

T.C.
İSTANBUL YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANA BİLİM DALI

İLETİŞİM YÖNETİMİ



**SİYASAL AKTÖR OLARAK BELEDİYE
SEÇİMLERİNDE KADIN ADAYLARIN
MEDYAYI KULLANMALARI:
31 MART 2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİ**

ASIYE ARSLAN KAMALOĞLU

TEZLİ YÜKSEK LİSANS

İSTANBUL – 2019

T.C.
İSTANBUL YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANA BİLİM DALI
İLETİŞİM YÖNETİMİ



**SİYASAL AKTÖR OLARAK BELEDİYE
SEÇİMLERİNDE KADIN ADAYLARIN
MEDYAYI KULLANMALARI:
31 MART 2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ASİYE ARSLAN KAMALOĞLU

Danışman: Prof. Dr. Aysel AZİZ

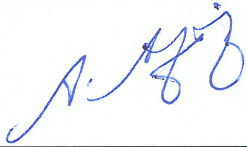

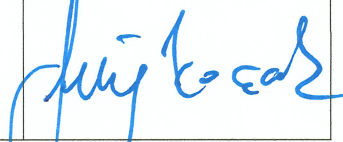
İSTANBUL - 2019

T.C.
İSTANBUL YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı İletişim Yönetimi Bilim Dalı 141303016 numaralı yüksek lisans öğrencisi Asiye Arslan Kamaloğlu'nun, **“Siyasal Aktör Olarak Belediye Seçimlerinde Kadın Adayların Medyayı Kullanmaları “31 Mart 2019 Yerel Seçimleri: İstanbul İli Örneği”** adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 29/08/2019 tarih ve 2019/12 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği oy çokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi: 19/09/2019

Öğretim Üyesi Adı ve Soyadı			İmzası
1.	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Aysel AZİZ	
2.	Jüri Üyesi	Prof. Dr. Jale SARMAŞIK	
3.	Jüri Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Sevinç KOÇAK	



İSTANBUL YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

..... İletişim Yönetimi

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum, bu çalışmayı, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yol ve yardıma başvurmaksızın yazdığımı, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserleri her kullanımında alıntı yaparak yararlandığımı belirtir; bunu onurumla doğrularım.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildiririm.

.... / 09 / 2019 ..

Adı-Soyadı

Asiye ARSLAN KAMALOĞLU

İmzası

ÖZET

SİYASAL AKTÖR OLARAK BELEDİYE SEÇİMLERİNDE KADIN ADAYLARIN MEDYAYI KULLANMALARI 31 MART 2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİ

Toplumsal cinsiyet sebebiyle kadınlar hayatın pek çok alanında adil olmayan durumlarla karşı karşıya gelmektedirler. Siyasal arena, bu alanlardan bir tanesidir. Kadınlar siyaset alanında toplumsal cinsiyet nedeniyle çeşitli engellere maruz kalmaktadırlar. Siyasal kadın temsiline yetersiz olduğu günümüzde kadınlar toplumsal cinsiyet yüzünden hem yerel hem de ulusal alanda siyaset hayatına katılma noktasında zorlanmaktadır. Bu bağlamda kullanımı her geçen gün artan ve hayatımızın bir parçası haline gelmiş medya gerçeğini, siyasetin dolayısıyla yerel yönetimlerin göz ardı edeceğini düşünmemek imkânsızdır.

Günümüzde (yerel) yönetimlerin başarılı olabilmesi için ilk koşul, etkin bir siyasal iletişim yöntemini hayata geçirmektir. Bu çalışma, “31 Mart 2019 İstanbul Yerel Seçim Sürecinde Kadın Adayların Medya Kullanımını” incelemektir. Tezin ilk bölümünde araştırma ile ilgili ön bilgiler verilmiştir, ikinci bölümünde yerel yönetimlere ilişkin teorik çerçeve sunulmaktadır. Üçüncü bölümünde toplumsal cinsiyet ve kadınların siyasal hayata katılımı değerlendirilmektedir. Dördüncü bölümünde siyasal aktör olarak kadınların belediye yönetimlerindeki yeri değerlendirilmiştir. Beşinci bölümde siyasal iletişim değerlendirilip, araştırmanın son bölümünde ise 31 Mart Yerel Seçim Sürecinde Kadın Belediye Başkan Adaylarının Medya Kullanımı İstanbul ilçelerinde yapılan alan araştırmasından elde edilen veriler ışığında analiz edilmektedir. Bu çalışmada kadınların belediye yönetimlerine katılımında siyasal aktör olarak, siyasal iletişimin seçim kampanyaları zamanında kullanımının artarak devam ettiği ve siyasal çalışmalarına pozitif yönde katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal İletişim, Sosyal Medya, Kadın ve Yerel Yönetimler, Seçim Kampanyaları, Siyasal Aktör

ABSTRACT

USE OF MEDIA BY WOMEN CANDIDATES IN MUNICIPAL ELECTIONS AS POLITICAL ACTORS: 31 MARCH 2019 ISTANBUL LOCAL ELECTIONS

Because of gender, women face unfair situations in many areas of life. The political arena is one of these areas. In the field of politics, women face various barriers due to gender. Today, where women's political representation is insufficient, women are forced to participate in political life both locally and nationally because of gender. In this context, it is impossible not to think that the media, whose usage is increasing day by day and has become a part of our lives, will ignore the politics and thus the local governments.

The first condition for the success of (local) governments is to implement an effective political communication method. This study examines the Media Use of Women Candidates in the March 31 Local Elections Process-Istanbul Province Case Ör. In the first part of the thesis, preliminary information about the research is given and in the second part the theoretical framework of local governments is presented. In the third part, gender and women's participation in political life are evaluated. In the fourth part, the role of women as a political actor in municipal administrations was evaluated. In the fifth chapter, political communication is evaluated and in the last part of the thesis, the Media Use of Women Candidates in the March 31 Local Election Process - The data obtained from the field research conducted in central districts of Istanbul are analyzed. In this study, as a political communication actor in the participation of women in municipal administrations, it has been concluded that the use of political communication in election campaigns has continued to increase and contributed positively to its political activities.

Keywords: Political Communication, Social Media, Women and Local Governments, Election Campaigns, Political Actor.

ÖNSÖZ

Etkili iletişimin tüm kapıları açtığı gelişmiş dünya düzeninde siyasetçiyi seçmenine ulaştıran ve siyasal aktörün sandıktan zaferle çıkmasını sağlayan en önemli çalışma siyasal iletişimin etkin bir şekilde kullanılmasıdır. İletişim mevzu ne olursa olsun her disiplinin vazgeçilmez bir argümanıdır. İletişim kanallarının geliştiği günümüzde siyasette kadın olsun erkek olsun her adayın ya da her siyasetçinin kullandığı belirli iletişim kanalları vardır. Siyasal iletişim günümüzde sıklıkla sosyal medya kanallarını kullanmaktadır. Twitter, Facebook, Instagram da yapılan paylaşımlarla ve paylaşımlara yapılan beğeni ve yorumlarla siyasetçi seçmenin nabzını yoklayıp, sandığın durumunu tahmin edebilir duruma gelmiştir.

Bu çalışmada ele alınan konuda kadın belediye başkan adaylarının medya kullanımı değerlendirilmiştir. Bu konuda benden desteklerini esirgemeyen ve bu çalışmayı yapmama fırsat veren değerli danışmanım Sayın Prof. Dr. Aysel AZİZ'e, Dr. Öğretim Üyesi Sevinç Koçak'a ve aileme teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	i
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLOLAR LİSTESİ.....	vii
GÖRSELLER LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
EKLER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM: ARAŞTIRMA ÖN BİLGİLERİ

1.1 Araştırmanın Yöntem ve Tekniği.....	3
1.2. Araştırmanın Önemi.....	3
1.3. Araştırmanın Amacı.....	4
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	4
1.5. Araştırmanın Varsayımları.....	5

İKİNCİ BÖLÜM: BELEDİYECİLİK

2.1.Dünyada Belediyecilik.....	6
2.1.1.AB Ülkelerinde Yerel Yönetim Sistemi	6
2.2.Türkiye’de Belediyeciliğin Tarihsel Gelişimi.....	9
2.2.1. Tanzimat Dönemi Belediye Yönetimleri	10
2.2.2. Cumhuriyet Dönemi’nde Belediye Yönetimleri	11

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SİYASETTE KADIN TEMSİLİ

3.1. Siyasette Kadın Temsilinin Önemi	13
3.2. Ulusal ve Yerel Siyasete Cinsiyet Bazında Katılım.....	15
3.3. Siyasal Temsilin Kadın-Erkek Dağılımı	17

3.4. Günümüzde Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Siyaset İlişkisi.....	19
3.5. Türkiye’de Siyaset ve Kadın Olgusu	25

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: SİYASAL AKTÖR OLARAK KADINLARIN BELEDİYE YÖNETİMLERİNDE YERİ

4.1. Kadınların Belediye Yönetimlerine Katılımı	27
4.2. Belediye Yönetimlerinde Kadın Temsili	29
4.3. Atatürk Döneminde Kadınların Siyasal Aktör Olarak Belediye Yönetimlerinde Yer Alması	31
4.3.1. İlk Kadın Belediye Başkanı	35
4.3.2. İlk Kadın Muhtar.....	36
4.3.3. Cumhuriyet’in İlk Kadın Milletvekilleri.....	38
4.4. Çok Partili Hayata Geçişte Kadınların Siyasete Katılımı	42
4.5. Türkiye’de Kadınların Yerel Yönetimlerdeki Yeri ve Önemi	43

BEŞİNCİ BÖLÜM: SİYASAL İLETİŞİM

5.1. Siyasal İletişimin Tanımı	45
5.2. Siyasal İletişim Aktörleri	46
5.3. Siyasal İletişim ve Medya	49
5.3.1. Medya	49
5.3.2. Sosyal Medya.....	50
5.4. Siyasal İletişimin Seçimlerdeki Rolü.....	53
5.5. Siyasal İletişimin Seçmen Üzerindeki Rolü.....	57
5.6. Kadın Adayların Seçim Sürecinde Medya Kullanımı.....	58

ALTINCI BÖLÜM: SİYASAL AKTÖR OLARAK BELEDİYE SEÇİMLERİNDE KADIN ADAYLARIN MEDYAYI KULLANMALARI: 31

MART 2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİ

6.1. 31 Mart Yerel Seçimlerinde Türkiye Geneli Seçmen Cinsiyet İstatistiği ve Kadın Aday Sayısı.....	61
--	----

6.2. Katılımcıların Yerel Siyasete ve Belediye Başkan Adaylıklarına Nasıl Dahil Olduklarına İlişkin Veriler	64
6.3. Kadın Belediye Başkan Adaylarının Seçim Kampanyaları ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Değerlendirmeler	64
SONUÇ ve DEĞERLENDİRME.....	73
EKLER LİSTESİ.....	75
KAYNAKÇA.....	84



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Dünyada Kadınların Seçme ve Seçilme Hakkının Ülkelere Göre Sıralanması.....	33
Tablo 2: 1999-2019 Yerel Seçim Sonuçları Kadın Temsil Oranları.....	44
Tablo 3: 31 Mart Yerel Seçimlerinde Siyasi Partilerin İstanbul’ da ki Kadın Belediye Başkan Adaylarının İlçelere Göre Dağılımı.....	62
Tablo 4: Kadın Belediye Başkan Adaylarının Seçim İlçelerine göre Kodlandırılması.....	64
Tablo 5: Kadın Belediye Başkan Adayı 1’in Sosyal Medya Hesapları Kullanımı.....	65
Tablo 6: Kadın Belediye Başkan Adayı 2’nin Sosyal Medya Hesapları Kullanımı.....	66
Tablo 7: Kadın Belediye Başkan Adayı 3’ün Sosyal Medya Hesapları Kullanımı.....	67
Tablo 8: Kadın Belediye Başkan Adayı 4’ün Sosyal Medya Hesapları Kullanımı.....	67
Tablo 9: Kadın Belediye Başkan Adayı 5’in Sosyal Medya Hesapları Kullanımı.....	69

GÖRSELLER LİSTESİ

- Görsel 1:** İlk Kadın Muhtar İçin Yayınlanan Tebrik..... 37
- Görsel 2:** Türkiye'nin İlk Kadın Muhtarı İçin Gazeteye Verilen Tebrik İlanı
..... 38
- Görsel 3:** Cumhuriyetin İlk Kadın Milletvekillerinin Seçilmesiyle Yayınlanan
Karagöz Gazetesi. 40
- Görsel 4:** Kadınlara Seçme Ve Seçilme Hakkının Verilmesinden Sonra Çıkan
Cumhuriyet Gazetesi Yazısı..... 41

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: McNair'in Medyanın Siyasal İletişimdeki Yeri Şeması..... 55

Şekil 2: McNair'in Medyanın Siyasal İletişimdeki Yeri Şemasına Göre Yapılan Uyarılama..... 56

Şekil 3: Türkiye'de Yıllara Göre İnternet Kullanım Oranları 59



EKLER LİSTESİ

Ek 1: TBMM Milletvekilleri – Cinsiyete Göre Dağılım.....	76
Ek 2: Türkiye'nin İlk Kadın Belediye Başkanı Sadiye Hanım	77
Ek 3: Modern Köy Muhtarı Gül Hanım ve Annesi	78
Ek 4: Türkiye Cumhuriyeti'nin İlk Kadın Milletvekilleri.....	79



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AKP	Adalet ve Kalkınma Partisi
Bkz.	Bakınız
CEDAW	(Convention on elimination of all kinds of dicrimination against women) Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Uluslararası Sözleşmesi
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi
D.	Devre
drl.	Derleyen
E.T.	Erişim Tarihi
html	Hyper Text Markup Language (Hiper Metin İşaret Dili)
İKV	İktisadi Kalkınma Vakfı
İP	İyi Parti
KADEM	Kadın ve Demokrasi Derneği
KA-DER	Kadın Adayları Destekleme Derneği
KASAUM	Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi
KSGM	Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü
MİGM	Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü
MHP	Milliyetçi Hareket Partisi
NDI	Ulusal Demokrasi Enstitüsü
s.	Sayfa
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TUİK	Türkiye İstatistik Kurumu
YSK	Yüksek Seçim Kurulu
vb.	Ve benzeri
vd.	Ve diğerleri
www.	World Wide Web (Dünya Ölçeğinde Ağ)

GİRİŞ

Günümüzde teknolojinin gelişmesi ile çoklu haberleşme araçlarının yaygınlaşması ve önem kazanması siyasal aktörlerin bu alana yönelmesine neden olmuştur. Siyasal iletişim çalışmaları, seçim kampanyaları döneminde geniş bir kitleye ulaşmayı amaçlamaktadır. Bu durum siyasal pazarlamada etkin rol oynamaktadır. Siyasal iletişim uzmanları çeşitli kitle iletişim araçları ile seçmenlere ulaşmaktadır. Televizyon, gazete ve radyonun yanında internetin hızlı yaygınlaşması, erişimin kolay olması ve sosyal medya kullanımının artması ile sosyal medya siyasal aktörlerin kullandığı araçlardan biri olmuştur.

Vatandaşa en yakın yönetim birimlerinden olan belediyeler, toplum bireyelerine en yakından ve en verimli şekilde hizmet sundukları ve daha çoğulcu şekilde halkın katılımına imkân verdikleri için yönetim birimleri arasında en demokratik yapılar olarak görülmektedir. Toplumlarda yerel halkın siyasal katılımını kolaylaştırması açısından da önemli bir yere sahip olan belediyeler, temsilde cinsiyet eşitliği açısından da önemli bir yere sahiptir.” Yerel yönetim hizmetlerinin birçoğunun doğrudan kullanıcısı durumunda olanlar erkek ve kadın yurttaşlardır. Fakat kadınlar yerel yönetim birimlerinin yönetim organlarında erkekler kadar temsil edilmemektedir. Bu durum temsilde demokratik eşitsizliğe neden olmuş ve toplumun yarısını oluşturan kadınları görmezden gelmiştir. Siyasal alandaki kadın erkek eşitsizliğinin en temel sebeplerinden biri toplumsal cinsiyettir. Toplumsal cinsiyet, toplumların kadın ve erkek için belirlediği rollere göre yaşamının dayatılmasıdır. Toplum tarafından kadına ve erkeğe yüklenen rol ve sorumlulardan dolayı, siyasal alanda söz sahibi olmak isteyen kadınlar için bu dezavantajlı bir durumdur.

Her geçen gün farklılaşan dünya koşullarında insan ihtiyaçları da bu ihtiyaçlara cevap veren hizmet birimleri de artmakta ve farklılaşmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de ve dünyada birer yerel yönetim örgütü olan belediyelerin sunduğu hizmetler de giderek artmakta ve çeşitlenmektedir. Bu anlamda toplumda cinsiyet farklılığını gözetilen bir yerel yönetim, kadınların toplumda birey olarak var olmalarına katkıda bulunarak, kadınların verilen hizmetlerden maksimum derecede faydalanmasına hizmet edecektir. Siyasal seçimlerde kadın adaylar televizyon, gazete, radyo gibi medya kanallarını kullanarak hedef kitle ile iletişim kurarken, sosyal medyayı da etkin bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Siyasal

aktörler kendi sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayılarından hedef kitle içerisindeki partisine ve kendisine oy verecek bireylerin sayısı hakkında bilgi sahibi olma fırsatı da yakalayabilmektedirler. Böylece kampanya yürütürken strateji belirleme sürecinde de fikir edinebilme olanağı söz konusu olabilmektedir. Bu çalışmada 31 Mart 2019 İstanbul yerel seçimlerinde kadın adayların medya kullanımı incelenmiştir. Yerel seçimlerde belediye başkan adayı olan kadınların siyasetteki yeri ve medya kullanımlarının analizi yapılmıştır. Kullanılan medya çeşitliliğine göre dağılımları gruplandırılarak incelenmiştir. Sonuç bölümünde veriler metinler ve tablolar ile sunulmuştur. Bu veriler ile adayların aldıkları oy oranları kıyaslanmaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA ÖN BİLGİLERİ

1.1 Araştırmanın Yöntem ve Tekniği

Nitel araştırmalarda çeşitli yöntemlerle veriler toplanabilmektedir. Bu metotlardan biri de görüşme (mülakat) metodudur. Görüşme (interview) tekniği, bir konu hakkında, ilgili kişi(ler)den sorulacak sorular çerçevesinde bilgi almaktır. Görüşme tekniğinin temelinde karşılıklı ilişki, iletişim yatar. (Aziz, 2015:85) Bu çalışmada kullanılan mülakat yöntemi sayesinde Türkiye’de 2019 yılında yapılan 31 Mart yerel seçim sürecinde kadın adayların medya kullanımı-İstanbul ili örneğine yönelik araştırma problemleri incelenmiştir. Kullanılan yöntem yerel yönetimlerde yer alan kadın bireylerin kişisel fikirlerinin daha kapsamlı şekilde anlaşılmasını sağlamıştır.

Siyasal Aktör olarak Belediye Seçimlerinde Araştırmanın ikinci, üçüncü, dördüncü ve beşinci bölümünde literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın altıncı bölümünde ise yarı yapılandırılmış görüşme metodu kullanılmıştır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Toplum olarak birlikte yaşayabilmenin en temel özelliği eşit haklara sahip olmaktır. Bu durum erkekler için olduğu gibi kadınlar için de büyük önem taşımaktadır. Öyle ki siyasette temsil edilmek, siyasete katılmak, karar alma mekanizmalarında yer almak ve söz sahibi olmak cinsiyet ayrımı gözetmeksizin bütün vatandaşların hakkıdır. Fakat cinsiyetler arası eşitliğin sağlanamadığı birçok alan vardır. Bu alanların başında ise siyasal temsil ve katılım gelmektedir. Bütün dünyada siyasal yaşamda erkek egemen söylem büyük oranda varlığını hissettirmektedir.

Bu araştırmanın önemi, yerel yönetimlerde temsil çabasında olan kadınların önüne çıkan engelleri tespit ettikten sonra, bu alanda başarı sağlayan kadınların toplumun

cinsiyet baskısını ne ölçüde hissettiklerini ortaya çıkarmak ve medya kullanımının toplumun yargı kalıplarını kırmada nasıl bir etkisinin olduğunu gözler önüne sermektir.

Kadınların belediye yönetimlerine katılım süreçlerinde, medya kullanımına yönelik yapılan bu çalışmanın mevcut durumun anlaşılması ve yeniden yorumlanabilmesi konusunda var olan literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.3. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada medya kullanımının, yerel yönetimler düzeyinde siyasal hayata katılan kadınlar üzerindeki etkileri ele alınmaktadır. Bu çalışmada kadınların yerel siyasal hayata katılmaları noktasında medya kullanımının yarattığı durum analiz edilmektedir. Bu çalışmanın amacı 31 Mart yerel seçim sürecinde kadın ilçe belediye başkan adaylarının medyayı kullanma şekilleri ve sıklıkları İstanbul ili örneğinde incelenip, olumlu-olumsuz yönleriyle ortaya koymaktır. İlçe kadın belediye başkan adaylarının medya kullanımını eleştirel bir perspektifle değerlendirmek bu çalışmanın temel amacıdır.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma 31 Mart 2019 yerel seçim sürecinde İstanbul'un beş ilçesinde bulunan beş kadın adayla sınırlandırılmıştır. Seçime birlikte giren ittifak partilerinin İstanbul ilçelerinde ki beş kadın belediye başkan adayı bu çalışmada sınırlılığı oluşturmuştur. 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde ilk ittifak AKP ve MHP arasında kurulmuş ve Cumhuriyet İttifakı oluşturulmuştur. 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde ise ikinci ittifak olan Millet İttifakı CHP ve İP tarafından oluşturulmuştur.

Bu iki ittifakın İstanbul ilçelerinde (Adalar, Eyüpsultan, Kadıköy, Sancaktepe ve Şişli) 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde aday gösterdiği beş kadın belediye başkan

adayının seçim sürecinde medya kullanımları araştırmanın sınırlılığını oluşturmuş bu iki ittifakın dışındaki kadın adaylar kapsam dışında bırakılmıştır.

1.5. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın varsayımı, 31 Mart Yerel Seçimlerinde İstanbul'da kadın belediye başkanı adaylarının sosyal medya kullanımlarının seçim sonuçlarına etkisinin olup olmadığının sınanmasıdır. Bu bağlamda adaylarla yapılan mülakatlarda medya kullanımıyla ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğiyle ilgili söyleşiler yer almıştır. Mülakatta, belirtilen varsayımı doğrulamak için aşağıdaki soru öbeğinden yola çıkılmıştır:

- 31 Mart yerel seçimlerinde kadın adaylar vatandaşla olan iletişimlerinde medyayı ne sıklıkla kullanmışlardır,
- Sosyal medya kullanımlarında başarılı olup olmadıkları,
- Hedef kitlelerine nasıl eriştikleri,
- Siyasal aktörlerin sosyal medya ağlarını kullanımı arasında seçim sonuçlarına yansıyan anlamlı bir ilişki olup olmadığı,
- Seçim kampanyalarını halka bildirmede sosyal medya ağlarının önemli bir görevinin olup olmadığı,
- Sosyal medyanın takibi ve siyasal aktörler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı.

