çalışanı olmak arasında ne gibi farklar olduğunu sorduğumuz zaman bu konudaki fikirlerini şu şekilde belirtmişlerdir:

‘Yerel medya tamamen bölge odaklı haber veren. Ulusal medyada olunca daha ciddi olabilir daha heyecanlı olabilir çünkü Türkiye düzeyinde. Yerine göre çok avantajınız var röportaj alırken zorlanmıyorsunuz. Genelde Antalya’da 20-25 tane yerel gazete var. Sürekli yerel gazete açılıyor, adını bile bilmiyorsunuz.’ (K.G 9)

‘Maaş statüsü açısından farkları var. Ulusal medya çalışanlarının şartları yerel medya çalışanlarına göre daha iyi. Hem de sektörde tercih edilebilirlik yönünden farkları var. Bir yeri aradığınızda yerel medyadan olunca sizi atlatabiliyorlar, o konuyla ilgili bilgi vermek istemiyorlar. Randevu vermek istemiyorlar. Ama ulusal basından aradığınız zaman tercih sebebi oluyorsunuz.(K.G 6)

‘İmkânlar anlamında var. Ciddiye alınma anlamında var. Antalya’da yerel güçlü olsa ulusal muhabir farklılığı olmaz. Aksine daha çok ses getirir, daha çok ciddiye alınır. Antalya’nın güçlü yerel bir medyası yok.’(K.G 5)

‘Yerel medya çalışanı arkadaşlarımız daha şanssız. Ücret konusunda

da şansız görüyorum koşullarda da. Yerel medya çok fazla olanak sağlamıyor. Araç konuları problemlidir. Bunlar bir muhabir için çok önemli. Artı bizim donanımlarımız var, laptoplarımız var ama onların o şansı yok. İmkanları her anlamda daha kısıtlı. İmkanları dahilinde çalışmak zorunda kalıyorlar.’(K.G 3)

Bu sektöre uzun yıllar emek vermiş kadın gazetecilerin bazıları sektöre ilk başladıklarında yerel gazetelerin çok iyi hatta mükemmel olduklarını belirtmişlerdir. Yerel televizyon ve yerel gazeteler vatandaş tarafından çok ilgi gördüğünü ve vatandaşın bunu sahiplendiklerini dile getirmişlerdir. Hatta yerel gazetelerin sayılarının bu zamanki kadar fazla olmadığını şimdi önüne gelen herkesin yerel gazete açtıklarını ifade etmişler bu yüzden zamanla yerel gazeteciliğin saygınlığını yitirdiğine dikkat çekmişlerdir. Bu yüzden de yerel gazete okuyucusu zamanla azalmıştır:

‘Antalya’da yerel gazete okuyucu çok az maalesef. Yerel gazete okuyucusu çok az olduğu için firmalar özel ya da kamusal bir haber olduğu zaman hiç kimsenin aklına X yerel gazetesini arayayım demek aklına gelmiyor. Herkesin aklına ulusal gazeteleri arayayım demek geliyor. (K.G 6)

Ayrıca ulusal gazetelerin çıkardıkları ekler yüzünden yerel medya sekteye uğramış ve bu ulusal gazetelerin eklerinden sonra yerel basına destek ve ilgi azalmıştır. Okuyucu ulusal basının renkli ve kaliteli baskıya sahip aynı zamanda haber açısından daha yoğun olan bir gazeteyi yerel basına tercih etmektedir (Faraç, 1999, s.27). Bundan dolayı da yerel medya ikinci plana itilmiştir. Bunun nedenlerinden biri de ulusal basının ek olarak yerel haberleri içeren sayfalar çıkarmasıdır:

‘Yerellere destek yok. Adam diyor ki 50 kuruşa 8 sayfalık gazete alacağıma daha fazla veririm ulusal alırım diyor. Ulusalın ekleri de olduğu için. Oysaki şunu düşünmüyor. Yereller haberleri daha taze yapıyor ama ulusal bu tip haberleri cumartesi günü ekinde veriyor.’(K.G 14)

‘Antalya’daki ulusal gazetelerin ekleri özellikle yerel gazeteciliğe çok büyük

sekte vurmuşlardır. İnsanlar 70-80 sayfalık büyük gazeteleri almayı tercih ediyorlar. Yerel gazetecilerin gazetecilik anlayışı kısıtlı 8 sayfa ile kısıtlanıyorsunuz.’ (K.G 7)

1980’den sonra Türk toplumu yeni bir sürece daha dahil olmuştur. Bu süreç liberal ekonominin tüm devlet ve bireyler tarafından benimsenmesi ve gündelik hayatta yer bulmasıdır. Bu dönüşüm her alanı etkilediği gibi yerel basını da etkilemiştir. Bu bağlamda medya sahipliğinin değişmesi aynı zamanda yerel basını da etkilemiştir. Tek bir bölgede, il ya da beldede yayın yapan yerel gazetelerin çalıştıkları alan yaygın basına göre daha küçük olduğundan muhatap oldukları sosyal ve ekonomik çevrelerle daha yakın ilişkiler yaşanmaktadır (Yılmaz, 2009, s.139) Bu konudaki görüşünü kadın gazeteci şu şekilde dile getirmiştir:

‘Yerel medya biraz tehditkâr ulusal medyaya kıyasla. Çünkü sahipleri ahabap dost ilişkileri var ama tehditkar şekilde.’ (K.G 12)

‘Yerel medyanın hayatını devam ettirebilmesi için onu bazı haber kaynaklarına bağlı hale getiriyor ve özgün habercilik yapamıyorsunuz. O yüzden habere ulaşma anlamında ulusal gazetelerin ekleri daha şanslı. Yerel gazete de gazetecilik yapmak daha zor.’ (K.G 8)

Bu görüşlerden de anlaşıldığı gibi yerel medya da kurulan yakın ilişkilerden dolayı haberlerin özgür bir biçimde tarafsız olarak topluma iletilmemektedir. Bu konudaki duyduğu rahatsızlığı dile getiren kadın gazeteci görüşlerini şu şekilde belirtmiştir:

‘Siz patronunuzun arkadaşının dostluk kurduğu kişinin olumsuz yönünü görüp onun haberini yapamıyorsunuz. Yani doğru haber elinizde belgeniz de mevcut, bunu yansıtamıyorsunuz. Çünkü o kişinin ilişkileri bozulacak. Siz yapsanız bile telefonla açıp senin muhabirin geldi, rica ediyorum yayınlama diyebiliyorlar.’ (K.G 12)

