

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI
YL-2018-069

YEREL MEDYADA ÇALIŞAN YÖNETİCİ KADINLAR:
AYDIN İLİ ÖRNEĞİ

HAZIRLAYAN
Ece Nur ÖZAY

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. Gülsen DEMİR

AYDIN-2018

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Ece Nur Özay tarafından hazırlanan Yerel Medyada Çalışan Yönetici Kadınlar: Aydın İli Örneği başlıklı tez, 10.08.2018 tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

	Unvanı, Adı Soyadı	Kurumu	İmzası
Başkan	Prof. Dr. Gülsen DEMİR	AADÜ	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Nilgün SOFUOĞLU KILIÇ	AADÜ	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa GÜLTEKİN	PAÜ	

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu Yüksek Lisans tezi, Enstitü Yönetim Kurulununtarihsayılı kararı ile onaylanmıştır.

Doç. Dr. Ahmet Can BAKKALCI

Enstitü Müdür V.

T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Bu tezde görsel, işitsel ve yazılı biçimde sunulan tüm bilgi ve sonuçların akademik ve etik kurallara uyularak tarafımdan elde edildiğini, tez içinde yer alan ancak bu çalışmaya özgü olmayan tüm sonuç ve bilgileri tezde kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

Ece Nur ÖZAY



ÖZET

YEREL MEDYADA ÇALIŞAN YÖNETİCİ KADINLAR: AYDIN İLİ ÖRNEĞİ

Ece Nur ÖZAY

Yüksek Lisans Tezi, Sosyoloji Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Gülsen DEMİR

2018, XI +146 sayfa

Kadının çalışma yaşamına dahil olması yeni değildir. Kadın tarih boyunca ev içi - ev dışı, ücretli – ücretsiz emeğini gerçekleştirmektedir. Bunun yanında 19. yüzyıl Sanayi Devrimi başlangıcı ile varlığını sürdüren endüstrileşme süreci erkek emeğini tarımdan fabrikalara, kadın emeğini ise ev içinden kamuya yönlendirmiştir. Birinci ve İkinci Dünya Savaşları sırasında ise kadınlar erkeklerden boşalan yerleri doldurarak çalışma hayatına yedek iş gücü olarak devam etmiştir. Günümüzde ise ücretli çalışma alanlarında artan oranlarda yer alan kadınların sayılarındaki artış, düşük statülerinin önüne geçememiştir. Geçmişten günümüze varlığını sürdüren cinsiyetler arası eşitsizlik sebebiyle bu araştırma, çok boyutlu bir konu olan kadın sorununun bir yönü olan ücretli çalışma yaşamında kadın, yönetici pozisyonunda çalışan kadın ve sözü edilen kadınlara ilişkin tutumları ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Bunlara ek olarak genelde medya özelde ise yerel medya organları toplumsal yaşama özgü değerlerin yeniden tasarımı ve inşasında önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle cinsiyete dayalı ayrımcılığın hüküm sürdüğü toplumlarda medya aracılığıyla yeniden üretilen tahakküm ilişkileri önemli olduğu kadar medyada çalışan kadınlar da son derece önem kazanmaktadır. Bu açıdan da medyada kadının ele alınış biçimleri Türkiye’de kadın hareketinin tarihinde Osmanlı Döneminden başlayarak kadınların medyada kendilerini ifade etmeleri bakımından bu çalışma, yazma eyleminde bulunarak haklarını arama yoluna gitmiş kadınların varlığından hareketle kadın sorununu yerel medyada çalışan yönetici kadınlar çerçevesinde ortaya koymayı amaçlamaktadır.

ANAHTAR KELİMELER: Kadın Emeği, Ücretli Kadın Emeği, Medyada Kadın İşgücü, Yerel Medyada Yönetici Kadınlar

ABSTRACT

WOMEN MANAGERS WORKING IN LOCAL MEDIA: A CASE STUDY IN AYDIN

Ece Nur ÖZAY

MSc Thesis in Sociology

Supervisor: Prof. Dr. Gülsen Demir

2018, XI + 146 pages

Woman's involvement to professional life is not new. Throughout history, woman has achieved her domestic/out-of-home, paid/free-of-charge efforts. Furthermore, the industrialization process, which had existed with the beginning of the Industrial Revolution in 19th century, led men's labor from agriculture to factory and women's labor from house to public. During the First and Second World Wars, women filled men's positions and continued to work as a backup force. Nowadays, the rise in the number of women who are increasingly included in paid workplaces has not been able to overcome their low status. Due to the inequality between sexes that persisted from the past, to the present, this research aims to reveal attitudes towards women, who are working in the managerial position and women who are in paid working life, which is only one aspect of a multidimensional issue.

In addition, the media in general and the local media in particular play an important role in redesigning and reconstruction of values specific to social life. Especially in societies where gender discrimination prevails, women who work in media are of utmost importance, as well as the relations of domination reproduced by media. In this respect, the representation of women in media, women's movement history in Turkey that is starting from the Ottoman period, this study terms to women, who express themselves by writing, and aims to reveal the women's issues in the context of women managers working in local media.

KEY WORDS: Women's Labor, Women's Paid Labor, Women's Labor Force In Media, Women Managers In Local Media.

ÖNSÖZ

Türkiye’de ve dünyada kadın nüfus oranlarının erkek nüfus oranlarından fazla olduğu bilinmekle birlikte işgücüne katılım oranlarındaki farklılık nedeniyle kadın emeği üzerine gerçekleştirilen sosyolojik çalışmalar önem taşımaktadır. Cinsiyetler arası işgücü oranlarındaki eşitsizlik dikkate alınmaksızın kadın işgücü oranları gün geçtikçe artış gösteriyor olsa da yönetim kadrolarında var olan erkek egemen yapı varlığını sürdürmektedir.

Türkiye tarihinde özellikle Osmanlı döneminden başlayarak kadınların hak taleplerini duyurabilmek adına yönelindikleri kamusal alan medya olmuştur. Günümüzde medya sektöründe ücretli çalışan kadın oranlarında artış görülse de tüm kamusal alanlarda var olan yönetim kademelerindeki erkek egemen yapı halen sürmektedir. Gelişen iletişim teknolojilerinin etkisiyle unutulmaya yüz tutmuş yerel medya sektörüne hak ettiği değeri vermek, yerel medya sektörü kadın yöneticilerin desteklenmesi ve sorunlarının ortaya konulabilmesi adına yapılan çalışmalar önem taşımaktadır.

“Yerel Medyada Çalışan Yönetici Kadınlar: Aydın İli Örneği” adlı çalışmam ve Yüksek Lisans eğitimim boyunca yönlendirmeleri ışığında yol aldığım, akademik alandaki donanımı ve hayat görüşü ile beni yönlendiren, teşvik eden, öğrenim sürecimde bana emek veren, hatalarımda sabır gösteren, yol göstericim, danışman hocam Prof. Dr. Sayın Gülsen DEMİR’e çok teşekkür ederim.

Çalışma sürecinde katkılarını esirgemeyen, bana kıymetli zamanlarını ayıran, anlayış gösteren tüm yerel medya çalışanı yönetici kadınlara teşekkürü borç bilirim.

Tüm eğitim hayatım süresince sabır ve destekleriyle daima yanımda olan aileme ve ailemin hem ev içinde hem de ev dışında emeklerini sergileyen kadınlarına, başta annem Çiğdem YURTŞEN ÖZAY ve kardeşim Edanur ÖZAY olmak üzere; Sevim ÖZAY, Hatice YURTŞEN, Ayten TOPÇU, Belgin ÖZBEK SÖĞÜTLÜLER’e kadın emeğinin değerini bana öğrettikleri için minnetimi sunuyor, bu tez çalışmamı kendilerine ithaf ediyorum.

Son olarak, eğitim hayatımın başlangıcından itibaren üzerimde emeği olan tüm hocalarıma teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Ece Nur ÖZAY

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	i
BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
GİRİŞ.....	1
I. BÖLÜM	1
1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE	1
1.1. Kadın Hareketinin Kısa Tarihçesi.....	1
1.1.1. Kadın Emeği.....	8
1.1.1.1. Ev İçi Ücretsiz Emek.....	8
1.1.1.2. Kamusal Alan ve Özel Alan İkiliği	14
1.1.1.3. Kadının Özel Alana Kapatılışının Tarihi.....	15
1.1.2. Ücretli Kadın Emeği ile İlgili Kuramlar ve Yaklaşımlar	18
1.1.2.1. Ücretli Kadın Emeği Tarihi.....	20
1.1.2.2. Ücretli Emek Sürecine Katılımda Kadının Yaşadığı Problemler.....	23
1.1.2.3. Türkiye’de Ücretli Kadın Emeğinin Tarihi	27
1.1.2.4. Türkiye’de Ücretli Emek Sürecine Katılımda Kadının Yaşadığı Problemler.....	32
1.1.3. Yönetici Pozisyonunda Çalışan Kadınlar.....	38
1.1.3.1. Kadın Yöneticilerin Karşılaştıkları Engeller	39
II. BÖLÜM	51
2. KADIN VE MEDYA	51

2.1. Medyada Kadının Temsili	51
2.2.1. İlgili Kuram ve Yaklaşımlar.....	55
2.2.1.2. Kadının Ücretli Çalışma Alanı Olarak Medya	60
2.2.2. Türkiye’de Yerel Medyada Çalışan Kadın	63
2.2.2.1. Türkiye’de Yerel Medya Sektöründe Çalışan Kadın Yöneticiler	72
III. BÖLÜM.....	82
3. ARAŞTIRMA.....	82
3.1. Araştırmanın Önemi	82
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	82
3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	83
3.4. Araştırmanın Amacı (Problemi)	83
3.5. Araştırma Yöntemi	83
IV. BÖLÜM	85
4. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	85
4.1. Bulgular ve Yorumlar	85
5. TARTIŞMA VE SONUÇ.....	125
6. KAYNAKLAR.....	130
7. EKLER	140
ÖZGEÇMİŞ.....	146

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1:1 TÜİK Hane Halkı İşgücü Anketi	34
Tablo 1.2: TÜİK Kadınların Yönetim Kademesinde Yer Almaları	38
Tablo 1.3: TÜİK Çocuk Nüfusu Anketi	45
Tablo 1.4: Şiddet Türleri	46
Tablo 2.5: TÜİK 2005 Yazılı Medya Organlarında Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı.....	67
Tablo 2.6: TÜİK 2012 Yazılı Medya Organlarında Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı.....	68
Tablo 2.7: TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri. Yayın Bölümü Cinsiyete Göre Dağılımı 2005-2010.....	70
Tablo 2.8: TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri. Basım ve Dağıtım Bölümü Cinsiyete Göre Dağılımı 2005-2010	70
Tablo 2. 9: TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri. Yayın Bölümü Cinsiyete Göre Dağılımı 2011-2016.....	70
Tablo 2.10: TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri. Basım ve Dağıtım Bölümü Cinsiyete Göre Dağılımı 2011-2016	71
Tablo 2.11: BİA Haber Merkezi Medya Sektöründe Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı 2014.....	71
Tablo 2.12: İpsos KGM 2013 Yılı Verilerine Göre En Çok Dinlenme Oranına Sahip 10 Radyo Kanalı Çalışanlarının Cinsiyete Göre Dağılımı	72
Tablo 2.13: 2014 yılı TC. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Basın Kartı Sahipliği Verileri.....	76
Tablo 2.14: TÜİK 2012 Yılı Yazılı Medyada Çalışanların Cinsiyete Dayalı Oranları.....	77
Tablo 2.15: Yerel Yazılı Medya Yönetim Kadrosu ve Ulusal Medya Yönetim Kadrosu Karşılaştırması	78
Tablo 2.16: Medyada Yönetici Kadınların Erkeklerle Oranı	79

Tablo 2.17: Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü 2012 ve 2014 Yılları Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinde Medyanın Rolü Konulu Alt Komisyon Raporu (TÜİK Verileri).....	79
Tablo 2.18: Televizyon Sektöründe Çalışan Kadın Yönetici Sayısı	80



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1: Kadının Mutluluğu: Bir Paket Mercimek Reklam Afişı.....	53
Şekil 2.2: Kadının Mutluluğu: İyotlu Tuz Reklamı.....	54



" Para kazanın, kendinize ait ayrı bir oda ve boş zaman yaratın. ve yazın, erkekler ne der diye düşünmeden yazın ! "

Virginia Woolf

GİRİŞ

Kadın ve erkek cinsiyetleri arasında kurulan toplumsal eşitsizlikler, kadını tarih sahnesinin izleyicisi konumunda tutarken, erkeği sahne içinde başrollerde tanımlamıştır. Erkeğin egemen olduğu toplumsal düzen içerisinde kadının var olma mücadelesini konu edinen kadın tarihi araştırmaları ile kadının toplumsal görünmezliği görünür kılınmaktadır.

19. yüzyılın başlarından itibaren toplumsal alanda kadın ve erkek cinsiyetlerinin eşitsiz konumlarını anlayabilmek ve çözüm üretebilmek adına ortaya çıkan kadın hareketi, kadının hak ve özgürlüklerinin mücadelesini hem kamusal alanda hem de özel alanda vermeyi ilke edinir. Kadının erkeğe olan üstünlüğünün ya da erkeğin kadına olan üstünlüğünün savunuculuğunu yapmayan kadın hareketinin temel dayanak noktasını toplumsal düzen içerisinde iki cinsiyetin birbirleriyle eşitliği oluşturur. Tarihin farklı dönemlerinde kadın erkek eşitliği üzerine farklı konuları ele alan kadın hareketinin varlığı, kadının görünürlük mücadelesinde atılan önemli adımların bütünüdür.

Kadının özel alan ile sınırlandırılan yaşam öyküsünü kamusal alan ile genişletmesi, emeğinin dönüşümünü gelecek nesillere aktarır. Geçmişin kadınlarının kadın emeği üzerine vermiş oldukları mücadeleler bugünün kadınına yalnızca özel alanı değil kamusal alanı da tanımlamış, erkeklerin dünyasında kadın emeğinin de var olduğunu kanıtlamıştır. Kamusal alanda ücretli emeğini sergileyen kadınların oranlarında artış olsa da, yönetim kadrolarındaki erkek egemen yapı varlığını halen sürdürmektedir.

Türkiye kadınlarının Osmanlı kadınlarından aldığı önemli miraslardan biri olan medya sektörü içerisinde sesini duyurma, isteklerini söyleme, hak talebinde bulunma kısaca medya sektörü içerisinde var olma durumu günümüz medya sektöründe ücretli çalışan kadının varlığının önemine vurgu yapmaktadır. Her ne kadar medya sektörü içerisinde kadın işgücü oranlarında gün be gün artış yaşanıyor olsa da yönetim kadroları halen erkek egemenliği altındadır.

Halk ve yöneticiler arasındaki bilgi akışının sağlandığı, halkın sesini duyurabilme araçlarından biri olan ve aynı zamanda yönetimin aldığı kararların halka aktarımının sağlandığı, demokrasinin yerel ağını oluşturan yerel medya organları, ulusal medya sektöründe yaşanan üzere erkek egemenliğinin hakim olduğu bir kamusal alandır. Yerel medya organlarında ücretli çalışan kadın sayısına tam olarak ulaşamamakla birlikte erkek çalışan oranlarından düşük olduğu tahmin edilmektedir. Yerel medyanın bu özelliklerinden

hareketle yerel medyada çalışan yönetici kadınların erkek yöneticilere oranla düşük nüfusu çalışmayı şekillendirerek konu ve sınırlılıkların belirlenmesinde öncü olmuştur.

Çalışmanın ilk bölümünde kadının çalışmasının tarihi özel alan kamusal alan ikiliği çerçevesinde ele alınmış, ev içi ücretsiz emeği ve ev dışı ücretli emeğine ilişkin literatüre dayalı bilgiler aktarılmıştır. Ücretli kadın emeğine ilişkin kuram ve yaklaşımların öncülüğünde ücretli kadın emeğinin tarihi vurgulanmış ve ücretli emeğini sergileyen kadınların çalışma yaşamında karşılaştığı problemler açıklanmaya çalışılmıştır. Kadının emeğine ilişkin genel açıklamaların yapılışının ardından çalışmanın kapsamı bakımından Türkiye’de ücretli kadın emeğinin tarihi ve Türkiye’de ücretli emeğini sergileyen yönetici kadınların yaşadıkları problemler açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde medya sektöründe kadın işgücünün niteliklerini ortaya koyabilmek adına önce medyada kadının nasıl temsil edildiğine dair açıklamalar yapılmıştır. Kadın ve medya konusuyla ilgili olan kuram ve yaklaşımlar ile teorik bir arka plan oluşturulmuştur. Medya sektöründe ücretli çalışmaya yönelik bilgilerin verilmesinin ardından Türkiye’de yerel medyada çalışan kadın ile ilgili açıklamalar yapılmıştır. Türkiye’de yerel medyada çalışan kadın yöneticiler hakkında elde edilen bilgiler aktarılmıştır.

Türkiye’de yerel medyada çalışan kadın yöneticilere yönelik yapılan çalışmanın üçüncü bölümünü ise araştırmanın önemi, sınırlılıkları, evren ve örnekleme, problemi ve amacı oluşturmaktadır.

Çalışmanın dördüncü ve son bölümünde ise araştırmada kullanılan yöntem ve tekniklerin aktarımı ile yerel medyada çalışan kadın yöneticilerle yapılan görüşmeler sonrası elde edilen bulguların çalışma kapsamında yer alan tüm konular eşliğinde değerlendirilmesi yapılmıştır.

I. BÖLÜM

1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kadın Hareketinin Kısa Tarihçesi

Tarih; erkeklere ait olan hikayelerin nesilden nesile aktarıldığı, onların kurallarının toplumun her aşamasında yer aldığı bir süreç olarak karşımıza çıkar. Bu açıdan da erkeklerin yazdığı hikayelerde kadınlar yalnızca figüran olarak temsil edilir.

Egemen olan, yazan ve yazarak egemenliğini koruyan erkekler, tarihin başlangıcından bu yana kadınları kendilerine, bir diğer cinse, erkeklere düşman olarak tanımlamıştır (Eco, 2011: 27).

Kadınların sözü edilen temsilleri ise dünyada kadın tarihinden söz edilmesini güç kılmaktadır. Güçlüğün giderilebilmesi bakımından kadın tarihi araştırmalarına yönelik çalışmalar gündeme gelmiştir. Kadın tarihine yönelik yapılan araştırmalar bir özne olarak kadının temsilinin yerine, toplumsal cinsiyet kavramlaştırmasında karşımıza çıkan cinsiyet gruplarından biri olan kadını araştırmaktadır. Kadın tarihi araştırmaları toplumsal alanda görünmeyen kadın cinsiyetini görünür kılmak adına oldukça önemlidir. Kadının görünürlük mücadelesinde dünyadaki kadın hareketi önemli bir yer tutmaktadır.

Tarihin erkek egemen sistemine karşı, kendileri hakkında özgürce eylemlerde bulunmak için başlangıçtan bu yana tanrı önünde eşit varlık olduklarını kanıtlamak zorunda olan kadınlar, kadınların ruhları olup olmadığına ilişkin tartışmalarda bulunan din insanlarına, filozoflara, toplumsal kurallara '*kadınlar insandır*' sloganı ile karşı çıkmıştır. Kadınların tanrı ile konuşmalarında erkeğe ihtiyaç duymadan, erkekler gibi iletişim yeteneğine sahip, kendilerince tanrıyı anlayabilecek akla sahip özerk insanlar olduklarının altı çizilmiştir. Bu yolla özellikle batı Hıristiyan Orta Çağında din ve kadın odaklı tartışmalarda Azize Theresa gibi kadınlar bu görevleri üstlenmiştir. Aynı Orta Çağın feminist hareketlerinde annelik odaklı benzer talepler de yer almaktadır. Anneliğin kadını güçlendirdiğine olan inancın etkisiyle erkek egemen uygulamaların bazılarını direnebilmelerinin yolu açılıyordu (Berktaş, 2011: 4).

Bu açıdan kadın hareketi tarihsel süreç içerisinde kadın ve erkeğin eşitsiz konumları üzerinden bir hak talebi olarak ortaya çıkmıştır. Toplumların kısmen özgürleşmeye başladığı

18. yüzyıl sonları ve 19. yüzyıl boyunca kendi ideolojisini belirlemiş ve '*feminizm*' kavramı ile kendini tanımlamıştır. (Çakır, 1994: 18)

18. yüzyıl sonlarında, kadınların haklarını, toplumdaki rollerini genişletme amacıyla ortaya çıkan feminizm, Latince kadın anlamına gelen '*femine*' kelimesinden türetilmiştir (Sevim, 2005: 7). Bu terimin ilk kullanımı Alexander Dumas tarafından, 1872 yılında yapılmıştır. Dönemin kadın haklarını savunan akımını desteklemek amacıyla kullanılan feminizm terimi, eşitliği temel alarak, her alanda kadın ve erkeğin eşitliğine vurgu yapan küresel bir akım olmuştur. Feminizm teriminin bir başka anlamını ise '*kadın sorunu*' temellendirir. Bu akım cinslerin birbirlerine olan üstünlüğünü değil eşitliğin mücadelesini vermektedir (Arat, 1991: 21).

Feminizmi anlamak adına temelde kadının tarih içerisindeki yerine bakmak, bu süreç içindeki konumunu belirlemek gerekir. Bunun nedeni feminizme göre tarih bilimiyle birlikte tüm bilimlerin öznesinin erkeklerden ve erkek eylemlerinden oluşmasıdır (Sevim, 2005: 7).

Kadın hareketinin bugün de gündeminde olan kadına yönelik şiddet sorununu 15, 16 ve 17. yüzyıllarda da gündeme almış, feminist dalgalar görülür. Bundan dolayı 18. yüzyıl sonrasında başladığı kabul gören birinci dalga feminizminin, gerçekte ilk dalga olmadığını belirtmek gerekir. İlk dalga olarak nitelendirilen bu bir sonraki dalga 18. yüzyıl sonlarından 20. yüzyıl başına değin devam eder (Donovan, 2014: 15).

19. yüzyılda kadının anneliğinin yüceltilmesi, kadının ev sınırlarındaki rollerinin sağlam temellerle sunulmasına, evdeki melek imgesinin pekişmesine patriarkanın kadını aile içinde sınırlandırışının meşruluk kazanmasına sebep olur. Buna karşı bir çok kadın, kadını özel alan ile sınırlandıran, eğitim imkanlarından yararlanmasının önünü kapatan, ekonomik sahadan dışlanmasına öncülük eden bu sisteme karşı kadının ne aile ne de anneliğiyle tanımlanamayacağını, kadının kişiliğiyle özerk olduğunu vurgular. Bu dönem aydınlanmanın özerklik kavramının yoğun etkisinin yaşandığı bir dönemdir ve bu dönemde Mary Wollstonecraft ve diğerleri kadının kapatılışının doğadan değil toplumsal yapıdan kaynaklandığını savunur. Wollstonecraft özellikle kadının doğru eğitim ile özerk birey olacağını vurgusunu yapar (Berktay, 2011: 4).

Kadın Haklarının Gereçelendirilmesi adlı kitabında asıl olarak kadının cinsel bir hazzın nesnesi oluşunu eleştiren Wollstonecraft'a göre (2012), doğa kadınlara çocuk doğurma ve bakım hizmetlerini gerçekleştirme görevi verir. Bu görev ile kadınlar sağlıklı

olur, zihinsel ve bedensel olarak güçlü olurlar (Wollestonecraft, 2012: 207). Bu güçten yoksun olan kadınların düşüklüğe mahkum edildiğini ve bu mahkumiyetin bir göstergesi olarak tutumları ve akıllarının sağlıklı olmadığını belirtir. Kadınları yalnızca iki göze haz vermek amacıyla yanlış bahçelerde, zamansız yetişen çiçeklere benzeterek, solan ve unutulmuş bu çiçekleri yanlış eğitim sistemi ile temellendirir (Wollestonecraft, 2012: 9).

Wollestonecraft, erkeğin yurttaşlık haklarını yerine getirdiği, yerine getirmediğinde kötü davranışlarla karşılaştığı, kadının ise aktif bir yurttaş olarak aile içerisindeki yönetim mekanizmasında yerini aldığı ve çocukların eğitiminde sorumluluk aldığı bir toplumsal düzenin hayalini kurar. Bu anlamda da çocuklarının bakımında rol almayan, eğitimlerinde sorumluluk almayan kadınların eşlerine sadık olsalar dahi yurttaş olma hakkının olmadığını belirtir (Wollestonecraft, 2012: 216,217). Bu anlamda erkek kamusal alanda kadın ise özel alanda sınırlandırılarak yurttaşlık üzerinden erdemli insan davranışı açıklanmaktadır.

Genel anlamda Wollstonecraft kadının eğitime yaptığı vurguda, kadının özgürlüğünü, erdemli oluşunu, erkek ile eşitliğini evlilik ve iyi anne olma üzerine kurmaktadır. Çocuklarını yetiştiren, eğitimlerinde sorumluluk alan, eşine sevgi ve sadakat ile yaklaşan kadınların eğitimi ve bağımsızlığını talep etmektedir. Kadının aile içi alan ile sınırlandırılıyor oluşu bu yolla sürmektedir fakat tarihi içinde bulunulan dönem itibarıyla ele almak söz konusu olduğunda sözü edilen eylemler kadın hareketi özelinde atılan önemli adımlardır.

17. yüzyıldan itibaren kadın hareketinin başat konularından biri eğitimidir. Kadınlar annelik vurgusuyla görevleri olarak kabul ettikleri çocuk bakımını yerine getiremedikleri için zorlandıklarını ve çözüm yolu olarak kadınların eğitilmesi gerektiğine inanıyordu (Berktaş, 2011: 5). Çünkü erkek egemen toplumsal düzen anneliğin ve evliliğin kadınların görevi olduğunu öngörüyordu. Bu iki olgudan uzaklaşmalarına da imkan vermiyordu. Annelik, toplumsal modellerin gelecek nesillere aktarımında önemli bir rol oynuyor ve bu açıdan da kadınlar görevlerinin bu olduğunu kabullenmiş oluyordu. Annelik üzerine yapılan vurgu göstermektedir ki kadınların karnı erkeklerin egemenliği altında tutulmakta, denetimin ana merkezi olmaktadır. Kadınların karnı bu yolla kamusallaşmaktadır (Heritier, Perrot, Agacinski, Bacharan, 2012: 64).

19. yüzyıla gelindiğinde ise kadınlar hak taleplerine vurgu yapmış bu vurgu daha iyi yetişen çocukların iyi yurttaşlar olmaları sebebiyle annelerin eğitilmesi şeklinde dışa

vurulmuştu. ‘Daha da ileri giden kadınlar’ ulusun anneleri tanımlamasını yeterli bulmamış mülk sahibi olmayan erkeklere dahi verilen oy hakkını kendileri için de talep etmişti (Berktaş, 2011: 5).