Araştırmanın varsayımı doğrultusunda ve belirtilen soru öbeği kapsamında Sancaktepe ve Eyüpsultan belediye başkan adaylarının seçim sonuçları varsayımımızın kanıtıdır.

İKİNCİ BÖLÜM

BELEDİYECİLİK

2.1.Dünyada Belediyecilik

Yerel yönetimler, yerel bir bölgeyi belirli sınırlar içinde kontrol altında tutan ve yönetimi, bu bölgede yaşayan insanları temsil edebilecek nitelikteki bireylerden oluşan siyasal yapılar olarak tanımlanabilir. Belediye terimi, Osman Nuri Ergin'in deyiimiyle ortak menfaatler ve karşılıklı ihtiyaçların zorlaması ile bir beldede oturan halkın, beldelerine ve dolayısıyla kendilerine ait meseleleri, hükümetin kanunla belirttiği sınır ve sorumluluk dairesinde seçmiş oldukları vekilleri vasıtası ile halletmeleridir.(Ergin, 1922: 1).

Yerel yönetimlerin Roma'dan Antik Yunan'a kadar giden uzun bir tarihi süreci vardır. Belediyecilik anlayışının bugünkü temelleri Eski Yunan ve Roma medeniyetlerine dayanmaktadır (Bloch, 1983: 438-442). İngilizcede belediye sözcüğünün anlamı olan "municipality" sözcüğünün kökeni, Roma şehrini ifade eden "Municipe" köküne dayanmaktadır. Yapısal olarak çağlar boyunca belediye yönetimlerinin varlığı görülse de, kavramın Batıdaki en belirgin dönüşümünün Sanayi Devrimi sonrasında sanayi toplumunun gelişmeye başlamasıyla gerçekleştiği görülmektedir. Göçe bağlı olarak hızlı nüfus artışı nedeniyle kentlerde baş gösteren çevre kirliliği, ulaşım, altyapı gibi sorunların çözüme ihtiyaç duyması, belediyeciliğin gelişmesine ve yerel yönetimler içindeki konumunun değişmesine neden olmuştur.

2.1.1.AB Ülkelerinde Yerel Yönetim Sistemi

17. yüzyılda kullanılmaya başlayan 'Avrupa' terimi, aynı yüzyılda ulus-devletin ortaya çıkışından sonra Avrupa federasyonu fikrini doğurmuş ve Avrupa Birleşik Devletleri fikri ortaya çıkmıştır. Bu fikir İkinci Dünya Savaşı'na kadar çok fazla

gündem olmamış olsa da İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yaşanan acılar ve olumsuz durumların etkisiyle Avrupa'nın gündeminde etkili olmuştur.

Sanayi Devrimi ile hız kazanan Avrupa Kıtasındaki bütünleşme çabası ilk olarak Fransa ile İngiltere arasında 1786 yılında yapılan bir ticaret anlaşması ile resmî boyuta taşınmıştır. 20. yüzyılda Avrupa'da daha somut bütünleşme modelleri ortaya atılmıştır. 1924 yılında Kont Kalergi tarafından geliştirilen Pan-Avrupa Birliği projesi “ülkelerin yıkımına yol açan savaşları önlemek dünyanın diğer ülkeleri ile rekabet edebilmek için” Avrupa'nın birleşmesini savunmuş, bu amaçların gümrük birliği ve bir Avrupa konfederasyonu veya birliğinin oluşturulmasıyla gerçekleşebileceğini öngörmüştür.¹

Birliğe bağlı 28 tane ülke vardır. 1957 yılında Avrupa Birliği'nin kuruluşunda birliğe katılan ülkeler; Belçika, Almanya, Fransa, Hollanda, Lüksemburg ve İtalya'dır.

1973 ve 1981 de birliğe katılan ülkeler; Danimarka, Birleşik Krallık, İrlanda ve Yunanistan'dır. Danimarka'ya bağlı özerk bölge, ada olan Grönland 1985' te, 1986' da Portekiz ve İspanya, 1995' te Avusturya, Finlandiya ve İsveç, 2004' te Çek Cumhuriyeti, Estonya, Kıbrıs, Letonya, Litvanya, Macaristan, Malta, Polonya, Slovakya ve Slovenya, 2007 de Bulgaristan ve Romanya 2013 yılında Hırvatistan son olarak Avrupa Birliği'ne katılmıştır.

Avrupa Birliği tarihsel gelişim süreci içerisinde birliğe üye ülkeler ile birçok ekonomik kalkınma anlaşmasına imza atmıştır.

Son yıllarda dünyada her alanda yaşanan hızlı değişim ülkemizde siyasi, ekonomik ve sosyal hayatla birlikte yerel yönetimleri de etkilemiştir.

¹ İKV, Avrupa Birliği Genişleme Süreci ve Türkiye, İstanbul, 2002, s.2-3.

Batı ülkelerinde sanayileşme ile ortaya çıkan çağdaş demokratik değerler Avrupa ile bütünleşme amacıyla olan ülkemizi yakından ilgilendirip, Avrupa ülkelerinde halka en yakın birimler olan yerel yönetimler ülkemizdeki yerel yönetimlerin en önemli birimleri olan belediyelerin gelişmesi için Avrupa Birliği ülkelerindeki yapıya kavuşturulması gerekli olmuştur.

Türkiye AB ilişkileri ilk olarak 1963'te Ankara Antlaşması'yla başlamış, 1987'de tam üyeliğe başvurmasıyla güç kazanmış, 1999 yılında AB üyeleri tarafından aday olarak kabul edilen Türkiye, 2005 yılında tam üyelik müzakerelerine başlamıştır.

Yerel otoritelerin yüzyıllardır varlığını koruduğu bu coğrafya, çağdaş ve yerel yönetim anlayışının ve uygulamalarının da başlangıç noktası olmuştur.

Kral, kilise ve derebeyleri ile moderniteye kadar Avrupa'da kent yönetimleri egemenliğini elinde tutan öncelikli yapılar olmuştur. Sanayileşme ve modernite ile birlikte kentlerde, yaşadıkları kentlerin yönetiminde etkin olan Burjuva sınıfı ortaya çıkmıştır. Bu durum çağdaş kent yönetiminin zeminini oluşturmuştur. Yerel yönetimler bir anlam bütünlüğü içinde siyasal, toplumsal ve yönetsel eksenlerde bir Batı Avrupa ülkesinin temel yapı taşları olmakta ve karar süreçleri yerel düzeyden başlayarak ulusala yayılmaktadır (Ökmen ve Parlak, 2009: 290-291).

Maastriht Antlaşması Avrupa Birliği'ni , “kararların mümkün olduğunca vatandaşa yakın alındığı” bir birlik olarak tanımlamaktadır. Bu durum AB ülkelerinin vatandaşları arasında daha yakın bağlar kurulmasına ve uyum sürecindeki politikaların başarılı olmasını sağlamıştır.

Avrupa Birliği vatandaşlarına daha iyi hizmet verebilmek için halka en yakın birimi olan yerel yönetimlerin gelişmesine büyük önem vermektedir. Avrupa Birliği'nde tek bir yerel yönetim sistemi yoktur. AB, yerel yönetimlerin örgütlenme ve görev ayrımı gibi yerel yönetim sistemine ilişkin konularda üye ülkelere herhangi bir yaptırımda bulunmaz; bu nedenle üye ülkelerin yerel yönetim sistemlerinde farklılıklar

bulunmaktadır. Almanya, Belçika ve Avusturya'da devlet federal yapıdayken, diğer devletler üniter yapıdadır.

Yetkileri ve görevleri ne düzeyde olursa olsun Batı Avrupa tarihinde yerel özyönetim ve otonominin ulus-devlet öncesine dayanan bir geleneği vardır. Her üye devlet kendi devlet gelenekleri ve farklı özellikleri çerçevesinde farklı sistemler benimsenmişse de demokrasinin yüzyıllar boyu gelişmesi sonucunda belli ortak prensiplerin kabul edildiği görülmektedir. Bu prensipler genel olarak hukuk devleti, temsili demokrasi ve yerel yöneticilerin seçimle gelmesi, yerelin demokrasinin beşiği sayılması, halkın yerel ihtiyaçlarının en iyi şekilde yerel yönetimlerce gerçekleştirilebileceğine inanç gibi temel unsurlardır (Keser, 2004:118).

2.2.Türkiye’de Belediyeciliğin Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de yerel yönetimlerin geçmişi çok eskiye dayanmamaktadır. İlk oluştukları zamanki görevleri günümüzdeki görevlerinden farklı şekilde oluşmuş, merkezi yönetime ait olan hizmetleri yerine getirmiştir. Günümüzdeki anlamda yerel yönetim biçimine gelene kadar çeşitli reformlardan geçmişlerdir. Sanayi Devrimi ile birlikte modern anlamda yerel yönetim birimleri oluşturulmuştur. Osmanlı, toprak yapısı ve rejimi itibarıyla, devrin bütün imparatorluklarında olduğu gibi merkeziyetçi bir yönetim yapısına sahipti. Bu yönetim şekli ise Selçuklu devletinde kalmış bir yönetim biçimidir. Avrupa’da yerel yönetimler uzun bir sürenin sonucunda, belli bir birikimle ortaya çıkmaktayken Osmanlı’da ıslahat çalışmalarıyla ortaya çıkmıştır. 3 Kasım 1839’da okunan Hatt-ı Humayun’ da yerel yönetimlerin başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir.

Osmanlı İmparatorluğu'nun klasik döneminde, günümüzdeki anlamda yerel yönetim birimleri bulunmamaktadır. Yerel yönetim birimi olarak belirtilmese de hizmetleri yerine getiren birimlerde var olmuştur. Bunların içinde en önemli olanları kadılık kurumu, vakıflar ve loncalardır (Yaylı, 2009: 17). Klasik dönemde Osmanlı şehrinin

yönetimi ve yargı işleri, ilmiye sınıfından gelen kadılara bırakılmıştır. Kadı, sadece şehrin değil, civardaki köy ve nahiyelerin de mülkî amiri ve yargıcıdır. Merkez bürokrasisinin üyesi olan kadı belirli bir süre için tayin edildiği bu bölgede yargının, kolluk işlerinin, mali görevlerin sorumlusudur. Şer’i hukukun uygulayıcısı olan kadının yargı görevi yanında, şehrin yönetimi, asayiş, esnaf loncalarının denetimi, üretimin pazar yerlerinin kontrolü, narh ve fiyat kontrolü, vakıfların denetimi, okul ve camilerin yönetiminin denetimi, imar nizamı, diğer yandan temizlik ve alt yapısal tesislerin denetimi gibi geniş alanda görevli idi. Kadı kaza dahilindeki her nahiyenin başına kendi adına görevlerini ifa etmekle görevli bir naib tayin ederdi. Davalara bakmak, gerektiğinde keşfe çıkmak naiblerin başlıca görevleri idi. Kadıların görev bölgesi içinde naiblerden sonra en önemli yardımcısı mahalle biriminin başındaki imamlardı. İmam mahallenin yöneticisi ve temsilcisi olarak kadı tarafından onun arzıyla tayin edilir ve kontrol edilirdi (Ortaylı, 1976: 97-99). 19.yüzyılın yarısına kadar Osmanlı İmparatorluğu’nda yerel hizmetleri bu kurumlar yerine getirmeye çalışmıştır. Ama değişen koşullarla birlikte bu kurumların yetersiz kalması yerel yönetimlerde reformu kaçınılmaz kılmıştır.

2.2.1. Tanzimat Dönemi Belediye Yönetimleri

Tanzimat Dönemi’nde iç göç hareketliliği ve nüfusun artmasıyla yerel hizmet talebinde artış ortaya çıkmıştır.

19. yüzyılın başlarında Osmanlı İmparatorluğu'nun sürekli reformlar yapan batı devletler gibi modernleşmeye başladığı dönem olmuştur. III. Selim ve II. Mahmut zamanında askeriyede yenilikler gerçekleştirilmiştir. Sened-i İttifak ve 1839’da ilan edilen Tanzimat Fermanı’nın ilanını takip eden süreçte yerel yönetimler anlamında yeni bir döneme girilmiştir. Memleket Meclisleri diye de anılan Muhassıllık Meclisleri, beklenen idari ve mali yönetimlerini yürütemediği için, 1841 yılında tüm yetkileri valilere devredilerek kaldırılmıştır” (Koçak ve Ekşi, 2010: 21).

13 Haziran 1855 yılında İstanbul'da ilk modern belediye kurulmuştur. "İstanbul Şehremaneti" adlı bu belediyenin kurulması sırasında hükûmet, daha çok yabancıların yaşadığı liman bölgelerinden olan Galata ve Beyoğlu'nda "Altıncı Daire-i Belediye" Fransız Komün idaresi örnek alınarak resmî tebliğ ile kurulmuştur.

Altıncı Daire ile bu yerlerdeki belediye işlerinin yürütülmesi amaçlanmıştır. Altıncı Daire-i Belediye Türk belediyeçilik tarihinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu yerel yönetim Paris belediyesi örnek alınarak kurulmuştur. Bu bağlamda 1860 yılından itibaren modern yerel yönetimlerin kurulması için çalışmalar yapılmıştır. Fakat bu çalışmalar sırasında yerel yönetimlerin demokrasiye katkısı göz ardı edilmiştir.

Yerel yönetimlerin kuruluş amacı aynı yerde yaşayan yurttaşların müşterek ihtiyaçlarını karşılamaktır. Fakat bu dönemde yerel yönetimlerde serbest karar alma yetkisi olmaması nedeniyle özerklikten bahsedilemez. 1864 yılında "Tuna Vilayet Nizamnamesi" ile il özel idarelerine dair ilk uygulama yapılmıştır. Bu nizamnamede il genel yönetiminin yanında, valinin başkanlık ettiği ve her sancaktan seçilen, dörder üyeden oluşan il genel meclisinin bulunduğu bir il özel yönetimi kurulmuştur (Keleş ve Yavuz, 1989:39). 1913 yılında köylerle ilgili yapılan bütün düzenlemeler 1924 yılına kadar kaldırılmıştır. Köylerle ilgili bu düzenlemeler tepeden inme olduğu için istenilen verim elde edilememiştir (Erten, 1999:102).

2.2.2. Cumhuriyet Dönemi'nde Belediye Yönetimleri

Yeni bir devlet yapısının olduğu bu dönemde Türkiye Cumhuriyeti Osmanlı Devleti'nden 389 belediye devralmıştır (Çelik, 1995:593).

Cumhuriyetin ilk yıllarında savaşın etkileriyle mücadele ve siyasi sistemi kuvvetlendirme girişimleri ile geçmiştir.

1924 yılında Ankara'nın başkent ilan edilişiyile 417 sayılı kanunla başkentin adı ANKARA ŞEHREMANETİ'ne çevrilmiştir (Dönmez, 1995:171).

Tek parti döneminde parti-devlet bütünlüğü amacı ile merkezîyetçilik artmış ve devletçilik önemli bir ilke olarak belediye uygulamalarında da kendini göstermiştir. Ayrıcalıklı şirketler tarafından verilen elektrik, su, havagazı vb. birçok hizmet bu dönemde belediyeleştirilmiştir.

Kentsel politikaların ve geliştirilen belediyeçilik uygulamalarının başlatıldığı Ankara örneği geliştirilen kanunlarla Belediyeçilik alanında büyük adımlar atılmasını sağlamıştır.

1930'da 1580 sayılı Belediye kanunu ile başlayıp onun ardından yürürlüğe giren diğer kanunlarla belediyeçilik alanında önemli düzenlemeler yapılmıştır (Çelik, 1995:593).

1984 yılında 3030 sayılı Büyükşehir Belediye yasasıyla büyük kentler için yeni bir yönetim şekli oluşturulmuştur. İstanbul Ankara ve İzmir'de uygulanan Büyükşehir Belediyesi modeli günümüze kadar gelişerek ilerlemiştir (Özgür, 2008:151).

2000'li yıllarda yeni bir yapılanma süreci başlamış ve Avrupa Birliği süreci temel alınarak Belediyeçilik faaliyetleri farklı alanlara da yayılmıştır. Son dönemlerde yerel yönetimlerle alakalı olarak Kamu Yönetimi temel kanun tasarısı, il özel idaresi Kanunu ve Büyükşehir Belediye Kanunları çıkarılmıştır.

Bu kanunların yapılanmasında çağdaş yönetim ilkeleri ve küreselleşme esas alınmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SİYASETTE KADIN TEMSİLİ

3.1. Siyasette Kadın Temsilinin Önemi

Ulusal ve yerel siyasal hayatta, karar alma mekanizmalarında kadınların da erkekler kadar söz ve koltuk sahibi olması demokrasilerin kilit noktasıdır. Başka bir deyişle, kadının olmadığı ya da erkeklere oranla çok az olduğu yapılarda eşitlikten ve adaletten bahsetmek doğru olmayacaktır. Öyle ki kadınlar toplumun çoğunu oluşturan bireylerdir ve temsil edilmesi gereken toplum grupları içinde başı çekerler, onların olmadığı yapılar ise eksik kalmaya mahkûmdur. Demokratik toplumlarda karar alma mekanizmaları tek renk olmamalı kadınıyla erkeğiyle gerçek bir alacaya sahip olmalıdır. Ancak o zaman eşit ve adaletli bir toplumdaki bahsedilebilir. Yani siyasette kadın temsili bir lütuf değil gerekliliktir. Kadının siyasetteki temsil gerekliliğine geçmeden önce nasıl bir temsilden bahsettiğimizi açıklamak konuyu anlamak bakımından verimli olacaktır. Siyasal alandaki temsil özellikleri bakımından niteliksel ve niceliksel olarak ele alınmaktadır. Niceliksel temsil parlamentoda, belediye meclislerinde, siyasi partilerde vb. bütün siyasi oluşumlarda kadınların sayısal olarak oranlarından bahsetmektedir. Temsilde eşitlik için öncelikli şart niceliksel temsildir. Siyasal temsilde eşitlikten bahsetmek için sayısal veriler analiz edilmektedir. Niteliksel temsil ise kadınların sayısından çok aktif siyasal davranışlarının içeriğine yöneliktir. Yani siyasal temsilci olarak siyasal oluşumlarda yer alan kadınların kadın bakış açısını ne kadar yansıttıklarına ve kadınlarla ilgili sorunlara ne derece çözüm bulduklarına yönelik analizlerdir. Kadınların siyasette neden yer alması gerektiği sorusunun cevabı da tam olarak burada ortaya çıkmaktadır. Siyasal temsilin bütün topluma hitap etmesi açısından kadınların temsilde hem nicelik yani sayı bakımından hem de nitelik yani özellikleri bakımından eşit şekilde var olması gerekmektedir. Toplumun kamusal alanında olduğu gibi siyasal alanında da kadın ve erkek farklı beklentiler içindedir ve farklı çıkarları sağlamak adına hareket ederler. Yani erkeklerin siyasal alandaki varlığı ile

kadınları tam anlamıyla aynı değildir. Temsil için seçilmiş kadınların öncelikle kadınlar için çalışmaları, onlar adına hareket etmeleri şarttır. Siyasal temsilde nitelik bakımından bir eşitlik yakalanmak isteniyorsa kadınların dayanışma içinde olmaları ve niceliksel varlıklarını arttırmanın yollarını aramaları bir gereklilik olarak görülmektedir (Aydın Yılmaz, 2015: 9-32).

Siyasal alan kadınların ikinci plana atıldığı en belirgin alanlardan biridir. Siyasetin erkek işi olduğu ön yargısı ise erkekler tarafından sürekli yinelenmektedir. Bu şekilde siyasal alanın cinsiyetlendirilmesi ile birlikte özne bir tek erkekler sayılmakta ve kadınlara yönelik politika üretimleri, karar alma ve süreç yönetimleri erkeklerin tekelinde bulunmaktadır. Bu durum toplumun yarısından fazlasını oluşturan kadınlar için büyük haksızlık demektir (Terkan, 2010: 115-136). Siyasal alanda kadınlar da erkekler gibi kendilerini temsil edebilmeli, sorunlarını ve çözüm önerilerini birinci ağızdan dile getirebilmelidirler. Her ne olursa olsun bir erkek bir kadını tam anlamıyla ifade edebilecek fitrata sahip değildir. Kadınların erkeklerle eşit haklara sahip olabilmesi ancak toplumsal hayatın her alanında kadınların erkeklerle eşit tutulması ile gerçekleştirilebilir. Eşit siyasal katılım, eşit temsil hakkı ve eşit söz sahipliği seçilmiş veya atanmış bütün siyasal görevler için kadınların ve erkeklerin eşit tutulması, kadını toplumsal cinsiyet rollerinden sıyrarak ve onu özel alanın dışında var olabilen bir yurttaş haline getirecektir. Kadınların siyasal alanın her kolunda aktif şekilde yer alması ile birlikte kadınların sorunları daha iyi dile getirilecek ve çözüm üretme safhası daha verimli gerçekleşecektir. Fakat mevcut cinsiyetçi yapı devam ederse sayıca kadınlardan çok fazla olan erkekler kadınların sorunlarını görme imkânı bulamayacakları gibi çözümde üretemeyeceklerdir. Bunun yanı sıra meclislerde az sayıda da olsa var olmayı başarabilmiş kadınlar ise hâkim erkeksi gündem içinde söz sahibi olamadıkları gibi kaybolup gideceklerdir (Aydemir ve Aydemir, 2011:32-33).

Geçmişten günümüze kadar eril bir yapı halinde biçimlenmiş olan siyaset erkeklerin yarışmacı, rekabetçi şekilde hareket ettiği ve sadece kazanmayı hedefledikleri bir alandır. Fakat kadınlar fitrat gereği daha ılımlı, fedakâr, hoşgörülü ve özverilidirler.

Kendilerinden önce başkalarını düşünen kadınlar siyasette yer aldıklarında da önce toplumları için çaba harcayacaklardır. Yetişme tarzı olarak da hep bir şeyleri öğrenmeye ve öğretmeye programlı olan kadınlar bu özellikleri ile siyasete yeni değerler katacaklardır (Kılıç, 2000:7). Unutulmaması gereken bir başka konu ise toplumu yansıttığı düşünülen yerel olsun genel olsun bütün meclislerde cinsiyet bakımından adil ve eşit bir yapının olması gerekliliğidir. Temsilin sadece erkeklere ait olması kadınları yok saymak demektir. Daha demokratik bir toplum yapısı için çağdaş dünya düzeninde de siyasal temsilin kadın ve erkek arasında eşit şekilde paylaşılması; bireyleri, toplumu, siyasal yapıyı bir bütün halinde kalkındırarak mutlu ve üreten bireylerin yer aldığı toplumların temellerini atacaktır.