Yerel Basının en büyük ekonomik kaynağı devletin resmi ilanıdır. Standardı yüksek bir yayıncılık yapılabilmesi için yetersiz olan bu kaynağın, tamamen yok olması halinde pek

azının ayakta kalabileceği kesindir. Fakat yayınlandıkları bölgenin siyasi arenasında önemli rol oynayan yerel gazeteler bu ilanlardan her zaman faydalanamamakta ve siyasi ilişkiler çerçevesinde her partinin kendine yakın olan yerel gazeteyi desteklemesinden dolayı yerel gazeteler zor şartlarda çalışmaktadırlar:

‘Yerel gazetelerin çoğu ilanlarla özellikle resmi ilanlarla ayakta duruyor. Bayramda seyranda 10 kasımda her parti kendine yakın bulduğu gazeteye ilan verir ben bunu çok yaşadım. Gazetecilik hayatımda kimseye açıp da bana ilan verir misiniz demedim. Ben gazeteciyim reklam peşinde koşan biri değilim. A partinin iktidar döneminde B parti bizi dışladı. Abone bile yapmadılar bizi. Diğer gazetelerden 40’ar tane alırken bizi dışladılar.’(K.G 7)

3.1.7.15 Siyasal İktidarın Medyaya Etkisi

Kitle medyası ya da diğer bir ifade ile holding medyası, gerek ulusal, gerekse uluslararası siyasette belirleyici bir etken olmaya başlamıştır. Medyanın çok önemli bir güç olduğu dikkate alındığında, medya patronlarının hem medya sektöründe hem de medya dışı alanlarda son derece büyük ekonomik güce sahip olmaları, birçok sakıncalı durumu da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda medya organlarının mülkiyetinin büyük sermaye gruplarının eline geçmesinden dolayı, bazı iktidar odaklarının lehine kampanyalar yürütmesi ve onlarla çıkar birliği içine girmesi ayrıca medya alanı dışında yatırım yapan medya sahiplerinin de siyasal iktidar ile aralarında iş ilişkileri içerisinde olduğu günümüzde açıkça görülebilmektedir. Bu yüzden medya sahipleri ellerindeki medya gücünü kullanarak çıkar sağlama yoluna gidebilmekte ya da siyasal iktidar medyayı kontrol altında tutabilmek amacıyla medya sahipleri lehine hukuka uygun olmayan bir takım işlemler yapabilmektedir. (Büyükbaykal, 2011, s.49). 1980 sonrası dönemde medya ve iktidar arasında kurulan yakın ilişkinin olumsuz etkileri görüşme yapılanlar tarafından şöyle dile getirilmiştir:

‘Siyasi iktidar reklam ya da patronun işine de bağlı. Bir takım şeyleri göze almak zorunda kalıyorsunuz. Siyasi ortama baktığınız zaman herkeste bir korku. Artık çomak sokamıyorsunuz bir olaya. Hayatınızın bozulmasını, güvenliğinizin tehlike altına girmesini istemiyorsunuz.’(K.G 7)

‘Gazeteciler eylem yaptı günlerce içeride mahkum gazeteciler için. Hiç yayınlamadılar bunu yani yokmuş gibi davrandılar. Binlerce insan tepki gösterdi. Gazeteye bakıyorsunuz tek bir haber girmemişler.’(K.G 1)

‘Birçok gazete bundan çok etkileniyor. Özellikle yereller çok etkileniyor. İktidarda artık herkes gücünün yanında olmaya başladı. İktidarda kim varsa ona göre reklam verenin yanında. Çünkü gazeteyi ayakta tutan reklamdır. Çok iyisindir, çok süpersindir ama yayınlanmayınca bir anlamı yok zaten. Para olmayınca istediğin kadar etik değerden bahset. Çıkamaz o gazete.’(K.G 9)

1980 sonrası dönemde küreselleşme ve neo-liberal politikaların etkisiyle medya sahiplerinin değişmesinden kaynaklanan ve iktidar ile çıkar ilişkileri içerisinde bulunan medya sektöründen duyduğu rahatsızlığı belirten kadın gazeteci görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

‘Gazetecilik sektöründeki gazete patronları gazeteci değiller, işadamları. Dolayısıyla bazı şeyler para ile dönüyor. Ulusal da böyle yerel de böyle durum.’ (K.G 9)

Bu görüşlerden anlaşıldığı üzere, kadın erkek ayırmaksızın tüm medya çalışanları iktidarın egemenliği altında zor şartlarda görevini yapmaktadır. Medya özgürlüğünden söz etmenin çok mümkün olmadığı bu zor çalışma şartlarında, görevlerini iktidar korkusuyla devam ettirdiklerini dile getirmişlerdir:

‘Haberleri okuduğunuz zaman o cümlelerin iktidar korkusuyla o şekle dönüştürüldüğünü fark edebiliyorsunuz. Bunu bir gazeteci değil, bir okur da çok net bir şekilde orda iktidar nedeniyle bir korku cümlesi olduğunu anlar.’(K.G 8)

‘Yasalar tam uygulanırsa hiçbir gazete doğru düzgün basılamaz. Hiçbir haber yer almaz. O cezalar tam uygulansa mümkün değil gazetecilik yapmanın imkanı yok. Şu anda soft bir gazetecilik yapıyoruz. Kısıtlamıyorlar

sadece yayınlamıyorlar, sen istediğin kadar haberini yap. Ben buradaki büroya bağlıyım. Büro bakıyor, haber değeri görmüyor servis bile yapılmıyor İstanbul'a. Oto sansür uygulamaları gibi gidiyor.'(K.G 10)

'Benim çalıştığım gazete siyasi iktidarın gazetesi olarak lanse ediliyor ki öyle. Daha doğrusu her iktidar kendi medyasını yaratıyor. Benim gazetem de bu iktidarın medyası. Etkisi nasıl oluyor mesela her şeyi yazamıyorsunuz. Bir partinin il başkanının iktidar partisi ile ilgili eleştiri yaptığında siz onu yazamıyorsunuz. Daha doğrusu yazıyorsunuz ama yayınlanmıyor. Haberi farklı bir açıdan görmeniz gerekiyor. Asıl görmeniz gereken o iken başka yönlerden başka bir önemsiz ayrıntıyı ön plana çıkartıyorsunuz.'(K.G 12)