Örneğin kadınlara erkeklerle eşit oy hakkı talebiyle ‘*Kadın Hakları Beyannamesi*’ni kaleme alan Olympe de Gouge, Kral 16. Louis ve Kraliçe Marie Antoinette’ye 1793 yılında “Mademki kadına giyotine çıkma hakkı veriliyor, öyleyse kürsüye çıkma hakkı da verilmelidir” savını ile sürmüştür. Olympe De Gouge’nin siyasal hak arayışı oy birliğiyle giyotine gönderilmesiyle son bulmuştur (Çakır, 1994: 19).

Le Moniteur gazetesi Olympe De Gouge’nin giyotine gönderilmesinin ardından olayı ve kadınların içinde buldukları durumu şu cümlelerle özetlemiştir:

"Kadın gruplarının ilk kurucularından olan ve ev işlerini bir kenara bırakıp Cumhuriyet işlerine burnunu sokan, sonra da kanunların intikam demirinin altında kafası kesilen küstah Olympe de Gouges sizlere ibret olsun ... " (Heritier vd.,2012: 170).

Le Moniteur gazetesinin cümleleri kadının siyasal hak talebinin dönem içerisinde nasıl bir terbiye niteliği taşıdığını gösterir. Verilen giyotin cezası yalnızca Olympe De Gouge’ye değil dönemin kadın hareketi içerisinde yer alan tüm kadınlar için verilmiştir. İbret ile aktarılan giyotin cezası, kadının kendisine toplum tarafından biçilmiş rolleri yerine getirmediği takdirde neler ile karşılaşacağını bir göstergesidir.

Batıdaki kadınların oy hakkını elde etmesi ise birinci dünya savaşından sonra, savaş sırasında fedakarlıklarından dolayı ödül olarak sunulmuştu (Berktaş, 2011: 5). Kadının oy hakkına kavuşması tüm bağımlılığının giderilmesinin önüne geçememişti. Bunun üzerine feminizm yeni bir boyutta kendini var etmiş, kadın tarihi araştırmalarıyla, kuramlarla, yeni taleplerle yükselişe geçmiştir (Berktaş, 2011:6).

1960’lı yılların sonundan 1980’li yılların başına değin süren, kuramsal çalışmalarının yanı sıra şiddete yönelik merkezlerle, yayınlarla, programlar ve örgütlenmelerle genel kabul gören ikinci dalga feminist hareket, birinci dalgada olduğu gibi etkin bir karşıt hareketle karşı karşıya kalmıştır. Bu karşı çıkışa rağmen dönemin fikirleri bugün feminizmin olağan kavramları haline gelmiştir (Donovan, 2014: 15).

İkinci dalga feminizm kadının ikincil konumunun temel alanının aile olduğunu vurgulamaktadır. Birinci dalganın siyaset, eğitim, istihdam alanlarındaki eşitlik talebinin

özel alan içerisindeki ayrımcılığın ortadan kaldırılmadığı sürece gerçekleşmeyeceğinin altını çizerek, politik mücadelenin odağını aile ile tanımlamıştır (Bora, 2010: 40). Bu anlamda ailenin konumundan ziyade içinde olan biten her şey feministlerin mücadele alanıdır (Bora, 2010: 41). Kadınlar, erkek egemen baskının temellendiği alan olan aile yapısının merkezindeki erkeklerle olan kişisel ilişkilerini değiştirmek adına mücadele verir (Naiman, 1988: 20).

Her kadının ortak sömürüye maruz bırakıldığı düşüncesiyle ortak mücadele talep eden dönemin feminizmi '*kız kardeşlik*' kavramını ortaya atarak patriarkal sisteme karşı başkaldırır. Ortak ezilmişliğin etkisiyle kadının kadın olarak çıkarlarını savunan bu düşünce, kolektif bilincin oluşmasını amaçlar. Kadınlar erkek egemen toplumun gücüne karşı '*kız kardeşlik güçlüdür*' sloganıyla direniş gösterir (Berktay, 2011: 6). Kız kardeşlik düşüncesine erkeklerin kadınların ikincil konumundan fayda sağlıyor oluşları temel oluşturur. Erkeklerin sağladıkları fayda kadın erkek eşitsizliğini neden ayakta tuttuklarının da bir göstergesidir. Kadınların temizlik, yemek yapmaları, çocuklarla ilgilenmeleri, yaşlı bakımını üstlenmeleri erkekler için kazanç sağlamaktadır. Ev sınırlarına ek olarak ev dışında da kadınlara oranla daha çok iş imkanına sahip olmaları, yönetici pozisyonlarında kadınlara oranla daha çok yer almaları da eklenir (Naiman, 1988: 22).

Patriarkal sistemin özel alan ile kamusal alan arasındaki ayrımına, kadının özel-kişisel alan, erkeğin kamusal-siyasal alan ile ilişkilendirilmesine karşı olarak, kadınların kendi kişisel deneyimleri ile başka kadınların deneyimlerinin benzerliklerini keşfetmek adına döneminin sloganı '*Özel-kişisel olan politiktir*' olur. Kadının ikincil konumunun yalnızca kamusal alanda değil özel alanda da var olduğunu ve bu açıdan da cinsiyetçi iş bölümünün dönüştürülme talebi vurgulanmaktadır (Berktay, 2011: 6).

Cinsiyete dayalı iş bölümü ev sınırları içerisinde başlar. Ev sınırlarının dışına çıkarak tüm topluma etki eder. Ücretlerin eşitsiz dağılımından okuryazarlık oranlarının eşitsizliğine kadar her kuruma her olguya yansır (James, 2010: 224).

Örneğin, kadının çocuklarını okula götürmesi, beslenme çantalarının hazırlanması, çalışan kadınların çocukları hastalandığında evde onlara bakım hizmetini sunması, önem atfedilen günlerin hatırlanması, hediyelerin satın alınması, yemeğin ne zaman hazırlanacağı, yemekte ne pişirileceği ve hatta çocukların tırnaklarının ne zaman kesileceği kadınların ortak sorunlarıdır (Fine, 2011: 98).

Kadınların yaptıkları işler bakım hizmetleri, çocuk yetiştiriciliği, beslemek, toplumsal açıdan başkalarına bakmak anlamına geldiği için iş; toplumsal ilişkilerin temelidir. Bu görünmeyen emek, kadının hayatını nasıl sürdürdüğünü, ilişkilerini hangi temeller üzerine kurduğunu belirler. Bu belirleme aynı zamanda kadınların kendilerine olan ve başkalarına olan bilincini de belirler (James, 2010: 165).

Erkek egemenliğine, kadının ikincil konumuna karşı gelişen bu kadın hareketi, özel alan ile kamusal alan ayrımını '*Özel-kişisel olan politiktir*' sloganı çerçevesinde eleştirirken aynı zamanda ev içi ücretsiz emeği, kadının doğurganlığı üzerine yapılan eril baskıyı yok etmeyi, kadına uygulanan erkek şiddetini, kadının ekonomik alandaki var oluşunu, siyasal alandaki hak taleplerini de merkeze alır (Sancar, 2011: 64). Hem evde hem işte çalışan kadınlar üzerine yoğunlaşan ikinci dalga kadın hareketi, aile, evlilik, anne olguları arasına sıkışmış kadınları temel alarak, cinsiyetçi iş bölümünü eleştirir (Sancar, 2011: 66).

1.1.1. Kadın Emeği

Konu hakkındaki ilk kadın çalışmaları '*ilk kadın sosyolog*' olarak adlandırılan Harriet Martineau tarafından gerçekleştirilmiştir. Martineau, evlilik, özel alan, kadın hakları, kadının kocası ve çocukları ile olan ilişkisi gibi daha önce dikkate değer görülmemiş konulara sosyolojik gözle bakan ilk sosyologtur. Ev sınırları içerisinde çocukların odalarının, mutfakların ve oturma odalarının toplumun değerlerini ve davranışlarını anlamlandırabilmek için bir okul olduğunu vurgulayan Harriet Martineau, bir toplumun anlaşılmasında kadının yaşamının göz ardı edilemeyeceğini vurgular (Giddens, 2012: 54).

Bir kirli bardağın mutfak tezgahı üzerinde kalışının sosyolojisi olan kadının ev içi emeği tartışılmaya başlandığı ilk günden bu güne, kadın hareketinin üzerinde uzlaşma sağlamada en çok zorlandığı konulardan biridir. Kadın emeğini anlayabilmek ve emeğini sergileyen kadının durumunu açıklayabilmek adına kadının emeğini ev içi ücretsiz emeği ve ev dışı ücretli emeği olarak iki alanda incelemek ve aynı zamanda iki alanın birbirleri ile iç içe geçişlerini aktarmak gerekir.

1.1.1.1. Ev İçi Ücretsiz Emek

Ücretsiz ev emeği, genel olarak iki yaklaşım ile ele alınır. Bunlardan biri Marksizmin izlerini taşıyan, ortak bakım hizmetleri, ortak temizlik hizmetleri, ortak lokantalar gibi kurumlar aracılığıyla ev işlerinin tamamının toplumsallaştırılmasıdır. İkinci

anlayışta ise toplumsallaştırma düşüncesine karşıt olarak özel alanın dönüştürülmesidir (Savran, 2013: 15).

Bu anlamda kadının ikincil konumunun yalnızca kapitalizm odaklı maddi temellerle açıklanmasının yerine, ataerkil yapı tanımlamasının da önünü açmaktadır. Bu tartışmalar ile birlikte kadının yüceltilmesinde bir araç olarak kullanılan '*ev kadınlığı*' yerini '*ev emekçiliği*'ne bırakmıştır (Savran, 2013: 41).

Ev emeğine yönelik soyut olmayan adımlar atmak, kadınların ev içindeki uğraşlarını görünür kılarak, bu çalışmalarını 'iş', 'emek' olarak adlandırmak önemli olduğu kadar uzun bir süreçteki yoğun çabaları da beraberinde getirmiştir (Savran, 2013: 16). Görünmeyeni görünür kılma mücadelesinde bu emek, üretim ile ilişkilendirilmemektedir. Bunun nedenlerinden birini toplum bilimleri merkezinde iktisat biliminin körlükleri oluşturur. Buna ek olarak, çalışma, iş, emek kavramlarını açıklamada oldukça büyük bir öneme sahip olan Marksizm de cinsiyet körlüğünden nasibini almıştır (Savran, 2013: 17).

Young feminizmin kadını, erkeklerin karşısındaki bir toplumsal grup olarak çıkartmasının nedeninin 1970'li yıllarda ortaya çıkan Marksizm karşıtlığı olduğunu ileri sürmektedir (akt. Bora, 2010: 39). Marksizmin 1970'li yıllardaki hakimiyetiyle sınıf kavramının güçlü kullanımına eş değer bir toplumsal cinsiyet kavramının icadı bu karşıtlığın bir göstergesidir (Bora, 2010: 40).

Kadının ücretsiz ev emeğinin politik bir problem olarak sunulmasındaki engellerden birini de sözü edilen işlerin '*sevgi*' ile ilişkilendirilerek sunuluyor olmasıdır. Öğretilerin kadın üzerindeki etkisinden kaynaklı kadınlar, karşılıksız emeğini sevdikleri insanlar için gerçekleştirirler. Kadının sevgisinin bir dışa vurumu olarak bu görünmeyen emek, ücretsiz emek yerine '*sevgi karşılığı çalışma*' olarak adlandırılır (Savran, 2013: 19).

Bundan dolayı bir kadının tüm gün boyunca ev sınırları içerisinde gerçekleştirdiği ücretsiz emeği emek ortadan kalkınca, örneğin bir kadın hasta olduğunda, anlaşılır. Yapıldığında görünmeyen bu emek yapılmadığında görünürlük kazanır. Bu görünürlükte ya yapılan işleri piyasadan satın almak ya da yerine başka bir kadın bulmak gerekir. En son ihtimal olarak da ailenin diğer fertlerinin işleri üstlenmeleri beklenir. Bu hizmetler bütünü tahmini olarak haftada 60-80 saat aralığında ve yıllık yaklaşık olarak ücret karşılığı olmaksızın harcanmış 3000-4000 saate denk gelir (James, 2010: 188).

Ücretsiz ev emeği tartışmasında, tartışmanın başat öznesi olan kadınların tartışma alanının dışında yer aldığı gerekçesiyle eleştiriye maruz kalınsa da, feminizm adına ‘ev emeği’ kavramının literatüre kazandırılması açısından oldukça önemlidir. Bu anlamda, ücretsiz ev emeği, ev kadınlığının yüceltilerek, kadının ikincil konumunu yeniden üretmesine karşı olarak toplum bilimlerinin gündemine girer (Savran, 2013: 41).

Ücretsiz ev emeğine yönelik yaklaşımlarda, bu emeğin üretimin bir parçası olduğu kabul edilirken, kadının ev içi karşılıksız emeğinin değersiz oluşu ve karşılığının olmayışının ev sınırları içerisindeki hizmetlerin ‘doğasından’ kaynaklandığı düşüncesi dikkat çeker. Bu düşünceye karşı çıkış olarak feminist hareket içindeki kadınlar ise, doğa kaynaklı ev hizmetleri anlayışını kabul etseler de, görünmeyen, karşılıksız emeğin değersiz olarak varsayılmasında üretim ilişkilerinin temel oluşturduğunu belirtirler (Savran & Tura, 2012: 25).

Feminist harekete göre, kadınların ürettiği ev içi emek ile aile sınırları içerisinde satın alınan ya da üretilen başka mal ve hizmetler farksızdır (Delphy, 2012: 97). Aile içindeki üretimde tüketimi amaçlayan, üretken olarak tanımlanan faaliyetlerle, üretken olarak kabul görmeyen faaliyetler arasında sürekliliğin olması gibi, kadının karşılıksız emeği ile ticari hizmetler arasında da fark yoktur (Delphy, 2012: 99). Bu anlamda ekonomik çalışma alanlarından dışlanan, yok sayılan kadınların emekleri değil, kendileridir (Delphy, 2012: 93).

Marx, kadının kapitalizmin gözünde görünmez olan emeğini görünmez olarak bırakmakta bir sorun görmez. Ev emeğini doğallaştırarak sunan Marx’ın temel problemi, ücretsiz ev emeği sürecini kendi teorisinin dışında tutmasıdır (Savran, 2013: 30). İnsanın doğa üzerindeki egemenliği ve yabancılaşması olmak üzere insanlık tarihini iki boyutta ele alan Marx, insanın kendi yaratımı olan gücün karşısındaki yabancı güçlere dönüştüğü, insanın gücün egemenliği altına girdiği bu yabancılaşma (Coser, 2011: 63) durumuna kendisi mahkum olmuştur. Bu açıdan kadının görünmez kılınan ev içi ücretsiz emeğinin görünürlük mücadelesinde ‘yeniden üretim’ kavramsallaştırmasına yer vermek gerekmektedir (Savran, 2013: 31).

Kapitalist toplum düzeninde Ecevit’in kavramsallaştırması ile ‘emek gücü taşıyıcıları’ kapitalizmin varlığını sürdürmesi açısından kendilerini yeniden üretmektedir. Bu zorunlu üretimde evliliklerin var olması, çocuk bakımının üstlenilmesi gerekmektedir ve

bu çocuklar kapitalizm içinde yerini almaları için eğitilmelidir. Marx bir işçinin fabrikalarda hem kendini hem de ev sınırlarında kendine tabi kılınan ailesini yeniden üretmesine 'zorunlu emek' adını vermişti ve zorunlu emeğin bir diğer parçası ise ev içi ücretsiz emektir. Bu durum kadının evde çalışmasını zorunlu kılıyordu (Ecevit, 2011: 26-27).

İşçi ailesinin içinde kadın kocanın, babanın emek gücünün yeniden üretimini sağlarken, üretim araçlarını elinde bulunduran ailenin içindeki kadın soyun devamı, ailenin bakımı sorumluluğunu alır. Bu anlamda sözü edilen duygusal emeğin çeşitli çaba ve enerji harcama şekilleri yeniden üretim çerçevesinde kadınların ortak sömürsünün somut hali olmaktadır (Savran, 2013: 32).

Emek, yeniden üretim kavramsallaştırmaları feminist hareket içinde farklı anlamlarla açıklanır. Toplumsal cinsiyet ile emek süreçlerinin ilişkiselliğinin ayırtına varabilme uğraşı olarak bir 'Maddeci Feminizm' yöntemi ele alınmaktadır. Kadının emeğinin kontrol altına alınması, emeğine el konuluşu onun ikincil konumunu temellendirmektedir. Sözü edilen süreçler ile kapitalist üretim biçimi arasında kurulan ilişki ağını açıklamak maddeci feminizmin amaçları arasındadır (Savran, 2013: 36).

Maddeci feminizmde erkek otoritesi sistematik bir şekilde süren ve nesnel olan toplumsal ilişkiler bütünü olarak ele alınır. Bu ilişkiler bütünü anlamak, kadının emeği üzerindeki söz sahipliğinin kadın kimliğine yansımaları bütüncül bir biçimde ele almak için, emek ve üretim toplumsal ilişkiler bağlamında açıklanır. Böylece toplumsal yapı aracılığıyla erkeğin otoritesinin, kadın cinsiyetine göre ayrıcalıklı konumda yer almasının, kadının varlığı temelli çıkarlarının belirgin kılınmasıyla kadın hareketi politik bir hareket olacaktır. Erkek otoritesinin niteliklerini açıklamak adına 1970'li yılların kadın hareketi 'patriarka' kavramını kullanır. Patriarka kavramına kapitalizm öncesindeki toplumsal ilişkiler temelinde, yine kapitalizmden başka farklı bir üretim şeklini ima etmesi bakımından eleştiriler yöneltirken (Savran, 2013: 39), erkeğin otoritesinin kapitalizmin hakim olduğu toplumlarda kadının ücretsiz emeği ile arasındaki ilişkiyi açıklamak adına vazgeçilmez olarak yorumlanır (Savran, 2013: 40).

Kadının evde ücretsiz emeğini gerçekleştirmesine yönelik zorunlu kurallardan biri olan karşılıksız kadın emeği kapitalizm açısından önem kazanmaktadır. Evde pişirilen bir yemek, erkeğin kıyafetlerinin yıkanıp, ütülenmesi, çocuklara ve yaşlılara bakım hizmeti verilmesi görevleri kadına atfedilmediğinde bu hizmetler dışarıdan karşılanacaktır. Bu

durumda erkeğe verilen ücrette bir artış olması söz konusudur. Bu yüzden kadının evde yaptığı tüm karşılığı olmayan ücretsiz çalışmalar, ailede çalışma hakkı olan erkeklerin daha az ücret almasını sağlamakta ve aynı zamanda işverenin kar elde edebilmesine yardımcı olmaktadır (Ecevit, 2011: 27).

Hartmann (2012), kadınların emek gücü üzerine gerçekleştirilen çatışmaları tarihsel olarak inceler. Bu inceleme, kapitalizmde patriarkanın maddi temelini ortaya koymayı amaçlar. Hartmann'a göre (2012), toplumda her kadın yalnızca kendi erkeği tarafından denetleniyormuş gibi algılanır böylece kadının ezilmesi de özel bir durum olarak tanımlanmaktadır. Fakat burada belirtmek gereklidir ki patriarka erkek ve kadın arasındaki ilişkilerin bir sistemi olarak kapitalizmin içinde var olmaktadır. Böylece de kadının özel bir durumu gibi görünen baskı altına alınmış konumu özel bir durum olmaktan çok daha ötesidir. Kapitalist toplumlarda, patriarka ve sermaye arasında sağlıklı ve güçlü bir ortaklığın olduğunu bu anlamda ileri sürmek yanlış olmayacaktır. Açıkça bahsedilmek istenen erkekler ve kapitalizm arasında bir ortaklığın bulunmasıdır. Kadınlar üzerinde farklı biçimlere bürünmüş bir ortak çıkarlara sahip olan bu iki baskı uygulayıcıları bu açıdan da çatışmaktadır. Bunun nedeni kadınların işgücünün kullanılması meselesidir. Erkekler kadınlarının ev sınırlarının dışına çıkmadan kendilerine hizmet etmesini, kendisini yeniden üretmesini isterler. Bazıları ise üzerinde egemenlik kurmadığı, kendisine tabi olmayan birçok kadının ücretli işlerde çalışmasını istemektedir (Hartmann, 2012: 158)

Denetim altına alamadığı, aile dışındaki kadınların çalışmalarını isteyen erkekler kamusal alanda iş yoğunluğunun altında ezildiklerini ileri sürerek hayatları boyunca hiç tanımamış oldukları kadınlardan gülümsemelerini bekleyecek kadar cürretkardır (James, 2010: 194).

Hartmann'a göre kapitalizm öncesi erkek egemenliği ile kapitalizm sonrası erkek egemenliğinin kadının ücretli-ücretsiz emeği üzerine sergilemiş oldukları çatışmalar, ev sınırları içerisindeki ücretsiz manevi, duygusal emeğini gerçekleştiren kadınların daha iyi, sağlıklı işçi çocuklar yetiştirmelerinin anlaşılması üzerine değişim yaşamıştır. Erkeğin aile ücreti olarak kadının eve hapsedildiği bu değişim ile kadınların eve, odalara ve özellikle mutfığa kapatılması erkek işçilere olduğu kadar kapitalistlere de uygun gelmiştir. Bu kapatma işleminde vurgu kadının doğurganlığı üzerine odaklanarak, yetiştireceği çocuğun nitelikli bir işçi olması yönünde sabit kılınmaktadır (Hartmann, 2012: 159).

Kapitalizm açısından kız çocukları ve oğlan çocukları itaati öğrenir, yumuşak başlıdır ve kapitalizm karşısında boyun eğmek adına işçi olarak yetiştirilmiştir. Kadının sağlıklı bir işçi olarak yetiştirdiği çocuklar kapitalizm ve patriarka arasındaki ilişkinin somut bir örneğidir (Hartmann, 2012: 160).

Patriarka ve kapitalizm arasındaki ilişkilerin çözümlemesinde ikili sistem teorilerinden yararlanılmaktadır. Kadınların karşılıksız, görünmeyen emeği ile kapitalizmin arasındaki ilişkiye ek olarak sözü edilen emeğinin toplumsal cinsiyet normlarına bağlı özelliklere sahip oluşu da çözümlemelerin arasında yerini alır. Kadının görünmeyen, karşılıksız emeği kapitalizme fayda sağlarken aynı zamanda patriarkaya da yararlı olmaktadır (Savran, 2013: 42). Kadın emeği tartışmalarında üretim ve yeniden üretim kavramlarının kullanımı sözü edilen faydaya ilişkindir. Kapitalizm ve patriarka değişken özellikler gösteren, birbirleri ile ilişki halinde olan toplumsal, üretim sistemleri olarak tarihsel açıdan tanımlanırken günümüzde iki sistemin tezahürü '*patriarkal kapitalizm*' şeklinde olmaktadır. Kapitalizm kıyafet, yemek, içecek, ev, elektronik eşya vb. nesnelerin üretimini yaparken, patriarka da bir üretim sistemi olarak toplumsal bir varlığı, insanı üretmektedir (Savran, 2013: 44).

Kadının ev içi emeğinin ana unsuru, ücret karşılığı bir işte çalışan, eğitim alan aile içindeki kadın ve erkeklerin problemleriyle uğraşmak ve onlara hizmet etmektir. Evde yapılan işler, ev dışında yapılan işlerin pürüzlerini ortadan kaldırmak, hayatın sorunsuz devam etmesini sağlamak amacını taşır (James, 2010: 187).

Delphy'e göre (2012), toplumlar var olabilmek adına üretim ve yeniden üretimden yararlanır. Maddi ve insani varlıkların üretiminde kadınların sömürsü üzerine yapılan tartışmalar kadının üretime katılımı üzerine temellendirilir. Kadının üretime katılımı ise ev işleri ve bakım hizmetleri ile gerçekleşiyor. Tartışmalar bu anlamda ailenin görmezden gelinen ekonomik işlevli bir sömürü alanı olduğunu göstermektedir (Delphy, 2012: 92).

Sorumluluğu yalnızca kadına yüklenmiş ev işi ve bakım hizmetlerinin karşılıksız olduğuna ilişkin yapılan çalışmalar kadınları üretimde kölelikle ilişkilendirmektedir. Delphy'e göre (2012), bu varsayımla yetinmek yerine ev sınırları içerisinde mal ve hizmetlerin üretimi ve üretimde kullanılan yöntemler belirlenmeli, kadınların sınıfsal bir çözümlemesine girilmelidir (Delphy, 2012: 92). Tüm kadınlar benzer sömürülere maruz kalır ve kadınların sınıfsal çözümlemesinde evde parça başı iş yaparak aile üretimine katılım

yapan kadınlar ile aile içinde gücü elinde bulunduran patriark tarafından emeğine el konulan kadınlar aynı bilimsel sınıf kategorisindedir (Savran, 2013: 56).

Delphy ücretsiz emek tartışmalarında, kadının görünmeyen emeğini kapitalizmle ilişkilendirmek yerine kadınlar ve erkeklerin arasındaki üretim ilişkilerini tahlil eder. Bu tahlil 1970 yılında yazılan '*Baş Düşman*'ın kapitalizm yerine erkekler olduğu üzerine temellenir (Savran, 2013: 47). Kadınların ev sınırları içerisinde yapmış olduğu tüm çalışmalar piyasada bir meslek olarak değer görmektedir (Savran, 2013: 48). Aile içinde bir kadın tarafından gerçekleştirilmeyen bu çalışmalar satın alınır. Lokantalar yemek, kreşler çocuk, huzurevleri yaşlı, temizlik şirketleri temizlik hizmeti vermektedir. Görüldüğü gibi tüm ev içi çalışmalar piyasada sunulmuş durumdadır (Delphy, 2012: 100). Görünmeyen ev içi ücretsiz emeğin özelliği bu anlamda nasıl ilişkiler içinde yapıldığıdır (Savran, 2013: 48).

Genel anlamda Feminist bakış açısına göre kadının ev sınırları içerisinde gerçekleştirdiği çalışmaların ücretinin ödenmesi talep edilmemektedir. Ev içi emeğin ücretlendirilmesini bir tuzak olarak gören Halimi, annelik ücreti, doğum ücreti vb. ücretlendirmelerin kadın ve erkek işleri arasındaki ayrımı daha da kuvvetlendirdiğini belirtir. Asil işler erkeğin, ikincil işler kadındır ve kadının yaptığı tüm işler o kadar doğallaştırılmıştır ki neredeyse görünmezdir. Halimi, kadının yaptığı işlerin değersizleştirilmesini, ekonomik açıdan görmezden gelinmesini, kadınları tamamen etkisi altında bırakan sömürüyü sadece kapitalizm değil aynı zamanda patriarka temelli açıklar (Halimi, 1990: 14).