3.2. Ulusal ve Yerel Siyasete Cinsiyet Bazında Katılım

Siyasal hayata katılımı cinsiyet bazında incelemek için kadınların ulusal ve yerel siyasal hayata katılım verilerine göz atmak gerekmektedir. Dünya genelinde ve bizim ülkemizde siyaset erkeklerle başlamış ve bu alana kadınların dâhil olması oldukça zaman almıştır. Daha önce değinildiği üzere demokratik yaşamın da temeli olan siyasal hayata katılım, cinsiyetler arasında eşit şart ve koşullarda sağlandığı sürece demokrasi tam anlamıyla işlevsellik kazanmaktadır. Sadece erkeklerin yer aldığı siyasal karar alma mekanizmaları toplumun yarısını oluşturan kadınları ne yazık ki kapsamamaktadır. Daha açık bir ifadeyle; siyasal hayata katılmak ve temsilde yer almak bütün yurttaşların hakkıdır. Bu hak ve özgürlük erkeklere tanındığı ölçüde kadınlara da tanındığı zaman eşitlikten bahsedilebilmektedir. Kadınların seçme ve seçilme hakkının dünyanın birçok ülkesine göre daha önce yasal olarak güvence altına alındığı ülkemizde, bu hak ve özgürlük pratikte pek de hayata geçememiştir. Öyle ki birçok Batı ülkesi çok daha sonraları verdiği seçme ve seçilme hakkını daha demokratik şartlar altında kadınlara tanımış ve onları karar alma mekanizmalarına ülkemizden çok daha iyi oranlarda dâhil edebilmiştir.

21.yüzyıl modernleşmesi ile birlikte bütün dünyada kadına ve kadının toplumdaki yerine özel bir önem verilmeye başlanmışsa da siyasal hayatta tam anlamıyla kadın erkek eşitliğinin yakalandığı ülke sayısı yok denecek kadar azdır. Bunun yanı sıra kadınlar sosyal hayatın bütün alanlarında olduğu gibi siyasal hayata katılım evresinde de toplumsal cinsiyetin onlara yüklediği roller gereği geri plana itilmiş ve cinsiyet eşitsizliği sebebiyle erkek egemen siyasal mekanizmalarla alınan kararları uygulamak ve bu hükümlerin alındığı toplumlarda yaşamak zorunda bırakılmışlardır. Burada değinilecek temel husus, kadınların parlamentoda ve yerel meclislerde ne oranda var olabildikleridir. Yani toplumumuzun büyük çoğunluğunu oluşturan kadınların, siyasal alanın iki ayağı olan merkez ve yerel yönetim birimlerinde erkeklere oranla ne kadar varlık gösterebildiklerine sayısal veriler ışığında bakmak ulusal ve yerel siyasete cinsiyet bazında katılımı anlamak adına verimli olacaktır. Bu bağlamda kadına seçme ve seçilme hakkının verilmesinden bu yana yapılan genel ve yerel seçim sonuçları incelendiğinde kadınların varlıklarının parlamentoda erkeklere göre bir hayli az olması ile birlikte asıl şaşırtıcı olan veri ise bu katılımın yerel meclislerde daha da aşağıya düşmesidir. Diğer bir deyişle kadınlara atfedilen toplumsal rollere daha uygun olmasına ve kadınların erişiminin daha kolay olmasına rağmen yerel siyasete katılım, ulusal siyasete katılımın daha altındadır. Gündelik hayata daha yakın olan ve kadınların daha kolay yer bulması gerektiği mantığı işleyen yerel meclislerdeki temsilci sayıları parlamentodaki temsilci sayılarına göre bir hayli azdır. Yerel seçim çalışmalarında Kadın Kolları organizasyonları adı altında çalışan ve en önde yer alan kadınlar, yerel meclis listelerinde ya da yerel yönetim listelerinde sayıca hep az tutulmaktadır. Analiz edilmesi gereken iki temel unsur genel seçimlerde ve yerel seçimlerde kadınların yıllar bazında katılım oranlarıdır. 21. yüzyıla gelindiğinde ise yerel seçimlerde cinsiyetler arası eşitsiz katılım devam etmektedir. Feminizm algısı, ilk olarak 18. yüzyıl’ da İngiltere’de ortaya çıkmış ve 1792’de yayınlanan Mary Wollstonecraft’ın “A Vindication of the Rights of Women”(kadın haklarının savunusu) adlı eseriyle de ilk akademik alan içerisine girmiştir (Sevim, 2005:7-8).

Feminizmin ana gayesini; kadının özgürlüğü ve temel hakları oluşturmaktır ve ataerkil yapıların, olguların ortadan kaldırılması gibi konular da amaçları arasındadır.

3.3. Siyasal Temsilin Kadın-Erkek Dağılımı

Kadınların siyasal hayata erkekler kadar katılamaması neredeyse tüm dünya adına kabul gören bir düşüncedir. Bu su götürmez gerçeğin çeşitli sebepleri olduğu gibi, toplumdan topluma da çeşitlilik göstermektedir. Şöyle ki kadınlar siyasal alanda gerek katılım açısından gerekse temsil açısından hep erkeklerin gerisinde bırakılmışlardır (Aydemir ve Aydemir, 2011:32-33). Bu geriye çekiş kadın bireylerin tercihi olmaktan çok egemen erkek bireylerin kasıtlı davranışları ile gerçekleşmiştir. Ataerkil toplum yapısı, mekânsal sınırlandırmalar, cinsiyete dayalı iş bölümü, siyasetin erkek işi olarak görülmesi ve daha bir sürü sebeple, kadınlar teoride erkeklerle eşit gibi görünse de hiçbir zaman pratikte bu eşitliği yakalayamamaktadır. 19.yüzyılın liberal düşüncesi ile birlikte mekânlar net çizgilerle ayrılmış kadınlar özel hayatı ve aileyi temsil eden özel alanda, erkekler ise aile dışı her türlü faaliyet ve toplum yönetimini temsil eden kamusal alanda görevli ilan edilmiştir. Bu iki alanın ayrımının taban tabana zıt şekilde kurgulanmasıyla birlikte, toplum bireylerinden erkekler özgürlük adına ilerleyiş sağlarken, kadınlar eve tıkılmış, hakları ve yönetimleri erkeklere bırakılmış bireyler haline gelmiştir. Cinsiyet temelli iş bölümüyle biçimlenmeye devam eden toplum yapısı iki cins arasındaki sınırları daha da netleştirmiştir. Bu durum kadını siyasal temsilin bir aktörü olmaktan uzak tutmuş ve siyasal alanı neredeyse tamamı ile erkeklere bırakmıştır. 20.yüzyıla gelindiğinde geleneksel yaşamın yerini modern hayata bırakması ile birlikte kadınlar için yapılan yasal düzenlemeler ivme kazanmıştır. Özellikle seçme ve seçilme konusunda yapılan eşitlikçi düzenlemeler sayesinde kadınlara siyasal katılımın yolları açılmıştır. Fakat yüzyıl değişmesine rağmen bugün hala kadınlar erkeklerle eşit düzeyde değildir. Kadınlar bireysel katılım biçimi olarak görülen seçme hakkını kullanırken sıkıntı yaşamamakta; ama toplumsal katılım biçimi olarak adlandırılan seçilme hakkını kullanmada ve onun bir sonucu olarak siyasal karar alma

mekanizmalarında temsilci olma konusunda hala büyük problemler yaşamakta ve erkeklerin çokça gerisine itilmektedir (Örtlek ve Tekelioğlu, 2013:278). Bu olayın sonucu olarak da neredeyse bütün toplumlarda siyasal temsilin çoğunluğu erkeklerin elinde bulunmaktadır. Bu durum eğitim düzeyi ve geliri yüksek kadınların, kendilerine olan güvenleri de yüksek olmakta ve buna bağlı olarak da siyasal alanı hem katılımcı olarak hem de temsilci olarak kullanıp, siyaseti erkek işi diye adlandırmamakta, karar alma mekanizmalarında bulunmayı bir yurttaşlık görevi olarak görmektedirler (Aydemir ve Aydemir, 2011:32-33). Bu şekilde kadınların siyasal temsildeki payları erkeklerle kıyaslandığında çok az olmaktadır (Gökulu, 2013:347-370). Kadınların siyasal alanda eşit katılımı yalnızca demokrasi adına değil aynı zamanda onların toplumdaki statülerini kurma ve sürdürmesi için de önem taşımaktadır. Karar alma sistemine ve süreçlerine eşit katılım çağdaş bir toplumun tabanını oluşturmaktadır. Kadınların temsilci olarak yer almadığı karar alma sistemlerinde toplumun yarısını ya da daha fazlasını oluşturan bireyler görmezden gelinmekte, onların sorunlarından haberdar olunmamakta bu nedenle de bu sorunlar çözüm üretilmediğinden toplumsal yaşamda aksaklıklar yaşanmaktadır. Sonuç olarak bir toplumun demokratikliğinin en temel ölçütü olan kadın-erkek eşitliği, kadınların nüfusun yarısını oluşturduğu da göz önünde bulundurularak siyasal temsilde her zaman korunması gereken temel ilkedir. Demokrasiye güvenen ve demokrasiyi benimseyen toplumlar için kadınların da erkekler gibi oy kullanması ve siyasal karar alma sistemlerine temsilci olarak katılması büyük önem arz etmektedir. Özellikle temsilde eşitlik yurttaşlar için temeldir. Siyasal temsilin eşitsiz şekilde bölüşümü toplumu demokrasiden uzaklaştırmaktadır. Bir toplumun siyasal alandaki temsiline tamamen erkeklerden oluşması o toplumda kadın yaşamadığı anlamına gelmektedir. Dünyamızda bu mümkün olmadığına göre siyasal karar alma mekanizmalarında kadınların erkeklerle eşit derecede temsil edilmesi, karar alma süreçlerinde söz sahibi olması, toplum bireylerinin adaletli bir yönetimle yönetildiklerini hissetmeleri için en temel paradigmayı oluşturmaktadır. Yönetimlerdeki adalet yurttaşı yurttaşa ve topluma bağlamakta, toplumsal kalkınmadan tutun da bütün ortak paydalara hizmet etmektedir.

3.4. Günümüzde Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Siyaset İlişkisi

Cinsiyet; en geniş anlamıyla dünyaya gelen bütün canlıların dişi ya da erkek olarak ayrılması, yani cinsel organların türü, baskın hormonlar, üreme ve benzeri fizyolojik özellikler bakımından bir cinse ait olmaları demektir. Cinsiyet bitki, hayvan ve insan için tek bir çeşidine sahip olunarak hayata gelinen biyolojik bir olgudur. Yani; bazı bitkiler, hayvanlar ve insanlar ya dişi ya da erkek olarak doğuştan kazanılan bu zorunlulukla hayatlarını sürdürürler. Her tür tek bir cinsiyetle yaşamaktadır (Bozdemir ve Özcan, 2011:37-46). Cinsiyet bireylerin kadın ya da erkek olarak sahip oldukları özellikler bütünüdür. Doğuştan kazanılan fizyolojik, biyolojik ve genetik özellikler bütünü olan cinsiyet bireyin sergilediği davranışlarına kadar her şeyi etkilemektedir. Hiçbir şey yapmadan, doğuştan kazandığımız bu cinsiyet özellikleri her bireyin kişisel özelliklerini de nitelendirmektedir. Cinsiyet toplumun en küçük yapı taşı olan aile içinde, okulda, sokakta, sporda, sanatta ve insanın olduğu her alanda toplumun bireye karşı davranışlarına yön vermektedir. Bireye toplum tarafından dayatılan cinsiyete göre davranma, cinsiyet rollerini görme ve onlara göre hareket etmedir.

Bir bireyin dâhil olduğu toplumdaki yerini belirleyip, sosyal hayatına şekil veren cinsiyet ve buna bağlı olarak o toplum tarafından önceden belirlenmiş klişe yargılarla toplumsal cinsiyet kavramları insanların hayatları boyunca nasıl davranacaklarını şekillendirmektedir. Cinsiyet üzerinden yapılan bu ayırmada ana ölçüt, bu iki cins arasındaki farklılaştırmanın doğuştan gelen ve değiştirilemeyen fizyolojik özelliklere mi bağlı olduğu; ya da toplumlar tarafından sosyo-kültürel, ekonomik özelliklere göre belirlenen kıstaslara ve bunların bireylere uygulanmasına göre mi şekillendirildiğidir. Toplumsal cinsiyet kavramının gelişimiyle birlikte son yıllarda bu ikinci seçenek genel olarak kabul görmeye tanımlamalarda kullanılmaya başlanmıştır.

Toplumsal cinsiyet kavramının içeriği toplum tarafından belirlenen normlarla şekillenmektedir. Toplumsal cinsiyet başlangıçta iki cinsiyet arasındaki farkın sadece

biyolojik olduğu görüşünü eleştirmek için kullanılmış ve bu ayrımcılığın sosyal-kültürel etkilerle olduğunu savunmuştur. Bunun yanı sıra kavramın son zamanlardaki kullanımı daha çok post moderndir. Bu alandaki farklılığa, ötekileştirmeye yapılan vurgularla toplumsal cinsiyet kavramı önemli bir analiz alanı olmuştur. Toplumsal cinsiyet kavramı, bireyler arasındaki kadın ve erkek cinsine ait olmaktan kaynaklanan farklılıklara ve biyolojik farklılıklara dikkat çekmekte bunların sebebiyet verdiği ayrımcılığı eleştirmektedir (Dedeoğlu, 2000:139-170). Bir toplumun yapısını anlamada sınıfsal, etnik, bölgesel, dinsel özelliklerin açıklanması için temel kavram toplumsal cinsiyettir. Toplumsal cinsiyet kavramı kadınlık ve erkeklik dediğimiz olguların toplum tarafından kurulmuş birer değişken olduğuna dikkat çektiğinden dolayı kadın çalışmalarına yol gösterici bir konumdadır. Toplumsal cinsiyet sadece kadına değil, kadın ve erkek arasındaki toplum tarafından oluşturulan farklılaştırma çabasına reaksiyon göstermektedir.

Kadın ve erkek medeniyetler kurulduğundan itibaren ayrı iki kutup olarak görülmüş ve buna istinaden rollerinin farklı biçimlendirilmesi yapılmıştır. Cinsiyete bağlı rollerinin farklı olmasının yanı sıra toplumsal cinsiyet bağlamında genel olarak kadınlar olumsuz ayrımcılığa maruz kalmışlardır. Ayrımcılıkla işlerin bölüşülmesi de kendiliğinden ortaya çıkmıştır. Erkeklerle göre değersiz görülen kadınlar, iş bölümü konusunda da erkeklerle göre daha düşük düzeylerde işlere layık görülmüştür. Toplumun ana işleyişini yürütmek erkeklerle atfedilirken, alanı kısıtlanan kadınlar daha fonksiyonsuz ve sıradan işleri gören bireyler olarak algılanmıştır. Ayrımcılık kelime anlamı olarak bir toplulukta bireylerin bazılarının, ötekilere göre belirli haklardan doğrudan ve dolaylı olarak mahrum edilmesidir. Bu yoksun bırakma kişilerin bazı haklarının kısıtlanması ya da belirli haklarını kullanmada dışlanması şeklinde gerçekleşebilir. Sonuç itibarıyla bir bireyin herhangi bir hakkından faydalanmasının engellenmesi ayrımcılıktır. Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık ise, kadınların cinsiyetleri sebebiyle uğradıkları ayrımcılıktır. Kadınlara karşı bir ayrımcılığın söz konusu olduğu gerçeği bütün dünya tarafından kabul görmektedir. Öyle ki Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından 1979'da Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Uluslararası Sözleşmesi (CEDAW) kabul edilmiş ve

bu sözleşme 1981 yılında yürürlüğe koyulmuştur. Türkiye'nin de 1985 yılında kabul ettiği sözleşme, 30 maddesiyle kadınların sırf kadın oldukları için erkeklerden hiçbir konuda ve hiçbir şartta ayrı tutulmaması gerektiğini ve dezavantajlı durumdan kurtulmaları için sözleşmeyi imzalayan bütün ülke yönetimlerinin ellerinden geleni yapacağını garantisini vermek amacıyla ortaya çıkmıştır (Bora, 2012: 3-5). Sözleşmenin en temel gayesi kadınların uğradıkları haksızlıkları ortadan kaldırmak ve toplumu cinsiyet bazında bölmenin önüne geçmektir.

Ayrımcılık özellikle de toplumun cinsiyete göre yaptığı ayrımcılık kadınlar için hayatlarının her parçasında yer alan bir dezavantajdır. Öyle ki yeteneklerinden, arzularına ve hayat şartlarına kadar her konuda kadınlar, erkekler ve yerleşmiş düşünce geleneği yüzünden, mahrum bırakılan ve ilerlemesi engellenen bireyler olarak hayatlarını sürdürmek zorunda kalmaktadırlar. Eğitim, ekonomi, siyaset vb. birçok konuda kadınların aktif ve verimli olabileceğini düşünmeyen toplumlarda yani toplumsal cinsiyetçiliğin ön planda olduğu yerlerde kadınlar ayrımcılığın en acı yüzüyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu anlamda, bizim toplumumuzda da dünyanın birçok yerinde de açıkça ya da örtülü şekilde toplumsal cinsiyet ayrımcılığı yapılmaktadır. Cinsiyete dayalı ayrımcılık, mevcut iki cinsi ayrıştırmasının yanı sıra haklardan ve kaynaklardan faydalanmaları noktalarında da bir eşitsizlik meydana getirir. Türkiye cinsiyete dayalı eşitsizliğin günlük yaşamın her alanında ciddi boyutlarıyla yaşandığı ülkelerden biri olarak görülmektedir. Öyle ki eğitimde, sağlıkta, çalışma hayatında, siyasal katılımı ve daha birçok alanda toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve ona bağlı ayrımcılık kendini güçlü şekilde hissettirir. Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık toplum üyeleri ve yönetimleri tarafından oldukça açık şekilde görülmesine rağmen bu konudaki düzenleme ve düzeltme çabaları hep yetersiz ve gerçek dışı çalışmalar olarak kalmıştır. Bu ayrımcılığa maruz kalan kadınlar ve kız çocukları ise durumu kabullenmeyi seçmek zorunda kalmışlardır. Düzeltmek için herhangi bir çabanın bulunmadığı ama toplumun ilerleyişini engelleyen bu ayrımcılık nereden bakılırsa bakılsın insanların önünde duran bir engel ve göz ardı edildikçe büyüyen bir dezavantajdır. Bir insanın bir insana üstünlüğünün cinsiyet ile olamayacağını ve hatta bir insanın bir insana hiçbir

şart ve koşulda üstünlük sağlayamayacağı gerçeği bir an önce benimsenmesi gereken hayati bir olgudur. Bora (2012)'ya göre toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü, zamanda temel alınarak şu şekilde belirtilmiştir: kadın ve erkek bütünüyle birbirinden farklı birer insan cinsi olarak ele alındığından dolayı, onların her konuda ayrıştığına ve buna bağlı olarak da alakadar oldukları uğraşların ve eğilim gösterdikleri yönlerin de çok büyük farklılıklar gösterdiğine olan inançtır. Bu durum kadınları her şeyin dışında pasif olarak eve kapatırken, erkekleri aktif olarak kamusal alana yerleştirmiştir (Habermas, 2010:175). Böylece iş bölümü sağlanmış erkek dışarıda geçimi sağlayan kahraman olmuşken, kadın sadece ev işlerini yapabilen ve çocuk bakmakla yükümlü ikincil insan durumuna düşmüştür. Geleneksel anlayışa göre annelik ve eş olmanın birincil görev olarak yüklendiği kadın çalışma hayatından dışlanmaktadır. Bu dışlanma birçok fırsat eşitsizliğini de beraberinde getirerek kadının iş bölümündeki çizgilerini netleştirmiştir. Eğitim ve meslek edinmede, gelir dağılımında ve yoksullukta, işe kabul edilmede ve de ücret farklılıklarında, cinsel ve duygusal tacizde, kayıt dışı istihdamda, sosyal güvenlikten yoksunlukta, sivil toplumdan ve siyasetten dışlanma vb. birçok konuda kadınlar ayrımcılığa uğramaktadır. Bunun sonucunda ise çalışma hayatından dışlanmaları fırsatlara ve koşullara eşit ulaşımında kadınları erkeklerin bir hayli gerisine itmektir (Çakır, 2008:25-47). Bu problemlere çözüm olarak bakıldığında, toplum el ele vererek bu cinsiyete bağlı ayrımcılığı ve iş bölümünü yok etme çabası içine girmelidir. Yalnız bu çabalar gözle görülür sonuçlar verene kadar uğraşılmalı, ayrımcılığı yapan taraf olunmayacağı gibi, bu ayrımcılığa göz de yumulmamalıdır. Unutulmamalıdır ki toplumsal cinsiyet ayrımcılığı kadına verdiği kadar erkeğe de zarar vermektedir.

Toplumsal cinsiyet için eşitlik kavramı erkek ve kadın cinsleri arasında herhangi bir ayrıştırmanın yapılmamasını söyleyerek, bu iki cinsin yaşamın her alanında eşit muamele görmesi gerektiğinin altını çizmektedir. Eşitliğin bu şekilde tanımlanması cinsiyetler arasındaki bu durumu tam olarak açıklayamamakla birlikte yaradılış itibarıyla erkek ve kadının farklı olduğu gerçeğine vurgu yapmamaktadır. Kadın ve erkek biyolojik farklılıkları dışında, hayatı anlama ve yaşama biçimleri bakımından farklılık gösteren iki türdür. Fakat bu farklılık hiçbir suretle bir eşitsizlik gerekçesi

değildir (Aydın Yılmaz, 2015:9-32). Yani bu eşitliğin topluma kazandırması gereken şey sadece ve sadece insan olduğu için bireylerin birbirlerine eşit-denk olduğu gerçeğidir. Toplumun yönetiminde bir devletin kalkınmasında ve ilerlemesinde bireyler bir bütün olarak ele alınmaktadır ve buna bağlı olarak da kalkınma gibi ülkeyi derinden etkileyecek konularda toplumsal cinsiyet eşitliği gözetilmelidir. Bir ülkeyle ilgili politika veya plan üretirken kadınların ve erkeklerin beklenti ve ihtiyaçlarının farklılık gösterebileceği göz önünde tutulmalıdır. Bu farklılığa dikkat çekerken bireylerin eşitliği temel hedef olmalıdır. Bu sebeple Birleşmiş Milletler toplumsal cinsiyet ihtiyaçlarını pratik ihtiyaçlar ve stratejik ihtiyaçlar olarak ikiye ayırmaktadır. Pratik ihtiyaçlar; mevcut durumlarda cinsiyet eşitliğine dair herhangi bir düzenleme yapmaktan ziyade kadının hayatını kolaylaştırmayı hedeflerken, stratejik ihtiyaçlar bu eşitsizliği gidermeye yönelik yapılması gereken faaliyetleri belirtmektedir (Sancar vd. 2006:21).

Toplumsal cinsiyet eşitliği hem sayı (nicelik) hem de içerik (nitelik) anlamlar taşıyan bir olgudur. Bir toplumda kadınların da erkekler kadar temsil edilmesine sayısal veriler üzerinde dikkat çeken niceliksel özelliklerin yanı sıra; bu eşit temsilin ve toplumsal hayata katılımın içerik ve özellikler bakımından da sağlanmasına yönelik niteliksel özellikler üzerinden dikkat çekilmektedir (Sayer, 2011:77). Toplumsal cinsiyet eşitliğini yakalamak ve sürdürmek hedefinde olan toplum yönetimlerinde bununla ilgili alınan ilk önlem kalkınma planlarına kadınların aktif şekilde katılması olmaktadır.