3.1.7.16 Medyada Kadın İmajının Kullanımı

Günümüzde artık dergilerde, gazeteler de ya da televizyonlarda güzel bir kadınla karşılaşmak son derece doğal bir hale gelmiştir. Özellikle gazetelerde kadınlara namus, töre cinayeti gibi konular çerçevesinde ya da kimi gazetelerin arka sayfalarında arka sayfa güzeli olarak kadın bedenini öne çıkaran fotoğraflara yer verilmektedir. Çoğu zaman bir kaza haberi bile kadın bedenini teşhir eden fotoğraflar ile birlikte sunulmaktadır. Bu da kadın cinselliğinin medyada kullanılmasına bir örnektir. Bu bağlamda görsel basının reyting hesabını, yazılı basının da tiraj hesabını kadın bedeni üzerinden yaptığını söylemek mümkündür (Büyükbaykal, 2011, s. 21) Görüşme yapılan kadın gazetecilere medya da kadın imajının nasıl kullanıldığını sorduğumuz zaman bu konudaki fikirlerini şu şekilde dile getirmişlerdir:

'Kadın arka sayfa güzeli, hala düşünürseniz bir cinayet haberinde kadın güzelse haber daha birinci sayfalardan yer alır. Hikayeleri yayınlanır. Kadın hala meta gibi kullanılıyor. Görsel materyal.'(K.G 4)

'Kadının güzelliği, cinselliği ön plana çıkarılıyor gazetelerde. reklamlarda da bu böyle. Ölen kadın güzel bir kadınsa haber geniş giriyor, çirkin biriyse daha farklı giriyor. Nasıl arka sayfa da bir kapak güzeli gazeteyi sattırıyorsa, dikkat çektirip aldırıyorsa aynı şekilde haberlerdeki güzel kadın fotoğrafı da gazeteyi aldırıyor.

Görünür kılıyor. Mesela ben okullara gidiyorum eğitim sayfası hazırlıyorum. Orada da güzel kızların resmini çekiyorum çünkü öyle istiyorlar.’ (K.G 12)

Kadınlar medya da artık görsel bir objeye dönüşmüşlerdir. Gazeteye konu olan kadınlar her zaman güzel kadınlardır ya da televizyon ekranlarında izlediğimiz kadınlarda aranan en önemli özellikler kadının bakımlı ve güzel olmasıdır. Bu konuya dikkat çeken kadın gazeteci bu konudan duyduğu rahatsızlığı şu şekilde dile getirmiştir:

‘Haber spikerlerini de bu işin bir parçası olarak kabul edersek görselliğe çok önem veriyorlar. Bizim işimizde de böyle. İlla kadın güzel olacak çirkin kadına iş yok.’(K.G 11)

‘Güzel kadın her yerde iş buluyor. Türkiye’nin değişmez kuralı bu.’

Görüşmeciler genellikle gazetelerin birinci sayfalarında güzel bir kadın haberinin verilmesine önem verildiğini ifade etmişlerdir. Arka sayfa güzelleri ve magazin haberleri, üçüncü sayfa haberleri dışında kadın haberlerine pek rastlanmamaktadır. Özellikle ekonomi sayfalarında işinde başarı ile gündeme gelen kadın haberlerine rastlanılmamaktadır. Çünkü gazetelerde çoğu zaman kadınlar, medya da erkeklerden farklı olarak düşünceleriyle değil, görünümüleriyle yer bulabilmektedirler (Büyükbaykal, 2001, s.28) Bu konuda görüşlerini ifade eden kadın gazetecilerin hepsi bu ortak görüşe katılmaktadırlar:

‘Medya da kadın imajı maalesef hala değişmiyor. Güzel kadın birinci sayfaları süslüyor. Ne tarz bir haber olursa en başarılı bir kadın bile kim olursa gazetelerde yer almıyor. Böyle hala çarpık bir şey devam ediyor maalesef.’ (K.G 3)

Günümüzde günlük gazeteler haberin içeriği ne olursa olsun, kadınları görsel malzemelerinin temeli olarak kullanmayı ilke haline getirmişlerdir. Bu da gazetelerin kadınları suistimal edici tutumlarının açık bir göstergesidir (Saktanber, 2010, s.202). Çoğu zaman medya da kadın

olgusunun kullanımı farklı boyutlara ulaşabilmekte ve kadından bir meta olarak yararlanılmaktadır:

‘Kadın her zaman bir nevi seks objesi, bu böyle gelmiş. Şuanda da böyle değil demek anlamsız. Çünkü bir fotoğraf verilirken bile kadınlı fotoğraf yok mu diye soruyorlar. Haberi en çok satan fotoğraflar bunlar. Foto satıyor haberi. Kadın dikkat çekiyor, kadın hoş geliyor göze. Gazeteler de bunu iyi bir şekilde okuyuculara sunuyor, iyi şekilde değerlendiriyor.’(K.G 9)

‘Kadın bir meta olarak görünüyor. Daha önce çalıştığım gazetelerde de kadın ölmüş, kadın güzel mi diye soran şeflerimiz oldu. Ölmüş gitmiş artık kadın yok. O bir obje.’ (K.G 5)

‘Hiç bu kadar çirkefleşmemişti. Eskiden de vardı son sayfa da en azından mayolu, mankenlerinin haberlerinin filan bizde kullanıyorduk ama şu anda internet sitelerine baktığınız zaman o kelimeyi kullanmak istemiyorum ama o tarafa doğru yol almakta. Ahlaksız boyuta doğru gidiyor. İnsanlar haber okumak yerine bu tip şeylerle uğraşıyorlar.’(K.G 7)

‘Kötü kullanılıyor tabii ki ve ben de gazeteci olarak o suçu işleyenlerdenim. Geçen gün mesele bir muhabir arkadaş kız çok güzel haber çok güzel girecek dedi. Bunu söyleyen de kadın muhabir. Gerçekten gazeteye çok güzel girdi haber ama o kız o kadar güzel olmasa o kadar geniş yer almazdı haber.’(K.G 1)

‘Sayfa sekreterlerinin hala büyük çoğunluğu erkek. Sayfaları hazırlayan kişiler görsel olarak insanlara estetik olsun istiyorlar. Şöyle bakın sayfaya hepsi estetik, hepsi kadın. Kaç tane erkek var ya da kaç tane çirkin kadın var ne yazık ki.’ (K.G 1)