Ev içinde kadının yaptığı işlerin değersiz olarak kabulü, özel alan ile ilişkilendirilen duygusal, manevi, doğal bir bütünlük içinde algılanılışından kaynaklanır (Savran, 2013: 62). Ev içi emeğin görünmez oluşu tartışmaları kamusal alana doğru bir yönelimi beraberinde getirir. Bakım hizmetleri, yeniden üretim kavramlarının özel alan- kamusal alan ikiliğine ilişkin açıklamaları bu noktada önem kazanır (Savran, 2013: 75).

1.1.1.2. Kamusal Alan ve Özel Alan İkiliği

Kamusal alan kavramı özel alan ile karşıtlığı noktasında ele alınsa da temelde ev dışı olarak tanımlanan, okul, sinema, sokak, kahvehane, pazarlar, iş yerleri vb., alanlar ve temelde politik olarak tanımlanan tüm mekanlar, medya kuruluşları, yayınları gibi bir çok alan ve ilişkileri de kapsar (Savran, 2013: 133).

Geuss'e göre (2007) Kamusal ve özel alan ikiliğinde açık bir ayırmadan ziyade bir karşıtlık bulunmaktadır (Geuss, 2007: 26). Bu karşıtlığın nedeni kamusal-özel alan ayırımının anlaşılır olmamasından kaynaklanmaktadır. Mal sahipliği, bilgiye erişim ve bunların denetimi ile ilişkili olan ayrımlardaki temel nokta denetleyen, erişenin, sahip olanın kısıtlanmış olup olmadığına ilişkindir (Geuss, 2007: 27).

Kamusal alan ile özel alan arasında ayırmadan ziyade karşıtlık olduğu görüşü feminist hareket içerisinde eleştirilmiştir. Bu eleştiri beraberinde kadınların kendi hayatlarını sorgulamalarına sebep olarak, kendi hayatlarına dair anlamlandırma çalışmalarını başlatmıştır. Özel alan içerisinde yaşanan, kişisel olan her şeyin aslında tümüyle toplumsal egemenlik sisteminin bir yansıması olduğu düşüncesiyle gelişen feminist eleştiri, duygusal, manevi, kişisel, doğal olarak kabul edilenlerin yeniden anlamlandırılması amacını taşımaktadır. Sözü edilen yeniden adlandırma ve anlamlandırma erkek otoritesi ile doğal olandan sıyrılmaktaydı (Savran, 2013: 97).

Kamusal alan ve özel alan ikiliğinin işlevsel olup olmadığına ilişkin yapılan çalışmalarda modernite-kapitalizm öncesi toplumlarda ne anlam ifade ettiği önem kazanmaktadır (Savran, 2013: 102). Bu ikiliğin evrensel oluşu ise kadınların toplum içinde değerli ya da değersiz oluşunun, dışlanmalarının bir ölçütüdür. Kadınların toplum içindeki dışlanmışlığı ise tarih boyunca kapatılmış olduklarıyla açıklanır (Savran, 2013: 103).

1.1.1.3. Kadının Özel Alana Kapatılışının Tarihi

Andre Michel kadınların kapatılmasının Paleolitik dönemin sonunda yerleşik hayata geçilen birinci neolitik dönemde başladığını belirtir (Michel, 1993: 24) ve ona göre insanlık tarihinin bilinen ilk dönemi olan Paleolitik dönemdeki toplumların incelenmesi, hem kadınların hem de erkeklerin ekonomik zorunluluklarını, hayat tarzlarını ve bu hayat tarzına bağlılıklarını gösterir (Michel, 1993: 16).

Paleolitik dönem üzerine yapılan araştırmalardaki bilgiler, yazının henüz icat edilmemesinden kaynaklı olarak daha çok mağara resimlerinden, kullanılan araç ve gereçlerden, insan iskeletlerinden elde edilmiştir. Bu dönemde avcılık ve toplayıcılık faaliyetleri yapılmakta ve kadınlar çoğunlukla toplayıcılık yapıp, avcılık faaliyetlerine de katılırlar. Feminist tarihçiler dönemin yaşamsal şartlarının zorluğundan dolayı nüfusun az olmasına dikkat çekerek, kadın ve çocuk ölümlerinin çokluğuna işaret etmiştir. Bu nedenden dolayı da bu dönemde toplum içerisinde kadınların erkeklerden daha ayrı bir öneme sahip

olması gerektiğini ya da eşit statüde olduklarına vurgu yapılmıştır. Paleolitik döneme ait kalıntılar incelendiğinde bu tez doğrulanmaktadır (Sevim, 2005: 8). Dönem kalıntılarındaki figürlerde cinselliğine vurgu yapılan kadınlara rastlanmakta, erkek figürlerine ise soyun devamını sağlamada erkeğin rolünün bilinmemesinden kaynaklı olarak rastlanmaz (Sevim, 2005:9). Bu dönemde kadınlar, erkeklerin ataerkil dönemde elinde bulundurduğu hakları elinde bulundurur. Ataerkil toplumlarda kadının konumu ne ise erkeğin konumu Paleolitik dönemde de odur, ana rahmine düştüğü andan ölümüne değin geçen süre içerisinde kadına tabiidir. (Michel, 1993: 21).

Üremede erkeğin rolü, hayvanların evcilleştirilmeye başlamasının ardından keşfedilmiş ve bu durum da feminist arkeologlara göre kadının toplum içindeki statüsünün erkeklerden daha üstün ya da erkeklerle eşit olmasının sebebi olarak görülmektedir (Sevim, 2005: 9).

İklim koşullarında yaşanan köklü değişiklik sonucu geçilen birinci neolitik dönemde topluluklar yerleşik düzene geçmeye başlar. Yerleşik düzene geçiş avlanmayı azaltmış, avlanmanın yerini ilkel tarım almaya başlamıştır. Böylece toplayıcılığın önem kazanmasıyla birlikte kadının toplumsal statüsünde bir yükselme meydana geldiği düşünülmektedir. Kadınlar tahılların üretimi, tohumu keşfetmelerinin ardından, değirmenler, ilk çömlekler, tohumların saklanması yeni yöntemler icat ettiler. Günümüzde bu icatlar önemli kılınsa da neolitik dönemde kadınlar yeni teknikleri bulduklarından dolayı değil, bu teknikleri yeni nesile öğrettikleri için değerli kılındı (Sevim, 2005: 9).

Bu çağda topluluklar egzogam adı verilen dıştan evlenme yoluyla neslin devamını sağlıyordu. Bunun nedeni ise, avcılığın yaygın olduğu bu dönemde yaşamlarını sürdürebilmek, av alanlarını güvence altında tutabilmektir (Sevim, 2005: 11).

Paleolitik dönemde cinselliğine vurgu yapılan taşta heykelciklerin yerini, bu dönemde daha çok dönem kalıntısı merkezlerde ve mezarlarda rastlanılan kilden yapılmış heykelcikler aldı. Bu heykelciklere '*Ana Tanrıça*' denilmekteydi. Bunun nedeni ise taze bitkilere can veren toprağın doğurgan bir kadını temsil etmesiydi (Michel, 1993: 22). Kadınlara verilen önemin artması kadın soylu akrabalık ilişkilerini, bilinen ilk ilahların Tanrıçalar olmasını açıklar nitelik kazandı (Sevim, 2005:9).

İkinci Neolitik dönemde ufak bahçelerden tarlalara geçilmiş, yeni enerji kaynakları bulunmuş, bahçelerde çapayla çalışan kadın yerini sabanla, öküzle çalışan erkeğe bırakmış

ve böylece kadının toplumsal statüsünde gerileme yaşanmıştır. Köyler kasabalara, kasabalar kentlere dönüşmüş, yeni üretim tarzları ürünlerde artış yaşanmasına ve bu sayede bir nüfus patlamasına sebep olmuştur. Yaşanan tüm bu değişimler erkeği ve erkeğin gücünü öne çıkartarak dinlerdeki kadın üstünlüğünün de öneminde azalmaya neden olmuştur (Sevim, 2005: 10).

Bu dönem anaerkil (matriarkal) yapılanmanın ideolojik, ekonomik yıkım yaşadığı ve yeni bir döneme geçişin izlerinin belirlendiği bir dönem olarak karşımıza çıkar. Feminist tarihçiler, yerleşik hayata geçişin kadının toplumsal statüsünü tamamen ters yönde değiştirdiğini, yerleşik hayatın getirilerinin erkeklerin kendi kurallarının kullanımına eşdeğer olduğunu dile getirir (Sevim, 2005: 11).

Yerleşik döneme geçişte Paleolitik dönemdeki egzogaminin yerini endogami almış ve Michel'e göre (1993) av alanlarını tehlikelere karşı güvenceye almak isteyen avcıların egzogam zorunluluklarının yerini, yerleşik hayata geçiş ile birlikte endogami (içerden evlilik) aldığı kadınlara kapatılışı başlamıştır. Ailenin sözü dinlenen reisleri kız çocuklarını erkek kuzenleri için saklamış, doğurganlıklarını bu yolla denetim altında tutarak hanenin büyümesini amaçlamıştır. Bu yeni dönem gücü elinde bulunduranın hayatta kalmak adına verdiği mücadelelerde barışın yerini alan savaş ile kendini var eder. Toprağın büyümesi, güçlüler içinde en güçlüsünün galip geldiği savaş, kadına araçsal bir bakışı beraberinde getirmiştir. Kadın aile sınırları içerisinde yalnızca doğurganlığı ile var olan, hizmet veren, üretim yapan bir konuma indirgenir (Michel, 1993: 24).

Görüldüğü üzere kadınların kapatılması ile kentleşme arasında bir bağ bulunmaktadır. Kapatılma özel alan ile sınırlandırıldığında ise kadınların toplumsal faaliyetlerden dışlanmalarıyla ilişkilendirilmektedir. Michel'in sözünü ettiği kapatılma tarih boyunca süreklilik içinde var olan, kadını bağımsızlıktan bağımlı hale indirgeyen bir durumu ifade eder (Savran, 2013: 104).

Kadınların eve hapsedilişi Andree Michel'e göre (1993) iki aşamada gerçekleşmiştir. İlk aşamada, mülkiyete, ayrıcalıklara sahip olanların bu ayrıcalıkları kendilerinde tutabilmek amacıyla ilk bürokrasileri kullanarak kadınları siyasi ve dini görevlerden uzaklaştırmalarıdır. Ticaret ve kentlerin gelişimi ise kadınların kapatılmasının ikinci aşamasına sebebiyet verir. Sözü edilen gelişim sonucu ortaya çıkan orta sınıfa mensup olan erkekler kadınları zanaat üretimden çekmelerinin ardından, yönetimde güç sahibi olabilecek

iletifim ağlarının dışında bıraktılar (Michel, 1993: 29). Orta sınıfta kadının hapsedilişi rahatlık ve toplumsal statüde artış anlamını taşıymaktaydı (Michel, 1993: 31).

Bu anlamda tarih boyunca “özel alan bir mahrumiyetin, yoksun kılınmanın alanı” (Savran, 2013: 106) olarak tanımlanmaktadır.

17. ve 18. yüzyıllara gelindiğinde ise kadın, bir erkeğin karısı, bir çocuğun annesi olarak tanımlanmış ve bu tanımlamalar evrensel nitelik taşımıdır. 19. yüzyılda ise meydana gelen tarihsel, toplumsal dönüşümler, sanayi devrimi başta olmak üzere kadını özel alanla sınırlandırmış, iş yeriyle evi birbirinden ayırmıştır. Bu durum, hızla makineleşen sanayi ile birlikte ev sınırlarında çizilen özel dünyayı birbirinden tamamen ayırmıştır. Söz konusu dönüşümler kamusal alanı akıl ile, özel alanı akıldışı-ahlak ile özdeşleştirerek, kamusal alanı erkeğe, özel alanı kadına tabi kılmıştır (Donovan, 2014: 25).

Özel alanın kadın üzerine temellendirilmesi ev sınırları içerisinde cinsiyetçi iş bölümünü direngen kılmaktadır. Sözü edilen direngenlik çoğu zaman erkeğin şiddet uygulamalarıyla da pekiştirilmektedir. Bu açıdan kadınların kamusal alanda var olabilmeleri, özel alanda direnebilmeleri ücretsiz ev içi emeğinin eşit bölüştürülmesiyle sağlanabilmektedir. Kadının kamusal alandaki varlığı omuzlarındaki yük olan bakım hizmetlerinden büyük ölçüde kurtulmalarını gerekli kılar (Savran, 2013: 75).

1.1.2. Ücretli Kadın Emeği İle İlgili Kuramlar ve Yaklaşımlar

Birlikte yaşadığı insanların geçimini sağlamak adına alışveriş yapmak, çamaşırlarını yıkayıp ütülerini yapmak, ev içinde başkaları tarafından dağıtılan her ne varsa düzenlemek, çocukları okullara götürmek, beslenme çantalarını hazırlamak, hastalanan her birey için bakım hizmeti vermek gibi görevler söz konusu olduğunda hiç kimse bu görevleri çalışmak olarak nitelendirmez. Yalnızca erkekler ya da çocuklar değil, bir kadın için de bu çalışmaların adı ‘*uğraşıp duruyoruz*’dur (Savran, 2013: 79).

Tüm bu işler bir temizlik firmasında, yemek fabrikalarında, hastanelerde yapılmadığı ve karşılığında bir patrone ücret alınmadığından dolayı kadınlar bu işleri kocalarına, çocuklarına karşılıksız olarak gerçekleştirirler. Bundan dolayı bu işlere çalışmak denilmez. Kadının kendini tükettiği, bitmek bilmeyen bu işler sevgi, şefkat anlamı taşıdığından çalışmak değildir (Savran, 2013: 80).

Kadının çalışması ev sınırları içerisinde gerçekleştirdiği geleneksel rollerin bir bütünü olarak ele alınır. Tarihin başlangıcından bu yana kadın annelik ve ev hizmetleri görevlerini gerçekleştirmesinin yanında üretim faaliyetlerine erkekler ile birlikte ortak olmuş, hem özel alanda hem de ev dışı kamusal alanda ekonomik hayata katılım göstermiştir. Bu açıdan kadının üretime katılımı yeni değil hatta toplum tarihi kadar eskidir. Bu açıdan kadın çalışmaları alanında yeni olan kadının çalışması değil kadının ücretli çalışma hayatına katılımıdır (Demir, 1991: 35).

Kadının ülkelerinin ekonomisine katılımı ilk kez 1980 yılında Birleşmiş Milletler Kadın Yarı On Yılı Konferansı'nda sayıca ifade edilir. Bu verilere göre dünyadaki işlerin üçte biri erkekler, geri kalan üçte ikisi ise kadınlar tarafından yapılıyor. Mal varlığının sayıya dökümünde ise kadınların yüzde birine sahip olduğu belirtiliyor. Bu duruma rağmen kadınlar gelirin yalnızca yüzde onunu alıyorlar. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ise gelirin gerçek oranının yüzde beş olduğunu açıklar. Gelirin yüzde on ya da yüzde beşlik hesabı kadınların toplumsal açıdan geri kalmışlığının bir açıklamasıdır. Hatta bu sayıca ifadeler cinsiyetler arası ayrımın ilk defa sayıyla ifade edilmesi gerçeğini göstermektedir. Bu durum kadınların dünya düzeninde haklarından nasıl yoksun bırakıldığının da bir göstergesidir (James, 2010: 162-163).

Bu açıdan ücretli kadın emeğini ev içi emekten ayıran karşılığı ödenen bir emek olmasıdır. Emek piyasasında ücretli çalışan kadınlar ve erkekler birbirlerinden farklı özelliklere sahiptir. Erkeklerle oranla çok daha düşük katılım gösteren kadınlar, belirli sektörlerde belirli işlerde yoğunlaşırlar. Bu duruma ek olarak çalışan kadın hiyerarşik iş basamaklarının en altında yer alır, yükselme ve terfi etmeleri kolay değildir (Ecevit, 2011: 43).

Bir toplumdaki çalışma yaşamını bir piramide benzeterek açıklayan Halimi (1990: 14-15), kadınların bu piramidin en altında yer aldığını ve piramidin tabanından yukarıya doğru çıkıldıkça erkek sayısının arttığını vurgular. Piramidin en üstündeki erkekler yalnızdır. Bunun nedeni ona göre kadının kültürel hapisaneye kapatılmış olmasıdır (Halimi, 1990: 14-21).

Genel olarak kadının ücretli emeğine yönelik geliştirilen kuramlar dört başlıkta ele alınabilir. Bunlar işlevselci, insan sermayesi, ikili sistemler(feminist), yedek işgücü ordusu (Marksist) kuramlarıdır.

İşlevselci anlayış çerçevesinde kadının aile içerisindeki konumu önem kazanır. İnsan sermayesi kuramcıları ise emek piyasası içinde kadının durumunu, yeteneklerini, donanımları ile ilişkili olarak kadının ücretli çalışmasından kaynaklı olumsuz durumları temel alırlar. İkili sistemler kuramı ise klasik kuramlardan ve insan sermayesi kuramlarından daha bütünlüklü bir şekilde kadının ücretli emeğini açıklama yoluna girer. Ataerkil sistem ile kapitalizm arasındaki ilişki çerçevesinde önceki kuramları tamamlamaya çalışır (Ecevit, 2011: 43).

Yedek işgücü ordusu terimi Marx tarafından emeğin kapitalizm aracılığıyla baskı altında tutulma aracı olarak kullanılır. Türkçe literatürde yedek sanayi ordusu, rezerv emek kavramlarıyla da açıklanan yedek işgücü ordusu, kapitalist sistemin emek üzerindeki arz ve talep ilişkisini kendi çıkarları doğrultusunda kullanmasıdır. Yedek işgücü ordusu ücretli emeğini sergileyenler üzerinde her an işlerini kaybedecekleri korkusunu yaratmak, işlerinde daha az ücrete tabi olmalarını sağlamak amacıyla kullanılır. Bir korku aracı olarak yedek işgücü, razı olan, itaatkar işçilerin varlığını arttırmayı amaçlar (Omay, 2011: 139).

Kadın emeğinin yedek işgücü ordusu olarak piyasanın ihtiyaçları doğrultusunda erkeklerin işlerinin yerine kullanılması anlamını taşır. Kadınların ücretli çalışma yaşamına dahil olmaları erkek işçiler adına problem teşkil eder. Erkekleri işlerini ellerinden almakla tehdit unsuru haline getirilen kadınlar Marx'a göre '*gizli yedek işgücü ordusu*'dur. Bu anlamda piyasada kadın işgücü dezavantajlı konumdadır. Kadının sözü edilen dezavantajlı konumu yalnızca erkek egemen toplumsal sistemin varlığı temelli değil aynı zamanda mevcut ekonomik yapının tek elinde bulundurduğu ideolojik aygıtlar aracılığıyla yeniden üretimi kaynaklıdır. Genel anlamda yedek işgücü ordusunun varlığı, kadının yalnızca ev içine tabi olduğu düşüncesinin yanı sıra kapitalist sistemin ihtiyaç duyduğu takdirde kadını ev dışına çıkartıp işgücü piyasasına sokacak aygıtlarının devreye girdiği durumu ifade eder. (Omay, 2011: 161). Kapitalist sistem görmezden geldiği kadın emeğini kendi çıkarları doğrultusunda erkek emeğinin muadili konumuna taşımaktadır.

1.1.2.1. Ücretli Kadın Emeği Tarihi

Kadınlar ve erkekler, tarih boyunca hem özel alanda hem de kamusal alanda üretim ve yeniden üretim süreçlerine katkıda bulunmuştur. Bu süreçlerin niteliği zamanla değişim göstermiş, sorumluluklar farklı biçimlerde dağılmıştır (Giddens, 2012: 800). Sosyoloji disiplini ise sanayi sosyolojisi alt dalının gelişimi ve İkinci Dünya Savaşı'nın ardından

Avrupa ve ABD’de ücretli çalışan kadınların sayıca artışından dolayı kadının çalışmasına ilişkin ilgisini yoğunlaştırmıştır (Ecevit, 2011: 25).

Sanayi öncesi toplumlarda üretim ev içinde ve ev dışında farklı özellikler taşımamaktaydı. Üretim evde ya da evin yanında, ailenin kadın, erkek, yaşlı, çocuk tüm fertleri ile ortak yapılıyordu. Tarlalarda, el işçiliği gerektiren işlerde yapılan bu üretimlerde kadınlar, her ne kadar siyasal alandan, savaşımlardan uzaklaştırılmış olsalar da ekonomik açıdan sürece etkin katılımları sebebiyle ev içi ve ev dışında önemli bir yer edinmekteydi (Giddens, 2012: 801).

Su, yakıt, yağ, süt sıralarına girmek, evlerine taşımak, aile fertlerinin karınlarını doyurabilmek için ateşin üzerinde yemek pişirmek, yemek pişirebilmek için tarla ekmek, hasadı toplamak resmi olarak kabul görmese de bir üretim faaliyeti olarak kadının daha yoğun şekilde dahil olduğu alandır (James, 2010: 191).

Genel anlamda kadının ekonomik açıdan tarımda önemli bir rolü olsa bile emeklerinin karşılıksız olduğunu belirtmek gerekir. Kadınlar tarihten bu yana ücretsiz aile işçisi olarak varlığını sürdürmektedir (Hoşgör, 2011: 224).

Modern sanayinin gelişimi ile birlikte üretimde yaşanan makinalaşma ev ile iş yerlerinin ayrılmasında büyük öneme sahiptir. Çalışma için artık önemli olan makinanın hızıdır. Bundan dolayı artık işverenler ailelerin yerine yaklaşık olarak her aileden bir tek işçiye ihtiyaç duymuş, sözleşme yapmıştır. Ev ve iş yerindeki ayrışma zaman içerisinde iş bölümünde de bir ayrışmaya sebep olmuş, erkek ve kadın cinsiyetlerinin görev alanları da bu farklılaşmadan nasibini almıştır. Kadınlar ev içi ile sınırlandırılırken, erkekler ev dışında istihdam olanağı bularak, kamu sektöründe, siyasal alanda, yerel konularda ve piyasada yer almıştır (Giddens, 2012: 801).

Bu açıdan söylenebilir ki, kadınların kamusal alanda kendilerini kocalarından bağımsız bir biçimde gösterebilmeleri kesin bir biçimde engellenmiştir. Kadının sanayinin gelişimi ile birlikte giderek artan bir şekilde ev işine kapatılışı gerçekleştirilmiştir (Coontz ve Henderson, 2012: 75).

Ekmek parasını kazanmak, yiyecek, giyecek, barınma ihtiyaçlarını karşılamak elbette önemlidir. Burada kadının ev işlerine kapatılışından söz edilirken vurgulanmak istenen erkeğin kamusal alanda var oluşuna yönelik bir eleştiri değildir. Eğer bir ailede

kimse ücretli bir işte çalışmazsa, ev içinde yaşamın sürekliliğini sağlayacak yemek, su ihtiyaçları giderilmeyecektir. Fakat her ne kadar para kazanılırsa kazanılsın yemek pişiren olmadığı, bakım ve temizlik hizmetlerinin karşılanmadığı sürece maddi gelir de yetersiz kalacaktır. Burada ne kamusal alan ne de özel alan bir diğeri üzerinde egemen değildir. Ev içi ve ev dışı iş bölümüne yönelik yapılan bu eleştiride Fine, George Orwell'ın *Hayvanlar Çiftliği* kitabından esinlenerek, kamusal- özel alan ayrımına ilişkin, 'bazı alanların diğer alanlardan daha eşit olduğu'nun vurgusunu yapar (Fine, 2011: 98). Özel alana kapatılan kadın kamusal alandan mahrum bırakıldığı sürece, kamusal alanın erkeğe atfedilişi sebebiyle çalışma yaşamından dışlanması kaçınılmazdır.

Maddi olarak güçlü kadınlar ile yoksul kadınlar arasında da bir ayrım söz konusudur. Maddi güce sahip olan kadınlar ev içi hizmetleri karşılamak adına hizmetçilerden, bakıcılardan ve hemşirelerden faydalanırken, yoksul kadınlar ev içi emeğinin yanı sıra ekonomik açıdan erkeğe yardım sağlamak adına sanayi işlerinde çalışmaktadır. Giddens'a göre (2012) yoksul kadınların bu çift yönlü çalışma koşullarında üstlendikleri yükler maddi açıdan güce sahip olan kadınlara oranla daha fazladır (Giddens, 2012: 801).

Konuya ilişkin Savran (2013), kadınların erkekler gibi kamusal alanda da söz sahibi olmalarının önündeki engeli kaldırabilmek adına; ev içinde kadınların direnmelerini sağlayabilmenin, ev içi emeğin eşit dağılımının ön koşulu olarak bakım yüklerinin kadın üzerindeki baskısını bir nebze azaltmak gerektiğini vurgular (Savran, 2013: 75).

Kadınların ücretli iş gücüne katılımı sürekli bir yükseliş sergilese de, yükselişin başlangıç noktası Birinci Dünya Savaşı sırasında yaşanan işgücü kıtlığıdır (Giddens, 2012: 802).

Birinci Dünya Savaşı'nın başladığı ilk dönemde köylü kadınlara ilk olarak kocalarından kalan tarlalarda çalışmaları yönünde seslenildi. Kadınlar ve çocuklara erkeklerin ektiği topraklardan hasat toplamaları ve tarlalara tohum ekmelerinin ülkelerine hizmet etme anlamı taşıdığı ve bu durumun yüce, şanlı olduğu, kadınların bunun bir parçası olduğu hatırlatıldı. Savaşın ilk döneminde yoksullar üzerinde kurulan duygusal baskı ekonomide daha fazla gerilemeye yol açtı (Thebaud, 2005: 37).

Savaşın ölümcül etkileri ile daha fazla insan daha fazla mühimmat gereksinimi duyuyordu. Devletler silah fabrikaları, özel fabrikalar kurdukça üretim hızla arttı. Dönemin hızla artan silah üretimi yalnızca vücutları değil zihinleri de silahlandırmış ve böylece savaşı

modern savaş boyutuna taşımıştır. Uzun süren, maddi olarak yükümlülüğü fazla olan, hiç bir taraf için beklendiği gibi kazananın olmayacağı, Birinci Dünya Savaşı'nın cephelerin gerisinden yani kadınlardan destek alınmadan, kadınlarla işbirliği yapılmadan sürdürülebilmesinin mümkün olmadığı anlaşıldı. Böylece modern savaş iki cephede yürütülmeye başlandı. Cephenin birini savaş alanındaki erkekler oluşturuyordu. Cephenin gerisinde ise kadınlar vardı (Thebaud, 2005: 38).