Kalkınma planları çerçevesinde kadının ekonomik, sosyal ve siyasi bütün alanlarda erkekler kadar aktif hale getirilme düşüncesi özellikle bizim ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde büyük önem taşımaktadır. Yumuş (2011)' de genişçe yer verdiği kadınların kalkınma planlarında toplumsal cinsiyet eşitliği açısından aktifleştirilmesi konusundaki çalışmalar, yol gösterici fakat üzerinde daha çok çalışılması gereken oluşumlardır. Öyle ki kadının istihdamı, toplumsal cinsiyet eşitliğinin ekonomik boyutunu oluşturmaktadır. Bir eşitlikten bahsedeceksek öncelikle kadınların da erkekler gibi şartlarını sağladığı işlere, başka bir ayrım gözetilmeksizin alınması

gerekmektedir. Yani iş ilanlarında kilo-boy vb. birçok açık ya da üstü kapalı şartlarla kadın istihdamı engellenmemelidir. Böylece kadınlar da ekonomik özgürlüklerini ellerinde tutan toplum bireyleri olurlar ve de toplumsal cinsiyet eşitliği ekonomik olarak sağlanmış olur. Bir başka alan olarak sosyal ve siyasal hayata katılmada cinsiyet eşitliğinin sağlanması gereken ana halterlerdendir. Kadınlar sosyal yaşam alanı dediğimiz her alanda sağlık, eğitim vb. erkeklerle eşit fırsatlara ulaşabilmelidir. Eğitim nasıl ki erkek çocuklarına hak sayılıyorsa, kız çocukları da bu haktan mahrum bırakılmamalıdır. Sağlık kurum ve kuruluşlarında yer alma erkekler kadar kadınların da hakkıdır ve bu hizmetlerden faydalanmada da eşit muamele yapılmalıdır. Bunların yanı sıra sırf daha narin yapısı yüzünden kadınlar şiddete maruz kalmamalıdır. Çağın en büyük sorunlarından biri olan kadına şiddet ve kadın cinayetleri de aslında toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin görülebilecek en açık yüzüdür. Bütün bu alanlarda toplumsal cinsiyet eşitliği açısından kalkınma planlarından yasal uygulamalara kadar atılan birçok adım olmasına, toplum tarafından durumun içselleştirilmesi ve de sorunu halletmeye yönelik samimi adımların atılmaması sebebiyle ekonomik, sosyal ve siyasal hayatta Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliği geçer not alamamaktadır.

Toplumsal cinsiyet eşitliği kadını ilgilendirdiği kadar erkeği de ilgilendiren bir kavramdır. Cinsiyet eşitliği sadece kadının peşine düşmesi gereken bir kazanım değildir. Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sadece kadınları değil erkekleri de ilgilendiren bir konu olduğu kanaatine vardıldıktan sonra bakmamız gereken şey erkeklerin toplumsal cinsiyet eşitliğine katılıp katılmadığıdır. Bu bağlamda sağlıktan eğitime kadar birçok alanda yapılan çalışmalar kadınların erkekler karşısında nasıl da ikinci plana atıldığı gerçeğini gözler önüne sererken erkeklerin de bu duruma durdeme oranlarının az da olsa giderek arttığını göstermiştir. Birleşmiş Milletler, Avrupa Konseyi ve Avrupa Birliği gibi Dünya çapındaki birçok bağımsız kuruluş tarafından yapılan görüşmeler, komisyonlar ve konferanslarla toplumsal cinsiyet eşitliği sorunsallaştırılmış ve yasal düzenlemelere ve uygulamalara dayandırılmaya çalışılmıştır (Sayer, 2011:77). Tüm bunlara ek olarak ve sonuç itibarıyla, toplumsal cinsiyet eşitliği bir terazi gibidir ve bir tarafında kadınların yer aldığı gibi diğer tarafında da erkekler yer almaktadır. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet ve buna bağlı

rollerden kaynaklanan kazanç hayatın her alanında erkeklerin hanesine yazılmaktadır.

3.5.Türkiye’de Siyaset ve Kadın Olgusu

Günümüzde kadının siyasal hayatındaki yeri erkeklerin siyasi hayatıyla aynı düzeye ulaşamamıştır. Yasal düzenlemelere rağmen siyasetin bir erkek işi olduğu anlayışı hâkimdir. Kadınların siyasal hayata giriş yaptığı andan itibaren, çok sayıda faktörler, kadınları olumsuz yönde etkilemiştir. Eğitim, meslek seçimi, çalışma koşulları açısından daha iyi konumda olan kadınlar, siyasal yaşamda kapalı bir arenada olmaya devam etmektedir.

Kadınların siyasete katılımı incelendiğinde, uzun bir zaman içinde buldukları siyasal sistem ile yetersiz bir bağ kurdukları görülmektedir. Yerel siyasete katılım ve temsil, kadınların toplumsal kalkınmadaki ve demokratik gelişim açısından rolü fazlasıyla önemlidir. 1930’da yerel seçimlerde kadınlar seçme ve seçilme hakkını elde etmiş olmasına rağmen günümüzde kadının siyasal katılımı oldukça düşük düzeydedir. Kadının siyasete katılmasının gerekliliğini savunanlar, kadınların siyasette daha çok yer almalarının insan haklarının kullanımını yaygınlaştıracığı ve siyaseti kadın değerlerinin olumlu yönde dönüştüreceğini savunmaktadır. Siyasal hayata katılım, bireyin siyasal sistemle kurmuş olduğu bağla ilişkilidir, siyasal çalışmalara katılmak, oy vermek, karar mekanizmalarında yer almak gibi faaliyetler kadınların siyasal katılımı ve ilgisini artıran eylemlerdendir. Kadınların siyasal sistemlerle yeterince ilişkili olamamasının nedenlerine bakacak olursak tüm dünya gibi ülkemizde de ekonomik şartlar, eğitim seviyesi, değer yargıları ve geleneksel yaşam biçimleri gibi unsurlar kadınların siyasal sistemlere ilgisizliğinin nedenleridir.

Ülkemizde kadınların siyasal hayata olan ilgisinin artması, Tansu Çiller’in ilk defa büyük bir partinin başına geçerek başbakan olmasıyla başlamıştır. Türkiye’de 1990’lı yıllarda yaşanan bu olayın ardından kadınların siyasete ilgisinin artması kadar

kendilerine güvenleri de ivme kazanmıştır. 1999 ile 2004 seçimlerinde kadınların belediye meclis üyeliğinde bir miktar artış olmuştur.

Geleneksel yaşam biçimlerinden çağdaş yaşam biçimlerine geçildiği yirminci yüzyılda kadınların siyasal katılımında değişikliğe yol açmıştır. Ancak Türkiye’de yıllara göre parlamentodaki kadın milletvekili sayısı çok az artarak ilerlemiştir (Bkz. **Ek 1:** TBMM Milletvekilleri – Cinsiyete göre dağılımı).

Günümüzde Türk kadını yasalar karşısında, erkeği ile eşit haklara sahip olmakla birlikte, toplumsal ve siyasi hayatta eşitliğin varlığını söylemek mümkün değildir. Eşitsizlik başka toplumlarda olduğu gibi, Türkiye’de de erkeğin lehine işlemektedir (Arslan, 2004:108).

Siyasette kadın sayısını artırmak için eğitim olanakları artırılmalıdır. Genel ve yerel seçimlerde cinsiyet kotası getirilmeli ve bu kotalar sadece sayısal rakamlarla değil liyakat ile doldurulmalıdır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SİYASAL AKTÖR OLARAK KADINLARIN BELEDİYE YÖNETİMLERİNDE YERİ

Kadınların siyasal katılımının hangi etkenlere göre yapıldığının anlatıldığı bu bölümde kadınların yetki alanlarına değinilecek, daha sonra ise siyasal katılıma kadın cinsi üzerinden bakılacak ve bu perspektiften siyasal katılımın önündeki engeller, siyasetteki temsili, siyasetteki gerekliliği ve siyasetteki tarihsel gelişimi incelenecektir.

4.1. Kadınların Belediye Yönetimlerine Katılımı

Yerel yönetimler demokrasinin temelini oluşturmaktadır. Başka bir ifadeyle; yurttaşların özgürce yönetime katılması, kurum ve kuruluşların demokratik kurallarla yönetilmesi büyük önem taşıyan birimlerdir. Yerel yönetimlere katılım siyasal alanın bir parçası olduğu gibi, demokrasi içinde vazgeçilmez bir unsurdur. Cinsiyete dayanan eşit katılım sağlandığında yerel yönetimlerle demokrasi arasında sağlıklı bir bağ oluşmaktadır. Halkın katılımıyla geniş bir tabana yayılan yerel siyaset yerel yönetimlerde demokrasi adına büyük adımlar atılmasına öncülük etmekle birlikte, bireyleri karar alma mekanizmalarına dâhil olma konusunda teşvik etmektedir. Bu sürece temsilci olarak katılma söz sahibi olma konusu erkekler kadar kadınlar için de önem taşımaktadır. Çünkü bir toplum demokrasi içinde yaşamayı ilke edinmiş vatandaşların cinsiyetlerine göre değişiklik göstermemelidir. Bu nedenle, kadınların yerel yönetim birimlerine herkesten çok katılması gerekmektedir. Çünkü bir ailenin hizmet beklentisini en iyi bilen de kadınlardır, çocukların gereksinimlerini en iyi bilen de kadınlardır. Bu durumda yerel halkın ihtiyaçlarının neler olduğunun cevabı da aslında kadınlardadır.

Gelişen dünya şartlarında yerel yönetimlere katılım ve yerel siyasete ilgi her geçen gün daha önemli bir hale gelmektedir. Özellikle karar verici konumunda var olmaya çalışan kadınlar için yerel siyasete katılım çok önemlidir. Bu durumun sonucu olarak da kadınların yerel siyasete katılımı ve temsilci olmaları konusundaki adaletsizliğin giderilmesi yerel siyasetin güçlenmesinin temel şartı olarak görülmektedir. Cinsiyetler arası eşitlikle, yerel siyasette eşitlik ve adalet unsurlarının tam olarak sağlanması doğru orantılıdır. Bu bağlamda kadınlar geleneksel rolleri itibarı ile herkes tarafından kullanılması gereken siyasi bazı haklarını yerel siyasette de kullanamamaktadır. Tabii ki bu durum bütün kadınlar için değil, bazı kadınlar için geçerlidir. Toplumsal cinsiyet rolleri yüzünden ev dışındaki hayata katılımında sorun yaşayan kadınlar yerel siyasette etkin rol alamamaktadır (Arıkboğa, 2007: 45). Kadınlar için yerel siyasete dâhil olmaları özellikle yaşadıkları kent hayatına müdahale etmek ve kent hizmetleri hakkında görüşlerini ortaya koymak için güzel bir fırsat olan Kent Konseyleri siyasal katılım adına kadınlara büyük avantajlar sağlamaktadır. Bu yüzden kadınların bu ve bunun gibi platformlarda sürekli olarak yer alması onların yerel yönetimlere daha fazla dâhil olacakları anlamına gelmektedir (Bozatay ve Kutlu, 2014: 143).

Sonuç olarak bakıldığında kadınların yerel yönetimlere katılımı o yönetimlerin daha demokratik ve daha işlevsel olmasında önemli rol oynamaktadır. Çünkü ataerkil toplumların cinsiyet rolleri altında ezilen kadınları, kendileri ve aileleri için en doğru kararların alınması ve yaşadıkları yörenin ihtiyaç ve gereksinimlerine hizmet ediyor olması konusunda ne yazık ki, karar verici konumunda yer alma konusunda içinde bulunduğumuz yüzyılda bile hala büyük engellerle karşılaşmaktadır. Bu durum ortadan kaldırılmalı ve kadınlara da erkekler kadar katılım ve temsil hakkı sağlanmalıdır. Böyle olduğu zaman yöre kadınları hem fikir hem de icraatları ile halka hizmet edecek, siyasete başka bir bakış açısı ve estetik katacaktır. Bunlar ise yerel yönetimlerden başlayarak ülke genelini daha yaşanabilir ve adaletli kılacaktır. Eşit katılımın ve temsilin sağlanması için erkekler kadınlara yer açmalı ve önlerini kesici hareketlerde bulunmamalıdır, kadınlar ise toplumsal rollerinden biraz olsun sıyrılıp, siyaset ilgisi ve bilgisi edinmeye açık olmalıdır. Böylece daha demokratik ve

halkın istek ve arzularını yansıtan yerel yönetimler meydana gelecektir. Yönetim ve halk arasında bağlar kuvvetlenecek, toplum bilinci cinsiyet ayrımı olmaksızın bütün bireylerce edinilmiş olacaktır.

4.2. Belediye Yönetimlerinde Kadın Temsili

Temsil konusunda açıklığa kavuşturulması gereken ilk şey bu unsurun tanımlayıcı ve asli olarak iki şekilde tanımlandığıdır. Yani sayısal verilere bakılarak ele alınan ve orantısal olarak eşitliğin yakalandığı bir temsilden bahsediliyorsa bu tanımlayıcı temsil olarak açıklanırken, sayısal verilerden daha ziyade içeriğin işlerliğinden ve niteliğinden bahsedildiğinde ise bu temsil asli temsil olarak ele alınmaktadır (Gençkaya, 2011: 7-8). Şöyle ki burada altı çizilmek istenen asıl durum bir mecliste kadın erkek sayısının eşit olmasının yanında, bu temsilcilerin etkisinin eşit düzeyde olmasıdır. Sadece sayısal olarak bir eşitlik yaşanması, yerel yönetimlerin hizmet götürdüğü kadınların sorun ve ihtiyaçlarına çözüm bulunduğu anlamını taşımamaktadır. Burada esas olan sayıdan çok etkinliktir. Yani yerel yönetimlerde yer alan kadınların temsil ettikleri kadınları tam anlamıyla yansıtıyor olmaları gerekmektedir.

Demokrasinin en temel göstergelerinden biri olan cinsiyetler arası eşitlik, yerel yönetimlerde kadınların karar alma mekanizmalarında ve yönetim süreçlerinde erkekler gibi aktif şekilde temsil edilmesine bağlıdır. Daha açık bir ifadeyle; yerel yönetimlerin beklenen adalet ve demokraside olması için kadınların katılımı kadar temsilci olarak yer alması da hayati önem taşımaktadır (KSGM, 2008: 46). Toplumun bütün kesimlerine hitap eden yerel yönetim birimlerinde temsilcilerin sayısal verileri de homojen bir yapıya sahip olmalıdır. Fakat ataerkil toplum yapılarında siyaset erkeklerin tek elinde bulunduğu için ona yön verme işini ulusal meclislerde erkekler yaptığı gibi yerel karar alma mekanizmalarında da erkekler yürütmektedir. Bunun sonucu olarak da kadınlar yerel yönetimlerde temsilci olarak yer alma konusunda bir hayli geri kalmış bulunmaktadır (Yaraman, 1999: 25).

Adalet, fayda, kişisel tecrübe aktarımı, menfaat çatışmaları ve modernleşme olarak ele alınan bu beş temel unsur kadınların yerel yönetimlere katılmasının sonucunda elde edilecek toplumsal verim olarak ele alınmalıdır. Bu verimliliğin çoğaltılması için ise yerel yönetimlerdeki kadın temsilinin artırılması kilit noktadır. Kadınları yerel siyasete daha fazla dâhil edebilmek için bunların toplum tarafından görülmesi büyük önem arz etmektedir.

Sosyal ve ekonomik birçok sebepten ötürü yerel yönetimlere katılımı sınırlı olan kadının, yerel yönetim birimlerindeki temsili de maalesef ki sınırlı kalmaktadır. Daha önce defalarca değinildiği gibi erkek yurttaşlara göre birçok konuda farklılık gösteren kadınların demokratik yerel yönetimler için bu birimlerde politik çıkar grubu olarak yer almalarının önemi ve gerekliliği yadsınamaz bir gerçektir. Yerel yönetim hizmetlerine cinsiyet bazında bakıldığında bu hizmetlerden erkeklere göre kadınların çok daha fazla etkilendiği sonucuna varmak mümkündür. Bir başka deyişle; yerel yönetim hizmetleri kadınların özel alanı olarak anılan, eve daha yakın olan hizmetlerdir. Buna bağlı olarak da elektrik, yol, su vb. birçok hizmetin günlük rutindeki muhatabı kadınlardır. Bu açıdan bakıldığında kadınların yerel yönetim birimlerinde temsilci olarak yer alması çok büyük bir gerekliliktir (Belli, 2017: 81). Sonuç olarak bakıldığında gerek ulusal düzeyde gerekse yerel düzeyde demokrasi adına kadın temsili şarttır. Merkezi yönetimlere kıyasla hizmete yakınlık ilkesi itibarı ile vatandaşlarla daha iç içe olan yerel yönetimler daha demokratik sayılmakla birlikte bu birimlerde kadın katılımı ve temsili daha mümkün ve kolay olarak görülmektedir. Bu yakınlığa bağlı olarak yöre halkı hizmetlerde ve karar alma mekanizmalarında daha etkin olabileceklerine inanarak, yerel siyasette aktif olmayı süreçlere müdahale etmeyi tercih etmektedir (Gözübüyük, 2008: 179). Dünyanın birçok yerinde saydığımız bu sebeplere bağlı olarak kadınların katılımı ve temsil oranı merkezi yönetime göre yerel yönetimlerde daha yüksektir. Fakat Türkiye için bu durum geçerli değildir. Bizim ülkemizde yerel yönetim meclislerindeki kadın oranı, genel meclisteki kadın oranından daha düşüktür (Örtlek ve Tekelioğlu, 2013: 284).

Türkiye’de yerel yönetimlerde kadın temsilcilerin az oranda olmasının kuvvetli etkenlerinden birisi de merkezi yönetimin yerel yönetimi büyük ölçüde etkisi altında tutmasıdır. Ataerkil yapı ve erkek hegemonyası sebebi ile ulusal siyasette ikinci plana atılan kadınlar, yerel yönetimlerin de merkezi yönetimin bir uzvu şeklinde hareket etmesi sebebiyle burada da varlıklarını gösterememektedir. Tüm bunların sonucunda kadınlar ihtiyaç ve isteklerine verimli şekilde hitap edemeyen yerel yönetimler ile hayatlarını sürdürmek zorunda kalırken, yerel siyaset de kadın olgusundan mahrum kalmaktadır. Aslında kaybeden ya da bir şeylerden eksik kalan sadece kadınlar değil, yerel siyasetin tam olarak kendisidir. Çünkü burada bir yokluk değil; bir yoksun bırakma söz konusudur (Cerit, 2008: 40).

4.3. Atatürk Döneminde Kadınların Siyasal Aktör Olarak Belediye Yönetimlerinde Yer Alması

Mustafa Kemal Atatürk, Türk kadınının hukuki ve siyasal anlamda yerel ve merkezi yönetimler için seçme ve seçilme hakkını elde etmesini, bilinçli olarak bu hakkını kullanmasını çok önemsemiştir. Belediye kanununda kadınlara seçme ve seçilme haklarının verilmesiyle ilgili gelişmede Afet İnan’ın büyük katkısı olmuştur. Kadınlara da seçme seçilme hakkının verilmesini savunan Afet İnan’ın başından geçen bir olay bu mücadeleye ivme kazandırmıştır. 1929- 1930 eğitim-öğretim yılında Yurttaşlık dersi veren Afet Hanım seçimleri kavratabilmek amacıyla sınıfta örnek bir belediye seçimi düzenlemiştir. Seçimi bir kız öğrenci kazanınca erkek öğrencilerden birinin kadınların seçme ve seçilme hakkına sahip olmadığı gerekçesiyle sonuca itiraz etmesi üzerine Afet Hanım bu olayı Atatürk’e anlatmıştır. Afet İnan’ın konuyu Atatürk’e anlatması ve kadın hakları ile ilgili taleplerini iletmesinden sonra Atatürk konuyu hukukçulara inceletmiştir. Ardından kadınların belediye seçimlerine katılması meselesi meclis gündemine gelmiştir. Belediye Kanunu’nun mecliste görüşmeleri esnasında İçişleri Bakanı Şükrü Kaya tarafından “Belediyelerimizin Anayasası demek olan bu ana kanun büyük inkılabımızın bir eseri olduğu ve Hükûmetin her işte olduğu gibi bu layihayı da Türk istiklal ve inkılabının büyük lideri Gazi’den aldığı ilham ve onun çizdiği direktifle hazırlanmış olduğu” da altı çizilerek açıklanmış, Türk kadınının bu kanunla belediye işlerinde görevlendirildiği ve yakın senelerde TBMM’de de yer alacağı eklenmiştir. 1580 sayılı ve 3 Nisan 1930 tarihli Belediye Kanunuyla kadınların belediye seçimlerine

katılabilmesi TBMM tarafından onaylanınca kadınlara siyasal alanda ilk kez temsil hakkı tanınmış oldu. 28 Ekim 1933'te kadınlara siyasal alanda ikinci haklar verilerek Köy Kanununun 20. ve 25. maddelerinde yapılan değişikliklerle kadınlara köyde muhtar ve ihtiyar kuruluna seçme ve seçilme hakkı verildi. Aydın/ Çine Karpuzlu nahiyesinin merkezi Dereköy'den ilk kadın muhtarımız Gül Hanım muhtar seçildi. 4 Aralık 1934'te 1924 Anayasasının 10 ve 11. Maddelerinde yapılan değişiklikler ile kadınlara milletvekili seçme ve seçilme hakkı tanınmıştır. Kanun müzakereleri sırasında Atatürk'ün "Siyasal ve toplumsal hakların kadın tarafından kullanılmasının insanlığın saadeti ve prestiji açısından gerekli olduğuna eminim" şeklindeki sözleri kadın hakları konusundaki düşüncelerini yansıtmaktadır. Bu haklar 5 Aralık 1934 tarihinde kanunlaşmıştır (2589 Sayılı Kanun). Bu kanuna göre 22 yaşını bitiren her vatandaş milletvekili seçimlerinde oy kullanabilecek, 30 yaşını bitiren her vatandaş ise milletvekili seçilebilecektir. Türk kadınlarının ilk oy kullanması 1935 yılında olmuştur. 1934'te kadınlara milletvekili seçilebilme hakkı tanınması Türk kadınına çağdaş ve ileri ülkelerin seviyesine çıkarmıştır. Türkiye'de kadınlara milletvekili seçilebilme hakkı tanınması dünya çapında yankılanmış ve birçok ulus kadını bundan örnek alma çabasına koyulmuştur. Avrupa ülkelerinde dahi kadınlar Türk kadınından sonra seçme ve seçilme hakkını elde etmişlerdir. Fransa'da kadınlar 1944 yılında, Yunanistan'da 1952, İsviçre'de 1974 yılında seçme ve seçilme hakkına kavuşmuşlardır (Kurnaz, 1991; Konan, 2011; Çolak, 2012; Ünal, 2014; Sertel, 2015).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Ulu Önder Atatürk Türk kadınına her zaman modern toplumun bir simgesi olarak görmüştür. Yaptığı devrimlerle Türk kadınına seçme ve seçilme hakkını tanıyan Atatürk ilk önce 1930'da belediye seçimlerinde, 1933'te muhtarlık seçimlerinde ve 1935'te ise milletvekili seçimlerinde seçme ve seçilme hakkı tanımıştır.