3.1.7.17 Ülkemiz Kadınının Konumu

Kadınların toplumsal gelişme olanaklarından erkeklerle eşit düzeyde faydalanamadıkları görülmektedir. Bundan dolayı eğitim, iş hayatına ve karar verme süreçlerine katılım açısından Türkiye’de cinsler arasında fırsat eşitsizliklerinin yaşandığı açıkça görülmektedir. Kadınlar aile ve toplumdaki egemenlik ilişkilerinde çoğunlukla ezilen taraftır (Özbay, 2010: 115). Dolayısıyla görüşme yapılan kadın gazetecilere ülkemiz kadınının birkaç kelime ile tanımlandığınız zaman hangi kelimeleri kullanırdınız diye sorulduğunda, kadınların fedakar, çilekeş, ezik ve çalışkan olduklarına vurgu yapıp, bu konudaki görüşlerini şu şekilde ifade etmişlerdir:

‘Fedakar, cefakar her noktada kendinden ödün vermek zorunda oldukları bir konumdalar. Aile yaşamı olsun iş yaşamı olsun kendinden ödün verdikleri sürece kadınlar mutlu ve kabul olabilirler. Asi olduğumuz zaman toplum tarafından kabul edilen kadın olmuyoruz.’(K.G 13)

‘İlk aklıma benim annem geliyor. Kadınlar çalışmalı kendi ayakları üzerinde durmalı. Çünkü benim annem çalışan bir kadın değil ev kadını. Dolayısıyla zaman zaman babamın üzerindeki baskılarını görüyorum, hissediyorum.’ (K.G 12)

‘Sabırlı, paylaşımcı, sevecen ve çok fedakar. Ülkemiz kadını gelince aklıma hemen tarlada çalışan kadın geldi aklıma. İşte çalışan kadın hiç düşünmedim açıkçası. Tarlada çalışan, köyde dayak yiyen, kadın ölümlerinin sayısı ciddi şekilde arttı. Hep gözüme mağdur kadın geldi.’ (K.G 9)

‘Bastırılmış, sindirilmiş, korkutulmuş. Ne kadar özgürüm deseniz de mutlaka bir baskı var.’(K.G 7)

3.1.7.18 Türkiye’deki Toplumsal Sorunlar ve Kadın Hareketi

Görüşme yapılan kadın gazetecilere Türkiye’de yaşayan kadınları toplumsal sorunlara karşı duyarlı buluyor musunuz diye sorulduğu zaman görüşmecilerden 13 tanesi kadınları toplumsal sorunlara karşı duyarlı bulmadığını ifade edip sadece 4 tanesi kadınları kısmen de olsa toplumsal sorunlara karşı duyarlı olduklarını belirtmişlerdir. Birçok kadın gazeteci de

Türkiye’de eğitim düzeyinin çok düşük olmasından dolayı kadınların toplumsal sorunlardan haberdar bile olmadıklarını görüşünü paylaşmışlardır. Görüşme yapılan kadınları duyarlı bulan kadın gazeteci bu konudaki görüşlerini şu şekilde ifade etmişlerdir:

‘Son yıllarda buluyorum. Eskisi gibi değil. Eskiden kadınlar çok ses çıkartmıyorlardı her türlü olaya karşı, hem kendilerine yapılan haksızlıklara karşı. Ama son yıllarda biraz daha bilinçleniyoruz galiba.’ (K.G 17)

‘Kırsal ve şehirlere baktığımız zaman ikiye ayrılıyor. Şehirli kadınlar toplumsal sorunlara son yıllarda duyarlı davranmaya başladılar ama maalesef denizde kum tanesi kadarlar.’ (K.G 6)

‘Kadınlar artık baş kaldırmaya başladı. Çünkü internet var her yere giriyorlar, televizyonlar var. Kadın yavaş yavaş bilinçlenmeye başladı. Bu yüksek düzeyde değil ama az düzeyde ama artık bir kıpırtı başladı. Kadın artık toplumsal olaylara karşı, kendine yapılan şiddete karşı tepki duymaya başladı. Belki dur diyemiyor ama ben bunu niye yaşıyorum demeye başladı.’ (K.G 9)

Kadın gazetecilere yöneltilen diğer bir soru ise Türkiye’de bir kadın hareketi olup olmadığı ve bu hareketi nasıl yorumladıkları sorulduğu zaman yine görüşmecilerden sadece 4 tanesi bir kadın hareketi olduğu geriye kalan 13 görüşmeci ise bir kadın hareketi olmadığını belirtmişlerdir. Fakat Türkiye’de kadın hareketi var diyen kadın gazeteciler de bunun var olduğunu ama yeterli olmadığını dile getirmişlerdir:

‘Yavaş yavaş var. En basiti Antalya için konuşayım. Kadın dernek sayıları arttı. Girişimcilik haftası düzenleniyor ve temsil üyeleri kadın çoğunlukta seçiliyor.’ (K.G 15)

‘İyi niyetli sivil toplum kuruluşları var. Haksızlık etmeyelim. Ama onları da suçlamıyorum bunlar çok iyi niyetli çalışıyorlar, çok hak ettikleri değeri bulamıyorlar.’ (K.G 3)

3.1.7.19 Kadının Bilinçlenmesi, Sahip Olması Gereken Hakları Kazanabilmesi İçin Neler Yapılmalı

Görüşme yapılan kadın gazetecilere kadınların bilinçlenmesi, sahip oldukları hakları edinebilmesi için Türkiye’de nelerin değişmesi gerektiği sorulduğu zaman bütün kadınların birleştikleri ortak nokta kadınların kendi ayakları üzerinde durup maddi güce sahip olmaları ve kadınların eğitilmesi gerektiği konusunda hem fikirdirler. Bu konudaki görüşlerini şu şekilde dile getirmişlerdir:

‘Eğitim şart, kadınlarımızın eğitilmesi gerekiyor ama sadece kadınlarımızın değil. Türkiye’de kadın erkek eşitsizliği yok, kadın erkek eğitimsizliği var. İnsanı insan yapan eğitim. Türkiye’de ciddi anlamda eğitim problemi var.’ (K.G 13)

‘Kadınlar güçlü olduğunu göstermeliler. Her yerde öne çıkmadıkça erkek hakimiyetini sürdürür. Hangi alanda başarılılarsa o alanda başarılarını göstermeleri lazım. Hangi sektörde çalışıyorlarsa o sektörde üstünlüklerini göstersinler.’ (K.G 2)

‘Kadınların maddi güçlerini ele almaları gerekiyor. Maalesef hala orada tıkanıyoruz. Evde çalışan kadınlar kendi hayatlarını devam ettirebilecek geliri olursa, her şey eğitimle ilgili değil. Maddi güçle doğru orantılı.’ (K.G 3)