Cephenin gerisindeki kadınlar yalnızca savaş uğraşlarına, mücadelelere katkıda bulunmaz aynı zamanda sanayinin alışılacağı erkek egemen sektör yapısına kadın akınına başlattı. Fakat bu kadın akınının sınırları belirlenmişti. İstatistiklere göre 1917 yılı sonunda kadının istihdam edilişi zamanın en yüksek düzeyine ulaştı (Thebaud, 2005: 39).

Artan kadın işgücü oranları neticesinde hükümetler, bazı sendikal oluşumlar ve işverenler için kadınların sanayiye dahil edilmesi endişe vericiydi. Bu endişeleri ortadan kaldırmak adına kadın işçilere zamanı belirtilmemiş zor kullanarak gerçekleştirilen bir istifa mektubu işe alınmadan evvel imzalatılmaya başlandı (Thebaud, 2005: 40).

Aile yardımcısı statüsü de işte bu nedenle bulunmuştu. Erkeklerin yokluğunda ekonomik açıkların kapatılması, yurttaşlık bilinci kadınlar ve çocuklar üzerinden temellendirildi. Savaş sonunda sözü edilen tüm hakların kadınların ellerinden alınacağı için toplumsal haklardan yararlanmalarına imkan verebilmek adına aile yardımcısı statüsü kullanıldı (Delphy, 2012: 97).

Savaştan dönen erkekler, kadınların geçici sahip olduğu çalışmalarının büyük çoğunluğunu aldılar. Yapılan çalışmaların çoğunluğunu geri alan erkekler olsa da savaş, çalışma yaşamında kadının varoluşu üzerine kurulmuş kalıp yarguların genelini yıkmıştı. Birinci Dünya Savaşı'nın ardından başlayan İkinci Dünya Savaşı'ndan günümüze değin toplumsal cinsiyetin belirlediği işgücü bölünmesi dikkat çekici bir biçimde farklılaşmıştır (Giddens, 2012: 803).

1.1.2.2. Ücretli Emek Sürecine Katılımda Kadının Yaşadığı Problemler

Kadınlar ve erkekler işgücü piyasasında biçimsel olarak bir eşitliğe sahip olsalar da temelde bu biçimsel eşitlik birçok eşitsizliği içinde barındırmaktadır. Mesleklerdeki cinsiyet ayrımcılığı, iki cins arasındaki aynı işe farklı ücretlendirme uygulamaları, yarı zamanlı işlerde yoğunlaşma sözü edilen eşitsizliklerin genel hatlarıdır (Giddens, 2012: 804).

Kadınlar çalışma yaşamında toplumsal cinsiyetleştirilen işlerde yer almaktadır. Mesleki ayrımcılığa dayanan bu işler kadın işi olarak kabul görür. Sekreterlik, bakım hizmetleri, temizlik hizmetleri dışıl meslekler olarak algılanmaktadır. Bu anlamda mesleki cinsiyet ayrımcılığı, toplumda hangi mesleklerin eril hangilerinin dişil olduğuna yönelik yaygın kanıyla desteklenmektedir (Giddens, 2012: 805).

Örneğin; 20. yüzyılın başlarında, Birinci ve İkinci Dünya Savaşları arasındaki dönemde kadınlar vasıfsız statüde, sanayide, üretim zincirlerinde çalıştılar. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde kadınların bürolarda sekreter, daktilo eden kişi, santrallerde memur olarak çalışma oranları arttı. Dikkat çeken müdürlerin sekreterlerinin aynı zamanda özel alanda sahip olduğu görevleri iş yerinde de yerine getirmek zorunda olduklarıydı. Müdür sekreterleri, ofisin çiçeklerini sulamalı, müdürünün herhangi bir rahatsızlığı için ilaç barındırmalıydı. Kadının gerçek anlamda çalışma hayatına girişleri sözü edilen ofis işleriyle oldu (Heritier, vd., 2012: 152).

Mesleklerdeki cinsiyet ayrımcılığının yatay ve dikey olmak üzere iki boyutu vardır. Dikey ayrımcılığa maruz kalan kadınlar daha az yetkin ve ilerleme fırsatından daha az yararlanan çalışma alanlarında yoğunlaşmaktadır. Erkekler ise yetkinliği görece fazla, etkin statülerde yer almaktadır. Örneğin kadınlar ev içi hizmet sektöründe, erkekler güç gerektiren işlerde konumlandırılır (Giddens, 2012: 805).

Gündelikçi olarak adlandırılan ev temizleyiciliği, kasiyerlik, çocuk bakıcılığı ve benzer olarak anaokulu öğretmenliği, ilkokul öğretmenliği, hasta bakıcılığı ve benzer olarak hemşirelik, sekreterlik, konfeksiyon imalat işçiliği, ütücülük, dikiş makinası operatörlüğü kadın ağırlıklı mesleklere örnek olarak verilebilir (Akhun, Senemoğlu ve Kavak, 1999: 15).

Kadın ve erkeklerin toplumsal cinsiyet kaynaklı işbölümünde genel olarak bir karşıtlık ilişkisi kurulur. Ecevit (1998: 278) bu karşıt ilişkileri şöyle kategorileştirir:

- Kadınlar ve erkeklerin becerilerine göre iş yaşamında yer aldığı düşüncesinden hareketle kadınlar erkeklere göre daha az beceri isteyen işlerde çalışır.
- Kadınlar ve erkekler üretim sürecinde farklı zamanlamalarda yer alır. Erkekler üretim aşamalarının temel olan tüm aşamalarında yer alırken kadınlar başlangıç ve sonuçta yer alır. Erkekler bütünü oluştururken kadınlar küçük parçaları birleştirir.
- Emek yoğun işler kadınların işidir erkekler ise kapital işlerde çalışır.

- Erkekler makina kullanımında ve ağır işlerde çalışırken kadınlar bunlardan uzak olarak emek yoğun ve hafif işlerde yer alır (Ecevit, 1998: 278).

Ücretli çalışma yaşamında mesleki ayrımcılığın bir diğer boyutunu ise yatay ayrışma oluşturur. Mesleklerin kadın mesleği ve erkek mesleği olarak ayrılması bu durumun örneğidir. Yatay ayrışma sebebiyle kadınlar biçimsel olmayan ilişkilerden yararlanamaz. Eril yapının hakim olduğu bu görevsel ayırmda bilgiye erişim, söz hakkı, ön plana çıkma, karar alma süreçlerine katılım kadınlara kapalıdır. Kadınlar yatay ayrışma nedeniyle biçimsel olmayan ilişkilerden yararlanamayarak ücretli çalışan cinsiyetlerde dezavantajlı grubu temsil eder (Kutunis, 2008: 121).

Kadınların ücretli işlerde istihdam olanağı bulmasındaki artışın çoğunluğunu yarı zamanlı işler almaktadır. Bunun nedeni yarı zamanlı çalışmanın tam zamanlı çalışmaya oranla daha esnek koşullar barındırıyor oluşudur. Yarı zamanlı işleri, ücretli çalışma yaşamında yer almak isteyen ve aynı zamanda ataerkil toplumsal düzenin kadına yüklediği ev içi rolleri de yerine getirmek zorunda olan kadınlar tercih eder. Ücretli ve ücretsiz çalışma arasındaki dengeyi yarı zamanlı işlerde çalışarak kurmaya çabalayan kadınlar için ekonomik bağımsızlığından kurtuluyor olmak bir etken olsa da, yarı zamanlı işler daha düşük ücretlerle, daha zayıf iş güvenliği ile yükselme olanağının olmayışı gibi olumsuzlukları taşımaktadır (Giddens, 2012: 806).

Toplumsal cinsiyetin etkili olduğu mesleki ayrımlarda ücretler arası farklılık bir diğer eşitsizlik sebebidir (Giddens, 2012: 807). Kapitalizm içinde barındırdığı her bireyi daha çok üretme, satma, kazanç elde etmeye zorlar. Böylece kapitalistler en yüksek kar elde etmek adına üretim alanını ve üreteni belirler (Çelebi, 20017: 98).

Sanayinin gelişimi, artan makinalaşma kadınları evlerinden fabrikalara sürükledi. Kadın ailesi adına yapmış olduğu çalışmaları kapitalizmin buyrukları doğrultusunda pazar için gerçekleştirdi (Zetkin, 1988: 16). Bu açıdan cinsiyetçi yaklaşımlar yalnızca erkekler için değil egemen sınıf açısından da işlevseldir.

Kapitalizmin egemen olduğu toplumlarda üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf için kadın işçilere daha az ücret ödemek muazzam kar elde etmek anlamına gelir. Kadınların ücretlerini düşük tutmak, tüm işçilerin ücretlerini düşürebilmek anlamına gelir. Bunun nedeni yalnızca kar elde etmekle sınırlı değildir, kadınların düşük ücretle çalıştırılıyor oluşu daha yüksek ücretle çalıştırılan erkekleri yerlerini doldurabilecek daha düşük ücretli çalışan

kadınlarla tehdit etmektir. Daha yüksek ücretlerde çalışan erkeklerin kapitalist toplumlardaki muadili daha düşük ücretli çalışan kadınlardır (Naiman, 1988: 14).

Kadın hareketi kadınların erkeklerden daha düşük ücretle çalışmasını kabul etmeyerek 1963 yılında eşit işe eşit ücret yasası kazanımını elde eder. Bu yasaya göre kadınların erkeklerden aynı iş üzerinden daha düşük ücret almasının önüne geçilmesi hedeflenir (Palmer ve Hyman, 1993: 14). Yasanın işlerlik kazanabilmesi için 1946 yılında Fransa'nın Alman işgalinden kurtulması beklenmiştir. Fakat halen günümüzde eşit işe eşit ücret idealine ulaşılabilmemiş değildir. (Heritier vd., 2012: 154).

Kadınların düşük ücretle çalıştırılmaları erkekler için bir dezavantaj oluşturur. Kadının düşük ücretli çalıştırılmasını tüm ücretlerin düşürülmesi izlerken, tüm ailenin ekonomisi de olumsuz yönde etkilenmektedir (Naiman, 1988: 22).

Kadınların erkeklere oranla daha düşük ücretle daha vasıfsız işler yapmaları kadınların doğal ev içi yetenekleri, alışkanlıkları ile açıklanır. Kadınların tekstil atölyelerinde çalışmaları onların dikişten anladıkları, gözlerinin erkeklere göre daha keskin olması ile, daktilo işlerinde yer almaları ve hatta on parmak daktilo kullanmaları piyanoya yetenekli, elleri çabuk olması ile temellendirilir (Heritier vd., 2012: 154).

Bu açıdan söylenebilir ki kadınların ücretli çalışma alanlarına dahil olmasının sonuçlarından biri eril toplumsal düzen tarafından belirlenmiş olan geleneksel aile kalıplarının yeni düzenlemeler ile dönüştürülmesidir (Giddens, 2012: 808).

Kapitalizm geleneksel aile modelinde yer alan aile fertleri arasındaki kuvvetli bağları yok ederken aynı zamanda aileyi duygusal güvenlik alanı olarak yüceltir (Berkday, 2009: 65).

Zetkin'e göre (1998), aileyi bir bütün olarak tanımlayan kadının ev içi ile sınırlandırılmış çalışmasıydı. Kadının ev dışına, fabrikaya doğru yön ve şekil değiştiren çalışması geleneksel aile yaşamında köklü değişimlere yol açar. Bu durum Zetkin'e göre kadının kurtuluşunun ilk adımını oluşturur (Zetkin, 1988: 16).

1.1.2.3. Türkiye’de Ücretli Kadın Emeğinin Tarihi

Türkiye’de kadın emeğinin tarihini yalnızca Cumhuriyet sonrası dönemde değerlendirmek yerine İmparatorluk Dönemini de ele almak gereklidir. Osmanlı Devleti’nde kadının ücretli emeğinin değeri görmediği düşüncesi gerçeklikten uzaktır (Makal, 2015: 36).

Osmanlı Devleti’nde kadınlar ilk olarak tarım sektöründe çalışır. Tarım sektöründe çalışan kadınlar, tarım sektörünün küçük üretici merkezli özelliği nedeniyle ücretli emeğe ulaşımda tarih boyunca sıkıntı yaşar. Emeğin ücretlendirilmesi konusu gündeme geldiğinde ise geçici tarım emekçilerinin büyük bir çoğunluğunu kadınlar oluşturur (Makal, 2015: 37).

Sanayi faaliyetlerinde ise kadınlar diğer ülkelerle benzer şekilde halıcılık, dokumacılık alanlarında çalışır. Zamanla Batıda yaşandığı gibi dokumacılık faaliyetleri evlerden küçük atölyelere taşınır. Ev içi emeğin içinde yer alan dokumacılık faaliyetleri Osmanlı Devleti’nde kadınların ilk ücretli emeğini oluşturur (Makal, 2015: 37).

Kadınların Osmanlı Devleti’nde sanayi faaliyet alanları dışında hizmet sektöründe de istihdam edildikleri bilinir. Kadınların istihdamında Batı’da olduğu üzere savaş ortamı ve savaş sonunda eşlerini kaybetmeleri Osmanlı Devleti’nde de etkili olur (Makal, 2015: 39). Benzer olarak kadınların erkeklere oranla sendikalaşma faaliyetlerinin içinde yer almaları fazla rastlanılmayan bir durum olduğu için bu durum kadınların istihdamının desteklenmesinde önemli bir yer tutar (Makal, 2015: 40).

Cumhuriyetin ilk dönemleri de Osmanlı Devleti’nde kadın emeği ile benzer özellikler taşır. Kadının ücretsiz emeğinin maddi değeri kazanma süreçleri atölyelerde başlar ardından fabrikalara taşınır. Cumhuriyet döneminde dokumacılık, tütün, gıda gibi alanlarda çalışan kadınlar Türkiye’nin sanayisi gelişen illerinde yoğun olarak çalışır ve toplumsal cinsiyete dayalı olumsuz koşullar mevcuttur. Toplumsal cinsiyete dayalı olarak kadın ve erkek işçiler arasında ücret farklılıklarının yanı sıra çalışma saatlerinin erkeklere göre kadın işçilerde daha uzun olması ve iş güvenliği açısından yetersiz uygulamalar görülür. Çocuğu olan kadın işçilere çocuklarını emanet edebilecekleri kreş uygulamasına yer verilmez (Makal, 2015: 91).

İkinci Dünya Savaşı’nın etkilerinin sürdüğü, toplum içinde ilan edilen seferberlik ile erkek vatandaşların askere alınması kadının istihdamında artışa sebep olsa da bu artış sınırlı sayıdadır (Toksöz, 2015: 153).

Cumhuriyet dönemi Türkiye’inde kadınların ücretli emeklerine ilişkin düzenlemelerin en geniş hali 1936 İş Kanununda yer alır. 1936 İş Kanununun kadınlara yönelik olumsuz koşulları iyileştirme çabası İkinci Dünya Savaşı’nın da etkisiyle pratikte uygulanabilirliğini zorlaştırmıştır. Dört yıl sonrasında çıkartılan Milli Korunma Kanunu kadınlara yönelik ayrımcı tutumu önleyen uygulamaları görünmez kılmıştır. Ücretli emeklerini gerçekleştiren kadınlara yönelik ayrımcı tutum ve kötü çalışma koşulları devletin resmi kayıtlarında yer almasına rağmen sözü edilen koşullarda iyileştirilmeye gidilmemiştir. Makal (2015) bu durumunun nedenlerinden biri olarak çalışma denetiminin yapılmamasını öngörür (Makal, 2015: 92).

Genel olarak ifade edildiğinde erken cumhuriyet döneminde kadının ücretli çalışma yaşamında yer alması iki yönlü değerlendirilebilir. İlki kadınların istihdam oranlarındaki artışken ikincisi istihdam edilen kadınların çoğunluğunun olumsuz çalışma koşullarının yer aldığı ücretli emek sürecinde yalnız bırakılışdır (Makal, 2015: 92).

Savaş sonrasında kadınlar ve erkeklerin istihdam oranlarında ortak bir düşüş yaşanır. Kadınların istihdamında yaşanan düşüş erkeklere oranla daha yüksektir. Sözü edilen istihdam oranlarındaki düşüşün nedeni olarak yaşanan iç göçler etkili olur (Makal, 2015: 92).

Savaşın sonunda yaşanan kırdan kente göç ile kadınlar bir ‘aile göçü’ gerçekleştirmiştir. Sözü edilen aile göçü kadının kırdan kente olan göçünde bir evde ücretsiz emeğini gerçekleştiriyor oluşunun devamını sağlar. Maddi kazanç elde etmek isteyen kadınlar ise evlerde ücretli çalışma yolunu tercih etmek zorunda kalır (Özbay, 2015: 119).

1950’li yıllarda kadınların eğitim imkanına ulaşamaması, vasıfsız olması onların istihdam alanlarını etkilemiştir. Gecekondu kadınları için çalışılabilecek tek alan orta sınıf kadınları için hizmet etmek halini alır. Erkek göçmenler yeni istihdam alanlarına dahil olurken gecekondu kadınları evlerine geri döner (Kandiyoti, 2013: 40).

Kadınların ücretli çalışma yaşamlarındaki eylem alanları ise önceki dönemlerle benzer olarak kadın işi olarak tabir edilen alanlardır. Geleneksel kadın işi alanları emek yoğun, yarı vasıflı alanlar olan gıda, tütün, dokumacılık gibi alanlardır. Bu alanlarda kadınlar erkeklere oranla daha düşük ücretle çalışmaktadır. 2/3 lük oranla kadınlar erkeklerden daha düşük ücretle çalışmaktadır (Makal, 2015: 92).

Sanayide yaşanan gelişmeler kadınların istihdam oranlarında artışı beraberinde getirirse de, kadın ve erkek cinsiyetleri istihdam oranları dikkate alındığında kadınların yine erkeklerden daha düşük ücretle çalıştıkları saptanmıştır (Makal, 2015: 93).

Kadınların vasıfsız işlerde yer alarak ücretli emeğini gerçekleştirmesi iş verenler tarafından eğitim seviyeleriyle açıklanır. Sözü edilen açıklamaya göre, eğitim yoluyla edinilen vasıf, vasıf gerektirse de gerektirmese de erkeklerin kadınlardan daha iyi eğitim aldıkları için işleri kadınlardan daha iyi yaptıkları iddia edilir. Eğitim olanaklarından eşit yararlanmış olsalar bile cinsiyetler eşit değere sahip olamayan işlerde çalışırlar (Ecevit, 1998: 281).

Vasıf bir cinsiyet kategorisidir. Toplum tarafından belirlenen bir işi hangi cinsiyetin yapabileceğine yönelik olan bu kategori belirleyicilere göre farklılık gösterebilir. Örneğin bir fabrikada dikiş makinesi kullanımı vasıf gerektiren bir iş olarak tanımlanabilir. Aynı makina kullanımı başka bir fabrikada vasıf gerektirmeyen bir iştir. Vasıf gerektirme durumu bu makina için sanayi tipi olması özelliğinden ileri gelir. Vasıf gerektirmeyen dikiş makinası ise her evde bulunan çocuklar tarafından bile kullanıldığı ileri sürülen bir makinadır. Vasıf keyfi olarak düzenlenmektedir (Ecevit, 1998: 282).

Kadın çalışanların vasıfsız, düşük ücretli, saygı görmeyen işlerde çalışmaları sonucunda çalışmaya yönelik isteklerinde azalma söz konusudur. Kandiyoti (2013); 1976-1977 yılları arasında Ankara ve İstanbul illerinin gecekondulu bölgelerinde 15-64 yaş aralığındaki kadınların sadece %5.55 ve %6'sının çalışma yaşamında yer aldığını belirtir (Kandiyoti, 2013: 40).

1960 ve 1980 yılları arasında Türkiye planlı kalkınma dönemi içindedir. Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin dönem içerisindeki beş yıllık kalkınma planları ile ekonomiye olan müdahalesi özel sektörü teşvik eder nitelikte olurken kamu sektörünü bağlayıcı kılar (Toksöz, 2015: 154).

Sözü edilen planlı kalkınma döneminde kadınların istihdamı tarım içinde sınırlandırılmıştır. Türkiye'de egemen olan tarımsal üretim biçimi hane tipi üretimdir. Geleneksel yapı ve dünya ekonomisine eklenme sürecinde üretim, tarımsal toprakların büyük işletmelerce kontrolüne değil hane halkına aidiyeti ve kontrolüne dayanır. Küçük üreticiliğin belli biçimde görünür kılındığı bu biçim, kadını ücretsiz işçi olarak

konumlandırmasıyla çalışma açısından önem taşır (Hasipek, Aktaş, Ergün, Bora, Aziz ve Aziz, 2000: 17).

Türkiye’de kadınlar, tarımsal üretime çeşitli biçimlerde katılırlar. Çiftlik büyüklükleri ve üretim biçimlerine bağlı olarak değişkenlik gösteren katılım biçimleri aşağıda belirtilmiştir:

- Büyük işletmelerde erkeğin yeterli olmadığı zamanlarda kadının sınırlı olmak kaydıyla üretime karar verme, yönetme ve denetleyip pazarlama gibi alanlara katılımı söz konusudur. Fakat erkeğin olduğu zaman durum değişkenlik gösterir ve kadın karar verici olmaktan uzak kalır.
- Kadınlar yoğun emek gerektiren işleri üstlenirken, erkek mekanize işler ve pazarlama ilişkilerini yürütür.
- Erkeklerin tarım dışı gelir kaynakları aradığı küçük çiftliklerde ise kadınlar yine yoğun emek gerektiren tarımsal üretimi yürütmekle sorumlu tutulurlar. Bu tür toprak sahibi ailelerde ve orta büyüklükte toprağa sahip ailelerde çeşitli bitki türlerine dayalı bir üretim biçimi varsa, el emeğine dayalı çapa, hasat gibi yoğun emek gerektiren işler kadının üzerine yüklenir, çalışma yükü erkeğe göre daha fazladır.
- Toprak mülkiyetinin bir aileyi geçindirmeye yetecek kadar olmadığı veya mülkiyetin hiç olmadığı ailelerde, kadın ve erkeğin farklı ailelerin mülkiyetindeki topraklarda çalışması gerekir. Yaygın olarak mevsimlik işçiliğin görüldüğü bu ekonomik biçimde kadın, bahçe ve hayvan işleri ile ilgilenme yükümlülüğünü üstlenir.
- Tarımsal üretim biçimlerinde kadının konumuna bakıldığında, yoğun emek gerektiren iş yününün kadının omuzlarında olduğu gözlenir. Türkiye’de yaşanan kent toplumuna geçiş sürecinde teknolojinin tarımsal üretime girişiyle üretim biçimleri değişmiş, mekanize işleri erkek üstlenirken kadın emek yoğun angarya olarak görülen iş yükünü omuzlamıştır (Hasipek, vd., 2000: 24).

Tarım dışı istihdam olanağı çok düşük olan kadınlardan kentlerde yaşayanlar arasından eğitilmiş olanlarının hizmet sektöründe yer aldığı bilinmektedir. Kentte yaşayan kadınların erişebilecekleri en yüksek statü öğretmenliktir. Sanayide çalışan kadın oranındaki artışın sebebi ise geçekondulu kadınlardır (Kandiyoti, 2013: 40).

1980’li yıllarda kadınların tarım dışı alanlarda istihdam edilme oranlarında herhangi bir değişim gözlenemez (Toksöz, 2015: 164). Temel soru 1980’li yıllarda yaşanan ücretlerdeki azalışın hane içinde çalışan erkeğin geçime yeterli olup olamayacağına ilişkindir. Ücretlerdeki düşüş kadının çalışma hayatına girişinde itici bir güç olmuş mudur? Toksöz’ün klasik iktisat teorisinden aktardığına göre (2015), ücretlerdeki azalmanın iş gücünde artışa sebep olması beklenir. Piyasanın dışında kalan kadınların işgücüne dahil edilebilmesi için yeni yatırımlar yapılması gerekmektedir (Toksöz, 2015: 157).

Türkiyenin tarafları arasında yer aldığı uluslararası süreçlerin temelinde yer alan toplumsal cinsiyet eşitsizliği yükümlülükleri kadın istihdamı konusuna yönelik ilgiyi arttırır (İlkkaracan, 2015: 169).

Türkiye’de özellikle 1980 yılında kadın hareketi kadına yönelik şiddete bir başkaldırı olarak ortaya çıkarken aynı yıllarda kamusal alanda kendi seslerini duyurmaya başlayan kadınlar 1990’lı yıllarda kendi sivil toplum kuruluşlarının temellerini atmaya başlamışlardır. 1980’li yıllarda devlet kurum ve mekanizmalarını reddetmişler, 1990’lı yıllarda ise bu kurum ve mekanizmaları da kullanarak kadına yönelik şiddete karşı bir söylem geliştirmeyi amaçlamışlardır. Bu dönem en büyük kampanyayı Birleşmiş Milletler Kadınlara Yönelik Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi’nin uygulanması amacıyla yürütülen imza kampanyası oluşturur (Altınay ve Arat, 2008: 17, 25).

1991 ile 1993 yılları arasında Cenevre’de Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komitesi kadına yönelik şiddet konusunu Genel Kurul’un gündemine taşıyabilmek amacıyla üye ülkelerini bir imza kampanyasına destek vermeye çağırmıştır. “*Kadın Haklarını Çiğnemek İnsan Haklarını Çiğnemektir*”; “*Kadına Yönelik Şiddet Bir İnsan Hakları İhlalidir*” başlığı altındaki bu kampanyaya Türkiye 30.000’den fazla imza ile destek olmuştur. . İ.Ü. Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi’nin düzenlemesiyle ve çeşitli kadın kuruluşlarının desteğiyle yürütülmüş olan bu kampanyada Türkiye, dünyada en çok imzayı toplayan ülke olmuştur (Moroğlu, 2012: 361).

Beklenilenin aksine 1980 sonlarında hükümetler iş gücü piyasasına katılımın artırılması, işsizlik oranlarındaki artışın önüne geçilmesi adına politikaları öncelikli kılmamıştır. İstihdamda yükselme piyasanın işleyişine bırakılırken kadın istihdamının artırılmasına yönelik somut politikalar ortaya konulmaz (İlkkaracan, 2015: 165).

1990/1994 yılları 6. Kalkınma Planı'nda kadın istihdamına yönelik politikalar benimsenir. Sözü edilen kalkınma planınının 766. maddesi kadınların tarım dışı sektörde işgücü piyasasına dahil edilmesinin artırılmasına yönelik ilk politikadır (DPT, 1992: 287).