26 Mart 1923'te Atatürk'ün Konya gençleriyle buluşmasında Anadolu kadını için söylediği sözlerde;

"...Dünyada hiçbir milletin kadını, ben Anadolu kadınından daha fazla çalıştım, milletimi kurtuluşa ve zafere götürmekte Anadolu kadını gibi emek verdim diyemez. Belki erkeklerimiz memleketi istila edenlere karşı süngüleriyle düşmanın süngülerine göğüslerini germekle düşman karşısında hazır bulundular. Fakat

erkeklerimizin teşkil ettiği ordunun hayat kaynaklarını kadınlarımız işletmiştir... Çift süren, tarlayı eken, ormandan odunu, keresteyi getiren, aile ocaklarının dumanını tütüren, bütün bunlarla beraber sırtıyla, kağnısıyla, kucağındaki yavrusuyla yağmur demeyip, kış demeyip, sıcak demeyip cephenin harp malzemesini taşıyan hep onlar, hep o yüce, o fedakâr, o ilahi Anadolu kadınları olmuştur. Bundan ötürü hepimiz, bu büyük ruhlu ve büyük duygulu kadınlarımızı şükran ve minnetle sonsuza kadar aziz ve kutsal bilelim...”

Kaynak: <http://www.atam.gov.tr>

Bu konuşmasında Mustafa Kemal Atatürk Anadolu kadınının emeğini, zekâsını ve fedakârlığının önemini vurgulamıştır.

Dünyada kadına siyasal hakların verildiği tarihler farklılık göstermektedir. İlk seçme ve seçilme hakkı veren ülke Yeni Zelanda’dır. Ülkemizde ise birçok batı ülkesinden önce kadın seçme ve seçilme hakkına kavuşmuştur. Tablo 1’de dünyada kadınların seçme ve seçilme hakkının ülkelere göre tarihsel sıralaması verilmiştir. (Bkz. **Tablo 1: Dünyada Kadınların Seçme ve Seçilme Hakkının Ükelere Göre Tarihsel Sıralaması.**)

Tablo 1: Dünyada Kadınların Seçme ve Seçilme Hakkının Ükelere Göre Tarihsel Sıralaması

Kadına Seçme ve Seçilme Hakkının Verildiği Tarih	Kadına Seçme ve Seçilme Hakkının Verildiği Ülke
1893	Yeni Zelanda
1902	Avustralya
1906	Finlandiya
1913	Norveç

1915	Danimarka
1917	Kanada
1918	Avusturya, Almanya, Polonya, Rusya
1919	Hollanda
1920	Amerika Birleşik Devletleri
1921	İsveç
1928	İrlanda, İngiltere
1930	Güney Afrika
1931	İspanya
1934	Türkiye
1944	Fransa
1945	İtalya
1947	Arjantin, Japonya, Meksika, Pakistan
1949	Çin
1950	Hindistan
1954	Kolombiya
1957	Malezya, Zimbabve
1962	Cezayir
1963	İran, Fas
1964	Libya
1967	Ekvador
1971	İsviçre
1972	Bangladeş
1974	Ürün

1976	Portekiz
1989	Namibya
1990	Batı Samoa
1993	Kazakistan, Moldova
2005	Kuveyt
2006	Birleşik Arap Emirlikleri
2011	Suudi Arabistan

Kaynak: <https://www.infoplease.com>

4.3.1. İlk Kadın Belediye Başkanı

Cumhuriyet'in 7. yılında 5 Nisan 1930 günü Türk Kadını Siyasi arenaya ilk adımını atmıştır. 1930 öncesi ülke nüfusunun çoğunluğunu oluşturan kadınlara oy hakkı verilmesi yönündeki düşüncenin gittikçe güçlenmesi ve TBMM'de taraftar bulması üzerine meclise sevk edilen "Yeni Belediyeler Yasası" 1930 yılında 1580 sayılı yasa ile Türk kadını Cumhuriyet rejimi ile belediye seçimlerinde seçme ve seçilme hakkına sahip olmuştur.

1930 yılında Artvin'in Yusufeli ilçesinin Kılıçkaya beldesine belediye başkanı seçilerek Türkiye'nin ilk kadın Belediye Başkanı Sadiye Hanım olmuştur.

(Bkz. Ek 2: Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk Belediye Başkanı Sadiye Hanım)

Sadiye Hanım, kendinden sonra doğacak tüm kadınlara örnek olabilecek bir kadındı. "Türkiye'nin İlk Kadın Belediye Başkanı" oldu ve iki yıl bu görevi yürüttü Kaynak: <https://www.biyografi.net>

4.3.2. İlk Kadın Muhtar

26 Ekim 1933 yılında 2349 sayılı kanunla Türk kadınları köy ihtiyar heyetlerine ve muhtarlığa seçme ve seçilme hakkını elde etmişlerdir.

İhtiyar heyetleri seçimlerinde kadınlara da oy hakkı verilmesinin ardından tüm Türkiye’de olduğu gibi, Aydın’da ilk defa Germencik Nahiyesine bağlı Karaağaçlı köyünde seçme seçilme hakkına sahip kadınlar ihtiyar heyeti seçimlerinde oylarını kullanmışlardır.

12 Kasım 1933 tarihli muhtarlık seçimleriyle de resmi olarak Türkiye’de ilk kadın muhtar Aydın’dan seçilmiştir. Karpuzlu Nahiye merkezi olan Demircidere köyünde seçimlere sekiz kişi katılmıştır. Sekiz kişi içerisinde tek kadın aday Gül Hanım idi. (Bkz. **EK 3**: Modern Köy Muhtarı Gül Hanım ve Annesi)

Gül Hanımın muhtar seçilmesindeki en önemli unsur devrin kadın imajını yükseltmesi ve Gül Hanımın harf inkılabına uygun olarak okuyup yazabilmesidir. Muhtar olmasının ardından kahvehanelerde kumar oynamayı yasaklayan Gül Esin, kız kaçırma olaylarını önlemiş ve nikâh işlerini düzene sokarak büyük başarı elde etmiştir. Türkiye’nin ilk kadın muhtarı seçildiği dönemde İtalya, Fransa ve Japonya gibi ülkelerde kadınların oy kullanma hakkı yoktu.

Seçimlerden sonra çok sayıda gazetede Türkiye’nin ilk kadın muhtarı için tebrik yayınlanmıştır.



Görsel 1: İlk Kadın Muhtar için Yayınlanan Tebrik. İzmir'de çıkan Anadolu gazetesinin haberi

Kaynak: <https://daimakadin.com>

Türkiye'de İlk Kadın Muhtar Gül Hanımdır..

Aydın Muhabirimiz Menemen Kaymakamı Nihat Bey'e Cevap Veriyor.

Aydın, (Hususi) — Gazetemizin 15 ikincel teqrin 933 tarihli sayısında, Türkiye cümhuriyetinin kadın muhtarı Gül Hanım hakkında Menemen kaymakamı Ali Nihat Beyin yazısını okudum.

Bu yazıda, bilhassa "Gül Hanım namına birinin," tabirini çok garip buldum. Sonra, Kudret Hanımın şecaat ve besaletinden bahs olunmakta bikiyet ve kası da anlıyamadım.

Milli mücadelede, erkeklerle yanyana harbeden, erkeklerin bile zor başıracakları birçok cephe ve cephe gerisi işlerini gören kadınlarımız pek çoktur. Hem ne hacet; ordulara kumanda eden, milletlere başbuğ olan Türk kadınlarımızdan tarih bol bol bahsediyor.

Gül Hanımın ilk kadın muhtar olmadığı hakkındaki mü-

Türkiye cümhuriyetinin ilk kadın muhtarındır.

Fırkamız kâtibiumumisi Recc Beyefendinin Aydın C. H. F. vilâyet idare heyetinin delâletile Gül Hanıma yolladığı şâtel yazı, Gül Hanımın ilk kadın muhtarımız olduğuna şâphe bırakmaz sanırım,

Suret

"Türkiyenin ilk kadın muhtarı olmak büyük bir şereftir. Kutlu olsun! Karpuzlu muhtarlığında erkek arkadaşlarımızdan geri kalosyan muvaffakiyetler kazanmasını dilerim. Sizin ve aranızda aynı vazifeleri alacak bütün hemşirelerimizimizin fırkamızın Türk kadınının üstünlüğü hakkındaki davasına hak kazandıracak mîsaller vereceklerine şâphe yoktur.

Aydın'da

Kadınlar Köy Muhtarı Oluyor

Aydın, 4 (Hususi) — Bundan sonra ihtiyar heyetleri intihaplarında kadınlarımıza da rey hakkı verildiği malûmdur. Bugünlerde Germencik nahiyesinin Karaağaçlı köyünde yapılacak olan intihabatta vilâyetimizde kadınlarımız ilk defa olarak muhtar intihabatına iştirak etmiş olacaklardır.

Karaağaçlı köy kadınları intihap gününü gözlemekte ve intihap hakkına malik olan

Görsel 2: Türkiye'nin ilk Kadın Muhtarı İçin Gazeteye Verilen Tebrik İlanı

Kaynak: <https://daimakadin.com>

4.3.3.Cumhuriyet'in İlk Kadın Milletvekilleri

5 Aralık 1934 tarihinde meclise sunulan ve kadınlara da milletvekili seçme ve seçilme hakkını veren 2598 sayılı Kanun Tasarısı'nın kabulü Türk kadınına siyasi hakların tanınmasında en son aşama olmuştur. 317 milletvekilinden 258'inin oylamaya katıldığı meclis oturumunda kabul oyu verenlerin sayısı 258 olarak tespit

edilmiştir. Teşkilat-ı Esasiye Kanunu'nun, "18 yaşını bitiren her erkek Türk Mebusan intihabına iştirak etmek hakkına sahiptir" diyen 10. maddesi ile "Otuz yaşını ikmal eden her erkek Türk Mebus intihap edilme salahiyetine sahiptir." diye şart koşan 11. maddesi, "Yirmi iki yaşını bitiren kadın, erkek her Türk Mebus seçmek hakkına haizdir." ve "Otuz yaşını bitiren kadın, erkek her Türk Mebus seçilebilir." maddeleri ile değiştirilmiştir. Böylece kadınlar da milletvekili seçme ve seçilme hakkına sahip olmuşlar ve siyasi alanda kadın-erkek eşitliği sağlanmıştır².

Kadınlara milletvekili seçme ve seçilme hakkının verilmesiyle Türk kadını siyaset alanında kendini göstermeye başlamıştır. Bu hakkın kadınlara verilmesinden kısa bir süre sonra yapılan 8 Şubat 1935 seçimleriyle 18 kadın milletvekili Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne (TBMM) girmiştir. 1935 yılında yapılan ilk seçimlerle TBMM'ye 17 kadın milletvekili girmiştir. 1936 yılında boşalan milletvekillikleri için 1936'da yapılan ara seçimlerle bu sayı 18'e çıkmıştır.

TBMM'de yer alan kadın milletvekillerinin mesleklerinde öncü, batılılaşmayı simgeleyen kadınlar olmasına özen gösterilmiştir. Türk İstiklâl Savaşı yıllarında aktif görev yapmış, inkılâpları benimsemiş ve desteklemiş ailelerden gelen kadınlar tercih edilmiştir. Çeşitli derneklere görev yapan ve parti üyesi olan kadınlar arasından seçim yapılırken, Atatürk'e yakın çevreden olmalarına da dikkat edilmiştir(Kaplan 1996: 273). (Bkz. **Ek 4: Türkiye Cumhuriyetinin İlk Kadın Milletvekilleri**).

Cumhuriyet tarihinde ilk kadın milletvekilleri ile ilgili birçok gazetede haber yayınlanmıştır.

² 1934'teki Anayasa Değişikliği İçin bkz. TBMM Zabıt Ceridesi, D.IV, C.25, Ankara, 1935, s.82- 85; Düstur, T.3, C.16, Ankara, 1935, s.36; Neriman Elgin, Türk Kadınına Seçme Seçilme Hakkı Tanıyan 05.12.1934 Tarihli ve 2598 Sayılı Kanun ve TBMM Tutanakları, Ankara, 1985, s.44-45.



3

Görsel 3: Cumhuriyetin ilk kadın milletvekillerinin seçilmesiyle yayınlanan Karagöz Gazetesi.

Kaynak: <http://cumhuriyettarihimiz.blogspot.com>

³ Saylav: (Harf inkılabının ilk yıllarında) Milletvekili, mebus demektir.



Görsel 4: Kadınlara seçme ve seçilme hakkının verilmesinden sonra çıkan Cumhuriyet gazetesi yazısı.

Kaynak: <https://www.izgazete.net>

4.4.Çok Partili Hayata Geçişte Kadınların Siyasete Katılımı

Türkiye Cumhuriyeti'nin çok partili hayata geçişi (1946) ile birlikte dönemin sosyo-ekonomik durumunun bir hayli karışık olmasının da etkisiyle kadınların katılımının ve bu katılımın oransal azlığının pek üzerinde durulmamıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında simgesel de olsa bir öneme sahip olan kadının siyasal katılımı ve temsili giderek yerini ekonomik ve sosyal telaşlara bıraktığı için önemini yitirmiştir. 1960'ların sonlarına kadar partilerin kurmuş olduğu kadın kolları kadınların siyasete ilgisini arttırmış olsa da gözle görülür bir iyileşme söz konusu olmamıştır. Çünkü kadın kolları kadınları partiye dâhil ederken, aslında onları partinin ve siyasetin başka bir kolu olarak görüp kadınları ve kadın hareketlerini ötekileştirmiştir. Bu durum 1980'li yıllara kadar devam ederken o yıllarda da kadın, siyaset için seçilen değil seçen konumunda kalmaya devam etmiştir. 1980'ler siyasal çalkantılıların yaşandığı dönemler olduğundan 1982 darbesi ile birlikte kadının simgesel varlığı yeniden gündeme gelmiş fakat bunu değiştirmeye yönelik adımlar atılmamıştır. 1990'lı yıllarda ise bir kadının parti liderliği yapması ve bunun üzerine de başbakan olması kadınların siyasete bakış açısında köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Tansu Çiller'in rol model oluşturması ile sadece ulusal siyasette değil yerel siyasette de kadınlar daha kararlı ve azimli bir şekilde temsilciliğe talip olmaya başlamışlardır. Bu durumda partiler kadınların oylarını almak için yarışır duruma gelmiştir. Kadınlara hitap etmenin bir yolunu arayan partiler için kadın kollarının tekrar işlevsel hale getirilmesi onları bünyelerine katmak için çok büyük bir avantaj olmuştur. Sonuç olarak kadın oylarının toplamanın en iyi yolu kadın kollarının faaliyetleri olmuştur.

4.5. Türkiye’de Kadınların Yerel Yönetimlerdeki Yeri ve Önemi

21. yüzyıl Türkiye’inde ise kadınların ulusal ve yerel düzeydeki temsili hala sıkıntılı bir konumdadır. Bugün için ulusal meclisimizde kadınların oranı %17,5 (2018 genel seçim) iken; yerel yönetimlerdeki kadın temsilci oranı belediye başkanlığında %2,86, meclis üyeliğinde %10,72, il genel meclisi üyeliğinde ise %4,79’a kadar düşmektedir (2014 yerel seçimleri). Yıllar süren hak alma ve verme mücadelelerinin sonucunda ülkemizin siyasi alandaki kadın temsili adına geçer not alması imkânsızdır. Geçmişten günümüze birçok konuda kendini geliştirmiş olan kadınlar, hala siyasi arenada bir erkekle eşit güçte olduğunu ne yazık ki toplumsal bir gerçeklik olarak kabul ettirememiştir. Bunun aksine ataerkil yapının modernleşme ile silinen adı, kadınlara her konuda varlığını iliklerine kadar hissettirmeye devam etmektedir. Demokrasi temelli yapılar olarak bilinen yerel yönetimlerde ise kadınların yükü artarak çoğalırken, önyargılar ve takıldıkları taşlar da büyüyerek onların ilerlemesini iyiden iyiye engellemektedir. Anayasal düzenlemeler ve kanunlar teoride eşitliği yüksek sesle bağırırken ne yazık ki pratikte bu eşitlik görülmemektedir.

Türkiye’de kadına verilen seçme ve seçilme hakkı ulusal meclislerde olduğu gibi yerel meclislerde de sembolik bir şekil almıştır. Bunun en belirleyici sebebi ise Türk kadınının bu hakları çağdaşı Avrupalı kadınlar gibi büyük mücadeleler sonucunda değil daha çok modernleşmenin bir şartı şeklinde kazanmasıdır. Daha açık ifade edilecek olursa Osmanlı’nın son dönemlerinde ve Cumhuriyetin ilk yıllarında ilerleme kilit bir öneme sahipti ve bu kilidin anahtarı da kadınlar olarak görülmekteydi. Bu yüzden kadınlara seçme ve seçilme hakkı erkek meclisleri tarafından sunulmuştur. Bu sunuş o kadar lütüfkâr olmuştur ki daha sonrasında kadın katılımı ve temsili sembolik bir hal almak durumunda kalmıştır. Sonuçta Türk kadını hala temsil konusunda ne sayıca ne de nitelik olarak bir eşitlik yakalayamamıştır.

Kadınların yerel yönetim birimlerine aktif katılımı yerel yönetimlerin demokratikliğini etkilediği kadar, kadınların siyasi haklarını kullanmaları açısından

da büyük önem arz etmektedir. Yerel siyaset ve hizmet sunumu birebirde kadınların gündelik hayatını herkesten çok etkilemektedir. Bu yüzdendir ki kadınların bu birimlerde temsilci olarak yer almaları, hizmet üretmeleri, üretilen hizmetin nasıl sunulacağına karar vermeleri ve hizmetin kalitesini kontrol etmeleri sadece kadınların yurttaşlık haklarına değil aynı zamanda yerel yönetimin demokratik duruşuna da hizmet etmektedir (Şahin, 2011: 24). Ülkemizde yerel yönetimlerdeki kadın temsil durumuna milenyum olarak sayılan 2000’li yıllardan itibaren bakmak doğru analizi yapabilmemiz adına fayda sağlayacaktır (1999 seçimi dahil edilerek). Beş yılda bir yapılan mahalli idareler seçimleri 1999, 2004, 2009, 2014 ve son olarak 31 Mart 2019 yılında yapılmıştır. Aşağıda tablo şeklinde verilecek seçim sonuçları ile birlikte yapılan son dört seçimin verilerinden kadın temsilinin en gerçekçi durumu gözler önüne serilecektir. Seçimler sonucunda temsilci olan kadın ve erkek sayıları ve kadın temsilcilerin toplam içindeki oranları gösterilebilir. (Bkz. Tablo 2: 1999-2019 Yerel Seçim Sonuçları Kadın Temsil Oranları).

Tablo 2: 1999-2019 Yerel Seçim Sonuçları Kadın Temsil Oranları

Yerel Seçimler	Toplam sayı	Kadın sayısı	Kadın oranı
1999 Belediye Başkanı Seçimleri	3216	20	0,62
2004 Belediye Başkanı Seçimleri	3225	18	0,55
2009 Belediye Başkanı Seçimleri	2948	26	0,88
2014 Belediye Başkanı Seçimleri	1396	40	2,86
2019 Belediye Başkanı Seçimleri	1385	41	2,96

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr>

BEŞİNCİ BÖLÜM

SİYASAL İLETİŞİM

5.1.Siyasal İletişimin Tanımı

Siyasal İletişim; siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, politikalarını belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları şeklinde ele alınmaktadır (Aziz, 2019: 3).

McNair (2007: 24), siyasal iletişimin sadece sözlü ve yazılı bir iletişim süreci olmadığını, aynı zamanda giysi, makyaj, saç ve logo tasarımı olarak görsel sunumları da kapsayan bir iletişim biçimi olduğunu söylemektedir. Aynı eserinde McNair; siyasal iletişimin aynı zamanda beden dili, protesto, boykot gibi siyasi eylemleri de kapsadığını belirtmektedir.

İlk kez İkinci Dünya Savaşı sonrası ortaya atılmış olan siyasal iletişim kavramı, disiplinlerarası bir kavram olarak kullanılmaya başlanmışsa da, Aristoteles'in "Retorik" isimli eseri, siyasal iletişimin ilk örneklerinden sayılır ve siyasal iletişimin izlerinin Antik Yunan dönemine kadar uzandığı söylenebilir. Siyasal iletişim Türkiye'de tek partili dönemde kullanılmaya başlanmıştır.

Siyaset bilimciler siyasal sistemlerin işleyişi açısından siyasal iletişimi ele alıp önemini vurgularken, iletişimciler ise siyaset ve iletişimin birbiri ile yakın ilişkisi ve iletişimin siyaset üzerindeki rolü üzerinde durmaktadırlar. Siyasetçileri ve devlet adamlarını ise daha çok siyasal iletişimin kamu yönetiminde sahip olduğu rol ve önem ilgilendirmektedir (Tokgöz, 2010: 517).

Siyasi partiler seçim dönemlerinde ya da görev dönemlerinde vatandaşla iletişimini en iyi şekilde sağlamayı amaçlar. Seçim ya da kampanya döneminde iletişim

çalışmaları içerisine girer ve bu süreçte iletişim teknolojilerinden yararlanırlar. reklam ajansları, iletişim uzmanları ve basın danışmanlarıyla seçim ya da kampanya süreçlerinde hatasız bir şekilde vatandaşa ulaşmak için bir araya gelir ve profesyonel destek alır. Siyasal kampanyalar, seçmenin oy verme davranışındaki en önemli nedenler göz önünde tutularak yapılmaktadır.

5.2 Siyasal İletişim Aktörleri

Temel amacı toplum düşüncesinin herhangi bir konuda istenilen yönde şekillenmesini sağlamak olan siyasal iletişimin ifa sürecinde kamuoyunu meydana getiren tüm aktörler siyasal iletişimin muhatabıdır. Kurum, kuruluş, siyasal partiler, baskı grupları, yerel yönetimler, kamuoyu önderleri siyasal aktörlerdir.

Siyasal kamuoyu oluşturan bu aktörler; Hükümet, Devlet Başkanı, Siyasal Partiler, Yerel Yönetimler, Baskı Gurupları ve Sivil Toplum Örgütleri olarak alınmıştır.

- **Hükümet:** Demokrasiyle yönetilen ülkelerde seçimle göreve gelen ve siyasal iktidarı oluşturanlar, demokrasiyle yönetilmeyen ülkelerde ise siyasal iktidarın iç ve dış çevrelerle iletişimde bulunması siyasal iletişim aktörleri ile gerçekleşir.

Demokratik ülkelerde iktidarı elinde bulunduranlar yetki ve sorumluluk alanlarına giren; ülkenin ekonomik ve siyasal durumu, güvenlik gibi konularda toplumu bilgilendirme ihtiyacı duyarlar. Kimi zaman ise dış kamuoyuna yönelik bir takım mesajların verilmesi gerekli olabilmektedir. Bu durumlarda genellikle iktidarlar sahip oldukları profesyonel kadrolar vasıtasıyla oluşturulan iletileri çeşitli iletişim araçlarından faydalanarak iç ve dış kamuoyuna iletirler (Özdiñç, 2012: 80).