‘Eğitim sadece okula gitmek değil. Kadının kadın olduğunun farkına varması gerekir. Ekonomik gücü olacak ama sadece ekonomik güç yeterli değil. Mesela ben bir kadın biliyorum ekonomik gücü var şimdi kocasından daha çok dayak yiyor. Kısır döngü gibi. Daha önce ekonomik gücü yoktu ve ekonomik gücüm olursa bir şeyleri kırarım diye düşündü. Şimdi ekonomik gücü var ama daha çok baskı altında. Kendi ailesi kendisine sahip çıkmıyor. Yani eğitim olacak, aile sahip çıkacak, sonra da ekonomik gücü olacak. Toplumsal baskıyı üzerinde hissetmeyecek.’ (K.G 5)

SONUÇ

1980 sonrası dönemde uygulanan neo-liberal politikalar, kadın erkek tüm çalışanları olumsuz yönde etkilemiştir. Çünkü medyanın mülkiyet yapısı tekelleşmekte, küresel olarak çok uluslu sermaye ile bütünleşmektedir. Ekonomik ve siyasal alanda yaşanan bu gelişmelerde, medyanın da işleyiş mantığının değişmesine neden olmuştur. Ticaretin serbestleşmesi ve sınırların kalkmasıyla birlikte medya kuruluşları işletme mantığıyla yönetilmeye başlamıştır. Bu durumdan da en çok zarar gören taraf medya çalışanları olmuştur. Fakat çalışan kadınlar erkeklere göre bu dönemde en çok etkilenen taraf olmuştur. Pek çok sayıda kadın çalışan işini kaybetmiş, geriye kalanlar da her an işini kaybetme korkusuyla çalışma yaşamlarına devam etmişlerdir.

1980'li yıllardan sonra kadın gazeteci sayısı artmış ve çok sayıda kadın medya alanında çalışmaya başlamıştır. Görüşme yapılan kadın gazetecilerin de ifade ettiği gibi kadın çalışanların iş yaşamında daha titiz davranışları ve iletişime açık olmaları, aynı zamanda bu mesleği severek yapmaları daha az ücrete razı olmalarına neden olmuştur. Fakat kadın gazeteci sayısındaki bu artışa rağmen aynı durum yönetim kademeleri için geçerli değildir, basın sektöründe kadınlar alt kademe görevlerde genellikle muhabir düzeyinde görev yapmaktadırlar. Kadınlar hak ettikleri konumlara gelememiş, karar verme noktalarına yani üst düzey görevlere erkeklere oranla hem daha zor şartlarda yükselmişlerdir.

Görüşme yapılan kadın gazetecilerin de ifade ettiği gibi medya alanında çalışan kadın gazetecilerin pek çok sorunu vardır. Bu sektörde çalışmanın diğer sektörlerden en büyük farkı sürekli uzun çalışma saatleri gerektirmesi, sık sık seyahat edilmesi ve haftada sadece bir gün izin yapılabilmesidir. Bayram, yılbaşı gibi özel günlerde de dönüşümlü olarak izin alınabilmesidir. Bu zor çalışma şartları altında kadınlar fedakârlık yapmak zorundadırlar. Evlilik ile bu mesleğin yürütülmesi ve aynı zamanda kadın çalışanların çocuklu olması bu fedakarlıkların artmasına neden olmaktadır. Bu çalışma ortamından dolayı kadın gazeteciler bu mesleğin evliliğe uygun bir meslek olmadığını düşünmekte ve evlenen kadın gazetecilerinde ya aynı sektörden kendini anlayabilecek biriyle evlendiğini ya da evlendikten sonra sektör değiştirdiklerini ifade etmişlerdir.

Medya sektöründe çalışan kadınlar çalışma şartlarının zorluklarından dolayı iş yaşamlarını ve aile hayatlarını dengelerken pek çok zorlukla mücadele etmek zorunda kalmaktadırlar. Özellikle bu sektördeki gece ve hafta sonu mesaisi gibi yoğun işlerde çalışma durumunda olmaları anne ve eş olarak yaşadıkları büyük zorluklardır ve bu durum aile yaşamlarını etkilemektedir. Böylece evlilik ilişkisi de kadının çalışmasından olumsuz etkilenmektedir. Kadının geleneksel annelik, eşlik ve ev kadınlığı rollerine bir de iş rolü eklenmektedir. Bu durumda kadınlar için iki vardiyalı bir çalışma hayatı ortaya çıkmaktadır. Görüşme yapılan kadınların ifade ettiği gibi ev işlerini paylaşmayan kadınlar, ev ve çocuk sorunluluğunun da büyük bir bölümünü üstlenmektedirler. Çalışan kadınlar içinde annelik, eşlik ve kadınlık rolleri ağır basmakta, bunları ihmal ettikleri zaman kadının kendinde suçluluk, ihmalkarlık ve yetersizlik duygusu uyandırmaktadır. Özellikle çocuk doğurduktan sonra, çocuk mu kariyer mi ikilemi arasında kalan kadın çatışma yaşamaktadır. Böylece hala ataerkil toplum yapısının benimsendiği Türkiye’de çalışan kadınların önceliği de aileleri ve çocukları olmaktadır.

Medya alanındaki kadınların karşılaştıkları diğer bir engel ise yönetim kademelerine yükselmelerindeki engellerdir. Kadın gazetecilerin yönetim kademelerinde yer almasının önünde açık engeller bulunmamakla beraber, cam tavan sendromu denilen görünmeyen engeller kadınların yönetim kademelerinde yer almalarını zorlaştırmaktadır. Zaten sürekli işten atılma tehdidiyle karşı karşıya kalan kadınlar öncelikle yönetim kademelerine gelebilmek için erkek meslektaşlarından daha çok çalışmaları gerekmektedir. Kadın çalışanların erkek meslektaşlarıyla aynı özellik ve niteliklere sahip olmalarına rağmen sektörün erkek egemen yapıya sahip olmasından dolayı yönetim kademelerinde öncelik erkeklere verilmiştir. Ayrıca yöneticilik söz konusu olduğu zaman kadının evli ve çocuklu olması, yöneticiliğe giden yolda sorumlulukların artması ve uzun çalışma saatleri gerektirmesinden dolayı kariyerini engellemekte ve kadınların üst kademelere çıkmalarını zorlaştırmaktadır.