2000'lerin başlarında kadının istihdamına yönelik ilgi yoğunlaşır. Bunun sebebi olarak İlkkaracan (2015), kadının istihdam probleminin ekonomik büyüme ile doğrudan çözüme ulaşacağına yönelik beklentinin gerçekleşmemiş olmasıyla açıklar. Bu duruma ek olarak Türkiye'nin ekonomik açıdan büyümesine karşılık kadınların piyasadandan dışlanması, "tam zamanlı ev kadınlığı"nın meslek olarak kabulü Türkiye ekonomisinin sürekliliğini sağlar niteliğe ulaşır (İlkkaracan, 2015: 170).

Genel olarak ifade edildiğinde kadın emeğinin büyük bir çoğunluğu piyasadandan uzaklaştırılmıştır. Özel alan ile kamusal alan ayrımını önleyecek yasal kurumlar ve düzenlemeler isteklerin gerekliliklerini sağlayamamıştır. Bakım emeği 'tam zamanlı ev kadınlığı', emek piyasası ise özel alanda iş bölümüne katılma konusunda direnç gösteren erkekler yönünde kurumsallaşmıştır (İlkkaracan, 2015: 182).

1.1.2.4. Türkiye'de Ücretli Emek Sürecine Katılımda Kadının Yaşadığı Problemler

Dünya Bankası'nın 2012 yılında hazırlamış olduğu kalkınma raporuna göre Türkiye'de yaşayan kadınların ücretli emek sürecine katılımında yaşadığı sorunlar iki çerçevede ele alınır. Bunlardan ilki ev içi ücretsiz emeğini gerçekleştiren aile işçisi statüsündeki kadınların köyden kente göç olgusu sebebiyle işgücünün dışına itilmiş olmalarıdır. İkinci sorun olarak da kadınların bakım hizmetlerini gerçekleştirerek aileye katkıda bulunacaklarına yönelik kalıp düşüncelerdir (Kılıç, 2015: 179).

Özel alan ile kadının ücretli emeği arasındaki ilişki kapitalizm kaynaklı sömürü ilişkilerini barındırır. Kadının özel alan dışına çıkması, ücretli bir işte çalışarak para kazanması kadının kendini gerçekleştirmesinde önemli bir yere sahip olurken aynı zamanda kapitalizmin baskı sistemi içinde emeğini gerçekleştirmesine sebep olur. Kadınlar özel alandan çıkma, ücretli çalışma mücadelesini sürdürürken kapitalizmin sömürü mekanizması

ile karşı karşıya gelir. Kazanç ve kaybın yaşandığı bu ikili süreç kadının ücretli emeğini gerçekleştirirken yaşadığı problemlerden birini oluşturur (Özar, 2015: 250).

19. ve 20. yüzyıl kadının yeni imajını güçlendirir. Kadının yeni tanımlanışı annelik ve ev kadınlığı üzerinden gerçekleştirilir. Yeni kadının arenasını aile oluşturur (Mies, 2012: 200).

Aile aralarında kan bağı bulunan bireylerin, bir arada yaşama kurallarına zorunlu olarak uyum sağladıkları bir birleşim olarak devletin hususi koruması altına alınır (Mies, 2012: 201). Devletin sosyal politikalarla desteklediği ailecilik yönelimi kadının bakım hizmetleri ile sınırlandırılmasına yol açar ve böylelikle hem özel alanda hem de kamusal alanda kadının emeğini görünmez kılar. Güncel Türkiye verileri bugün üç kadından yalnızca bir tanesinin iş gücüne katıldığını ortaya koymaktadır (Kılıç, 2015: 177).

Ataerki ve kapitalizm arasındaki ilişki çerçevesinde kadınlar özel alanla sınırlı tutularak annelik ve evlilik kurumu ile özdeşleştirilerek aile içinde güçlendirilir. Annelik ve eş kimliği üzerinden güç kazandırılan kadınlar görünür olabilmek adına görünmeyen emeklerini gerçekleştirir. Böylelikle işgücü piyasasından uzaklaştırılırlar. Aile geçimini sağlayabilmek adına işgücü piyasasında kalmak zorunda olan kadınlar ise kayıt dışı sektörde, düşük ücretlerle, yedek iş gücü olarak piyasada yer alır (Dedeoğlu, 2016: 77).

TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi'nin 2012 yılı verilerine göre 34 ülke arasından Türkiye, kadınların yıllara göre belirlenen istihdam oranları arasından en düşük orana sahip olan ülke olarak belirlenmektedir (TÜİK, 2011: 4).

Tablo 1.1. TÜİK Hane Halkı İşgücü Anketi

Ülkeler	2005	2006	2007	2008	2009	2010
İzlanda	81.2	81.6	81.7	80.3	77.2	77.0
Norveç	72.0	72.3	74.0	75.4	74.4	73.3
İsviçre	70.4	71.1	71.6	73.5	73.6	72.3
ABD	65.6	66.1	65.9	65.5	63.4	62.4
İsrail	52.5	53.3	54.6	55.6	55.9	56.9
Türkiye	22.3	22.7	22.8	23.5	24.2	26.2

Türkiye’de kadınların işgücüne katılma oranları yüzde 28.8 olarak, erkeklerin genel oranı yüzde 71.7 olarak tahmin edilir (TÜİK, 2011: 11).

Kadının ev içi ücretsiz emeği çalışma olarak görülmez ve kadının işsizliği literatürde kadın yoksulluğu olarak adlandırılır. Yoksulluk kadının işgücüne katılımında, maddi gelirinin değerlendirilmesinde söz hakkına sahip olmama üzerinden tanımlanır. Cinsiyetler arasında ekonomik ve sosyal farklılıklardan kaynaklı olan yoksulluk ve istihdam faktörleri bu noktada önem kazanır (Akhun, vd., 1999: 23).

Kadın istihdamının başat özelliği kadınların ekonomik faaliyetlerin dışında tutulmasıdır. Neredeyse bütün çalışma alanlarında kayıt dışı çalışma erkeklere oranla kadınlarda daha yüksek seyrederek (Dedeoğlu, 2016: 50).

Kayıt dışı çalışma ekonomik kriz dönemleri dışında sürekliliği belli olmayan, maddi kazancı tamamen belirsiz ve keyfi değerlendirmelere bağlı olan bir çalışmadır. Kayıt dışı çalışandan istenilen itaatkar olması, verilen işi en hızlı şekilde yapması, uysal olması, sabırlı olmasıdır. Bu anlamda kayıt dışı çalışma için en uygun cinsiyet kadınlar olarak öngörülür. Kadınlar için kayıt dışı çalışmanın anlamı ise insana uygun olmayan koşulların yarattığı hoşnutsuzluk, çaresizlik ve kayıt dışı çalışma zorunluluğunun verdiği itaatkar tutumdur. Kadınlar baş kaldıracak insani çalışma ortamından yoksun olduklarından dolayı, örgütlü olmamalarından dolayı seslerini duyuramamakta ve tüm bunların sonucunda susan, boyun eğen, uysal olarak tanımlanır (Kümbetoğlu, User ve Akpınar, 2015: 296).

Kayıt dışı çalışmanın kadına uygun oluşundaki bir diğer etken ise kapitalistlere göre kadının çocuk sahibi olmasının hayat mücadelesinde yer alabilmesi için her ücreti kabul edeceği anlamını taşıyor olmasıdır (Mies, 2012: 203). Beslenme, barınma, sağlık, hukuk, iş

güvencesi, sosyal güvenlik konularında insana uygun olmayan koşullarda çalışmak zorunda bırakılan kadınlar kapitalistler tarafından sömürülmektedir (Kümbetoğlu, vd., 2015: 297). Bu açıdan kadınların erkeklere oranla daha az problem çıkartıyor oluşu ve örgütlü olmayışları ile pazarlık güçleri, ucuz emekleri ile işgücü piyasasında yer almaları kapitalizm için hem karlı hem de risk barındırmıyordu (Mies, 2012: 203).

Geçen süreç içerisinde kadınların kayıt dışı çalışmalarında bir iyileşme gözlenmez. Özellikle kayıt dışı çalışmanın kadına has bir çalışma biçimi olduğuna dair düşüncelerin yasal düzenlemelerle güçlendirildiği görülmektedir. Bu durumun en iyi örneğini bakım hizmetlerini gerçekleştiren kadınlara devlet tarafından ödenen bakım ödeneğidir. Bu ödenek kadınların güvencesiz çalıştığını göstermektedir (Yaman ve Dedeoğlu, 2016: 7).

Aynı zamanda TÜİK'in 2010 yılı istihdam değerleri incelendiğinde Mayıs ayı itibariyle istihdam edilen 23.055.000 kişiden 10.055.000'i kayıt dışıdır. Oranlar ise %58.9 ile kadın, %37.4 ile erkekleri gösterir (Kümbetoğlu, vd., 2015: 260).

Türkiye 2000 li yılların ilk dönemlerinde esnek çalışma yaygınlaşmaya başlar. 4852 sayılı 2003 yılında yürürlüğe konulan Yeni İş Kanunu esnek çalışmayı yasallaştırır. Yeni İş Kanunu ve beraberinde getirilen torba yasalarla yarı zamanlı çalışma, esnek çalışma, tele çalışma, çağrı üzerine çalışma, evde çalışma, haftalık yoğun çalışma, ödünç iş ilişkisi süreçleri yasallaşır (Yaman, 2016: 23).

Dünya Bankası Türkiye'de yarı zamanlı çalışan erkeklerin oranının kadınların oranından düşük olduğuna vurgu yapar. Erkeklerin yarı zamanlı çalışmaları yüzde on oranının altında seyrederken yarı zamanlı çalışan kadınların oranı yüzde yirmibeş ve üstündedir (Kılıç, 2015: 179).

Kadının ücretli emeğinin karakterindeki esneme kapitalizmin kadının emeği üzerinde uygulamış olduğu baskıyı görünmez kılmak adına düzenlenir. Esnek çalışmanın kadın için en uygun çalışma biçimi olması, esnek çalışma ile kadının istihdam oranlarının artacağı ileri sürülür (Yaman, 2016: 31).

Türkiye'de uzun yıllardır tartışmaları yürütülen kadın emeği konusunda amaçlanan kadının işgücüne katılımının düşük oluşunu sorgulamaktır. İşgücüne katılımda kadının yaşadığı problemleri ortaya koyabilmek, problemleri ortadan kaldırmak adına düzenlemeler oluşturmak için çaba harcayan araştırmacılar yalnızca kadın emeği değil kadın çalışmaları

alanına önemli katkıda bulunurlar. Sözü edilen katkı kadın emeğinin piyasa ile olan ilişkisinden özel alanda kadının konumuna doğru ilerleyen ve özel alandan piyasaya doğru ilerleyen iki yönlü ilişki ağını ortaya koymuş olmalarından kaynaklanır (Ecevit, 2015: 187).

Yıldız Ecevit (2015), Türkiye’de tartışan kadın emeği sorununu, kadının istihdamının düşük oluşunu bakım hizmetleriyle ve özellikle çocuk bakımı ile olan ilişki çerçevesinde açıklar (Ecevit, 2015: 185). Ona göre kadının ücretli emeğini gerçekleştirme bakım hizmetlerinin kim tarafından nasıl karşılanıyor oluşuyla yakından ilgilidir. Bakım hizmetleri ile kadının özgürleşmesi arasında doğrudan bir ilişki vardır. Yaşlı ve çocuk bakımı, temizlik ve yemek işleri kurumsallaştığında kadınlar iş gücü piyasasında yer alma fırsatı bulur. Kurumsallaşma ile bir kadın kendini gerçekleştirir aksi takdirde bakım hizmetleri kadının sorumluluğu üzerinden tanımlandığında kadın özel alana kapatılır, bağımlı durumları özel alanla sınırlandıkça artar. Bundan dolayı bakım hizmetlerinin kadının işi olduğu düşüncesinden uzaklaşmak, bakım hizmetlerinin kadının değil de toplumun ortak bir sorumluluğu olduğu düşüncesini yaygın kılmak gereklidir (Ecevit, 2015: 218).

Toplumsal sorumluluk kapsamında çocuk bakımının ele alınması çocukların bakımı ve eğitim süreçlerinin çocuk hakları kapsamında yer almasıyla gerçekleşir. Türkiye ise çocuk bakımını çocuk hakları kapsamında ele almayarak ailenin desteklenmesi, nüfus artışı olarak tanımlar (Soyçekin, 2016: 198).

Türkiye’de 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu 13. maddesi gereğince 100 ila 150 kadın çalışanın olduğu iş yerlerinde, çocuklarını emziren kadınlar için çalışma alanlarından ayrı tutulmak şartıyla bir emzirme odası kurulması zorunlu tutulmuştur. Çalışan kadınların evli olup olmayışları veya yaşları hesaba katılmaksızın 150’den fazla kadın çalışanın yer aldığı işletmelerde 0-6 yaş aralığındaki çocukların emzirilmesi ve bakımının gerçekleştirilmesi adına çalışma alanlarından ayrı fakat uzak olmayacak bir şekilde kreş açma zorunluluğu vardır.

İş yerlerinin kreş açmalarına yönelik zorunlulukları kadınların sayısal özellikleri dikkate alınarak uygulamaya konulmuş, cinsiyetçi özellikler taşımaktadır. Kreş açma zorunluluğunun yanı sıra çocuk bakımında işveren ve devlet ortaklığında verilen izinler yalnızca kadını kapsamaktadır. Erkeklerin çocuk bakımında sorumluluk almalarını teşvik eder nitelikte uygulamalar yürürlüğe konulmamaktadır (Soyçekin, 2016: 199).

Türkiye’de 2016 yılında yapılan Türkiye Aile Yapısı Araştırması’nda 0-5 yaş aralığındaki çocukların bakımının kim tarafından gerçekleştirildiği sorgulanmış, görüşmelerin yapıldığı ailelerin %86’sı bakımın anne tarafından yerine getirildiğini belirtmiştir. Anne tarafından bakım hizmetinin sağlanmadığı durumlarda ise %7.4 oranla bakım hizmetini anneanne ve babaanne sağlamaktadır. (<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21869>)

Yine Türkiye’de kadının istihdam olanaklarından erkeklere oranla daha düşük seviyede yararlanmalarının bir diğer sebebi ise bakım hizmetleri kapsamında değerlendirilen yaşlı bakımıdır. Türkiye’de ailenin maddi durumu, kişi sayısı, eğitim düzeyi fark etmeksizin yaşlı üyelere ev sınırları içerisinde bakılmak istenmektedir (Soyçekin, 2016: 200).

2006 yılında gerçekleştirilen Türkiye Aile Yapısı Araştırması’nda yaşlılık sınırının 60 yaş ve üzeri ile sınırlandırılarak yöneltilen sorular çerçevesinde 60 yaş altındaki bireylerin yaşlandıktan sonra çocukları ile beraber yaşamak istedikleri %55 oranla ortaya konulmuştur (TAYA, 2006: 190). Aynı araştırma 2016 yılında tekrarlandığında bu oran %37.6 ya düşmüş yine de çoğunluğun ortak düşüncesi olmayı sürdürmüştür (<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21869>).

Dedeoğlu’nun Malatya, Şanlıurfa ve Adıyaman illerindeki Organize Sanayi Bölgelerinde bulunan 212 işletme ile gerçekleştirdiği kadın istihdamına işveren tutumlarını ortaya koymayı amaçlayan alan araştırmasında (2016), Türkiye’de ücretli emeğini gerçekleştiren kadınların yaşadığı problemlere ilişkin farklı boyutlar ele alınmıştır. Kadının toplumdaki görevinin annelik, çocuk ve yaşlı bakımı, bir eş olarak kabul gördüğü ortaya konulurken kadının çalışma yaşamında yer alabilmesinin ön koşulu olarak aile reisi olarak tanımlanan baba ve eşin izinlerinin alınması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır (Dedeoğlu, 2016: 76).

TÜİK verilerine göre 2016 yılında yapılan araştırmanın sonuçlarında yer alan maddelerden biri kadınların aile fertlerinden izin alıyor oluşudur. Verilere göre eğitim alanında yer almayı sürdüremeyen kadınların %38.1 i ailelerinin izin vermiyor oluşunu sebep göstermiştir. Kadınların eğitimlerini yarıda bırakmalarında ikinci çoğunluk %32.3 oranında ekonomik yetersizliklerken %9.5 oranında medeni hal değişimleri, annelik, hamilelik dönemleri etkin olmuştur (<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24646>).

Erkeklerle kadınlar arasındaki mesleki farklılık olağan görülmektedir. Bakım hizmetlerine yönelik tutumlarda ise kadının hamileliği itibarıyla işten çıkartılması desteklenmekte, doğum iznini kullanmak isteyen kadınlar için izin süresinin uzun oluşu sebebiyle kadın işçi çalıştırmamaları meşru kılınmaktadır (Dedeoğlu, 2016: 76).

Oysa ABD 1964 yılında Sivil Haklar Yasası'nın yedinci maddesinde cinsiyet, etnik köken, kimlik, inanç ayrımcılığını önlemek adına adım atılır. Sözü edilen ayrımcılıkların önlenmesi için Eşit İstihdam Fırsatları Komisyonu kurulur. 1978 yılında ise kadınların biyolojik özelliklerinden kaynaklı ayrımcılıkları önlemek adına hamilelik ayrımcılığı yasasının yedinci maddesi ücretli çalışan hamile kadınları kapsar. 1986 yılında hamile kadınlara ilişkin yeni bir düzenleme yapılarak işverenlerin hamile kadın işçilere izin vermesi durumunu yasallaştıran yasayı onayladı (Palmer ve Hyman, 1993: 14-15).

1.1.3. Yönetici Pozisyonunda Çalışan Kadınlar

Dünyada sayısal çoğunluklarına rağmen kadınların yönetim kadrolarında erkeklere oranla eşit bir biçimde yer alamadıkları çeşitli araştırmalar tarafından ortaya konulmuştur. Türkiye'de toplumsal koşullar sebebiyle zor olanı başarmış olan kadın yöneticilerin sayısı gün geçtikçe artış gösterse de erkeklerle eşitlik sağlanamamaktadır (Kabasakal, 1998: 303).

TÜİK'in 15 yaş ve üzeri kadınlardan elde ettiği bilgilerden oluşan araştırmasında istihdam özelliklerine göre kadınların yönetim pozisyonlarında yer alması artış gösterilse de ev içi ücretsiz aile işçisi kadınların da benzer oranda artış yaşandığı görülür (TÜİK, 2011: 4).

Tablo 1.2. TÜİK Kadınların Yönetim Kademesinde Yer Almaları

Yıllar	Toplam	Ücretli, maaşlı veya yevmiyeli	İşveren	Kendi Hesabına	Ücretsiz Aile İşçisi
2009	5 871	2 999	77	749	2 045
2010	6 425	3 260	83	822	2 260
2011	6 973	3 599	87	816	2 472

Türkiye’de üst düzey yönetici kadınların temsil oranları düşük olsa da ortak bir paydada yönetici kadınların özellikleri açıklanmaya çalışılır. Açıklamalardan biri yönetici kadınların toplumsal açıdan evrensel özelliklere sahip olduğu yönünde iken bir diğeri Türkiye toplumu içerisindeki değer yargılar ve ekonomik durum kaynaklı özelliklere sahip oldukları yönündedir. Kabasakal (1998), yönetici kadınlar üzerine yapılan açıklamalardan ortak özellikler olarak; kadının kendisini ön plana çıkartamıyor oluşunu, kadınların kendilerini feminist olarak tanımlamıyor oluşlarını, cinsiyet görünümünü kontrol altında tutuyor oluşlarını, kişiliklerindeki güç vurgusunu, toplumun sosyo ekonomik koşulları çerçevesinde üst sınıfın mensubu oluşlarını, medeni halin toplumun uygun gördüğü haliyle evli ve çocuk sahibi oluşla anlamlandırıldığını, başarı güdüsüne sahip oluşlarını belirler (Kabasakal, 1998: 304).

1.1.3.1. Kadın Yöneticilerin Karşılaştıkları Engeller

Kadın yöneticilerin ücretli çalışma yaşamında karşılaştıkları problemlerde toplumsal yapı, aile içi cinsiyet rolleri, toplumsal cinsiyete dayalı cinsiyet ayrımcılığı etkili olmaktadır. Kadınların yaşadığı problemleri içsel ve dışsal olarak iki başlıkta ele almak mümkündür. İçsel problemlerde kraliçe arı sendromu, çoklu rol sorumluluğu: süper kadın sendromu yer alır (Kutunis, 2008: 110).

- **Çoklu Rol Sorumluluğu: Süper Kadın Sendromu**

Kadının kamusal alanda var olmasının önündeki engel ataerkil toplum düzeni tarafından özel alan ile sınırlandırılmış olmasıdır. Bu açıdan kadınlar kamusal alanda var olabilmek, karar alma süreçlerinde bulunabilmek, yönetim pozisyonlarında yer alabilmek için kamusal ve özel alanı birleştirmek zorunda kalır.

Ücret karşılığı çalışan kadınların hem özel alanda hem de kamusal alanda sorumluluklar üstlenmesi ve aynı zamanda bu sorumlulukları bir denge ile yürüterek başarıya ulaşma çabası literatüre ‘*süper kadın sendromu*’ olarak geçer. Hem ev içinde hem de iş yaşamında sorumluluk alan süper kadınlar çalışma saatlerini, toplantılarını, tatillerini varsa çocuklarının ve eşinin ya da aile fertlerinin insiyatiflerine göre düzenlerler (Kutunis, 2008: 110).

Her iki alanda da başarıya ulaşmak isteyen kadınların iki alan arasında denge sağlayabilmek adına çift mesai yaptığını, bir alanın diğer bir alan üzerine daha etkin ilişkiler

ağına sahip oluğu nedeniyle baskı uyguladığını söylemek mümkündür. Ev içi ücretsiz emeğine ek olarak kamusal alanda ücretli emeğini gerçekleştiren kadınlar çoğu zaman iki alan arasındaki dengeyi kurmakta güçlük yaşıyarak bir alanı bir diğer alana tercih etmek durumunda bırakılmaktadır. Bu alan sıklıkla kariyer basamaklarından aşığıya doğru bir inişi simgeler. Kadının bakım hizmetleri ile olan ilişkisi kariyeri üzerinde olumsuz etki yaratır. Hem ev sınırları içerisinde bakım hizmetleri ile hem de ücretli çalışma yaşamında dengeyi sağlayabildiğini düşünen kadınlar ise ifte mesai harcadıkları hayatları üzerinde denetim hakkına sahip olamamaktan dolayı problem yaşamaktadır.

TÜİK'in 2016 yılında ortaya koyduğu verilere göre karar alma süreçlerine katılımında cinsiyet farklılıkları belirlenmiştir. Erkeklerin %70.6 oranında eğence, tatil konularında söz sahibi oldukları ortaya konulurken kadınların %78.1'i ev düzenlemesi konularında söz sahibidir. %58'lik oranla kadın yetkinliğini alışveriş sürdürürken yaşanacak evin seçimi %65.9'luk oranla erkeğe bırakılmıştır.

(<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24646>).

- Kraliçe Arı Sendromu

Kraliçe arı sendromu, yönetici kadınların çalışılan kurum içerisinde kendilerini diğer çalışan kadınlardan ayrı tutarak, diğer çalışan kadınları ve onlara yönelik ayrımcı tutumları görmezden gelerek, güç sahipliğini erkek yöneticilerin davranış kalıpları çerçevesinde düzenlediği içsel bir engeldir. Erkek yöneticilerin davranış kalıplarını kadın çalışanlar üzerinde kullanan yönetici kadınlar için çalışma yaşamında kadınlara uygulanan ayrımcılık yoktur, kadınların kendi başarısızlıklarını arkasına gizledikleri ayrımcı tutumlar vardır. Kraliçe arı sendromu ile tanımlanan özellikteki kadınlara göre aile içerisinde annelik vurgusu, görev ve sorumluluk bilinci yüksektir. Başarısız olan kadınların başarısızlıklarını ortadan kaldırmak için çok daha fazla gayret göstermeleri gerekmektedir (Kutaniş, 2008: 113).

Kraliçe arı sendromundaki kadın çalışma yaşamında tutunabilmek adına erkek çalışanların tutumları ile hareket eder. Temelde bu durum içsel bir engelden çok dışsal bir engeli, toplumsal normları temsil eder. Erkek egemen toplumun kuralları arasında kendine yer bulmaya çalışan kadınlar arasından yönetim pozisyonuna ulaşabilen kadınlar için var olabilmenin yolu erkeklerin dünyasında erkeklerin tutumlarına benzer tutumlar geliştirmekten geçer.

Özel alan ve kamusal alan arasındaki ayrım cinsiyetlerden birinin bir alanı yüceltirken diğer alanı görmezden gelmesine, değersizleştirmesine neden olmaktadır. Erkeklerin dünyasında kadın olmanın kamusal alandaki bir diğer örneğini ise siyasi arenada yer alan kadınlar oluşturur. Türkiye'nin ilk ve halen tek kadın başbakanı ünvanına sahip olan Tansu Çiller siyasi arenada bir kadın oluşu nedeniyle ve başlangıçta kadın sorunlarına yönelik bir politikayı merkez gündeme alışı nedeniyle takdir edilirken, başbakan olduktan sonra kadın sorunlarına karşı duyarsız olması nedeniyle eleştirilir. Tansu Çiller'in siyasi arenadaki tek kadın oluşu siyasetin kadınsılaşması yönünde bir beklentiyi beraberinde getirir ancak Çiller'in takım elbise giymesi, eril söylemleri, hızlı yürüyüşü de siyasi alanda kadının bu alanı erkek alanı olarak görüp bu alanda erkek gibi siyaset yaptığını ortaya koyar (Altındal, 2009: 363).

1993 yılında yapmış olduğu bir söyleşide Türkiye toplumunda kadınların durumunu iyileştirmek gibi bir özel misyonu olmadığını söyleyen Çiller'in bu görüşünün nedeni olarak kadınların kendi haklarını kullanmalarını öğrenmeleri gerektiği düşüncesi yer alır. Bu anlamda erkekler gibi düşünen kadınların, erkeklerin değerlerini kendi değerleri olarak kabul etmiş kadınların üst düzey yönetici pozisyonlarında yer almaları uygun bulunmaktadır (Kabasakal, 1998: 307).

Ataerkil toplumsal düzenin cinslerden birini diğerine karşı üstün konumlandırması sebebiyle kadın ayrımcı tutumların dışında kalmayı ve diğer kadınlara ayrımcı tutum sergilemeyi yeğler. Son dönem sosyolojik araştırmalara konu olan gelin-kaynana arasındaki hiyerarşik ilişkiler ağı bu durumun özel alandaki tezahürüdür. Erkeğin annesinin, oğlu ve eşi ile kurduğu ilişki onun güç kazanmasına etki eder ve bu gücü başka bir kadın üzerinde tahakküm kurarak temellendirmesine neden olur.