- **Devlet Başkanı:** Ülkelerin devlet yapılanmasına bağlı olarak cumhurbaşkanı, başkan, kral ve türevi isimler alan ve tüm alt grupların ve tüm devlet organlarının sözcüsü anayasal düzenin baş aktörü devlet başkanıdır. Seçimle, kan bağıyla, darbe ya da devrimle ülkenin bu kurumunun başına geçebilir. Ülkenin genel yapısı ve temel sorunları üzerine kendi sorumluluğunca verilmesi gereken mesajların en üst makamı devlet başkanlığıdır (Ekinci, 2016: 84).

Devletin en üst kademesindeki kişidir. Devletin yönetim şekline göre en üst yöneticisi olan devlet başkanı, cumhurbaşkanı, imparatoru, kralı, prensi vb. gibi yöneticiler halkla iletişim kuran siyasal iletişim aktörlerindedir. Devlet başkanı mesajını ya da mesajlarını kitle iletişim araçları ile hedef kitlelerine aktarırlar.

- **Siyasal Partiler:** İktidar ya da muhalefette olan partiler, hem vatandaşla hem de parti içi çalışanlarıyla iletişimlerini sürdürmeleri gerekmektedir. Bu gereklilik akıcı bir iletişim ve devamlı dinamik olan bir iletişimle sağlanmalıdır. Oy verenleriyle ve hedef kitleleriyle bağlarını sıkı tutmak ve geliştirilmek üzere kuruludur. İktidar partisi yaptığı faaliyetleri paylaşan, muhalefet partisi ise iktidar partisinin icraatlarını sorgulayan ve eleştiren bir konumdadır. Bu iki durumda siyasal partiler adına gerekli bir durumdur. Halkla iletişimin kesilmesi siyasal partiler için siyasal arenadan silinme tehlikesi doğurur. Seçim döneminde siyasal iletişimi en aktif şekilde kullanan aktörlerdir.
- **Yerel Yönetimler:** Yerel yönetim, halkın kendilerini yönetmek üzere seçtikleri veya merkezi hükümetin atadığı memurlar aracılığıyla şekillenen lokal yapılardır. Yerel yönetimlerin yapıları ülkelerin yönetim organizasyon yapılanmalarına göre değişiklik arz edebilir. Merkezi yönetimin güçlü olduğu

ya da yerinden yönetime özgürlük tanınan sistemler mevcuttur. Türkiye sisteminde merkezi hkmete bağlı olarak çalışan yerel yönetimlerin başı belediye başkanlarıdır. Aynı zamanda encümenler ve il genel meclisi yeleri de başkandan sonraki aktörler olarak gelmektedirler. Yerel yönetime talip olanlar genellikle bir partiye bağlı olarak aday olur ve seçimlerde parti desteğiyle hareket ederler (Aziz, 2019: 24). Yerel yönetimler geliştirilen halkla ilişkiler birimleriyle istek ve şikayetler konusunda halka hkmetten çok daha yakın olan organizasyonlardır.

- **Baskı Grupları:** Belli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen ve yasal bir dayanağı bulunmadan faaliyet yürüten kişilerin oluşturduğu topluluklara baskı grubu denmektedir (Aziz, 2019: 30). Hukuki yapıları olmayan baskı grupları maddi ya da manevi çıkarlarına ulaşabilmek için çeşitli iletişim yöntemlerini kullanmaya çalışırlar.
- **Sivil Toplum rgtleri:** Sivil toplum örgütleri demokratik katılımcı devlet yapılanmalarının sivil toplum tarafından oluşturulan, herhangi bir parasal çıkar gözetmeyen, çeşitli konu başlıkları altında siviller tarafından kurulmuş ve amacı yerelden genele yönetim organlarını denetlemek olan kuruluşlardır. Sivil toplum örgütleri günümüzdeki halini ikinci dünya savaşı sonrasında almıştır. Tüm oluşumları kendi bünyesinde toplayan devletçi yapıların yerlerinden olmasıyla birlikte sivil toplum örgütleri siyasal alanda daha etkili oluşumlar haline gelmiş, kimi zaman seçimleri etkileyebilecek büyüklükte organizasyonlar oluşturabilmişlerdir (Aziz, 2019: 28).

Sivil toplum örgütleri hem ulusal hem de uluslararası rgtlenebilirler. Sivil toplum örgütleri aynı zamanda birer kamuoyu oluşturma merkezidir. Sivil toplum örgütleri siyasi parti organizasyonları ve hkmetle de iletişim içerisinde. Siyasal iletişimi yoğun olarak kullanan, mesajlarını halka

anlatmaya çalışan, mitingler ya da imza kampanyalarıyla belli konulara ilgi çekmeyi amaçlayan örgütlerdir.

5.3. Siyasal İletişim ve Medya

Demokratik toplumlarda günümüzde dördüncü kuvvet olarak nitelendirilen medya haber verme, bilgilendirme, eğitime, bilinçlendirme, toplumsallaştırma gibi işlevleriyle kamuoyunun oluşumunu sağlamakta, sistemin algılanması ve siyasal mesajların iletilmesinde etkin bir rol oynamaktadır.

Medya, özellikle 20. yüzyılda insanların hayatlarına girmiş ve toplumsal değişimin önemli dinamiklerinden birisi haline gelmiştir. Günümüzde ise hızla değişen teknoloji, kitle iletişim araçlarını da değiştirip geliştirirken hayatın her alanında etkili kılmış, demokrasinin ve siyasal katılımın vazgeçilmez bir unsuru yapmıştır.

Medyayla her seviyedeki kültürel ürün, düşünce, bilgi tarihin hiç bir döneminde gerçekleşmediği kadarıyla geniş kitlelere ulaşabilir duruma gelmiştir. Bu anlamda kitle iletişimi, demokratik toplumun ve bu toplum üyelerinin vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Medya ile siyasal içerikli konuların ve mesajların aktarılması, geniş bir kitlenin siyasal sistemle ilgili konularda bilinçlenmesine, bu durumda en basit siyasal katılma biçimi olan “oy verme” davranışında etkili olmasına yol açmaktadır.

Medyanın günümüzde ulaştığı boyutu dikkate alırsak bireylerin ve toplumların artık ulusal ve uluslararası siyasal sistemler, uygulamalar ve işlevleriyle ilgili bilgileri büyük oranda medya yoluyla edindiği bilinmektedir. Medya kamuoyunun ne hakkında konuşacağını, tartışacağını gündem oluşturarak belirlemektedir. Medya günümüzde siyasal aktörler ile vatandaş (hedef kitle) arasında bir aracı konumdadır.

5.3.1. Medya

Medya araçlarıyla yazılı, görsel, işitsel olarak olayların topluma duyurulduğu gazete, dergi, televizyon ve radyo kullanımınıdır. Bu yayın organları tek yönlü bir iletişim başlatır ve bu yayın organlarıyla hangi kitleye ulaşılacağını, dönütünün ne şekilde olacağını bilmeden sonuçların analizini yapamayan bir yapıdadır.

Medyanın yayın organları çok büyük kitleleri kapsar, medyanın maliyeti yüksektir. Tek taraflıdır. Belli bir kesimin ürettiği yayın herkese ulaşır. Medya içeriğini üretenler, hedef kitleye tüketmek üzere bunları sunarlar ve karşılığında hedef kitle bunları tüketir ve bunlar üzerinde hiçbir değişiklik ve yorum yapamaz. Direkt olarak hedef kitlenin bağlantısı yoktur ve üretenler ve tüketiciler farklı kişilerdir, bireyler sadece tüketicidir.

5.3.2. Sosyal Medya

Değişen dünya düzeninde anlamını gittikçe artıran ünlü filozof Herakleitos'a ait olan 'Değişmeyen tek şey değişimin kendisidir' sözü tutarlılığını yitirmeyen ender önermelerden biridir.

Değişen ve gelişen dünya da iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle dünya küçük bir köy haline gelmiştir. Web 2.0' in hayatımıza girişiyle internet kullanımı her geçen gün artmış, akıllı telefonlarla internet kullanımı daha kolaylaşmış ve sosyal medya aracılığıyla insanlar bireysellikten sıyrılıp toplumsal bir güç olmuşlardır.

Sosyal medya doğrudan e-mail veya TV reklamı gibi bir 'şey' değildir, bunun aksine bilginin yaratıldığı, paylaşıldığı, değiştirildiği ve yok edildiği işbirlikçi bir süreçtir (Evans, 2012: 33).

Sosyal medyayı diğer iletişim araçlarından ayıran özellikler vardır. Bu özelliklere baktığımızda sosyal medya da zaman kavramının olmadığını, bilginin hızlıca

yayıldığını ve buna bağlı olarak toplumsal olaylar geliştiğini görmekteyiz. Sosyal medyanın en büyük etkilerinden biri, kitleleri ayağa kaldırarak ülkelerin kaderini belirleyen toplumsal olaylardır. Yakın geçmişte yaşanan ‘Arap Baharı’ bunun en büyük örneğidir. Alıcılar / kitleler sosyal medya üzerinden iletişime geçerek örgütlenmiş ve bu olay dünyadaki en büyük örgütlenmelerden biri olmuştur.

Sosyal medya kullanıcıları kendi içeriklerini oluşturabilir ve geleneksel medyaya göre daha hızlı yayılabilirler. Sosyal medya hizmetleri ücretsiz olduğundan tüm sosyal zümreler tarafından kullanılabilir. Sosyal medya bireylerin günlük alışkanlıklarından biri haline gelmiştir.

Sermaye sahipleri ve siyasal aktörlerin toplumları yönetebilmesi için en etkin araçlardan biri haline gelmiştir sosyal medya. Kitlelerin algılarını istedikleri yöne çekebilmek için yani kendi çıkarları doğrultusunda kullanabilmek için en etkili argüman sosyal medyadır.

Günümüzde siyasal aktörlerin en çok kullandıkları medya platformları şunlardır:

- **Facebook**

Mark Zuckerberg Harvard Üniversitesinde öğrenci iken 2004 yılında facebook’u kurdu.

Facebook, kullanıcılarına kişisel bilgilerini, fotoğraflarını, videolarını paylaşabilme imkânının yanında mevcut kişilerle iletişim kurabilme olanağı da sağlar. Kişiler arası ve kitleler arası iletişim ağının çok kuvvetli olduğu facebook dünyada birçok insan tarafından kullanılıyor. Bireysel kullanımların yanında kurumsal firmalar ve siyasal partiler de facebook ile müşterileriyle , vatandaşlarıyla iletişim kurma olanağı sağlar.

- **Twitter**

Twitter ingilizce kuş cıvıltısı anlamına gelmektedir ve en güvenilir sosyal medya ağlarından biridir. 140 karakterle sınırlı olan twitter diğer sosyal medya platformlarından ayrılır. Az karakterle oluşan kısa mesajlara tweet adı verilir. Basit bir takip mekanizması vardır. 2006 yılında Evan Williams, Biz Stone ve Jack Dorsey tarafından kurulmuş bir mikroblog aracıdır. Twitter özellikle toplumsal olaylarda bireylerin ya da grupların kolayca iletişime geçeceği bir sosyal medya ağıdır. Bu özelliği siyasilerin en çok twitteri tercih etmelerine neden olmuştur.

Siyasiler bu ortamı takipçilerine daha hızlı bir şekilde aracısız olarak bilgi vermek amacı ile kullanmaktadırlar.

Twitter'ın amacı insanların anlık durumlarını paylaşmaktır. Kullanıcı sayısı ise Türkiye'de ve dünya da hızla artmaktadır.

Siyasiler bu ortamı takipçilerine daha hızlı bir şekilde aracısız olarak bilgi vermek amacı ile kullanmaktadırlar. Twitter'da hashtag sayesinde birbirini hiç tanımaya insanlar belirli bir konu üzerinde bir araya gelebilmektedirler (Bostancı: 2015, s.63).

- **Instagram**

Fotoğraf paylaşımı ile işlevini başlatan bir diğer sosyal medya platformunda Instagram'dır. Zamanla kendini geliştiren ve kendisine yeni özellikler eklenen instagram kullanıcılarına fotoğraf paylaşımının yanında canlı yayın yapma, hikâye paylaşma, yazı yazma ve yorum yapma özellikleriyle kullanımı her geçen gün artmaktadır. Siyasilerin ve sermaye sahiplerinin kullandığı sosyal medya platformlarından biridir.

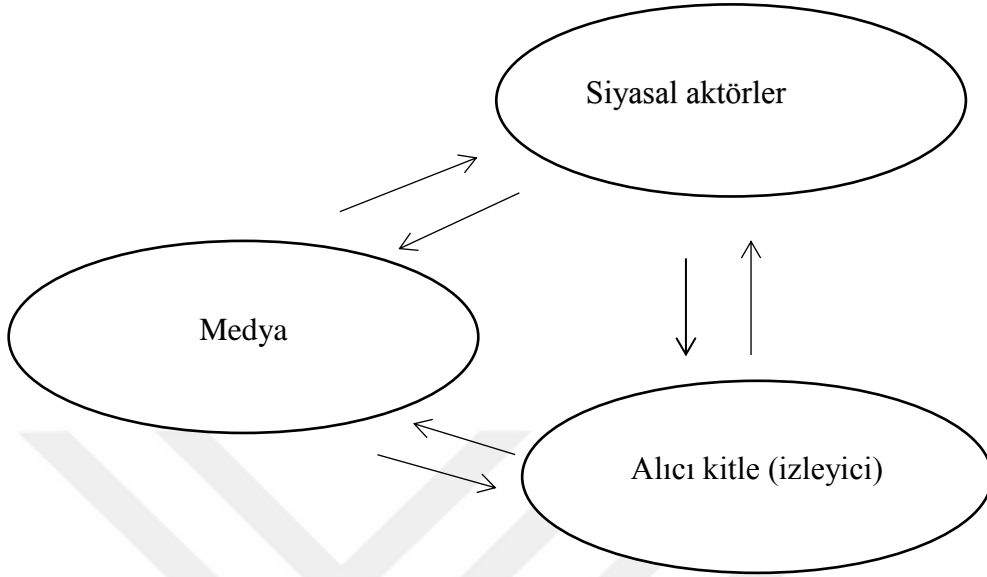
5.4. Siyasal İletişimin Seçimlerdeki Rolü

Dünyada medya kullanan bireylerin sayısı gün geçtikçe hızla artmakta ve medya yaşamın temel ihtiyaçları arasında yerini almaktadır. Bu nedenle kullanıcı sayının yanında etkileşiminin de öne çıktığı medya ağları seçimler de aktif rol oynamaktadır. Medya, kültürel alanda, eğitimde, bilgi edinmede, eğlencede ve daha pek çok konuda ve amaçta faydalanılabilecek bir alan olarak hayatımızdaki yerini almıştır. Özel ve kamu alanlarında etkin kullanılan medya, siyasetçiler ile hedef kitle arasında güçlü bir bağ kurarak aradaki mesafeyi kaldırmıştır. Medya, siyaset biçimini derinden etkilerken, siyasette içerik ikinci plana itilerek görüntü öne çıkarılmış ve dahası siyasetçi bir ürün olarak paketlenip müşteriye sunulmaya başlanmıştır. Siyasetçiler açısından, mesajlarını hedef kitlelere iletebilmek için, medyanın oluşturduğu kamusal platforma çıkmak önemli bir hale gelirken, medya öncelikle kendi istediği, kendi yararına uygun siyasetçiyi ve siyasi mesajı iletmeyi tercih etmiştir. Medya genel izleyici kitlesinin merakla izleyebileceği ve sıkılmadan kolayca tüketebileceği format ve metinleri tercih ederken, siyasetçi de dar-popüler siyaset alanı içinde entelektüel altyapısı güçlü, ciddi projeler üretmek yerine, medyanın istediği malzemeyi sunma gibi bir “kolay koşullanma” ile karşı karşıya kalmıştır. Bu süreçte, öncelikli olan siyasetçinin düşüncesinin ne olduğu değil, o düşüncüyü nasıl açıkladığıdır. Siyasetçiden beklenen de siyaset alanının değerini yükselten, değişime ve gelişime dönük şeyler söylemek yerine, gösteriye dönük bir dizi malzemeyi medyaya sunabilmek olarak biçimlenmiştir. Sadece bu tür siyasetçi ve siyasi malzemeler medyada yer bulabilirken, siyaset artık ülkenin sorunlarını irdeleyip onlara çözümler ve öneriler üretme pratiği olmaktan çok, içine oturduğu-hapsoldüğü çerçeveyi, medyanın istediği formata dönüştürerek kamuoyuna bu platform aracılığı ile sunmayı işlevsel bulmuştur. Türkiye’de ana medyanın egemen siyaseti, devlet alanının kurucu güçleri ile uyumlu konumu içinde, yine aynı istikamette temsil etme çabalarına ve bu yüzeysel-işlevsel temsil stratejilerine seçimlerle sınırlı bir düzlemde bakılmaya çalışılmıştır. Bunun için hemen yakın tarih anlamlandırılmaya çalışılırken kamusal alanın ve kamusal insanın dönüşümü, kamusal insanı kitle ve izleyici olarak konumlandırılması sürecinin de ele alınması gerekmektedir.

Türkiye’de seçmen tercihlerinin oluşmasında siyasal iletişimin etkili bir rolü vardır. Siyasal partilerin seçim arenasında tek amaçları seçmen oylarını kazanabilmektir ve bunun için yürüttükleri çeşitli faaliyetler vardır. Siyasal partilerin ister genel seçimlerde ister yerel seçimlerde olsun adaylarını en iyi şekilde pazarlayıp rekabet ortamından zaferle çıkmayı amaç edindiklerinden siyasal iletişim araçlarını kullanarak seçmen üzerinde etkin olmak isterler. Siyasetçinin de tıpkı bir ürün gibi pazarlanma ihtiyacına girdiği seçim maratonunda en önemli amaçlardan birisi tüketicinin yani seçmenin ilgisini çekebilmektir.

Siyasal iletişim, siyasal örgütler ve vatandaş arasında ağırlıklı olarak medya aracılığıyla yapılmaktadır. Siyasal iletişimin üç temel unsurundan ilki siyasal iletişimde bulunan taraf yani kaynaktır, ikincisi alıcı kitle, hedef kitledir. siyasal mesajın gönderildiği taraftır, halktır, vatandaşdır, kamuoyudur. Üçüncüsü medyadır yani, kitlesel iletişim kanallarının tümüdür (Aziz, 2019:72)

Şekil 1: McNair'in Medyanın Siyasal İletişimdeki Yeri Şeması



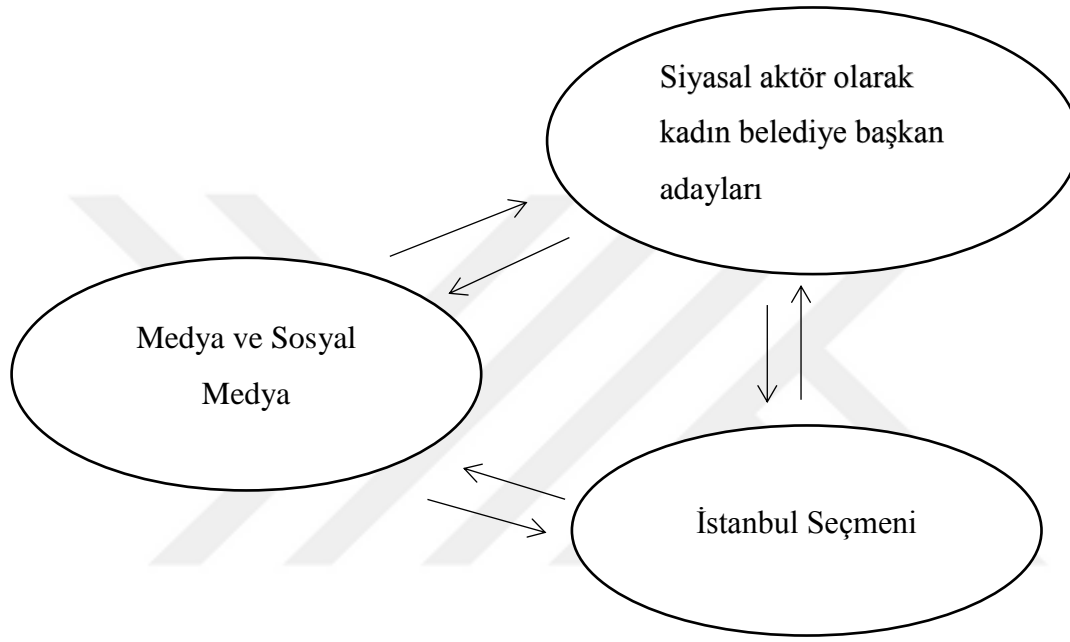
McNair'in yukarıda yer alan şeması bu çalışmanın bir özeti niteliğindedir.

Bu şemaya çalışmamızdaki argümanları direk yerleştirip sonuç alabiliriz.

Alıcı kitle genel seçimler olsun yerel seçimler olsun karşımıza seçmen olarak çıkar, seçmene izleyici denmesinde ki amaç seçim kampanyası döneminde muhatap alınan seçmenin adayları medya kanallarından takip etmesidir. Seçim sürecinde seçmen davranışlarını etkilemek ve iktidarı elinde tutmak isteyen siyasal aktörler her fırsatta seçmenin gözü önünde olmak isterler ve bu doğrultuda medyayı kullanırlar.

McNair'in medyanın siyasal iletişimdeki yeri şemasını çalışmamıza uyarladığımızda aşağıdaki şekil ortaya çıkmaktadır.

Şekil 2: McNair'in Medyanın Siyasal İletişimdeki Yeri Şemasını Çalışmamıza Uyarlanması



Bu şemada oklar çift yönlüdür, birbirini karşılar durumdadır. Çift yönlü iletişim medya ana nokta alınarak adayları ve seçmen kitlesini her yönüyle etkiler. Bu dönüştürülen şekil bize medyanın, siyaset ve siyasi arenada görünmek isteyen siyasal aktörleri istedikleri sonuca götüren tek argüman olduğunu kanıtlar niteliktedir.

5.5. Siyasal İletişimin Seçmen Üzerindeki Rolü

Gelişen teknoloji ile birlikte kitle iletişim araçlarının dolayısıyla medyanın yaygınlaşması ve toplum üzerindeki etkilerinin bilimsel olarak tespit edilmesi, bu araçların seçim sürecinde propaganda aracı olarak kullanılması ve toplumsal siyasal bilincin yönlendirilmesinde önemli araçlar olarak kabul edilmesini sağlamıştır (Akın, 2013:126). Bundan dolayı seçime giren partilerin medya aracılığıyla meşruiyetlerinin sağlanmasında, muhalif medya, sınırlandırıcı bir etken olarak kabul edilmektedir. Geleneksel medya özelinde söylenecek olursa, muhalif yazılı basın ve radyo-televizyon yayınları, iktidarların meşruiyet arayışında, karşıt bir blok oluşturmaktadırlar. Bu çerçevede bireysel ve kurumsal kimliklerle medya kullanımı yaygınlaşmıştır (Fuchs, 2010:176-196). Toplum da medya kullanımı yaygınlaştığından seçim öncesi esnası ve sonrası süreçlerde bireyler üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak etkili role sahiptir. Nitekim bilimsel çalışmaların sonuçlarına bakıldığında medya kullanımının seçmen üzerinde özellikle algısal yönlendirme olaylarında etkili olduğu belirtilmiştir.