Medya sektöründe çalışan kadınlar sık sık cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmaktadır. Pek çok kadının işe alınmasında ya da terfi etmesinde cinsiyet ayrımcılığının rolü büyüktür. Erkeklere güç ve otoritelerini sürdürme olanağı veren durumlardan kadınları dışlayarak kadınlara karşı üstünlük elde etmeye çalışmışlardır. Medyadaki kadın çalışanlar muhabirlerken haber peşinde koşarken erkeklerle eşit ama yönetici konumuna geldikleri zaman bu rekabete erkeklerin bir adım gerisinde başlamaktadırlar. Bu durumda kendini ispatlamak zorunda kalan kadın çalışanlar daha çok çalışmak zorunda kalmaktadırlar.

Günümüzde medyada çalışan kadınların karşılaştığı diğer bir zorluk ise cinsel taciz olaylarıdır. Gazetecilik sektörünün çalışma ortamından dolayı sık sık değişik ortamlara girip, çeşitli seyahat ve organizasyonlara katılmak durumunda olan kadın gazeteciler görev sırasında cinsel tacize maruz kalmaktadırlar. Cinsel araç olarak görülen kadın çalışanlar bunu dile getirdikleri zaman işten atılma tehdidiyle karşı karşıya kalmaktadırlar.

Kadın gazetecilerin de ifade ettiği gibi bu sektörde karşılaşılan diğer bir sorun ücret yetersizliği ve kadrosuz/sigortasız eleman çalıştırmaktır. Görüşme yapılan kadın gazeteciler medya sektörünün zor çalışma şartları olmasına rağmen kadın erkek demeden hak ettikleri ücretleri alamadıklarını belirtmişlerdir. Sadece tepe noktalarında çalışan belli başlı kişiler yüksek maaşlar almaktadır. Ayrıca yasalara uygun normal çalışma saatlerinden uzun çalışan medya mensupları bu çalıştıkları ek mesailer için ekstra ücret almamaktadırlar. Diğer bir sorun olan kadrosuz/sigortasız eleman çalıştırmak medya sektöründe karşılaşılan sorunlardan biridir. Medya sahipliğinin değişmesi üzerine, tamamıyla kar elde etmek amacıyla çalışmaya başlayan büyük medya kuruluşları çalışanlarının sosyal güvenliğini sağlayacak tedbirler almamaktadır. Kadrosuz olarak uzun süre çalıştırılan medya mensuplarının yanı sıra pek çok insan da deneme süresi adı altında stajyer olarak ücretsiz çalıştırılmaktadır. Bütün bu zorluklara göğüs geren medya çalışanları bu mesleğe gönül verdikleri ve sevdikleri için yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Bütün bu engellere rağmen kadınların üst kademelerde çalışmalarına imkan verilmelidir. Erkek egemen yapıya sahip olan ve erkeklere daha uygun bir meslek olarak düşünülen gazetecilik sektöründe kadınlar kadın yöneticilere daha yakın, erkekler ise kadın yöneticilere daha kapalı durmaktadır. Bu durumda erkek egemen yapıyı değiştirecek bir tutum yaratılarak, kadın yöneticilerin sayısının artması için kadınlara da erkelerle eşit fırsatlar verilmeli ve kadınlarda erkek meslektaşları ile aynı koşullar altında rekabet etmelidir.

Yeni medya düzenine göre medya kuruluşlarının işletme mantığıyla, kar etme amacıyla çalışmalarından dolayı ilan ve reklam verenlerin ve siyasal iktidarın menfaatlerine ters düşecek haberleri yapmaktan kaçınmaları gazeteciler üzerinde mesleki baskı oluşturmaktadır. Çünkü gazeteyi ayakta tutan reklamdır. Gazetecilik mesleği toplumsal işlevinden dolayı çok önemli bir meslektir. Bu nedenle gazetecilerin siyasal iktidarın çıkarlarına uygun haberler yapmaya zorlanması, gazetelerin tarafsız haber sunma ilkesini ihlal etmektedir. Gazeteciler haberlerini yaparken tarafsız ve doğru bir bakış açısı izlemelidir.

Günümüzde kadınların çoğu halen cinsel meta olarak görülmekte ve cinsellik, aldatılma gibi haberlerle medya haberlerinde yer almaktadırlar. Magazin haberleri ve üçüncü sayfa haberler dışında kadın haberlerine pek rastlanılmamaktadır. Medyada kadın hakkında haber yapılabilmesi için kadının dayak yemesi, tecavüze uğraması gibi dramatik olaylarda yer alması gerekmektedir. Ayrıca haberin niteliğine bakılmaksızın kadın ne kadar güzel ise haber gazete de o kadar geniş yer almaktadır. Gazetelerin arka sayfalarında da kadın bedenini teşhir eden kadın resimlerine yer verilmektedir. Haber değeri taşımayan bu kadın resimleri, kadın cinselliğinin medyada nasıl sömürüldüğünün bir göstergesidir. Kadınlar medyaya bu şekilde malzeme olmaktadır. Bu bağlamda kadınların yanında erkeklerin de bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi gerekmektedir. Kadına bakış açısının değiştirilmesi için her iki tarafında eğitilmesi son derece önemlidir. Bu durumda medyanın bu konudaki zihniyeti değişmeli ve kadın imajının haberlerde cinsel meta olarak sömürülmesi de da bir an önce durdurulmalıdır.

Sonuç olarak kadının konumunu değiştirmek, kadını bilinçlendirmek için kadınların beraberinde erkeklerin de eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Kadın kendi ayakları üzerinde durabilmeli, kendine güvenmeli ve ekonomik bağımsızlığını eline almalıdır. Kadınlara erkek meslektaşlarıyla eşit iş imkânları sunulmalı, medya sektöründe yönetim kademelerinde sayısı az olan kadınların sayılarının artmasına fırsat verilmelidir. Kadın imajının sadece kadınsı özelliklerle ifade edilmesi yerine, kadınların fikirleriyle ve başarılarıyla gündeme gelen haberlere yer verilmelidir.

KAYNAKÇA

Aksu B., **Kadınların Sınıfı**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2011.

Albayrak Ö., Memiş E., 'Feminist İktisat', **Fe Dergi** , No.2, (2011), 1-3

Alemdar K., Erdoğan İ., **Öteki Kuram**, Erk Yayınları, Ankara, 2005.

Asker A., **Türk Basınında Kadın Gazeteciler**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1991.

Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri, T.C. Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Ankara, 1993.

Bedük A., 'Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği', **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt. 3, No. 12, (2005), 106-117.

Besler S., Oruç İ., 'Türkiye'de ve Yazılı Basında Kadın Yöneticiler', **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:10, No.1, (2010), 17-38.

Bulutay T., **Kadın İstihdamı**, Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara, 2002.

Büyükbaykal C.I., 'Küresel medya Yapılarının Yoğunlaşması', **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, No. 31, (2008), 40-50.

Büyükbaykal C.I., 'Medyada Kadın Olgusu', **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, No. 28, (2007), 19-30.

Çağdaş Sanayi merkezlerinde Kadın İşgücünün Konumu: Bursa Örneği, Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Ankara, 2002.

Çiftçi B., '**İstihdam, Kadın İşgücü ve Yeni İş Kanunu Sempozyumu**', Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayını, Ankara, (2004), 28-41.

Çolak Ö. F., '**İstihdam, Kadın İşgücü ve Yeni İş Kanunu Sempozyumu**', Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayını, Ankara, (2004), 19-27.

Coşkun S., '**İstihdam, Kadın İşgücü ve Yeni İş Kanunu Sempozyumu**', Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayını, Ankara, (2004), 49-57.

Dedeoğlu S., 'Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Türkiye'de Aile ve Kadın Emeği', **Toplum ve Bilim Dergisi**, No.86, (2000), 139-171.

Dedeoğlu S., 'Eşitlik mi? Ayrımcılık mı? Türkiye'de Sosyal Devlet Eşitlik Politikaları ve Kadın İstihdamı', **Çalışma ve Toplum Dergisi**, No.21, (2009), 41-54.

Demir Z., **Modern ve Post Modern Feminizm**, İz yayıncılık, İstanbul, 1997.

Demirbilek S., 'Cinsiyet Ayrımcılığının Sosyolojik Açısından İncelenmesi', **Finans Politik & Ekonomik Yorumlar**, Cilt.44, No.511, (2007), 12-27

Erdoğan İ., Tekelleşme, 'Medya ve Medya Pratikleri:Tıbbı Bağlı Endüstri Örnekleriyle', **Toplum ve Hekim Dergisi**, Cilt.17, No.6, (Kasım-Aralık 2002), 417-424.

Eyüboğlu A., Özar Ş., Tanrıöver T.H., **Kentlerde Kadınların İş Yaşamına Katılım Sorunlarının Sosyo Ekonomik ve Kültürel Boyutları**, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2000.

Faraç M., **Türkiye'de Yerel Basın Hakkında Genel Bir Bilgi**, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, Ankara, 1999.

Fidan F., 'Kapitalizmin Gelişme Sürecinde Kadının Çok Yönlü Konumu (Medya Örneği)', **Bilim Dergi (2)**, (2000), s.117-133.

Geray H., **İletişim ve Teknoloji-Uluslar Arası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, Ütopya Yayınevi, 2002, Ankara.

Hartmann H., 'Marsizmle Feminizmin Mutsuz Evliliği', Der. Savran G., Demiryontan T., **Kadının Görünmeyen Emeği**, Kardelen Yayınları, İstanbul, 1992.

İmamoğlu O., 'Aile İçinde Kadın Erkek Rollerini', Türk Aile Ansiklopedisi, T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları, Cilt.3, Ankara, 1991, 832-835.

İnceoğlu Y., Korkmaz Y., **Gazetecilik 24 Saat...**, Günizi Yayıncılık, İstanbul, 2002.

İş Yaşamında Kadınlar, Çev. Aslan L., Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası, İstanbul, 2006.

Kadın ve Medya, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Ankara, 2008.

Kalender A., **Siyasal İletişim**, Çizgi Yayınları, Konya, 2000.

Kandiyoti D., **Farklı Feminizmler Açısından Kadın Araştırmalarında Yöntem**, Çev. Cangöz N., Sel Yayıncılık, İstanbul, 1995.

Kara T., “Basın Sektöründe Gizli Sansür: Tekelleşme”, **Ulusal Basında Sansürün Kaldırılışının 100. Yılı Kongresi**, İstanbul, 2008.

Kara T., ‘Küresel Ekonomik Kriz ve Medya Sektörüne Yansımaları’, **Marmara İletişim Dergisi**, No.15, (2009), 65-79.

Kaya R., **İktidar Yumağı-Medya-Sermaye-Devlet**, İmge Kitapevi, Ankara, 2009.

Kejanlıoğlu D.B., **Türkiye’de Medyanın Dönüşümü**, İmge Kitapevi Yayınları, Ankara, 2004.

Kocacık F., Gökkaya V.B., Türkiye’de Çalışan Kadınlar ve Sorunları, **C.Ü İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt. 6, No.1, (2005), 195-217.

Koray M., **Çalışma Yaşamında Kadın Gerçekleri**, Basisen Eğitim ve Kültür Yayınları, İzmir, 1993.

Mustafa Ö., Biçerli K., ‘Türkiye’de Kadın İşgücünün Panel Veri Analizi’, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt.3, No:1, (2004), 55-85

Mora N., ‘Kitle İletişim Araçlarında Yeniden Üretilen Cinsiyetçilik’, **Uluslar arası İnsan Bilimleri Dergisi**, No. 2 (1), (2005), 1-7.

Özbay F., **1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar**, Der. Tekeli Ş., İletişim yayınları, İstanbul, 2010.

Özerkan Ş.A., Bir Toplumsallaştırma Aracı Olarak, Medyanın Kadın İmajına Yaklaşımı, **Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma**, Cilt:2, (2004).

Özgen M., '1980 Sonrası Türk Medyasında Gelişmeler ve Magazinleşme Olgusu', **İkinci Uluslararası İletişim Sempozyumu: Türk ve Amerikalı İletişimcilerle Buluşma**, (17-19 Mart 2004), İstanbul.

Özkaplan N., 'Duygusal Emek ve kadın işi/Erkek işi', **İktisat ve Toplumsal Cinsiyet**, der. Serdaroğlu U., 38-48, Efil Yayınevi, Ankara, 2010.

Özsever A., **Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci**, İmge Kitapevi Yayınları, Ankara, 2004.

Parlaktuna İ., 'Türkiye'de Cinsiyete dayalı Meslek Ayrımcılığının Analizi', **Ege Akademik Bakış**, Cilt. 10, No. 4, (2010), 1217-1230.