Verilen örnekler hem özel alanda hem de kamusal alanda kadından beklenilenin ev sınırları içerisinde yer alması gerçeğini yansıtmaktadır. Evde olan kadın söz dinlediği için, atılgan olmadığı için, daha az kendine güvendiği ve bu azıcık güven neticesinde uysal olduğu için toplum tarafından cesaretlendirilir. Evin dışındaki kadın için de kurallar aynıdır. Erkek değerli bir varlık olarak kendini gerçekleştirirken kadın erkeğin bir uzantısı olduğu sürece değer kazanır. Kadından beklenilen ise erkeğin uzantısı olan değerli bir varlık olabilme durumuna ulaşabilmesi için kendilerine ayrılmış olan alanda hüküm sürmesidir (Fidan, 2008: 6).

Kadının çalışma yaşamında var olmasındaki tek problem erkekler için düzenlenmiş, erkeklere tahsis edilmiş çalışma yaşamına uyum sağlamak değildir. Kadınlar hem bir insan hem de bir kadın olmanın toplum tarafından dayatılan çelişkisi içerisinde ya kadın olmaktan ya insan olmaktan vazgeçerek kendini gerçekleştirmektedir (Direk, 2009: 32).

Dışsal problemlerde ise kadınların müdahalesinin olmadığı bir çalışma yaşamından hareketle, toplumsallaşmanın cinsiyet, önyargı, ayrımcılık süreçleri, çift kariyerli eş durumu, cam tavan olgusu, şiddet uygulamaları ve eğitim yer alır (Kutunis, 2008: 110-122).

- Toplumsallaşma Sürecinin Kadının Çalışma Yaşamına Etkisi

İnsanların içinde yaşadıkları topluma yönelik değerleri ve kuralları öğrenmesi ve öğrenmeyi içselleştirmesi toplumsallaşma süreci ile tanımlanır. İnsanlar, içinde yaşadıkları toplumun değerlerini, bu değerlere yönelik kuralları ve bu kuralları benimsemeyi toplumsallaşma sürecinde edinmektedir. Sözü edilen toplumsallaşma süreci bireyin doğduğu andan başlayarak yaşamının tüm süreçlerine etki eder. Birey toplum tarafından belirlenen kalıplar ile toplumsal kurumlar içinde yer alarak uyum sağlama, öğrenme yeteneği geliştirir (Özkalp, 2005: 77).

Tarihin başlangıcından bu yana toplum içerisinde kadın erkekten sonra konumlandırılmıştır. Kadının özel alan ile sınırlandırılması toplumsallaşma sürecinde kadının özel alanı içselleştirmesine neden olur. Çocukluk sürecindeki oyuncakların, renklerin cinsiyetçi özellikler taşıması ile başlayan bu süreçte kadın kendisine dayatılan toplumsal normları benimsemek durumunda kalır. Oğlan çocuğu için oyun alanı sokaklar olurken kız çocukları için ev sınırları içerisinde mutfak eşyalarından oluşan oyun setleri geleceğin toplumsal kalıplarına uygun olan kadını yetiştirir. Bu anlamda kadının çocukluğundan başlayarak öğrendiği toplumsal değer yargılar neticesinde kadınlar kamusal alanda yer alma süreçlerinde etkin katılım sağlayamamaktadır.

Kız çocukları anneleri ile oğlan çocukları babaları ile kendilerini tanımlamaktadır. Kız çocukları annelerinin öğretileri ile yetiştirilirken annelerine benzemek için çaba harcar. Kadınlık kimliğinin başat özneliği olan bu çaba oğlan çocukları için aynı anlamı ifade etmez. Erkeklik kimliğinin kazanılmasında çocuk için temel olan annesinden farklılaşmaktır. Oğlan çocukları için bu farklılaşma kendi kimliklerini yaratabilme anlamını taşır. Bu anlamda kadın ve erkek değerlerindeki farklılıklar kadının kamusal alanda yönetici olarak var oluşu önündeki engeldir. Kadın kontrol edilme davranışı karşısında bağıllık

sergilerken erkek bağımsız ve kontrol eden olarak toplumsallaştığı süreç içerisinde yönetim kademelerindeki kadınlar için sorun oluşturmaktadır (Kabasakal, 1998: 305).

Toplumsallaşma sürecinde edinilen toplumsal kurallara itaat, değil kadının yönetimde yer alıyor oluşunu, kadının ücretli çalışma yaşamına dahil olmasını bile engeller. Kadının kamusal alanda yer alması, ücretli emeğini gerçekleştirmesi yönünde kadının kendine engeller koyabilmesine neden olur. Duruma ek olarak kadın çalışanların yönetici pozisyonunda yer almaları erkek çalışanlar için olumsuz tutumlara neden olur. Yöneticilik erkeklerin yapabileceği bir iş olarak görülür ve bu anlamda kadın yöneticiler yetersiz kabul edilir (Kutunis, 2008: 115).

Toplum tarafından aşağı görülen işler erkekler tarafından tercih edilmez. Eğer aynı işler erkekler tarafından gerçekleştiriliyorsa bu işler yetersiz, aşağı olarak görülmez aksine yüceltilir, basit iş yerine zahmetli iş olarak adlandırılır. Şef ve aşçı örneğini bu aşamada vermek mümkündür. Aşçılık kadın mesleği olarak küçümsenirken şefler erkeklerden oluşur ve iki aynı mesleğin farklı adlandırmaları cinsiyetler arası mesleki ayrımcılığı gözler önüne serer (Bourdieu, 2015: 80). Bu anlamda yönetici olmanın erkeklere özel bir konum olduğu anlayışı temellenir.

Mesleklerdeki cinsiyet ayrımcılığının tek yönü erkekler ve kadınların farklı mesleklerde çalışması değildir. Bazı meslekler cinsiyetler arasında farklı şekillerde istenebilir. Kadınlara nazaran erkekler daha yüksek statülü, yüksek ücretli meslekleri tercih eder. Öğretmenliğin bir kadın için en uygun meslek olduğu görüşüne ek olarak okul yöneticilerin büyük bir çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır (Akhun, vd., 1999: 15).

Türkiye tarihinde 1873 yılında ilk defa bir kadın öğretmen tayin edilmiştir. İlk kez Bir mezuniyet töreni sırasında bir kadının konuşma yapabilmesi 1881 yılında gerçekleşmiştir. Okul yönetiminde yer alabilmesi ise 1883 yılında tayin edilmeleriyle başlamıştır (Berkes, 2003: 231).

Mİlli Eğitim Bakanlığının 2003 yılı verilerine göre toplam sayısı 16,454 olan İlköğretim müdürlerinden yalnızca 477'sini kadınlar oluşturmaktadır. Geri kalan 15,977'sini erkek ilköğretim müdürleri oluşturur (https://www.unicef.org/turkey/gr/_ge21g.html).

- Çift kariyerli eşler;

Kadının ücretli çalışması farklı koşullara bağımlı olmadan, sürekli bir mesleki statüyü değil, başat ve etkili bir aile statüsünün tamamlayıcı bir faktörü olarak görülür. Bu sebeple kadının ücretli çalışmasında aile içi görev ve sorumluluklar ile uyumlu işler kadınlar tarafından tercih edilmektedir. Aile içi görev ve sorumluluklarda yani çoğunlukla bakım hizmetleriyle uyum gösteremeyen işler kadın tarafından ikincil bir iş yoğunluğu olarak algılanmakta ve bu işler bırakılmaktadır. Yükselme olanağı bulan az sayıda kadın için de sözü edilen aile statüsü etkili olmaktadır. Tam zamanlı, yoğun çaba ve zaman gerektiren, ve bağlılık esasına dayalı mesleklerin kapıları kadınlara kapatılmaktadır (Tan, 1979: 82).

Aile içerisinde kadın ve erkeğin ücretli çalışması çift kariyerli aile olarak tanımlanır. Bu kavram 1980'li yılların hem işgücü piyasasında hem de geleceğin toplum yapısında değişimi beraberinde getirir. Çift kariyerli aile eşler aile içi bağlılığını sürdürürken kendi kariyerleri üzerinden hayatlarını sürdürür. Sözü edilen çifte bağımlılık hem kariyer odaklı hem de aile bütünlüğünü sağlamak adına gerçekleşir. Kadının ücretli bir işte çalışması arttıkça çift kariyerli aileler artar (Palmer ve Hyman, 1993: 25).

1980'li yıllarda hane içinde yalnızca bir kişinin ücretli çalışmasıyla elde edilen gelirin yetersizliği üzerine ücretli çalışma yaşamına giren kadınların, gelişen eğitim düzeyleri ile birlikte yönetim kadrolarında yer almaları onları ev içi ücretsiz emeğini sergileyen, ücretli çalışmayan kadınlardan ayırır. Ücretli çalışmayan aile işçisi kadınlar kendilerinden beklenen bakım hizmetlerini ücretli çalışan kadınlardan daha fazla gerçekleştirir. Yönetim kadrosunun yoğun iş temposu, sorumluluklardaki artış nedeniyle hane içinde kendilerine yüklenen sorumlulukları yerine getiremeyen kadınlar çift gelirli eş sorununu beraberinde getirir. Ücretli çalışan eşlerden ikincil konumda yer alan kadın için yönetim kadrolarında yer almak engellenir. Engellerin aşılması için her iki cinsin ev içi sorumlulukları ortak üstlenmeleri yönünde atılan adımlar toplumsal açıdan yeterli olmadığından aile kurumunda değişimlere yol açmaktadır. Çocuk sahibi olma oranlarındaki sayısal düşüş bu durumun örneğidir (Kutanis, 2008: 122).

TÜİK'in 2017 yılı 0-17 yaş aralığındaki çocuk istatistiklerine göre yıl sonu itibariyle nüfusun 22.883.288'i ile %28.3'nü oluşturan çocukların oranlarında önceki yıllara göre düşüş yaşandığı belirtilmektedir. Nüfus projeksiyonlarına göre oranların sonraki yıllarda daha da düşeceği öngörülmüştür (<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27596>).

Tablo 1.3. TÜİK Çocuk Nüfusu Anketi

Yıllar	1935	1950	1970	1990	2013	2017	2040	2060	2080
%	45,0	54,2	48,5	41,8	29,7	28,3	23,3	20,4	19,0

• Şiddet Uygulamaları

Şiddet; Fransızca'da kelime anlamı itibariyle, kendisine rıza göstermesini sağlamak amacıyla bir diğerine uygulanan her türlü baskı (Gümüş, 2006: 26), Arapça'da katlanılması güç olan şey (Güleç, Topaloğlu, Ünsal & Altıntaş 2012: 114), Türkçede ise ilk olarak “bir hareketin, bir gücün derecesi, yeğlilik, sertlik” olarak tanımlandıktan sonra “karşı görüşte olanlara kaba kuvvet kullanma, kaba güç, duygu veya davranışta aşırılık” olarak tanımlanmıştır (<http://www.tdk.gov.tr>).

Şiddet kavramının çok çeşitli anlamlandırmaları olmakla birlikte bu çeşitli tanımlamalar arasında bir konuda uzlaşmaya varabilmek mümkündür. Farklı toplumlar, gruplar, sınıflar, insan ilişkileri, ideolojiler, yaşantılar, inançlar şiddet kavramsallaştırması üzerinde etkilidir. Yani şiddet toplumdan topluma farklılık gösterebilmektedir.

Şiddet tanımının yapılabilmesinde sözü elden toplumdaki topluma farklılık gösteren şiddet, bir toplumun kültürel değerlerinden kaynaklı olabileceği gibi, aynı kültürün değişik dönemlerinde de farklı anlamlarla karşımıza çıkabilmektedir (Güleç vd., 2012: 117).

Günümüzde hala kullanım değerini kaybetmeyen “Dayak cennetten çıkmadır.” “Kızını dövmeyen dizini döver.”, “Kadının sırtından sopayı, karnından sıpayı eksik etmeyeceksin.”, “Hocam eti senin kemiği benim.”, “Anaların vurduğu yerde gül biter”, “Baba değil mi, evladını döver de sever de.”, “Şeriatın kestiği parmak acımaz.” (Ulus, 2013: 191) gibi özdeyişler toplumun kültürel değerlerinden kaynaklanan şiddet anlayışlarına örnek olarak gösterilebilir.

Genel anlamıyla şiddet, engel koyma, baskı uygulama, zor kullanma, aşağılama, beden üzerinde hakimiyet kurma, düşüncelere kelepçe takma, öldürme, yıldırma, yaralama, küçük düşürücü sıfatlarla düşük konuma getirme, kısaca her türlü istenmeyen, rahatsızlık veren davranışlar bütünüdür. Genel olarak şiddeti fiziksel, ekonomik, cinsel ve psikolojik türleriyle ele aldığımızda şiddetin çok boyutlu bir olgu olduğunu, kadına yönelik bir insan hakkı ihlali olduğunu, kadın üzerinde önemli ölçüde etkisi olduğunu ve hayatın her alanında

olduğu gibi çalışma yaşamında da kadın cinsiyeti için engel teşkil ettiğini söylemek mümkündür.

Tablo 1.4. Şiddet Türleri

Fiziksel Şiddet	Psikolojik Şiddet	Cinsel Şiddet	Ekonomik Şiddet
Vurma	Aşağılama, Dalga geçme	Tecavüz	Zorla çalıştırma
Yaralama	Kişisel gelişimine engel olma	Taciz	Çalıştırmama
Kavga etme	İntihar	Ensest	Yoksun bırakma
Dövme	Ayrımcılık	Evlenmeye zorlama	Mülkiyet hakkını elinden alma
Öldürme vb.	Küfür, Şiddetle tehdit etme vb	Çocuk doğurmaya zorlama vb	Kariyer gelişimine engel olma vb

Genel itibariyle erkeğin bilinçli bir şekilde karşısındaki kadının beden bütünlüğünü bozacak davranışlarda bulunarak güç kullanmasını fiziksel şiddet olarak tanımlayabiliriz. Ekonomik şiddet ise kadınları daha fazla bağımlı hale getirmeyi amaçlayan, kadının ev ile sınırlandırılışını gelenekselleştiren yahut kadını ev dışında çalışmaya zorlayarak emeğinin karşılığına el koyan bir dinamiktir.

Aile içerisinde ekonomik şiddete maruz kalan kadınlarına uygulanan şiddet biçimleri çeşitlilik göstermektedir. Kadının parasını denetleme, el koyma, kadının çalışmadığı durumlarda para vermeme ya da yetersiz para verme, kredi kartına el koyma, kadına çalışması için baskı uygulama, eğitimine engel olma, çalışmak isteyen kadının çalışmasına engel olma, mülkiyet hakkını kendinde toplama gibi şiddet biçimleri sözü edilen çeşitliliğin örnekleridir (Uluocak, Gökulu, Bilir, Karacık ve Özbay, 2014: 23).

Hayatın her alanında rast gelindiği üzere aile içinde olduğu gibi çalışma hayatında da cinsiyet eşitsizliği karşımıza çıkar. Kadına uygulanan ekonomik şiddet onun ekonomik açıdan geri planda kalmasına neden olmaktadır. Eşitsiz iş kollarının ayrışması, ücretlerdeki değişkenlik, belli bir işte yükselmenin tek bir cinsiyete bahşedilmesi gibi örnekler çalışma hayatındaki cinsiyet eşitsizliğini açıklamamızda yardımcı olacaktır.

Kadının beden bütünlüğünü bozacak davranışlar aynı zamanda cinsel şiddet kavramının da genel bir açıklamasıdır. Cinsel şiddet taciz ve tecavüz vakaları ile tanımlanır. Ücretli çalışma yaşamında da kadınların sıklıkla maruz kaldığı eylemlerden biridir. Cinsel

şiddete maruz kalan bir kadın için bu şiddet türü üzerine konuşmak oldukça zordur. Bu şiddet türünde de geleneksel kadınlık ve erkeklik rolleri üzerinden tanımlama yapılmaktadır.

Çalışma yaşamında psikolojik şiddet uygulamaları fiziksel ve cinsel şiddette olduğu gibi doğrudan bir göstergeye sahip değildir. Örneğin egemenliği tekelinde bulundurabilmek amacıyla çoğunlukla yoksun bırakma, dışlama ayrımcılık gibi yollara başvurulmaktadır. Doğrudan güç kullanımı olmaması nedeniyle bu davranışların şiddet kapsamına girmediği anlamına gelmez (Gümüş, 2006: 16). Psikolojik şiddet kadına yönelik şiddet uygulamalarının her birini içinde kapsamaması nedeniyle oldukça büyük bir mücadele alanıdır.

Yönetici kadınlara yönelik psikolojik şiddet uygulamaları şiddet türlerinden tanımlanması belki de en zor olanıdır. Bu anlamda psikolojik şiddetin şiddet mağduru kadınların yaşamlarında da önemli bir etkiye sahip olduğunu belirtmek gerekmektedir. Psikolojik şiddet kadının kendisine olan saygısını, kendisine olan güvenini azaltmaktadır.

Sorumluluk almaktan, başarısız olmaktan korkan kadınlar yaratan psikolojik şiddet, kadınların duygusal ilişkilerinde sorunlar yaşamasına, korku duymasına sebep olur. Psikolojik şiddet ile kendini yetersiz, beceriksiz, işe yaramaz hissedenen kadınlar temelde kişilik gelişimi ile ilgili sıkıntılar yaşamaktadır. Psikolojik şiddet kadınların kendilerini değersiz hissetmesine neden olmaktadır. Değersizlik hissi ise kadının kendisine isteyerek ya da strese bağlı olarak zarar verme eylemleri ile sonuçlanabilmektedir. Öyle ki kadının baskı ve acıdan kurtulma düşüncesi ile intihara yönelmesi psikolojik şiddetin en ağır sonuçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Uluocak vd., 2014: 21).

●Cam Tavan

Günümüzde kadınlar halen, erkeklerin tercih etmediği işlerde erkeklerden daha düşük ücretler ile çalışma hayatında yer alabilmekte, çalışma koşullarının zorluğunun yanı sıra kadınlardan hala ev işi olarak adlandırılan ücretsiz, görünmeyen emeklerini gerçekleştirmeleri beklenmekte, iş yerlerinde görünmeyen bir engel ile karşılaşarak çalışılan pozisyondan üst düzeydeki bir pozisyona yükselme fırsatına sahip olamamakta ve hala iş yerlerinde çeşitli aşağılanma sözcükleri ile taciz ve tecavüze uğramaktadır.

1986 yılında ilk defa Wall Street Journal'da Hymowitz and Schellhardt tarafından kamusal alanda çalışan kadınlar için kullanılan cam tavan kavramı, çalışma yaşamındaki engelleri ifade eder (Lockwood, 2004: 1). 1991 yılında ise ilk defa Amerika Birleşik

Devletleri Sivil Haklar Yasası temelinde var olan bir komisyonun raporunda kadınların ve toplumsal azınlıkların işgücü piyasasında karşı karşıya kaldıkları engelleri tanımlayan bir kavram olarak resmi belgelerde kullanılmıştır (Çaha, Çaha ve Yılmaz, 2016: 12).

Cam tavan kavramı üst düzey yönetim pozisyonlarına, daha yüksek ücret seviyelerine ulaşmak için çaba harcayan kadınların eğitim, siyaset, devlet, piyasa ve iş verenler nedeniyle engellerle karşılaştıklarını ve bu engellerin ırksal, etnik ve cinsiyet ayrımcılığında erkek tutumları nedeniyle ikincil bir engeli bünyesinde taşıdığını açıklamak amacıyla kullanılmıştır (Lockwood, 2004: 1).

Cam tavan kavramı kadınların yönetim pozisyonlarında yer alabilmelerini engelleyen temelde yalnızca kadın cinsiyetine sahip olmak olduğu düşüncesini yansıtır. Kadınların yalnızca cinsiyetlerinden kaynaklı yaşadıkları engellere örnek olarak onların ücretli çalışmalarını aile kaynaklı bırakabilecekleri, ücretli çalışma ortamının rekabetçi yapısına ayak uyduramayarak başarısız olacaklarını, erkek çalışanların kadın yöneticilere karşı önyargıları çerçevesinde yönetici kadınların altında çalışmayı kabul etmediklerini verebiliriz (Kutunis, 2008: 122).

Cam tavan yaklaşımının kadınlar üzerinde uyguladığı baskıya erkek yöneticiler tarafından kurulan baskılar örnek verilebilir: Kadınlığı erkekliğe, erkekliği kadınlığa tercih etmeden her iki cinsin farklılıkları olduğunu fakat eşit hak ve özgürlüklere sahip olduklarını görmezden gelerek cinsiyet körlüğü yaşamaları, kadınların korunmaya muhtaç olduğuna ilişkin pozitif ayrımcılık uygulamaları, kadınların yönetim kadrolarında başarılı olamayacağına yönelik önyargılar, gücü elinde bulundurmanın toplumsal düzeninde kadının yönetim kademesinde güce sahip olacağına yönelik gücü kaptırmama isteği, kadının kişiliğinde zayıflık olduğuna yönelik inanç (Kutunis, 2008: 123).

KADEM (Kadın ve Demokrasi Derneği) kadınların erkeklerle eşit düzeyde yükselmesi için devlet desteğinin önemine dikkat çeker. Kadın yöneticiler için cinsiyet kotasının konulması, kadınların çocuklarına kreş imkanının verilmesi, kadının ücretli çalışma yaşamında yer almasının maliyetlerinin devlet tarafından ödenmesi, ücretsiz izinlerin kadının kıdeminden düşürülmemesi önlemlerinin alınması gerektiğini belirtir. KADEM'e göre bu önlemler alındığında kadının yükselmesi önündeki engeller devlet eliyle ortadan kaldırılacaktır (Çaha, Çaha ve Yılmaz, 2016: 178).

Cam tavan olgusunun önlenmesi adına belirleyiciliği ve yasal zorunluluğu olan yönetimde kadın kotası çalışma hayatında cinsiyetler arası pozitif ayrımcılık uygulamalarından biridir. Kuzey ülkelerinde yoğun olarak kullanılan yönetimde kadın kotası, çalışma yaşamında yeterli ölçüde temsil hakkı elde edemeyen kadınların ücretli çalışmaya başlangıç, yükselme ve eğitim olanaklarından faydalanma aşamalarındaki kotayı tanımlar. Ücretli çalışmada cinsiyetler arası bir dengenin kurulması amaçlanır (Kılıç, 2015: 191).

Norveç yönetimde kadın çalışanlara yönelik kendi kota sistemini uygulamaktadır. 2003 yılından itibaren uygulanmaya başlayan yönetimde kadın kotası ile başlangıçta %7 olan kadın oranı 2008 yılında %39'a yükselmiştir (Kılıç, 2015: 191).

• Eğitim

Cinsiyet eşitliği demokrasi için ve insan hakları için temel bir olgudur. Cinsiyetler arası eşitlik sağlanmadığında eğitim, sosyo-kültürel yaşam, siyaset, ekonomik fırsatlardan yararlanma konusunda cinsiyetler arası ayrım oluşmakta, bir grup diğerine göre dezavantajlı konuma düşmektedir. Kadın erkek cinsiyetleri arasındaki eşitlik cinslerin yalnızca yasalarla eşit olmasını değil eğitim, işgücüne katılım, siyasal katılım, aile içi sorumlulukta ortak payda alanlarında eşit temsil hakkına ve statüye sahip olmalarını da sağlar (Akhun, Senemoğlu, Bircan, Bülbül, Kavak, 2000: 5).

Toplumda aile içinde erkek otoritesi esasına göre tanımlanmış kurallar kız ve oğlan çocukları için farklı davranış kalıplarını beraberinde getirir. Aile sınırları içerisinde cinsiyetler arası ayrımcılık kız ve oğlan çocuklarına fırsatlardan eşit yararlanma durumunu engeller. Kız ve oğlan çocuklarının eğitimine yönelik toplumsal normlar bu engellerden biridir. Kız çocuklarının eğitim hakkından yararlanmaları oğlan çocuklarına oranla çok düşüktür. Eğitim sürecinde eğitimcilerin kız ve oğlan çocuklarına yönelik tutumları farklılaşmakta, eşitsiz ilişkiler yeniden üretilmektedir. Eğitim sürecinde yararlanılan kaynaklar, kaynakların içerikleri, müfredat programları cinsiyet ayrımcılığını yeniden üretir (Akhun, vd., 2000: 6).

Türkiye tarihine bakıldığında 1911 yılında ilk kız lisesi, 1913 yılında kadınlara özel hasta bakıcı kursu açılmıştır. Kız sanat okulları, ebelik, sekreterlik eğitimi kadınların erkeklerden farklı olarak almak zorunda oldukları eğitimlerdir. Dönemin okulları jimnastik eğitimini yalnızca kadınlara ve kapalı olan, gizli tutulan yerlerde verirdi. Yalnızca kadınlara

özel konserler, konferanslar verilirdi. Kadınların yüksekokullara ve üniversitelere girmesi ise Birinci Dünya Savaşı sonrası başladı. Kadınlar ve erkekler buralarda bir perde ile kendilerine ayrılan bölmelerde oturur, eğitim alırdı. Kadınlar eğitim görebilir fakat bu çok da lüzumlu değildi (Berkes, 2003: 445). Genel olarak ifade edildiğinde erkeğin almış olduğu eğitimle ve eğitim süreçleriyle hiçbir şekilde benzerlik taşımayan bu eğitimler kadınların ücretli çalışma yaşamına girmelerinde kendilerine uygun görülen işlerin belirlenmesine sebep olmuştur. Eğitim fırsatlarından erkeklere göre eşit bir şekilde yararlanamayan kadınlar istihdam piyasasında düşük ücretli işlerde çalışmak zorunda kalır. Yönetim pozisyonlarında yer almaları aldıkları eğitim sebebiyle güçleşir. Kadınların aldıkları eğitimin düzeyi cinsiyet ayrımcılığı temelli olarak kadının yönetim kadrolarındaki varlığını tehlikeye sokar (Akhun, vd., 2000: 6).