Siyasal iletişim sürecinde yapılan seçim kampanyalarının genel amacı seçime katılan siyasi partiye seçimi kazandırmaktır. Bu amacın gerçekleşmesi için hedef kitleye yönelik stratejiler belirlenerek planlamalar yapılır.

Kararlı seçmene yönelik kampanyalar, kararsız seçmene yönelik kampanyalar ve ilgisiz seçmene yönelik kampanyalar olmak üzere üç grupta toplanır (Aziz, 2019: 130). Siyasal iletişimle şekil verilmek istenen seçmen tipleri, başlangıçta oy verme niyeti olmayıp seçim kampanyaları ile oy vermeye yönelebilen seçmenlerdir, yani kararsız seçmendir. Bazı seçmenler ise, siyasal kampanya sürecinde oy verdikleri partileri değiştirebilmektedirler. Siyasal kampanyalar seçmenleri oy vermeye yöneltebildiği gibi tercihlerin değişmesine de yol açabilmektedir. İlgisiz seçmenin seçim sürecinde yapılan kampanyalarla sandık başına gitmesi hedeflenir.

5.6. Kadın Adayların Seçim Sürecinde Medya Kullanımı

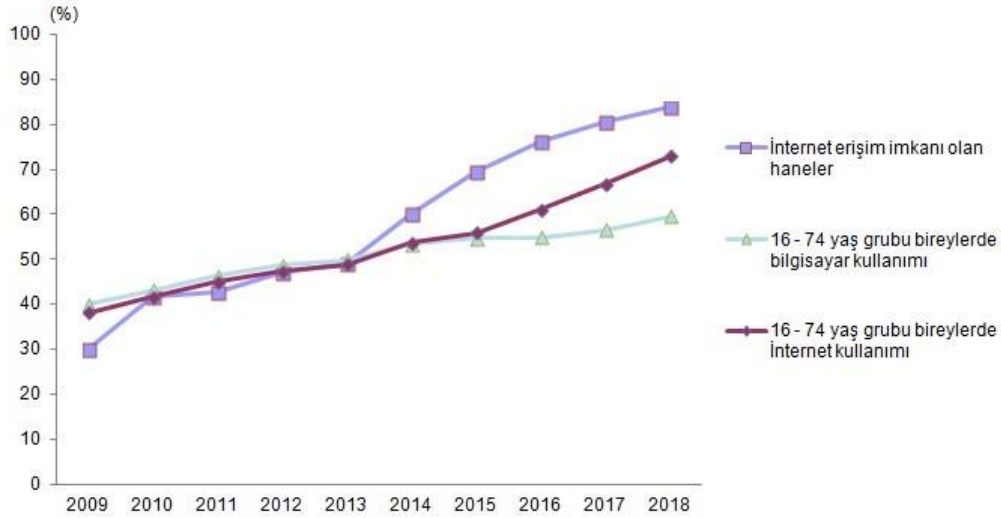
Siyasal partilerde özellikle genel seçimlerden farklı olarak belediye başkanlığı seçimlerinde belediye başkan adayı ön plana çıkar ve milletvekili seçimlerinden farklı olarak belediye başkan adaylarına seçim sürecinde ağırlıklı olarak imaj çalışması yapılır. Başkan adayının fiziksel, kişisel eğitimi, iletişim becerisi, geleceğe dair projeleri, ideolojisi, hemşericilik gibi özellikleri ön planda tutularak hedef kitleyle buluşturulur.

Belediye başkanlığı seçimlerinde yerel halk, seçim sürecinde sahalarda olan adayla kurduğu yüz yüze iletişim sonucunda olumlu bir izlenim edindiği, hizmet üretebileceğine inandığı adaylardan yana tercih yapıp, belediye başkan adayının ideolojisi, siyasal partisini düşünmeden birebir göreceğini düşündüğü hizmet için oyunu kullanır.

Günümüz Türkiye'sinde seçim sürecinde kadın adayların çeşitli medya kanallarını kullanımı her geçen gün hızla artarak yaygınlaşmaktadır. Bu anlamda siyasi partilerde olduğu gibi siyaset adamları arasında da oldukça yoğun bir medya araçları kullanımı dikkati çekmektedir. Öyle ki cumhurbaşkanından başbakana, parti genel başkanlarından belediye başkanlarına kadar hemen tüm siyasi aktörlerin ve bunların yanı sıra üst düzey bürokratların çeşitli medya kanalları aracılığıyla vatandaşlarla iletişime geçtiği görülmektedir. Özellikle seçim sürecinde medya kanallarına gösterilen bu ilgi, bizzat bu aktörlerin kendileri tarafından kullanılmasa da sosyal medyanın siyaset arenasındaki önemini ortaya koymaktadır. Artık politikacılar ve bürokratlar yaptıklarını ve yapacaklarını medya yolu üzerinden vatandaşlara duyurup, onlardan aldıkları geri beslemelere göre icraatlarını yönlendirmektedirler (Çıldan vd. 2011:67). Bu kullanımların yanı sıra özellikle seçim çalışmalarında kadın adayların kendilerini tanıtmaları, projelerini açıklamaları için önemli bir iletişim aracı olan medya araçlarının kullanılmasını özellikle tercih ettiği görülmektedir.

İnternet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte Web 2.0'ın kullanıcı hizmetine sunulmasıyla birlikte sosyal medya platformları hayatımıza girmiş, kullanıcı katılımı ve geri bildirim sağlanmış, mesajın iletilmesi daha kolay, hızlı ve etkili hale gelmiştir. Bireylerin internet üzerinde birbirleriyle yaptığı diyaloglar, bilgi ve içerik paylaşımları zaman ve mekan sınırlamasını ortadan kaldırmıştır. Sosyal medya ile beraber yeni iletişim biçimlerinin kullanılması iletişimin kolaylaşmasına fırsat vermektedir. Ayrıca diğer kitle iletişim araçlarıyla ilişkili veya ilişkisiz olarak ücretsiz her birey içerik paylaşabilmektedir. Hal böyle olunca siyasal arenadaki her bir durum için paylaşımlar yapılmaktadır. Bu anlamda seçimler de kadın adaylarında aktif medya kullanımının önemli bir bölümünü oluşturan sosyal medya kanallarını aktif kullanmaktadırlar. Şekil 3'te Türkiye'de internet kullanım oranının gitgide arttığı görülmektedir (Bkz. Şekil 3).

Şekil 3: Türkiye'de 2009-2018 Yılları Arasında İnternet ve Bilgisayar Kullanımı



Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr>

Günlük hayatın vazgeçilmezi durumuna gelen sosyal medya takipleri genç ve orta yaş seçmen için oldukça önemlidir. Yaşadığı alan için belediye başkan seçimi yapacak olan seçmen belediye başkan adaylarının sosyal medya paylaşımlarını yakından takip etmektedir. Çift yönlü iletişim açısından oldukça önemli olan sosyal

medya paylaşımları seçmenle adayı aynı platformda buluşturur. Seçmenin güvenini kazanan aday cinsiyetine bakılmaksızın sandıktan istediği sonucu alır.

Günümüzde siyasal parti adayları partilerinin ideolojisi doğrultusunda hareket etse de yerel de halka yakınlık sağlanması için farklı sloganlar, vaatler, kampanyalar ve promosyonlar ile halkın karşısına çıkan kadın adaylar medya kullanımlarında genellikle profesyonel ajanslarla çalışmayı tercih ederler. Yerel halkın demografisi göz önünde tutularak yapılan seçim kampanyaların da kadın adaylar seçmenle girdiği iletişim sürecinde daha çok dikkat çekerek medyada daha çok yer alırlar.



ALTINCI BÖLÜM

SİYASAL AKTÖR OLARAK BELEDİYE SEÇİMLERİNDE KADIN ADAYLARIN MEDYAYI KULLANMALARI: 31 MART 2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİ

Çalışmada İstanbul ili, ilçe belediye başkan adaylarına ilişkin bilgiler verilmiştir. Adayların sosyal medya kullanımı değerlendirilmiştir. Adayların içinde iletişim kanallarını etkin şekilde kullanan ve sosyal medya üzerinden kendisine gelen sorulara yanıt vermesi ile etkin tutulan iletişim seçmenin gözünde belediye başkan adayının değerini artıran bir tutum olmuştur. Seçmen bu değerlendirmesini sandığa yansıtmıştır. Siyasal iletişim ve cinsiyet bazlı yapılan bu çalışmada seçilen adaylarla görüşme tekniği kullanılarak veriler elde edilmiştir.

6.1. 31 Mart Yerel Seçimlerinde Türkiye Geneli Seçmen Cinsiyet İstatistiği ve Kadın Aday Sayısı

YSK'nın verilerine göre 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde oy kullanacak olan seçmen sayılarına bakıldığında kadın seçmen sayısı 28.929.732 erkek seçmen sayısı 28.128.904'dür. Toplam da 57.058.636 olan seçmen sayısının cinsiyet dağılımını yüzdeler dilim üzerinden ele aldığımızda %50,7'sinin kadın %49,3'ünün erkek olduğu görülüyor (kaynak: ysk.gov.tr) ve bu durum kadın seçmen sayısının erkek seçmen sayısını geçtiğini gözler önüne seriyor. 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde belediye başkan adayları (il, ilçe) 8 bin 257'dir. Bu rakamın 652'sini kadın adaylar oluşturmuştur. Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimlerinde kadın aday sayısı 34'dür. Bu adaylardan sadece 4'ü seçilmiştir.

İstanbul 5.461 kilometre kare yüz ölçümü üzerinde yaşayan 15.069.724 kişilik büyük bir şehirdir. Bu nüfusun 7.542.231'i erkeklerden, 7.525.493'ü ise kadınlardan oluşmaktadır. Geniş bir alana yayılmış olan şehir 39 ilçeye sahiptir. Türkiye'nin en büyük metropolü İstanbul'da 10 milyon 560 bin 963 seçmen, 39 ilçede kurulan 31 bin 124 sandıkta oylarını kullanmıştır. Çalışmamızın ana örneklemini oluşturan ilçe belediyeleri, ilçelerin nüfusuna oranla sayıca farklılık göstermektedir. İstanbul ilçelerine baktığımızda tüm ilçelerde kadın belediye başkan adayının mevcut olmadığını görüyoruz. Siyasal partilerin kadın belediye başkan adayı çıkarmada sayıca çok yetersiz kaldığı görülüyor. Kadın adayların ilçelere göre dağılımı Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: 31 Mart yerel seçimlerinde siyasi partilerin İstanbul'daki kadın belediye başkan adaylarının ilçelere göre dağılımı

İLÇE	KADIN ADAY SAYISI
Adalar	1
Arnavutköy	0
Ataşehir	1
Avcılar	1
Bağcılar	1
Bahçelievler	1
Bakırköy	0
Başakşehir	2
Bayrampaşa	0
Beşiktaş	1
Beylikdüzü	0
Beykoz	1
Beyoğlu	0
Büyükçekmece	0

Çatalca	0
Çekmeköy	1
Esenler	1
Esenyurt	1
Eyüpsultan	2
Fatih	1
Gaziosmanpaşa	0
Güngören	2
Kadıköy	1
Kağıthane	1
Kartal	2
Küçükçekmece	1
Maltepe	1
Pendik	0
Sancaktepe	1
Sarıyer	2
Silivri	1
Sultanbeyli	0
Sultangazi	0
Şile	0
Şişli	1
Tuzla	2
Ümraniye	0
Üsküdar	1
Zeytinburnu	1

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr>

6.2. Katılımcıların Yerel Siyasete ve Belediye Başkan Adaylıklarına Nasıl Dahil Olduklarına İlişkin Veriler

Araştırmanın bu bölümünde yukarıdaki nicel verilerden daha ziyade nitel verilere yer verilmiştir. Bu veri analizi yapılırken mülakatlarda katılımcıların vermiş olduğu bilgilerin derlenmesinin yanı sıra katılımcıların ifadeleri doğrudan alıntılanarak güvenilirlik arttırılmaya çalışılmıştır. Mülakat yapılan kadın adayların kişisel bilgilerinin gizli tutulması adına her başkan adayı için kodlama yapılarak ismi oluşturulmuştur. Verilen direkt ifadelerin hangi belediye başkan adayına ait olduğunun anlaşılması için ifadenin sonunda o kadın belediye başkanına ait kodlamayla belirtilecektir (Bkz. Tablo: 4).

Tablo 4: Kadın Belediye Başkan Adaylarının Seçim İlçelerine göre Kodlandırılması

Kadın Belediye Başkan Adaylarının Seçim İlçeleri	Kadın Belediye Başkan Adaylarının Kodları
Adalar	Kadın Belediye Başkan Adayı 1
Eyüpsultan	Kadın Belediye Başkan Adayı 2
Kadıköy	Kadın Belediye Başkan Adayı 3
Sancaktepe	Kadın Belediye Başkan Adayı 4
Şişli	Kadın Belediye Başkan Adayı 5

6.3. Kadın Belediye Başkan Adaylarının Seçim Kampanyaları ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Değerlendirmeler

31 Mart 2019 yerel seçimlerinde kadın adayların medya iletişim kanallarının kullanımı ve siyasal arenada var olma amacıyla etkin mücadele içerisindedirler. Bu nedenle çeşitli kitle iletişim kanalları başta olmak üzere günümüz web 2.0 gibi yenilikçi iletişim alanı olan

facebook, twitter ve instagram gibi etkin sosyal medya kanallarının kullanımına yönelik araştırma kapsamında değerlendirmeler yapılmıştır.

YSK verilerine göre 31 Mart yerel seçim sonuçlarına baktığımızda sadece bir kadın belediye başkan adayının ilçesinde girdiği seçimini kazanıp İstanbul'da tek kadın belediye başkanı olduğunu görmekteyiz.

Bu araştırmanın sınırlılıkları içerisinde olan beş kadın belediye başkan adayının profillerine baktığımızda ortak özellikleri olduğunu gözlemlemekteyiz. Adayların eğitim seviyeleri, çalışma hayatları, siyasal çalışmaları birbirine benzemektedir.

Seçim kampanyaları döneminde de adayların çalışmaları benzer niteliktedir. Bu çalışmalara baktığımızda mahalle buluşmaları, ev ziyaretleri, esnaf ziyaretleri, gençlerle, sivil toplum kuruluşları ile buluşmalar, promosyonlar, yerel radyo kanallarında canlı proje anlatımları, TV kanallarında reklam ve benzeridir. Adayların seçim kampanyaları döneminde profesyonel ajanslarla çalıştığı gözlemlenmektedir.

Sosyal medya kullanımları değerlendirildiğinde aşağıdaki veriler ortaya çıkmaktadır.

- **Kadın Belediye Başkan Adayı 1:**

Sosyal medya hesaplarına baktığımızda (Bkz.Tablo:5);

Tablo 5: Kadın Belediye Başkan Adayı 1'in Sosyal Medya Hesapları Kullanımı:

SOSYAL MEDYA HESAPLARI	TAKİPÇİ SAYISI	PAYLAŞIM SAYISI	EN ÇOK BEĞENİ SAYISI
TWITTER	1148	373	394(T)
INSTAGRAM	1589	124	295
FACEBOOK	2804	136	1342(T)

Twitter, Instagram ve Facebook kullanımında aktif olduğu görülmektedir. Takipçi sayıları, paylaşım sayıları orta düzeydedir. Beğeni sayıları ise aynı doğrultudadır. Aday % 30.74 oranında oy almıştır.

- **Kadın Belediye Başkan Adayı 2:**

Sosyal medya hesaplarına baktığımızda (Bkz. Tablo 6);

Tablo 6: Kadın Belediye Başkan Adayı 2'in Sosyal Medya Hesapları Kullanımı:

SOSYAL MEDYA HESAPLARI	TAKİPÇİ SAYISI	PAYLAŞIM SAYISI	EN ÇOK BEĞENİ SAYISI
TWITTER	3451	773	245(T)
INSTAGRAM	8033	613	3860
FACEBOOK	10192	216	9707 (T)

Twitter, Instagram ve Facebook kullanımında aktif olduğu görülmektedir. Takipçi sayısı, paylaşım sayısı yüksek olan hesaplardaki beğeni sayısı da yüksektir. Seçim ilçesinde oldukça yoğun bir siyasal iletişim aktörü olan belediye başkan adayları seçimleri çok düşük bir oy farkıyla kaybetmiştir. Aday %47.40 oranında oy almıştır.

- **Kadın Belediye Başkan Adayı 3:**

Sosyal medya hesaplarına baktığımızda (Bkz. Tablo 7);

Tablo 7: Kadın Belediye Başkan Adayı 3'ün Sosyal Medya Hesapları Kullanımı:

SOSYAL MEDYA HESAPLARI	TAKİPÇİ SAYISI	PAYLAŞIM SAYISI	EN ÇOK BEĞENİ SAYISI
TWITTER	4581	2691	4676(T)
INSTAGRAM	4792	433	804
FACEBOOK	1603	507	305

Twitter, Instagram ve Facebook kullanımında aktif olduğu görülmektedir. Takipçi sayısı, paylaşım sayısı diğer adaylara göre orta seviyededir. Aday % 19.54 oranında oy almıştır.

- **Kadın Belediye Başkan Adayı 4:**

Sosyal medya hesaplarına baktığımızda (Bkz. Tablo 8);

Tablo 8: Kadın Belediye Başkan Adayı 4'ün Sosyal Medya Hesapları Kullanımı:

SOSYAL MEDYA HESAPLARI	TAKİPÇİ SAYISI	PAYLAŞIM SAYISI	EN ÇOK BEĞENİ SAYISI
TWITTER	42.800	13.000	8433(T)
INSTAGRAM	16.100	1.718	2800
FACEBOOK	28.713	1.790	28170(T)

Belediye başkan adaylığından belediye başkanlığına ulaşan adayın sosyal medya hesaplarını değerlendirdiğimizde mevcut hesaplarıyla seçim kampanyasına girdiğini gözlemlemekteyiz.

Kadın Belediye Başkan Adayı 4 koduyla bu araştırmanın sınırlılığı içerisinde olan aday en fazla oy oranına sahip kadın belediye başkan adayı olarak seçim ilçesinde başarıya ulaşarak İstanbul'da tek kadın belediye başkanı olmuştur. Siyasal aktör olarak vatandaşla girmiş olduğu iletişim ve yapmış olduğu seçim kampanyaları sonucu vatandaşın güvenini kazanarak sandıktan birincilikle çıkmayı başarmıştır. Medya kanallarını etkin bir şekilde kullandığı görülmüş ve sosyal medya kullanım sıklığına bakıldığında diğer adaylardan daha aktif olduğu rakamsal olarak ta görülmektedir. Sosyal medya hesaplarında yorumlara kayıtsız kalmayarak cevap verdiği ve sosyal medyadan gelen davetleri geri çevirmediğini sosyal medya hesaplarından ve birebir görüşmemizde sorulan sorulara verdiği cevaplardan anlamaktayız.

Adayın başkan seçildiği ilçenin özelliklerine baktığımızda İstanbul ortalamasının üzerinde bir nüfus yoğunluğuna sahip olan, 19 mahalleden oluşan Sancaktepe İlçesi Türkiye İstatistik Kurumu 2018 verilerine göre 414.143 nüfusa sahiptir. Nüfusun cinsiyet durumuna baktığımızda 210.194 erkek ve 203.949 kadından oluşmaktadır.

Sürekli göç alan bir ilçe olan Sancaktepe' de bir kadın adayın seçimlerdeki galibiyeti bize siyasal iletişimin iyi kurulduğunun ve sosyal medya kullanımının etkin olunduğunun rakamsal olarak diğer kadın adayların çok üzerinde takipçi sayısı, paylaşım ve beğenisi olmasının sandık sonucuna yansımıştır. Aday seçim ilçesinde %49.88 oranında oy almıştır.

- **Kadın Belediye Başkan Adayı 5:**

Sosyal medya hesaplarına baktığımızda (Bkz. Tablo 9);

Tablo 9: Kadın Belediye Başkan Adayı 5'in Sosyal Medya Hesapları Kullanımı

SOSYAL MEDYA HESAPLARI	TAKİPÇİ SAYISI	PAYLAŞIM SAYISI	EN ÇOK BEĞENİ SAYISI
TWITTER	1258	1225	956(T)
INSTAGRAM	2452	745	438
FACEBOOK	2229	236	2179

Twitter, Instagram ve Facebook kullanımında aktif olduğu görülmektedir. Takipçi sayısı, paylaşım sayısı diğer adaylara göre orta seviyededir. Aday %20.88 oranında oy almıştır.

Araştırma Kapsamında Kadın Belediye Başkan Adaylarına Yöneltilen Sorular değerlendirildiğinde;

Bu araştırmada kadın belediye başkan adayları ile görüşme yapılarak medya kullanımı ve toplumsal cinsiyet ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Bu sorulara yalnızca iki aday (1 Cumhuriyet İttifakı adayı ve 1 Millet İttifakı adayı) cevap vermiştir.

Adayların medya kullanımı ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği sorularına verdiği cevaplar değerlendirildiğinde; her iki adayın sorulara aynı cevapları verdiğini görüyoruz.

Aday adaylıklarında medya kanallarını kullanımı değerlendirildiğinde iki adayında bu süreçte medya kanallarını kullandıklarını görmekteyiz. Seçim kampanyaları döneminde uzman desteği aldınız mı sorusuna iki aday evet yanıtını vermekte ve seçim kampanyaları döneminde araştırma sınırlılıkları içerisinde olan tüm adayların bu süreçte profesyonel medya ekipleriyle çalıştıklarını gözlemlemekteyiz. Medyanın siyasete etkisi değerlendirildiğinde iki adayında bu konuda hem fikir olduklarını görmekteyiz ve medyanın siyasete etkisinin çok fazla olduğunu söylemekteler. Medyanın etkin bir şekilde kullanıldığından emin olmak için seçim

kampanyaları süresince bir kontrol sistemlerinin de olduğunu söylemektedirler. Bu süreçte toplumsal cinsiyet eşitsizliği yaşadınız mı sorusuna ise iki aday hayır diye yanıt vermektedir.

Bu çalışmada tüm adaylara ilçe teşkilatları üzerinden ulaşılmıştır. Çalışmada ilk önce mülakat soruları hazırlanmıştır. Bu soruları cevaplamak istemeyen adaylar için ise daha sonra kapalı uçlu sorular hazırlanmıştır. Hazırlanan mülakat sorularını ise sadece Kadın Belediye Başkan Adayı 4 cevaplamıştır.

Çalışmada elde edilen veriler incelendiğinde 31 Mart 2019 yerel seçimlerde kadın adayların sosyal medya kullanımı, medya kullanımında uzman desteği, siyasette medyanın yeri ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği gibi konuları analiz etme amacıyla sorular sorularak kadın adayların bilgilerine başvurulmuştur. Bu bağlamda sorulan soruların cevapları incelendiğinde Kadın Belediye Başkan Adayı 4 ve Kadın Belediye Başkan Adayı 2 aktif siyasal iletişim içerisinde oldukları gözlemlenmiştir. Adaylar sosyal medyayı aktif kullandığını ve uzman desteği aldığını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra iletişim araçlarının kullanımının siyaset üzerinde etkin olduğu cevabını vermişlerdir. Buna ek olarak, toplumsal cinsiyet ayrımının olmadığını ancak kadın adayların yeterli istekle siyasal arena da aktif rol almaktan kaçındığını belirtmişlerdir.