Saktanber A., **1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar**, Der. Tekeli Ş., İletişim yayınları, İstanbul, 2010.

Savran G., **Beden, Emek, Tarih: Diyalektik Bir Feminizm İçin**, Kanat Yayınları, İstanbul, 2004.

Schoder S.K., **Popüler Feminizm Türkiye'de ve Britanya'da Kadın Dergileri**, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2007.

Seçkin G., '2000 Yılında Türkiye'de Gazetecilerin Ekonomik ve Sosyal Statüsü', **Global Media Journal Turkish Edition**, Cilt.1, No.1, (2010), 45-102.

Şenel S., 'Yönetimde kadın ve Kadın Yöneticilerin Sorunları',

Tanrıöver H., 'Medya Sektöründe Kadın İşgücü', **Toplum Bilim Dergisi**, No.86, (2000 Güz), 171-194.

Toksöz G., Erdoğan S., **Sendikacı Kadın Kimliği**, İmge Kitapevi, Ankara, 1998.

Topuz H., **II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi**, Remzi Kitapevi, İstanbul, 2003.

Uzun R., 'İstihdam Sorunu Bağlamında Türkiye'de İletişim Eğitimi ve Öğrenci Yerleştirme', **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, No. 25, (2007), 117-134

Yılmaz N., 'Yerel Basının Etik Sorunları', **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, No. 36, (2009), 131-143.

Yirmibeşoğlu G., ‘Medya Alanında Çalışan Kadınlar ve Karşılaştıkları Zorluklar’, **Uluslararası Multidisipliner Kadın Kongresi**, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir , 200

EK 1 - Kadın Gazetecilerle Görüşmede Yer Alan Sorular:

- 1-Kaç yaşındasınız?
- 2-Medeni durumunuz?
- 3-Çocuğunuz var mı?
- 4-Eğitim durumunuz? Hangi okuldan mezun oldunuz? Kaç dil biliyorsunuz?
- 5-Neden bu mesleği seçtiniz?
- 6-Gazeteci olmasaydınız hangi mesleği seçerdiniz?
- 7-Kaç yıldır çalışıyorsunuz?
- 8-Mesleğinizi sevdiğiniz için mi yoksa para kazanmak için mi yapıyorsunuz?
- 9-Çalışma ortamınızdan memnun musunuz?
- 10-Maaşınız sizi tatmin ediyor mu?
- 11-Sigortalı mı çalışıyorsunuz?
- 12--Günde ortalama kaç saat çalışıyorsunuz? Mesaiye kalıyor musunuz?
- 13-İş ve aile yaşantınızı nasıl dengeliyorsunuz?
- 14-Eşiniz ne iş yapıyor?
- 15-Eşiniz mesleğinize nasıl bakıyor?
- 16-Eşinizden maddi destek alıyor musunuz?(evliyseniz)
- 17-Ailenizden maddi destek alıyor musunuz?(bekarsanız)
- 18-Ev işi yapıyor musunuz?
- 19-Yurt içi/yurt dışı seyahatine ne kadar sıklıkla çıkıyorsunuz?

20-Yurt dışında eğitim ya da çalışma amacıyla bulundunuz mu? Nerede ve ne kadar süre kaldınız?

21-İşyerinizde kadın ve erkek çalışanlar arasında farklılık hissediyor musunuz?

22-Yönetici olma durumunda erkeklerle size eşit haklar tanındığına inanıyor musunuz?

23-Bu çalıştığınız alanda eşit işe eşit ücret var mı? Yani kadınlara karşı ayrımcılık hissediyor musunuz?

24-Kendinizi mesleğinizde başarılı görüyor musunuz?

25-Daha önce ulusal medyada çalıştınız mı?

26-Çalışmayı düşünür müsünüz? Neden?

27-Ulusal medya çalışanı olmakla, yerel medya çalışanı olmak arasındaki farklar nelerdir?

28-Siyasal iktidarın sizlere etkisi nasıl oluyor?

29-Sizce medyada kadın imajı nasıl kullanılmaktadır?

30-Ülkemiz kadınına birkaç kelime ile tanımladığınızda hangi kelimeleri kullanırsınız?

31-Türkiye de yaşayan kadınları toplumsal sorunlara karşı duyarlı buluyor musunuz?

32-Sizce Türkiye’de bir kadın hareketi var mıdır? Siz bu hareketi nasıl yorumluyorsunuz?

33-Bir kadın ve gazeteci olarak kadının bilinçlenmesi, sahip olması gereken hakları edinebilmesi için Türkiye’de nelerin değişmesi ya da yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz? Bu konudaki çözüm öneriniz nedir?

EK 2 - Görüşme Yapılan Kadın Gazetecilerin Demografik Özellikleri

Görüşülen Kadın	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Durumu
K.G 1	35	Bekâr	Üniversite
K.G 2	52	Bekâr	Üniversite
K.G 3	37	Bekâr	Üniversite
K.G 4	47	Evli	Üniversite
K.G 5	33	Evli	Üniversite
K.G 6	31	Bekâr	Üniversite
K.G 7	44	Boşanmış	Lise
K.G 8	39	Bekâr	Üniversite
K.G 9	27	Evli	Üniversite
K.G 10	40	Bekâr	Lise terk
K.G 11	28	Bekâr	Üniversite
K.G 12	28	Bekâr	Üniversite
K.G 13	27	Evli	Lise
K.G 14	35	Evli	Lise
K.G 15	25	Evli	Lise
K.G 16	43	Boşanmış	Lise
K.G 17	38	Bekâr	Üniversite

Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve SOYADI : Özlem YAZICI

Doğum Tarihi ve Yeri : 11.01.1980 ANTALYA

Medeni Durumu : Evli

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Antalya Anadolu Lisesi

Lisans Diploması : T.C Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü

Yüksek Lisans Diploması:

Tez Konusu : Yerel Medyada Çalışan Kadın Gazeteciler ve Karşılaştıkları
Zorluklar:Antalya Örneği

Yabancı Dil / Diller : İngilizce, biraz Almanca ve İsveççe

Bilimsel Faaliyetler

İş Deneyimi

Stajlar : DHL (01/04/2003-30/04/2003)

Projeler :

Çalıştığı Kurumlar : 02/2004 – 02/2009 Identity Tekstil

Müşteri Temsilcisi Asistanı (02/2004 – 12/2004)

Müşteri Temsilcisi Yetkilisi (12/2004 – 02/2009)

E-Mail :ozlembuyukgul@yahoo.com