II. BÖLÜM

2. KADIN VE MEDYA

2.1. Medyada Kadının Temsili

Medya yazılı, sözlü ve görüntülü kitle iletişim araçlarının tamamını kapsayacak şekilde tanımlanmaktadır ve medya bu anlamda büyük kitlelere ulaşmada önemli ölçüde etkiye sahiptir. Lasswell medyanın bu çok yönlü sürecini “*Hipodermik Şırınga Modeli*” ile açıklar. Bu modelde, gönderici ve alıcı olarak adlandırdığı ikilik arasındaki mesaj aktarım ilişkileri açıklanır. Göndericinin mesajı alıcının davranışlarına, düşüncelerine etki eder. Medya aracılığıyla aktarılan mesajlar deri altına enjeksiyon yapan bir şırıngaya benzetilir. Gönderilen mesajlar alıcılar üzerinde doğrudan ve anında bir etki yaratmaktadır (Yaylagül, 2008: 46). Bu anlamda söylemler aracılığıyla bir denetim ağı oluşturan medya, izleyici ve okurlar üzerinde etkili bir sorunsal beraberinde getirmektedir. Medya, toplumsal gerçekliklerin bir dışa vurumu olarak karşımıza çıkmasının yanı sıra, gerçekliğin yeniden üretimi rolünü de üstlenmektedir. Burada asıl sorun, gerçekliğe dair dile getirilen söylemlerin hangi cinsiyeti güçlendirip, hangi cinsiyeti güçsüzleştirmekte oluşudur. Günlük yaşamda etkisiz ve edilgen role sahip olan bireyler medyada nasıl temsil edilmektedir?

Medya bir toplumda neyin ne derece önemli olduğuna dair ipuçları sunarak, toplumların neyi görmeleri gerektiğini belirterek önemli bir işlev kazanmıştır. Bu durum medyanın aynı zamanda bir ikna, bir propaganda aracı olduğu anlamına gelmektedir. Yasama, yürütme ve yargıdan sonra “*dördüncü kuvvet*” olarak nitelendirilmesinin nedeni de insanları bu denli etkisi altına alması (Yurdigül, Zinderen, 2012: 82), davranışlarını yönlendirmesi ve düşüncelerini biçimlendirme özelliğidir.

Medya, toplumsal yaşama özgü değerlerin yeniden tasarımı ve inşasında önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle cinsiyete dayalı ayrımcılığın hüküm sürdüğü toplumlarda medya aracılığıyla kadınların toplumsal statüsünün aşağı konumlandırmasının sürekliliğinin sağlandığını söyleyebilmemiz mümkündür. Bu açıdan da kadının medya araçlarına erişimi, medya organlarında ele alınış biçimleri son derece önem kazanır.

Dünyada kadınların matbaa ürünlerine ulaşmaları batıda 20. yüzyılın başlarında doğuda ise 20. yüzyılın sonlarında gerçekleşir. 20. yüzyılın yaygın iletişim araçlarından radyo, sinema, televizyon, bilgisayar matbaa araçlarından daha hızlı bir biçimde

dinleyicilere, izleyicilere, kullanıcılara ulaşmış olsa da sözü edilen yaygınlık kadınlar arasında benzer şekilde yaşanmamıştır (Şanlı, 2011: 97) .

19. yüzyılda kadın okur yazarlığının düşük olması sebebiyle piyasa için okuyucuya yönelik dergi, gazete ve kitaplar yayınlamak karlı görülmez. 19. yüzyılın sonunda kadın eğitimine yönelik vurgunun yalnızca burjuva kadınları üzerine yapılması neticesinde kadınlara yönelik yayıncılık adı verilen yayınlar hayata geçirilir. Ev içi yaşamı merkeze alan yayıncılık anlayışı duygusallığı ön plana çıkartan, edebi değer taşıma konusunda sıklıkla tartışmalara yol açan romantik dergi ve kitapları kadınlara sunar (Şanlı, 2011: 98).

Piyasa kadınları ev içi ile özleşştiren yayınlarını sürdürürken 19. yüzyılın sonunda feminist hareket içinde olan kadınlar erkeklerle eşit oy hakkı taleplerini duyurabilmek adına manifestolar, dergiler, el ilanları, bildiri kitapçıkları, gazeteler, afişler yayınlar. Kadınların dönem içerisinde yapmış oldukları yayınlar kadın hareketinin ilk basılı yayınları olmasının yanı sıra feminist yayıncılığın ilk örnekleridir. İlk feminist yayınlar sürekliliği olmayan yayınlar olmaları sebebiyle dikkat çeker. Feminist yayıncılık 20. yüzyılda kar amacı gütmeyen bir nitelik taşır. Gelenekselleşen yayıncılığı terk etmeden yeni yayın teknikleri ile seslerini duyurmaya çalışan kadınlar sokak gösterileri, şarkılar, duvar yazıları ile yeni iletişim imkanlarını amaçları doğrultusunda kullanır. Kadın hareketinin gündemini çok sayıda kadın ve erkeğe ulaştırmayı amaçlayan dönemin kadınları yerel yayın alanları ile hareket eder, orta sınıf kadınlarının romantik hikayeler ile sınırlandırılmasını eleştirir (Şanlı, 2011: 98).

Eleştiriler temelde orta sınıf kadınlarının medya organları tarafından oluşturulan metinler aracılığıyla tekrar baskı altına alındığı üzerinedir. 1980'li yılların başlarında romanslar ve magazinlerin kadınları hayali bir dünya içerisinde konumlar. Kadınlar bu hayali dünyanın sığınan kadınlarını oluşturur. Dönem yayınlarının düzeysiz oluşu ve bu düzeysizliğin kadın okuyucular arasındaki popülerliği ile eleştirilen magazinelere ve romanslara sığınan kadınlar, feminist yayıncılığın hedefinde yer alır (Şanlı, 2011: 99).

Toplumsal yaşamın her evresinde kadının ikincil konumunun medyadaki kadın temsilleri ile etkileşim içinde kurulduğuna dikkat çekmek gerekmektedir. Bu dönemde medya toplumsal yaşamda inşa edilen cinsiyet rollerini yansıtmaktan çok yeniden inşa etmektedir ve böylece kadının ikincil konumunu pekiştiren bir yeniden üretim olarak yorumlar (Çelenk, 2010: 2). Özellikle televizyonda, haberlerde, reklamlarda, dizi ve

filmlerde özne olarak ya da nesne olarak temsil edilişi üzerine yapılan araştırmalar eril bakışın hakimiyeti vurgusu ile tanımlanmıştır. Medya ‘ötekileri’ dışlayan bir oluşum içindedir ve “kadınları erkeklerle olan ilişkilerinin dışında bağımsız bireyler olarak görmemektedir” (Çelenk, 2010: 4).

Gazeteler ve televizyonlarda yayınlanan şiddet haberlerinde kadının bir nesne olarak temsili ve bu anlamda ikincil konumunun pekiştirildiği görölmektedir. Özellikle kadına yönelik şiddet haberlerinde “öykü” tarzı haber anlatımı yoğunluktadır. Bunun nedeni şiddetin duygusal yönü ön plana çıkarılarak, okunabilirliği daha çok arttırmak adına olayları dramatize etmektir (Gökulu, Hosta, 2013: 1842). Gazetelerde kadına yönelik şiddet haberlerinin ‘sansasyonel’ bir üslupla ayrıntılı bir biçimde betimlenmesiyle okuyucuların dikkati çekilmeye çalışılır. Bu bağlamda açıktır ki medya, toplumsal değerleri herhangi bir sorgulama yapmaksızın dolaşıma sokarak erkek egemen ideolojinin kadına biçtiği roller çerçevesinde şiddet haberlerinde kadına yönelik şiddeti yeniden üretmektedir. Gazetelerin kadına yönelik şiddet haberlerinde kullandığı sansasyonel üslup haber başlıklarında da kendini gösterir. Okunurluluğu arttırmak amacıyla, ilgi çekici, duygu yüklü ifadeler gazetelerin başlıklarında da yer alır.

Yazılı ve görsel reklam anlayışı da kadının ikincil konumunu pekiştirir. Özellikle 1970’li yılların reklamlarda kadınların göze hitap eden seyirlik bir nesne oluşuna yönelik eleştirilerin sonucunda 1980’li yılların başlangıcından itibaren kadın araştırmacılar kadının reklam içeriisindeki konumu üzerine çalışmalarını gerçekteştirir. Reklamlar ile orta sınıf mensubu kadınların ev içi ile sınırlandırılarak yüceltilmesi söz konusudur (şanlı, 2011: 105).



şekil 2.1. Kadının Mutluluğu Bir Paket Mercimek Reklam Afişi

Mutlu ev kadınlığı vurgusunun hakim olduğu reklamlarda annelik sıfatlandırılması da önemli bir yer tutar. Çalışmada, ücretli çalışma yaşamında kadının engellerinden olarak ele alınan süper kadın sendromu reklamlarda da kendini gösterir. Neşe ile çocuklarına ve eşine kahvaltı hazırlayan ücretli çalışan süper kadın anne zenginlik ve refah ile aktarılır (Şanlı, 2011: 105).



Şekil 2.2. Kadının Mutluluğu İyotlu Tuz Reklamı

Kadının medya ile olan ilişkisinde incelenmesi gereken araçlardan biri de sinemadır. Türkiye tarihinde Osmanlı döneminde 1910 yıllarında küçük çaplı çekimlerle başlayan sinema sanatı (Aslan, 2015: 46), sanatçısına özgür bir alan sunarken, toplumsal değerlerin aktarımında izleyici ile arasında bir bilgi alışverişi yapar. Sinema yoluyla toplumun büyük çoğunluğuna kolayca ulaşılabilir. Sinemanın çok boyutlu aktarımında kadın cinsiyetinin temsili bu noktada önem taşır. Geniş kitlelere hitap eden bir sanat dalı olan sinema dalında toplumsal tüm mekanizmalar içerisine sızmış olan cinsiyetler arası tahakküm ilişkilerine rastlamak kaçınılmazdır. Ataerkil toplumsal değerler kadın ve erkek cinsiyetlerinin kutuplaştırılmasına etki ederken, kadına ve erkeğe toplumsal kimlik kazandırma süreci sinemaya da yansımaktadır. Sinema bazen toplumsal kuralların belirlemiş olduğu kendi tanımlamalarını yapmış, bazen de toplumsal tanımlamalara karşı çıkmıştır (Söğütöller, 2018: 6).

Kadın hareketinin medya ile olan ilişkisi 1970’li yıllarda kurulur. Dönemin medya ve toplumsal cinsiyet temelli ilk çalışmaları kadının medyada var olup olmadığına ilişkin yapılan analizler oluşturur. Analizler sonucu kadının medyada yer almasındaki vurgunun geleneksel kadın üzerine yoğunlaştığı ortaya konulmuştur. Bağımsız olmayan kadın vurgusu beraberinde herhangi bir beceriye sahip olmayan, çok yönlü olmayan, erkeklerden daha az temsil edilen ev içinde var olan kadın temsilini de yaratır. Medyada kadının temsiline yönelik gerçekleştirilen ilk çalışma Gaye Tuchman’ın *Aile Ocağı: Medyada Kadın İmgeleri* adlı kitabıdır (Akça ve Ergül, 2016: 21).

2.2.1. İlgili Kuram ve Yaklaşımlar

İşlevselcilik Yaklaşımı temelli medya kuramlarından biri Denis Mcquail’in Katılımcı Demokratik Medya Kuramı’dır. Kurama göre medya toplumsal hayatla iç içe olmalıdır. Toplumsal yaşama eşit katılım adına halkın yararına olabilecek fırsatları halka sunmalıdır. Medyada etkili olan iktidar denetimlerinin yerine kuramda halkın katılımını sağlama yolunda atılacak adımlar tavsiye edilir. Medya bu doğrultuda yerleşen, halkın katılımının sağlanmasında araç olan bir kamu hizmeti anlayışına sahip olmalıdır. Kuram içerisinde amaçlanan halkın yönetime eşit katılımının sağlanması ve aynı zamanda medyanın toplumsal gruplar, kurumlar, oluşumlar, işletmeler ve halk arasında kurulan etkileşimi sağlamasıdır (Mora, 2008: 35) .

İşlevselci kuram içerisine yer alan Denis Mcquail’in Katılımcı Demokratik Medya Kuramı katılımcı demokrasi anlayışını da beraberinde getirecektir. Halkın bilgiye ulaşımında temel olarak yaşanan problemlerin giderilmesinde bir araç olarak görülen medya organları yerine halkı ön planda tutma durumu hakimdir. Genel itibariyle kuramda, medyanın var oluşu imtiyaz sahipleri ya da büyük şirketler ile değil halka hizmet anlayışıyla açıklanmaktadır. Medya organlarının içeriklerinin oluşturulmasında siyasetin ve siyasal partilerin etkili olmaması gerektiğini vurgulayan kuramda, yerel topluluklara kendi düşüncelerinin özgürce ifade edebilecekleri kendi medyalarının oluşturulması yönünde tavsiyelerde bulunmaktadır. Medyanın içinde yer aldığı grupların yalnızca toplumun imtiyazlı kişilerine hizmet etmesi değil azınlık grupları da dahil olmak üzere tüm vatandaşları kapsamaması gerektiğine yönelik bir temenni ve öneri de Katılımcı Demokratik Medya Kuramı içerisinde yer alır. Kuram içerisinde amaçlanan yurttaşlık bilincine ulaşıldığında ise ülke vatandaşları kendi problemlerine çözüm arayışları içerisinde girecek ve en önemlisi kendi problemlerine yabancılaştırmadan problemlerine sahip çıkacaktır.

Problemlerine sahip çıkan halk örgütlenecek, kendi düşüncelerini oluşturacak ve düşüncelerini dile getirebilecektir (Mora, 2008: 36).

İşlevselci kuramlar medya açıklamaları yapmadıkları medyayı yalnızca betimleyerek aktarlamaları üzerinden eleştirilmiştir. İşlevselci yaklaşımların medya kuramları yeterli ilgiyi göremediğinde marksist medya kuramları farklı çözümlerinde bulunmuştur (Giddens, 2012: 645).

Marksist gelenekten Theodor Adorno ve ait olduğu Frankfurt Okulu kuramcılarını kitleler üzerinde etkili olan kitle iletişim araçları üzerine eleştiriler yapar. Marx'ın esinlendiği fakat fikirlerinin ciddi bir şekilde yeniden yorumlandığı (Giddens, 2012: 646) Frankfurt Okulu kuramcılarını Marx tarafından ihmal edilen kültür üzerine yoğunlaşarak medya ve kültür üzerine çalışmalar gerçekleştirirler. Adorno ve Horkheimer tarafından kavramsallaştırılan '*Kültür Endüstrisi*', televizyonlardan, radyolardan, güncel müzik ve faaliyetlerinden, yazılı medya organlarından oluşur. Düşünürler tarafından kültür endüstrisinin kapsadığı tüm medya organlarında diğer sektörlerde olduğu gibi kar amacının hakim olduğu vurgusu yapılır. Kar elde etmenin amaçlandığı endüstriler aynı zamanda kitle toplumunun boş zaman endüstrisini de oluşturur. Boş zamanlar artık çalışmalara verilen molalar anlamı taşımaz. Kültür endüstrisi tarafından hazırlanan, kişinin hazırlanmasını gerekli kılan bir aktivitedir. Bu anlamda kültür endüstrisinin varlığı kişilerin özgür düşüncelerinin oluşmasını engeller. Örneğin ticarileşmenin pençesinde bir Mozart, Vivaldi, Chopin yok olurken yerlerini popüler müziğin eğlence kültürü alır (Giddens, 2012: 647).

Medyaya ilişkin Frankfurt Okulu geleneğinin düşünce kalıplarına bağlılığıyla bilinen Habermas yeni medya kuramcılarını arasında yer almaktadır. Frankfurt Okulu tarafından medya üzerine yapılan çalışmalarını, *Kamusal Alanın Dönüşümü* ve *İletişimsel Eylem Kuramı* kitaplarında sözünü ettiği ilk gazetelerin ortaya çıkışıyla başlayan yeni kamusal alanın oluşumu ve buna bağlı olarak iletişimsel eylemin toplum içerisindeki konumlandırılışı üzerine yeniden analiz eder.

Habermas'a göre Londra ve Paris 18. yüzyılda Avrupa'da ortaya çıkan büyük kentlerdir. Bu kentlerin gelişiminde etkili olan saraydan ve kraldan bağımsız bir şekilde toplumsal hareketlilik içerisinde yer almalarıdır. Londra'daki kahvehanelerde bir araya gelen insanlar, gazeteler okuyarak, edebi ve sanatsal etkinliklerde bulunarak bilgi ve haberleşme

olanağına sahip olmaktadır. Burada okunan gazeteler 18. yüzyılın başlarında kahvehane sahipleri tarafından çıkartılmaktaydı (Akt. Atabek, 2002: 227).

Tüccarların el yazması şeklinde kaleme aldıkları bu ilk gazeteler siyasi gazeteler şeklinde adlandırılır. Ancak bu siyasi gazetelerde siyaset ile birlikte her türlü habere yer verilmektedir. Bu haberlerin başlarında savaş haberleri, parlamentoya ait bilgiler, reklamlar, vergi uygulamaları, kıymetli maden ticareti gibi konular gelmektedir. Fakat yayın hayatına geçildikten sonra bu bilgiler süzgeçten geçirilmeye başlamıştır. Böylece şunu söyleyebilmek mümkün hale gelir: siyasal gazeteler tüccarların okuması amacıyla, tüccarlar için değil, tüccarlar tarafından bu yeni toplumsal grup için çıkarılmaktadır (Timur, 2008: 43).

Bu açıdan da 18. yüzyılda ortaya çıkan bu kahvehanelerin bugünkü anlamda kamuoyunun ortaya çıkmasında bir zemin oluşturduğunu söyleyebilmek mümkündür (Atabek, 2002: 227, 228).

Habermas bu dönemde tüccarların tüccarlar için olmayan gazetelerin sahipleri olması örneğinde olduğu gibi kapitalist ilişkilerin gelişmesiyle kamusal alanın dışında bir özel alanın ortaya çıktığından söz eder. Gazete ve dergilerin asıl okuyucularının belirli bir sınıfa ait olduklarını belirtmektedir. Habermas bu yeni sınıfı '*yeni burjuvazi*' olarak adlandırır.

Habermas burjuva kamusal alanının devletle Pazar ekonomisi arasında bir köprü kurduğundan söz eder. O'na göre burjuva kamusal alanı bu ilişkiyi akıl süzgecinden geçiren bir okuyucu, dinleyici ve seyirci kitlesinden oluşmaktadır. Bu noktada Habermas, toplumsal ilişkilerin değiştirilmesinin başlıca amacının medya olduğunun altını çizmektedir. Bu anlamıyla da devlet medyayı kontrol altında tutmayı amaçlamaktadır. Habermas devletin bu kontrol altında tutmayı amaçladığı medyayı iletişim ve özgürlük alanı olarak tanımlayan bir burjuvaziden de bahsetmektedir. Habermas'a göre kültürlü burjuvazi bazen de görev burjuvazisi adını verdiği bu sınıf, avukat, doktor vb. yeni ortaya çıkmış meslek gruplarındaki insanlardan oluşur (Timur, 2008: 46). Bu açıdan da Habermas'ın kamusal alanı, kültürlü burjuvazi adını vermiş olduğu sınıfın yeni bir okuyucu, dinleyici, seyirci grubu yarattığı bir alandır. Bu yeni toplumsal gruplar yeni toplumsal değerler ve bu değerlere bağlı olarak ilgi alanları yaratır (Timur, 2008: 79).

Aydınlanmadan doğmuş olan modern kamusal alan, devlet ile yurttaşların politik sorunları açıkça müzakere ettikleri özel alan arasında bir aracılık mekânıdır (Dacheux, 2012:

16). Sözü edilen özel alan ve kamusal alan ayrımının tarihi Antik Yunan'daki "kent devleti" olarak tanımlanan Polis'lere kadar uzanmaktadır. Buradaki kamusal alan kent merkezindeki açıklık alanlarda, mahkemelerde, tiyatrolarda kısaca ortak eylemlerde yer almaktadır. Özel yaşam daha çok aile arasındaki ilişkileri, aile üretim etkinliklerini kapsar (Atabek, 2002: 225).

Habermas'ın kamusal alana yönelik açıklamalarından yola çıkarak burjuva ailesinin özel alanın çekirdeğini oluşturduğuna yönelik eleştiriler yapılır. Sözü edilen burjuva ailesinde mahremiyetin altı çizilmektedir. Bu mahremiyet çerçevesinde özel alan olan ailenin tahakküm ilişkilerinden bağımsız bir biçimde, toplumsal zorlamanın dışında olmasına vurgu yapılır. Öyle ki Frankfurt Okulunun ilk dönem temsilcilerinden Horkheimer ve Adorno da bireyin özgür olduğu kurumu aile olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlama karamsar olmaları nedeniyle Habermas tarafından eleştirilen Horkheimer ve Adorno ile Habermas'ın ortak özellikleri arasında yer almaktadır (Hasdemir, Coşkun, 2008: 126).

Habermas'ın burjuva kamusal alanı üzerinden yapmış olduğu tanımlamanın özel ve kamusal alanı birbirinden ayıran özelliklerin belirlenmesinde bir problem oluşturduğu söylenir. Feminist kadınlar arasında da sıkça vurgulanan bu ayrımındaki sorunu şöyle örneklendirebilmek mümkündür. Evli kadınların aile içerisinde maruz kaldıkları şiddet özel alan içerisinde mi değerlendirilmelidir? Ya da bu durumda aile içerisindeki kadınları bu tür şiddet eylemlerinden koruyan yasaların çıkartılmasını kapsayan kamusal alan içerisinde mi değerlendirilmelidir? (Dacheux, 2012: 16) Habermas, bu eleştirilerin çoğunu birleştirir ve "plebyan bir kamusal alan"ın varlığını kabul eder (Akt: Dacheux, 2012: 18).

Habermas Marksist bir gelenekten gelmesine rağmen toplumsal değişimin başat kurumunun iletişim olduğunun altını çizmiştir. Konsensüsü sağlayan iletişimdir. Bu anlamda da 1976-1980 yılları arasında yazılmış olan "*İletişimsel Eylem Kuramı*" Habermas'ın genel düşüncelerini içinde barındırması bakımından bir başyapıt olarak karşımıza çıkar.

Habermas'a göre iletişimsel eylem insan olmanın ön koşuludur. İdeal konuşma durumu ise "özgür ve şeffaf iletişim için gerekli olan koşullar" anlamına gelmektedir. İdeal konuşma durumuna ulaşmak için önemli olan konuşmaya katılan bireyler arasındaki güç ilişkilerinde yaşanan dengesizliğin ortadan kalkmasıdır. Çünkü güç dengesizliklerinin varlığı ile konuşmaya katılanlar arasında eşitsiz bir durum ortaya çıkmaktadır. Bunun

nedeni statü ve sınıf gibi faktörlerdir. Habermas sınıf ve statü kavramlarına yönelik açıklamalarını Marx'tan farklı olarak kullanmaktadır. Sınıf ve statü gibi kavramların varlığı ideal konuşma durumuna engel olmaktadır. Bu faktörler bir kişinin kendi görüşünü bir diğerine zorla dayatması ya da bu kişiyi frensiz bir şekilde eleştirmesi anlamına gelmektedir. Bu açıdan da Marx'ın söylemiş olduğu özgür emek kavramının yerine Habermas özgür iletişimin vurgusunu yapmaktadır (Habermas, 2001). Özetle belirtmek gerekirse Habermas Marx'tan farklı olarak toplumu sınıflar ve sınıf mücadelesi bağlamında incelemek yerine toplumu oluşturan bireylerin kurdukları özgür iletişim açısından inceler.

Yeni medya kuramlarından günümüzde etkinliğini yoğun bir şekilde sürdüren bir diğeri Jean Baudrillard'ın '*Hiper Gerçeklik Dünyası*' kavramsallaştırmasıdır. Kavram ile temel olarak yeni medya teknolojilerinin diğerk teknolojiler karşısında daha büyük bir etkiye sahip olduğu vurgusu yapılır. Özellikle televizyon kişilerin yaşamlarını tamamen değiştirir, kişilere yalnızca dünya ve ülkeleri hakkında bilgi aktarımını sağlamaz aynı zamanda içinde yaşadıkları dünyanın gerçekte ne olduğunu da belirleme gücüne sahiptir (Giddens, 2012: 648).

Baudrillard'ın sözünü ettiği hiper gerçeklik anlamların başka imgelerden edinildiği ve aslında bu sebepten dolayı dış gerçeklikte temeli olmayan imgelerle kurulan benzerlik ilişkisinden yeniden inşa edilen bir süreçtir. Medya organlarında tanıtımının yapılmadığı hiç bir ürünün satışlarında başarıya ulaşamaz. Medya izleyicileri, okuyucuları, dinleyicileri tarafından bilinen bir ürün aslında medya organlarında ürünün imgesidir (Giddens, 2012: 649).

Genel medya kuramlarından toplumsal cinsiyet ve medya kuramlarına yönelik geçişte ise karşımıza H. Blumer ve E. Goffman'ın temsilciliğini yaptığı Sembolik Etkileşimcilik kuramı kapsamında kadının ele alınması çıkar. Sembolik etkileşimcilik kuramı cinsiyetlerin toplumsal yapı içerisindeki farklılıklarını ele alır. Toplumsal yapıdaki ataerkil oluşumlar sebebiyle cinsiyetler arasındaki farklılığa vurgu yapılan bu kuramda biyolojik cinsiyetin yani kadın ve erkek cinsel organına sahip oluşun doğuştan kazanıldığı fakat toplumsal cinsiyetin toplumsallaşmanın etkisiyle sonradan edinildiği görüşü hakimdir. Toplumsallaşma aracılığıyla toplumsal kurumlar tarafından kişiye aktarılan toplumsal cinsiyet, kadınlara ve erkeklere toplum içerisinde belirli alanları ayırarak rol ve sorumluluk vermektedir. Kadınlar bağımlı, itaatkar ve aktif olmamaları yönünde şartlandırılırken erkekler bağımsız, emir veren ve aktif olmaları yönünde şartlandırılır.

Kurama göre toplumsallaşmanın bu boyutu cinsiyetler arası eşitsiz ilişkileri güçlendirir. Kişilerin toplum tarafından kendilerine verilen rol ve sorumlulukları içselleştirmesi beklenir ve sözü edilen davranış kurallarına uygun olmayanlar toplum tarafından dışlanabilmektedir (Gökkaya, 2015: 343).

2.2.1.2. Kadının Ücretli Çalışma Alanı Olarak Medya

1970’li yıllar Batıdaki kapitalist ülkelerde medya sektöründe çalışan kadınların %20 ve altında olduğu yıllardır. Dönemin sosyalleşme aracı olarak en çok talep gören medya organı olan televizyonlarda dahi ücretli çalışan kadınların oranının %10’dan daha az olduğu yapılan araştırmalar aracılığıyla belirlenmiştir. Medya sektörünün erkeklere tahsis edilmiş olduğu gerçeği ise yapılan araştırmalardaki mesleki cinsiyet ayrımcılığıyla görünürlük kazanır. Yönetim kademeleri, muhabirler, kameramanlar erkeklerden oluşurken düzenleyici olarak görev yapanların kadınlardan oluştuğu saptanmıştır (Şanlı, 2011: 106).