31 Mart 2019 yerel seçimlerinde belediye başkan adayı olan Kadın Belediye Başkan Adayı 4 koduyla araştırmamızda yer alan, seçim sürecini başarıyla tamamlayarak Sancaktepe Belediye Başkanı unvanını kazanarak İstanbul’ da tek kadın belediye başkanı olan Av. Şeyma Döğücü ’ye araştırma kapsamında yöneltilen sorulara verdiği cevaplara bakıldığında;

1. Hayatınızda ve seçim çalışmalarınız boyunca toplumsal cinsiyet eşitsizliği yaşadınız mı?

‘Bir kadın her zaman kendinden önce çevresini düşünür. Özellikle şunu altını çizerek ifade etmeliyim ki siyasette cinsiyet ayrımcılığı da anlamsız. Kim daha iyi, daha kaliteli hizmet sunacaksa ona daha fazla fırsat tanınmalıdır. Ama bunun yanında ülkemizde kadın olmanın vermiş olduğu zorluklar var. Seçim çalışmam boyunca kadın aday olarak hiçbir olumsuz gelişmeyle karşı karşıya kalmadım, çünkü ilçe halkının

ilgisi beni fazlasıyla mutlu etti ki bu ilgi malumunuz üzere 31 Mart akşamı sandığa ve halkın iradesine de yansımış oldu.'

- 2. Sosyal medya, görsel medya ve yazılı medyanın etkileri siyasette yadsınamaz bir seviyededir. Sizce bu kanallardan hangisi daha etkilidir? Seçmenle iletişiminizi iyi tutmak adına hangisini kullandınız?**

'Günümüzde biz siyasetçilerin neredeyse tamamı sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Nedeni ise hedef kitleleri olan toplumun bu ağlarda diğer mecralara göre gün geçtikçe daha fazla vakit geçirmesi, daha fazla kişi tarafından tanınabilmek, daha çok seçmene ulaşabilmek ve onların görüşlerini etkin ve verimli bir şekilde değerlendirebiliyor olmasıdır. Bu sebepten Sosyal Medya'nın etkisi tartışılmaz. Bende aktif bir siyasetçi olarak sosyal medya hesaplarımı aktif olarak kullanıyor vatandaşın gelen talepleri büyük bir titizlikle takip ediyorum. Bunun dışında İnsana dokunmak onların dertleri ile dertlenmek acıları ve mutluluklarına ortak olmak adına bire bir iletişime de önem veriyorum. Devamlı sahada vatandaşlarımızla hem seçim sürecinde hem de seçim sonrasında bire bir görüşüyorum. Bununla beraber her perşembe günü düzenlediğimiz "HALK GÜNÜ" programlarıyla belediyemizde vatandaşlarımızla bir araya gelme fırsatı yakalıyoruz.'

- 3. Seçim öncesi medya planlaması yaparken uzman desteği aldınız mı?**

'Evet, Adaylığımızın açıklanıp sahaya çıktığımız ilk günden itibaren Profesyonel anlamda PR çalışmaları için dışardan destek aldık.'

- 4. Medyayı etkili bir şekilde kullandığınızdan emin olmak için nasıl bir kontrol sistemi kullanıyorsunuz?**

'Medya'yı etkili bir biçimde kullanmak için konusunda uzman bir ekibimiz var. Sosyal medya, yazılı, görsel, işitsel ve internet Medya'da ne kadar sıklıkta yer

aldığımızı öğrenmek amacı ile özel bir şirketten anlaşmalı günlük rapor aldığınız Medya Takip sistemimiz mevcuttur.'

5. Terazinin bir kefesine medyayı bir kefesine siyaseti koyduğunuzda vatandaşa ulaşmada ve halkla ilişkiler çalışmalarında hangisinin daha etkili olduğunu düşünüyorsunuz?

'Siyaset ve Medya'yı bir puzzle olarak ele aldığımızda bu iki unsur o puzzle 'ın birbirinden ayrılmaz parçası gibidir. Birbirlerini tamamlayıcı unsurdur. Marifet iltifata tabidir. Yaptığın her işte vatandaşa dokunup vatandaşa iletişimi iyi sağladığımız vakit o çalışmalar medyada yer alır ve kamuoyu ile paylaşılır. Burada esas olan Tevazu, Samimiyet ve Gayret içinde toplumla halkla kuracağınız gönül birlikteliğidir.'

Mülakat sorularına verilen cevaplarda İstanbul'da tek kadın belediye başkanı seçilen Av. Şeyma Döğücü'nün medyayı etkin bir şekilde ve profesyonel bir ekiple kullandığını görüyoruz ve buna ek olarak halkla ilişkiler çalışmalarında, vatandaşa yüz yüze iletişimde de etkin olduğunu görüyoruz.

Görüşme sorularından elde edilen sonuçlar analiz edildiğinde kadın adayların siyasette geçmiş yıllara oranla temsil alanında artış gözlemlense de yeterli oranda olmadığı görülmüştür. Ayrıca kadın adayların toplum içerisindeki problemlerin tespitinde ve problemlerin giderilmesinde bilimsel çözümlerin sunulması konusunda daha yetkindir. Buna ek olarak siyasal arena de kadınların aday olması ve oy oranlarının artırılması konusunda gerek kitle iletişim kanallarının gerekse günümüzün vazgeçilmezi olan sosyal medyanın aktif ve uzman desteği olarak yetkin kullanılması gerektiği sonucu oluşmaktadır. Bu bağlamda elde edilen veriler ışığında siyaset de kadın adayların katılımı, siyasal iletişimi siyasal aktör olarak kullanmaları zaruri bir durum olmuştur.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Siyasal aktör olarak ülkemizde kadınlar birçok Avrupa ülkesinden daha önce seçme ve seçilme hakkına kavuşmuştur, ancak temsil ve katılım yönünden siyaset arenasında hep eksik kalmıştır. Belediye yönetimlerine katılım süreçlerinde kadınların cinsiyetleri sebebiyle uğradıkları adil olmayan muameleler toplumsal cinsiyet rollerinin ilk alanı olan aileden başlamaktadır. Eğitimden sosyal ve siyaset hayata katılmaya kadar her konuda aileler erkek çocuklarına geniş çizgiler çizerken bu çizgileri kız çocukları için bir hayli daraltmışlardır. Bu durumun yaygın sonucu olarak kadınlar ya istedikleri düzeye kadar eğitim alamamışlar, ya da istedikleri illerde, ülkelerde eğitim görememişlerdir. Eğitimde uğranan bu haksızlık daha sonrasında kadınların meslek sahibi olup ekonomik olarak özgür bireyler olmasını da engellediği için kadınlar maddi anlamda erkeklere bağımlı olarak yaşamak zorunda kalmışlardır. Bunun neticesinde ise kadınların hayatı iyiden iyiye ev içinde geçtiğinden kamusal alandan uzaklaşmışlardır. Bu durum ise toplumsal cinsiyet ayrımını yaratarak kadın erkek-eşitliğinin bozulmasına neden olmakta ve cinsiyete bağlı ayrımcılık oluşturmaktadır. Bu çalışmada hem kadınların siyaset alanında temsilinin oranı hem de kadın siyaset aktörlerinin medya iletişim kanallarını kullanmaları ve bunun siyasetteki etkisi incelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada yer alan kadın belediye başkan adaylarının profesyonel siyasetçilerden oluştuğu göz önüne alındığında sosyal medya çalışmalarının gelecekteki kadın adaylara ve amatör siyasetçilere örnek olacağı düşünülmektedir. Bu çalışma ileride geliştirilerek yurt içinde ve dışında yapılmış emsalleriyle karşılaştırılabilir. Yapılan araştırmalar ve güncel uygulamalar göstermektedir ki, günümüzde siyaset sistemin tüm aktörleri, gerek siyaset yapan ve siyaset mekanizmasını elinde bulunduranlar ve gerekse yönetilen vasfıyla bu sistemin bir parçası olanlar, sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Bir taraftan, son zamanlarda yaşanan sosyal medya merkezli kampanyalar ve kolektif tepkilerin temellerinin sosyal medya üzerinden atılıyor ve yine bu alandan taraftar topluyor olması, diğer taraftan yöneticilerin büyük bir çoğunluğunun siyaset mesajlarını ve faaliyetlerini bu alan aracılığıyla yönetilenlere duyuruyor olması ve onların tepkilerini yine bu alan üzerinden topluyor olması, sosyal medyanın ne kadar önemli bir siyaset iletişim ve propaganda aracı haline geldiğinin önemli bir delili olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye kadın ve erkek yurttaşlardan oluşan bir bütündür. Bu yüzden ulusal temsilde olduğu gibi yerel temsilde de bu iki cinsiyet arasında eşitliğin yakalanması demokratik yönetimlerde hayati bir öneme sahiptir. Yaptığımız bu çalışmada da da görüleceği üzere, sayısal verilere bakıldığında kadınların cinsiyetleri sebebiyle yerel yönetimlerde erkeklere nazaran eksik temsili söz konusudur. Kadınların yerel siyaset arenasında ikinci plana itilmesi kadını ve kadın sorunlarının görmezden gelinmesine sebep olduğu gibi yerel demokrasiye zarar vermektedir. Nihayetinde kadınların siyaset alanındaki eksik temsil sorunlarının çözülmesi yerel yönetimlerin daha adaletli ve demokratik yapılar haline gelmesine hizmet edebilir. Siyasetin her alanında yerel yönetimlerden başlayarak ulusal meclislere kadar kadınların siyaset alanlarının tümünde yeterli temsili toplumsal cinsiyetten kaynaklanan sorunların çözümüne katkıda bulunabilir.

Bu çalışmada yaptığımız araştırma açıkça, günümüz yaygın iletişim aracı olan ve yığınsal iletişimin en önemli unsuru haline gelen sosyal medya kullanımının siyasal iletişimde kullanılmasının belirli bir etkisi olduğunu gözler önüne sermektedir. Daha fazla kadın aktörün katıldığı ve sosyal medyayı kullandığı gelecekteki siyasal kampanyalara kaynak teşkil etmek üzere de bir katkısının olacağını düşündüğümüz bu çalışmada ortaya çıkan veriler, sosyal medya kullanımının artışı ile “seçmene erişme ve seçilme” olasılığının doğru orantılı olarak birbirini etkilediği yönündedir diyebiliriz. Üstelik yapılan pek çok araştırmadan yola çıkarak varılan genel yargı, gündelik hayatta birçok sorunla karşılaşan kadının, erkeklere oranla daha analitik düşünme yeteneğine sahip olduğu yönündedir. Dolayısıyla siyasal alana katkısı da pek çok yönden çok fazla olacaktır.

EKLER LİSTESİ

Ek 1: TBMM Milletvekilleri – Cinsiyete göre dağılım.....	76
Ek 2: Türkiye'nin İlk Kadın Belediye Başkanı Sadiye Hanım.....	77
Ek 3: Modern Köy Muhtarı Gül Hanım ve Annesi	78
Ek 4: Türkiye Cumhuriyetinin İlk Kadın Milletvekilleri	79

Ek 1: TBMM MİLLETVEKİLLERİ – Cinsiyete göre dağılım

SEÇİM YILI	PARLAMENTODAKİ MİLLETVEKİLİ SAYISI	KADIN MİLLETVEKİLİ SAYISI	KADIN ORANI
1935	395	18	4.6
1943	435	16	3.7
1950	487	3	0.6
1957	610	8	1.3
1965	450	8	1.8
1973	450	6	1.3
1991	450	8	1.8
1999	550	22	4.2
2002	550	24	4.4
2007	550	50	9.1
2011	550	79	14.3
2015 Haziran	550	97	17.6
2015 Kasım	550	81	14.7
2017	543	76	14
2017 Güncel	543	75	13.8

Kaynak: <http://ka-der.org.tr>

Ek 2: Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk Belediye Başkanı Sadiye Hanım



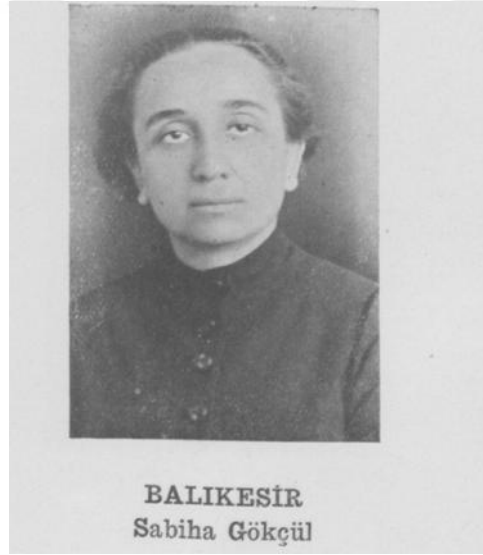
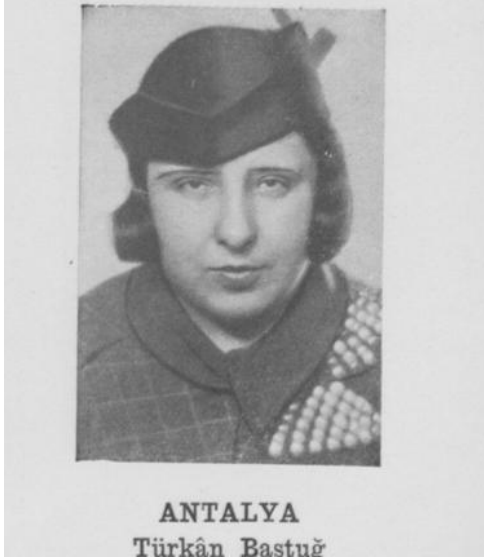
Kaynak: <http://www.08haber.com>

Ek 3: Modern Köy Muhtarı Gl Hanım ve Annesi



Kaynak: <https://turkctarih.com>

Ek 4: Türkiye Cumhuriyetinin İlk Kadın Milletvekilleri





BURSA
Şekibe İnel



ÇANKIRI
Hatice Özgener



DİYARBEKİR
Huriye Öniz



EDİRNE
Dr. Fatma Memik



ERZURUM
Nakiye Elgün



İSTANBUL
Fakihe Öymen



İZMİR
Benal Nevzad İstar



KAYSERİ
Ferruh Güngör



KONYA
Bediz Morova



MALATYA
Mihri Bektaş



SAMSUN
Meliha Ulaş



SEYHAN
Esmâ Nayman



Kaynak: <http://www.yenihaberdem.com>

KAYNAKÇA

BASILI KAYNAKLAR

Akın, M. H. (2013). *Siyasallığın Toplumsal İnşası-Siyasal Toplumsallaşma*, Konya: Çizgi Kitabevi.

Arslan, A. (2004). *Türk Siyasi Elitleri Arasında Kadının Temsili*. Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma Sempozyumu.

Aydemir, Dilek ve Aydemir, Elvan. (2011). *Türk Siyasetinde Kadınlar: Çok Oluyoruz*. Ankara: USAK Yayınları.

Aydın Yılmaz, E. Sare. (2015). *Cinsiyet Eşitliği ve Adalet Perspektifinde Türkiye’de Kadının Siyasal Alana Katılımı*. KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi, 1.

Aziz Aysel, (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*, Ankara: Nobel Yayıncılık (10. Basım).

Aziz, Aysel. (2019). *Siyasal İletişim*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık (8. Basım).

Bloch, Marc (1983), *Feodal Toplum*. Çev: Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara: Savaş Yayınları.

Bora, Aksu (2012), *Toplumsal Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık, Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar*. Der. Kenan Çayır ve Müge Ayan Ceyhan, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Bostancı, M. (2015). *Sosyal Medya ve Siyaset*. Konya: Palet Yayınları.

Bozdemir, N. Ve Özcan, S. , (2011). *Cinselliğe ve Cinsel Sağlığa Genel Bakış*. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care* ,4.

Çakır, Özlem. (2008). *Türkiye’de Kadının Çalışma Hayatından Dışlanması*. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.

Çelik, Behiç (1995), “Türk Belediyeciliğinin Tarihsel Gelişimi”, Yeni Türkiye, Yıl 1, Sayı 4, Mayıs-Haziran.

Çildan ve Arkadaşları,(2011) “*Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü*” Uşak Üniversitesi Akademik Bilişim Konferansı.

Çolak, H. (2012) *Türk Toplumunda Demokrasi ve Yerel Yönetimlerin Tarihsel Gelişimi Bağlamında 1580 Sayılı Belediye Kanunu Yasama Müzakereleri*, Ankara: Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi.

Dedeoğlu, Saniye. (2000). *Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Türkiye’de Aile ve Kadın Emeği*. Toplum ve Bilim.

Dönmez, Mustafa (1995), *Türkiye’de Belediyeciliğin Tarihsel Gelişimi*, Türk İdare Dergisi, Sayı 406.

Ekinci, N. (2016). *Siyasal İletişime Giriş*. Bişkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları

Erten, Metin. (1999). *Nasıl Bir Yerel Yönetim*. İstanbul: Anahtar Yayınları.

Evans,D. (2012). *Social Media Marketing An Hour A day* , Jhon Wiley & Sons Inc. Second Education.

Fuchs, C. (2010). *Labour in Informational Capitalism*. The Information Society.

Gökulu, Gökhan. (2013). *Türkiye’de Kadınların Siyasal Temsili ve Kota Tartışmaları*. International Journal of Social Science.

Habermas, Jurgen. (2010). *Kamusalığın Yapısal Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Hasan Keser, (2004) “*Avrupa Bütünleşme Sürecinde Yerel Yönetimler*”, Yerel Yönetimler Kongresi Düünden Bugüne Yerel Yönetimlerde Yeniden Yapılanma Bildiriler Kitabı, Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Fakültesi ve Biga Belediyesi.

Hasan Yaylı (2009). *Türkiye' de Belediyelerin Yeniden Yapılandırılması*, Kırıkkale: Kırıkkale Belediyesi Yayınları.

İKV, (2002) *Avrupa Birliği Genişleme Süreci ve Türkiye*, İstanbul.

Kaplan, Leyla (1996) “*Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde Kadın Milletvekilleri*”, Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, C.XII.

Keleş, Ruşen ve Yavuz, Fehmi(1989). *Yerel Yönetimler*, Ankara: Turhan Kitapevi, 2.Basım

Kılıç, Zeynep. (2000). *Eşitlik İçin Kota Politikaları*. Ankara: Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi.

Konan, B. (2011) *Türk kadınının siyasi hakları kazanma süreci*, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi.

McNair, B.(2007). *An Introduction to Political Communication*, London and New York: Routledge.

Mustafa Ökmen ve Bekir Parlak (2009), *Kuramdan Uygulamaya Yerel Yönetimler-İlkeler, Yaklaşımlar ve Mevzuat*. İstanbul: Orion Yayınevi.

Osman Nuri (Ergin), *Mecelle-i Umur-i Belediye*, c. I, İstanbul, 1338

Kurnaz, Ş. (1991) *Cumhuriyet öncesinde Türk kadını*, Ankara: T. C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurulu Başkanlığı Yayınları.

Ortaylı, İlber.(1976). “*Osmanlı Kadı’sının Taşra Yönetimindeki Rolü Üzerine*, Ankara: Amme İdaresi Dergisi, Cilt 9, Sayı:1.

Örtlek, Muhammet ve Tekelioğlu Serhat. (2013). *Türkiye’de Siyaset ve Kadın*. Sosyal ve Beşeri Dergisi, Sayı:5.

Özdiñç, F. (2012). *Siyasal İletişim, Siyaset ve İktidar*. F. Uztuğ ve Y. Özgün (Eds.). Siyasal İletişim içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Özgür, Hüseyin (2008), “Yerel Siyaset Perspektifinden Bakışla Büyükşehir Belediyelerinde Kentsel Alan Yönetimi Uygulamaları”, Yerel Siyaset, Okutan Yayıncılık.

Sancar, Serpil, Selma Acuner, İlknur Üstün. (2006). *Birde Buradan Bak*. Ankara: KADER Yayınları.

Sayer, Handan. (2011). *Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Erkeklerin Katılımı*. Uzmanlık Tezi, Ankara: T.C Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.

Sertel, S. (2015) *TBMM’de bir Cumhuriyet aydını: Dr. Fatma Memik*, Edebiyat Fakültesi Dergisi.

Sevim, A. (2005). *Feminizm*. İstanbul: İnsan Yayınları.

Süleyman Yaman Koçak ve Ali Ekşi (2010)” *Katılımcılık ve Demokrasi Perspektifinden Türkiye’de Yerel Yönetimler*” SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi.

Şahin, Yusuf, (2011) *Kentleşme Politikaları*, Trabzon: Murathan Yayınevi.

Terkan, Banu. (2010). *Siyasi Partilerin Kadına İlişkin Söylem ve Politikaları*. Selçuk İletişim.

Tokgöz, O. (2010). *Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim*. Ankara: İmge Kitabevi.

TBMM Zabıt Ceridesi, Devre:IV, Cilt:25, Ankara, 1935.

Ünal, S. (2014) *Türk Kadınının Seçme Ve Seçilme Hakkını Kazanması Ve Basın*, Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic.

Yaraman, Ayşegül (1999). *Türkiye’de Kadınların Siyasal Temsili*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Yumuş, Akın. (2011). *Kalkınma Planları Çerçevesinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Anlayışının Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Boyutları*. Ankara: Uzmanlık Tezi, T.C Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR:

<http://www.atam.gov.tr/ataturkun-soylev-ve-demecleri/konyada-kadinlar-ile-konusma>
(E.T: 12.09.2019)

<https://www.biyografi.net/kisiyrinti.asp?kisiid=3121>(E.T:06.01.2019)

<http://cumhuriyettarihimiz.blogspot.com/2015/08/cumhuriyetin-ilk-kadn-milletvekilleri-1.html> (E.T: 06.08.2019)

<https://daimakadin.com/gul-esin-gulkiz-ubbul/#img-1959/1961> (E.T: 06.02.2019)

<http://www.hurriyet.com.tr/secim/31-mart-2019-yerel-secimleri/istanbul-belediye-baskani-adaylari>(E.T. 20.04.2019)

<https://www.infoplease.com/us/gender-sexuality/womens-suffrage> (E.T:01.02.2019)

<https://www.izgazete.net/kadin/izmirin-ilk-kadin-milletvekili-benal-nevzat-ister-ariman-h23174.html> (E.T: 06.06.2019)

http://ka-der.org.tr/wp-content/uploads/2018/01/kad%C4%B1n-istatistikleri-2017_R.pdf
(E.T: 26.08.2019)

<http://kadininstatusu.gov.tr/uygulamalar/turkiyede-kadin>, (E.T: 19.05.2019)

<http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>(E.T: 09.05.2019).

<https://turkctarih.com/turkiyenin-ilk-kadin-muhtari-gul-hanim-esin-ubbul/>
(E.T: 06.01.2019)

<http://www.yenihaberden.com/cumhuriyet-tarihinden-gunumuze-kadin-milletvekilleri-273672h.htm>

(E.T: 20.01.2019)

<http://www.ysk.gov.tr/tr/istatistik/5644>(E.T: 09.05.2019)

<http://www.08haber.com/haberGoster.php?hid=8038> (E.T: 06.01.2019)