Erkeklerle aynı işi yapan kadınlarda ücret farklılığı olduğu gerçeği aynı dönem sıklıkla eleştirilmiştir. Kadınların medya sektöründe özellikle magazin, sağlık, güzellik, moda, bakım alanlarında kendilerine yer buluyor oluşu da kadınların erkeklerin ‘ciddi’ alanlarına nazaran daha az güvenilir kaynak oluşlarının bir göstergesidir. (Akca ve Ergül, 2016: 27)

Kadınların 1980’li yıllardan başlayarak işgücüne katılımında yaşanan artış medya sektöründe de görülür. Medya imtiyaz sahipliği, teknolojik değişimler medya sektöründe de değişime sebebiyet vermiştir. Medya esnek üretimin ilk defa uygulandığı alanlardan biridir ve bu anlamda kadınlar medya sektörü içerisine daha sonra sektörden uzaklaştırılmak koşuluyla dahil edilmiştir. Geçici çalışan konumunda medyada yer alan kadınlar iş güvenliğinden yoksun tutulmuştur. Medya sektörü kadın çalışanlarına geçicilik statüsünü sunarak işsizliğin belgesini görünmeyen o camının tavanında asılı tutar. Erkekler halen daimi çalışandır (Şanlı, 2011: 106).

2000’li yıllara gelindiğinde ise medyada çalışan kadınların %40’lık bir oranda yükselişi söz konusudur. Yükseliş aynı zamanda meslek liseleri ve yüksekokul mezunlarının kadın sayısındaki artışı da simgelemektedir. Medya sektöründe çalışan kadınların genel özellikleri ise dönemin araştırma bulgularına göre şöyledir:

- Kentlerde yaşayan yükseköğrenimli 25 yaş altı kadınlardır.
- Erkek meslektaşlarına göre emeğinin karşılığında daha düşük ücrete sahip olan ve yine erkek meslektaşlarına oranla daha düşük evlilik oranına sahip olan kadınlardır.
- Erkek meslektaşlarının daimi çalışan olmaları ve kendilerinin geçici çalışan olmaları durumunun neticesinde daha sık çalışma yaşamına ara veren kadınlardır.
- Yerel ve bölgesel yaygın kuruluşlarında çalışmayı tercih eden ve ek olarak haftalık ya da aylık dergilerde çalışan kadınlardır (Şanlı, 2011: 107).

Radyo çalışanı kadın sayısındaki artış diğer alanlara oranla daha yüksektir. Bu duruma ek olarak televizyonlarda sunuculuk yapan kadın sayısı da diğer medya alanlarına göre artış göstermektedir. 300 yıldan beri kadınlar olmadan varlığını sürdüren gazetelerde ise ücretli emeğini sergileyen kadınlar gazetelerin sıklıkla sağlık, kültür ve eğitim sayfalarında kendilerine yer bulmuştur (Şanlı, 2011: 107). Sözü edilen sayfalarda kadınlar en iyi yaşantıyı sürebilmeleri için kadınlara reçeteler hazırlar. Haber metinlerini kendi yaşam tecrübelerinden hareketle kişiselleştirerek sunarlar. Toplumsal problemler üzerine değinmekten uzaklaşan kadınsı stil yaratma uğraşı içinde olan kadınlar, özel alan ile kamusal alan arasındaki bağın gücünü ve bu bağ neticesinde özel alanın kamusal alanın ayrılmaz bir parçası olduğunu vurgular. Gıda, moda ve giyim alanlarında mevcut düşüncenin yeniden kadınsı bir hal almasını sağlarlar, böylece kutsal aile kavramı canlılığını korur (Şanlı, 2011: 108).

Radyo çalışanı kadınların ve televizyon çalışanı kadınların sunuculuk yaptıklarında kendi mesleklerini önemsedikleri, kendilerine yönelik eleştirileri kabul ettikleri ve kendilerine yüklenen ağır iş yükü altında çalıştıkları saptanmıştır. Medya alanlarından herhangi birinde imtiyaz sahipliği ise halen kadınlar için çok düşük oranlarda seyretmektedir (Şanlı, 2011: 108).

Medya sektöründe kadınların yer alma durumunda sayıca artış gözlenmesine rağmen cinsiyetçi iş bölümü varlığını sürdürür. Cinsiyetçi iş bölümünde yaşanan artışın nedeni ise kadınlar arası bütünlüğün azalıyor olmasından kaynaklıdır. İktidarın kadın dayanışması üzerine geliştirdiği stratejiler kadın çalışanın aynı cinsiyetteki meslektaşına bağının kişisel olarak kurulmasını sağlar. Haber odalarının erkek egemen yapısı bir dönüşüme uğrayarak içinde kadın çalışanların rekabetine dayalı bir görünüm sergiler (Şanlı, 2011: 108).

Güvencesi olmayan çalışma ortamında geçici çalışan statüsündeki kadınlar kendi aralarında egemen sistemin stratejileri sebebiyle alaylı ve okullu, deneyimli ve deneyimsiz olarak ayrışır.

Günümüzde kadınların çalışma yaşamında iktidar stratejilerinin baskıları sürüyor olsa da kadın meslek örgütlenmelerindeki yetersiz ilişki ağları medya sektöründe ataerkil ilişkilerin sürmesini pekiştirmektedir. Profesyonelliğe yapılan vurgu piyasanın rekabetçi yapısının bir yansıması olarak varlığını sürdürmekte, çalışanların dayanışmasını ve bu anlamda kadınların medya sektöründe yönetici pozisyonlarında yer almasını engellemektedir (Şanlı, 2011: 109).

Genel olarak toplumsal cinsiyet kalıplarının toplumda yer aldığı biçimiyle aktarımını sağlayan medyanın kadınları temsil ederken, kadınların edilgenliğini yeniden üretmekte ve toplumsal cinsiyet rollerindeki eşitsizliği onayladığını belirtmek gerekmektedir. Medya kadın ve erkek rollerini belirleyen toplumsal normlar gibi, kadın ve erkek temsillerini de bu yönde sunarak, toplumun değerlerini destekleyen bir yapıya sahiptir. Bu durum ise bizlere medyanın ataerkil sistemi kendi organlarını kullanarak nasıl yeniden ürettiğini göstermektedir.

Medyada kadının temsilini beş madde ile açıklayabilmek mümkündür. Bunlardan ilki oldukça nadir gözlemlenen kadının erkekler ile eşit bir biçimde temsil edildiği durumlardır. Bu temsil doğal – eşit varlık olarak tanımlanan temsildir. İkinci temsil ise ataerkil yapının belirlediği toplumsal cinsiyet rollerinin özel alanla temellendirdiği eş, anne, fedakar kadın temsilleridir. Medya organları kadınları eş, annelik üzerinden tanımlayarak, fedakarlık niteliğine vurgu yaparak içeriğini hazırlamaktadır. Kadınlar canı, suçlu, kurban olarak ve aynı zamanda özel ilişkileri ile, kıyafetleri ile, seyahatleri ile medyada yer almaktadır. Bu durum ise kadının medyadaki üçüncü temsili olan magazin nesnesi olarak temsil edilmesini göstermektedir. Kadının özel hayatının magazinelleştirilmesi, kadının cinselliği ve bedeninin de medya için cinsel nesne – haz nesnesi olarak temsilini beraberinde getirmiştir. Bu anlamda dördüncü temsili kadın bedeninin ve cinselliğinin ön plana çıkarıldığı içerikler oluşturmaktadır. Son olarak içerikle doğrudan ilgisinin olmadığı olaylarda kadının gündelik tecrübelerinin “konu mankeni” şeklinde temsil edilmesinden söz etmek gerekmektedir. Bu temsil ise araçsal varlık olarak kadının temsilidir (Kuruoğlu, Aydın, 2014: 108-109).

2.2.2. Türkiye’de Yerel Medyada Çalışan Kadın

Osmanlı Devleti 19. Yüzyılda çeşitli değişim ve dönüşüm hareketlerini yaşamıştır. Özellikle II. Meşrutiyet Dönemi bu hareketlerin bir örneğidir. Bu dönemin kadınlarını, mücadelelerinin taşıdığı nitelikleri öğrenebilmek ve günümüz Türkiye’sindeki kadının medyada konumunun geçirdiği evreleri anlatabilmek için dönemin dergi oluşumlarından söz etmek gerekir (Çakır, 1994: 22).

1882 yılına kadar devletin nüfusuna yönelik incelemelerde istatistiklere dahil edilmeyen Osmanlı kadınları toplum içerisinde görünür olabilmek için sarf ettikleri çabalarına yazılı basın organlarını kullanarak başlamıştır. Kadınların hak talepleri yazılı basın organlarında ilk olarak takma isimlerle yazılmış mektupların yer almasıyla görünür olmaya başlamıştır. Yayımlandığı tarih itibariyle ilk kadın dergisi, içerik ve ifade tarzı ile dönemin kadınlarının sorunlarına eleştirel bir bakışla yaklaşmıştır. Sözü edilen kadın dergisi 1869 yılında 48 sayıyla çıkmış olan Terakki-i Mukadderat dergisidir (Çakır, 1994: 23). Dergide özellikle üzerinde durulan mesele kadınların eğitimidir. Rabia takma isimli bir kadın tarafından kaleme alınan bir mektup dönemin hakim kadın erkek cinsiyetleri arasındaki eşitsiz ilişkilere bir eleştiri olarak önemlidir (Çakır, 1994: 24).

“Şurasını iyi bilmek gerekir ki, ne erkekler kadınlara hizmetkar, ne de kadınlar erkeklere cariye olmak için yaratılmıştır. Erkekler hüner ve marifetleri ile hem kendilerini, hem de hepimizi geçindirebiliyorlar da, biz niçin bilgi ve hüner kazanmaya kudretli olamıyoruz? El ve ayak, göz, akıl gibi vasıtalarda bizim erkeklerden ne farkımız vardır? Biz de insan değil miyiz? Yalnız cinsimizin ayrı oluşu mu bu halde kalmamıza sebep olmuştur? Bunu hiçbir sağduyu sahibi kabul etmez.” (Çakır, 1994: 24).

Terakki-i Mukadderat dergisinin ardından 1875 yılında Vakit yahut Mürebbi_i Muhadderat adlı dergi kadınlara yönelik olarak yayımlanan dergilerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine aynı tarihte Ayine dergisi kadınların özel alanla genel olarak tanımlayabileceğimiz evlilik ve aile konularına yoğunlaşmıştır. Aileye mahsus yayınlanan dergilere 1880 yılında Aile dergisi eklenmiştir. Aile dergisi kadınları yalnızca özel alanla sınırlandırmamış çeşitli bilgilerle kadınları bilinçlendirmeye de çalışmıştır. Benzer bilinçlendirme çalışmalarına 1883 yılında İnsaniyet dergisi de katılmıştır. Ansiklopedik bilgilerin, takvim ve yıldız sistemlerinin dahi yer aldığı bu dergide kadınların yazdıklarını

yayımlatabilmek için sıklıkla erkek isimlerini kullanmak zorunda olduklarına dair sitelere de yer verilmektedir (Çakır, 1994: 25).

1883'te İnsaniyet dergisinde yayımlanan sitemlerin de etkisiyle Hanımlar dergisi yayın hayatına girmiş ve bu dergide kadınlar yalnızca kendi imzalarını atmıştır. Eğitim ile başlayıp aile ile devam eden kadın meselelerine yoğunlaşma hareketinin Hanımlar dergisiyle farklı bir boyut kazanmış olduğu görülmektedir. Bu dergide ağırlıklı olarak öne sürülen düşünce kadının evdeki konumunu arttırmak ve aynı zamanda eğitimine verilen önemi de değerli kılmaktır. Önceden belirtilen altı kadın dergisinin sahibi ya da yazı kadrosu kadınlardan oluşmamaktadır. Kadınları bilinçlendirme mücadelesi erkeklerin önderliğinde halen devam etmektedir. Dönemin bu düzenini 1886 yılında Şüküfezar dergisi değiştirerek, sahibinin ve yönetim kadrosunun tamamının kadınlardan oluştuğu ilk kadın dergisi olarak tarihte yerini almıştır. Burada kadınlar kendilerinin kaleminden kendilerine ait meseleleri okumakta ve tüm bu yazılar kendilerini babalarının ya da kocalarının adlarıyla tanımlayan kadınlar yerine kendi adlarıyla var olma çabasında olan kadınların yazılarıdır (Çakır, 1994: 26).

"Biz ki saçı uzun akli kısa, diye erkeklerin hande-i istihzasına hedef olmuş bir taifeyiz. Bunun aksini ispat etmeye çalışacağız. Erkekliği kadınlığa, kadınlığı erkeklığe tercih etmeyerek, şah-rah-i sa'y-u amelde (çalışmanın doğru yolunda) mümkün olduğu kadar payendaz-ı sebat (ayak direktmek) olacağız." (Çakır, 1994: 26).

1888 yılına kadar kadın dergileri vurgulanan konuların metnin içerisinden anlaşılacağı bir biçimde dağınık olarak var olmaktadır. 1888 yılında II. Abdülhamid'in desteğini alarak yayımlanan Mürüvvet dergisi konuları başlıklarına ayırarak okuyucuya sunan ilk dergi olma özelliği taşımaktadır. Bu dergi kadınların eğitimi üzerinde durarak hem kültürel anlamda kadınları bilinçlendirmeyi hem de dünyadaki diğer kadınlardan haberdar etmeyi ilke edinmiştir. Şair Nigar bint-i Osman'ın ilk şiiri Mürüvvet dergisinde yayınlanmıştır. Tek sayı olarak yayımlanan Parça Bohçası adlı dergi de 1889 yılında yine iki kadın tarafından çıkartılmıştır. Toplumun kadın işi olarak tanımladığı cinsler arası iş bölümüne uygun olarak seçilmiş, ev işleri, yaşlı ve çocuk bakımı, mutfak becerileri gibi konuların gündeme geldiği ilk kadın dergisidir (Çakır, 1994: 27).

Dönemin en uzun süreli kadın dergisi 13 yıl süreyle çıkmış olan, başyazarı ve yazar kadrosunun büyük çoğunluğu kadınlardan oluşan Hanımlara Mahsus Gazete'dir. Hanımlara

Mahsus Gazete'nin yazı kadrosundaki kadınlar, dönemin aydın, bürokrat sınıfının eşleri ve ya kızlarıdır. Bu özellikleri de iyi eğitim almalarının önünü açmıştır (Çakır, 1994: 30). 1895'te başlayan yayın hayatını 1908 yılına kadar sürdürmüş olan Hanımlara Mahsus Gazete, toplamda 604 sayı ile kadınların gelecek nesilleri yetiştirmedeki önemine vurgu yapmıştır. Kadınlara iyi birer anne ve eş olmaları yönünde nasihatler verilirken bu kimliklerini sorgulamalarına ve erkeklerle kıyaslamalarına yönelik açıklamalar da getirilmiştir (Çakır, 1994: 28).

Bu açıklamalara en önemli katkıyı ilk kadın roman yazarı Fatma Aliye yapmıştır. Fatma Aliye kadınların gelişimindeki engelin erkekler olduğunu öne sürmüştür. Bu düşüncesini de medeni olarak tanımladığı ülkelerden örnekler vererek açıklamaktadır. Kadınlara uygulanan kısıtlamaların yalnızca Osmanlı Devleti'nde yaşayan erkeklerin davranışlarına has olmadığını Avrupa'daki erkeklerin de kadınlara benzer davranışlarda bulduklarının altını çizmektedir. Bu baskı karşısında kadınların ve özellikle bu coğrafyada yaşayan Müslüman kadınların haklarını, kendi tarihlerini bilmemelerinden yakınan Fatma Aliye, *Meşahir-i Nisvan-ı İslam (Ünlü İslam Kadınları)* kitabında da bu konuya yer vermiştir (Çakır, 1994: 29).

Parça Bohçası dergisinde olduğu gibi Hanımlara Mahsus Gazete'de de kadınlara meslek önerilerinde bulunulmuştur. Fransa'da kadınların avukatlık yapma hakkını elde ettiğini okuyucularına duyuran dergi, Osmanlı kadınına kuaförlük, terzilik gibi meslekleri önermektedir (Çakır, 1994: 31).

1895 yılında Malumat Mecmuası'nın bir eki olan Hanımlara Mahsus Malumat dergisi yayınlanmaya başlamıştır. Dergiyi 1906 yılında yayımlanan Alem-i Nisvan adlı dergi takip etmiştir. Kafkasya'da yaşayan kadınlara yönelik olan bu dergi, II. Meşrutiyetin ilanına kadar olan son kadın dergisidir (Çakır, 1994: 32).

II. Meşrutiyetin 1908 yılında ilan edilışinden sonraki dönemde Osmanlı Devleti'nin dönüşüm hareketlerinden payını alan kadın dergilerinin sayısında hızlı bir artış yaşanmıştır. Kadınlar 1908 yılında Demet dergisiyle ilk kez siyasetle tanışmıştır:

"Bizler şu asrın terakkiyatından ne hisse alacağız? Yine o tepile tepile, eğitile eğitile maziye karışdı zannettiğimiz üzüntülerle mahrumiyetlere mi münkad olacağız (boyun eğeceğiz)? Hayır hayır artık çok çektik yetişir. Evet, artık bu yeksenak siyah gölgelerde bu bar-ı gaflete, hissiz, mütevekkil katlanmak istemiyoruz...." İsmet Hakkı (Çakır, 1994: 33).

Demet dergisinde çıkan bu yazının ardındaki satırlarda ilk kez feminizm kelimesine yer verilmiştir. Bu kelime ile önceki dergilerde kadınlara uygun görülen mesleklere karşı çıkararak, kadınların belirli mesleklerle sınırlandırılmasına karşı çıkmıştır (Çakır, 1994: 33).

1913 yılından 1921 yılına kadar, diğer kadın dergilerinden farklı olarak Osmanlı kadınlarının hak mücadelelerini kendine ilke edinmiş, Osmanlı Müdafaa-i Hukuk-ı Nisvan Cemiyeti'nin yayın organı olan yazar kadrosunun tamamı kadınlardan oluşan Kadınlar Dünyası Ulviye Mevlan tarafından yeni bir dünya kurma amacıyla çıkartılmıştır (Çakır, 1994: 38).

Genel itibariyle Osmanlı Devleti'nden başlayarak kadınlar seslerini duyurabilmek için dergileri kullanmakta ve başka kadınların sesi olmak adına başlangıçta erkek isimleriyle yazmak pahasına bile olsa mücadelelerde bulunmaktadır. Mücadelelerin içeriği her ne kadar günümüz kadın hareketinin uzağında yer alsada, dönem itibariyle taleplerin dile getirilmesinde önemli bir yere sahiptir. Osmanlı dönemi kadın dergileri aynı zamanda kadının hem özel alanda hem de kamusal alanda verdiği mücadeleleri aktarması bakımından önemlidir. İstihdam, hak talepleri, kadın erkek eşitliği, kadınlar arası örgütlülük konuları Osmanlı kadın dergilerinde oldukça yaygın bir biçimde işlenmiştir.

1980'li yıllarda mesleğin uygulanabilirliği açısından medya sektöründe eğitimli işgücü ihtiyacı doğmuştur. Medyada çalışacak olan eğitimli işgücü mesleki kuralları öğrenecek ve alınan eğitim çalışanlara alanda daha fazla yetkin olma imkanı sağlayacaktır (Arsan, Dingil, Tatar ve Aslan, 2016: 46). Bu düşüncenin merkeze alınmasıyla birlikte Türkiye akademik ortamda farklılaşmaların yaşadığı döneme girer. Özellikle Basın Yayın Yüksek Okulu'nun Ankara ilinde açılmasıyla medya alanında eğitim vermeye başlanmış ve alan içinde eğitim gören kadın sayısında da artış yaşanmıştır. Gazetecilik bölümünden mezun olan kadınların artmasıyla medya sektöründe eğitim almış, sektörel donanım sahibi kadınlar yer almaya başlamıştır (Tekvar, 2016: 440).

Günümüzde medya sektöründe özellikle yazılı basında çalışan kadın sayısındaki artışın sebeplerinden biri olarak eğitim durumundaki artış gösterilir. Eğitim düzeylerindeki artışın kadının medya sektöründe istihdam olanaklarından yararlanmasında olumlu bir etki yarattığı düşüncesi son dönem konu hakkında yapılan çalışmalarda vurgulanmaktadır. TÜİK'in 2005 ve 2012 yıllarında yazılı medya organlarında çalışan kadın ve erkek sayılarını

ortaya koyduğu istatistiklerle de amaçlanan eğitim düzeyi ile istihdam arasındaki ilişkiyi saptamaktır.

Tablo 2.5. TÜİK 2005-2012 Yazılı Medya Organlarında Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı

2005	Yayın Bölümünde Kadın Çalışanlar	Basım Bölümünde Kadın Çalışanlar	Dağıtım Bölümünde Kadın Çalışanlar
Lise Altı	428	67	94
Lise	2145	435	253
Meslek Liseleri	412	46	71
Önlisans	743	51	74
Lisans	4447	124	204
Yüksek Lisans ve Doktora	915	23	20

TÜİK 2005 verileri kadınların yazılı medya organlarında ücretli çalışmalarında eğitim düzeylerinin çalışma oranlarını arttırmada etkili bir faktör olduğunu göstermektedir. Yayın bölümünde toplam 9090, basım bölümünde toplam 746, dağıtım bölümünde 716 kadın çalışanın olduğu ve toplam verilerde kadın erkek çalışan kişi sayısının 38055 olduğu hesaba katıldığında kadın ve erkek çalışan sayısında eğitim faktörü etki etmeksizin eşit dağılım olmadığını göstermektedir. 10552 kadın çalışana karşılık 27503 erkek çalışanın varlığı kadınların erkeklere oranla medya sektörü içinde yer almasının düşük olduğunu ve bu düşüşün eğitim yoluyla yükseltilemediğini göstermektedir. Aynı çalışma 2012 yılında tekrarlandığında aradan geçen yedi yıl içerisinde iyileşmelerin mevcut olduğunu fakat cinsiyetler arası eşitsizliğin sürdüğünü söylemek mümkündür.

Tablo 2.6. TÜİK 2005-2012 Yazılı Medya Organlarında Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı

2012	Yayın Bölümünde Kadın Çalışanlar	Basım Bölümünde Kadın Çalışanlar	Dağıtım Bölümünde Kadın Çalışanlar
Lise Altı	971	125	98
Lise	4609	234	618
Meslek Liseleri	819	39	145
Önlisans	1834	92	69
Lisans	8889	235	304
Yüksek Lisans ve Doktora	1769	42	51

2012 verilerine göre yayın bölümünde toplam 18891, basım bölümünde toplam 767, dağıtım bölümünde toplam 1285 kadın çalışanın olduğu belirtilmektedir. 2005 yılına göre toplam çalışan sayısında 29095 kişilik bir artış söz konusudur. 2012 yılında tüm bölümlerde çalışan erkek sayısı 46207 iken toplamda 20943 kadının yazılı medya alanında çalıştığı belirlenmektedir.

1980 sonrası Türkiye neoliberal politikaların hakim olduğu, neoliberal politikaların yalnızca siyasal arenada değil, ekonomi ve toplumsal alanlarda da yer aldığı, kapitalizmin ve kapitalist toplumsal ekonomik sınıfın çıkarlarına hizmet eden bir döneme girer. Neoliberal anlayışın ülkede hakim oluşu kamu girişimlerinin özelleştirilmesiyle devam eder. Kişisel girişimlerin ve özelleştirmenin desteklediği bu dönemde sosyal devlet anlayışının küçülmeye giden devlet anlayışına evrilmesi söz konusudur. Devletin küçülme yoluyla çekildiği alanların sermaye tarafından doldurulması anlayışındaki Türkiye, özel sermayenin meydana gelişinde yeniden bir örgütlülük ortamında yer alır. Sözü edilen özelleştirme, küresel sermayenin yeniden örgütlenişi 1990'lı yıllarda medya alanında yoğunlaşır. Geçmişinde gazetecilik mesleğinin var olduğu aileler medyayı yönetirken yeni medya alanı yeni medya sahipliğine doğru değişime gitmiştir. Medya içerisinde daha önce yer almayan, medya kökenli ailelerin mensubu olmayan yeni medya sahipleri önce gazetecilik sonra da televizyon ve radyo alanlarında da söz sahibi olmaya başlar. Sektörde yoğunlaşmaya başlanıldığı bu dönem neoliberal politikaların özelleştirme rüzgarına kapılan, küreselleşmenin karşısında savrulan medya alanında da etkili olur (Yıldız, 2009: 131) .

Neoliberal politikalar Türkiye’de tüm sektörlerde olduğu üzere medya sektöründe de çalışanları olumsuz yönde etkilemiştir. Hangi sektör olursa olsun olumsuz koşullar meydana geldiğinde kadın erkek çalışanlardan en fazla etkilenen grubu kadınlar temsil eder. Küreselleşmenin etkisiyle gerçekleştirilen özelleştirme anlayışının neden olduğu çalışma ortamında çok sayıda kadın ücretli işini kaybetmiş, çok sayıda kadın ücretli işini kaybetme korkusuyla psikolojik bir baskının içerisinde yer almıştır. Bu duruma ek olarak özelleştirilen ticari televizyonların artışıyla da bir çok kadın ücretli iş sahibi olmuş, medya sektöründe alana katkıda bulunmuştur. Önemli katkılarıyla medya sektöründe yer edinebilmiş kadınlar maddi ve manevi hak edilen karşılığı alamamıştır (Yıldız, 2009: 134).

1980’lerden 1990’lara doğru medya sektöründe özelleştirmelere dayalı olarak bir holdingleşme başlar. Türkiye’de yazılı basın organlarında ve özel olarak okuyan sayısı ile çıkartılan gazete sayılarında önemli ölçüde zıtlık bulunmaktadır. Örneğin dağıtımları yaygın bir şekilde yapılan gazetelerin günlük tirajları 1999 yılında yaklaşık 3000000’a ulaşır. Gazetelerin dağıtım oranları ile ülke nüfus oranları dikkate alındığında ortaya çıkan tablo oldukça şaşırtıcıdır. Her 1000 kişiye düşen gazete sayısı yaklaşık olarak 61 tanedir (Tanrıöver, 2000: 175).

Bu anlamda okuyucunun çok büyük bir oranda gazete seçeneği bulunmaktadır. Gazete seçeneğinin fazlalığının aksine ve Türkiye’de okur yazar oranında yaşanan artışın aksine gazete okuma oranlarında bir düşüş yaşanmaktadır. Bundan dolayı gazete içeriklerinde değişim yaşanır. Klasik haber anlayışı yerini popüler medyaya yani içerik bakımından ilgi çeken adli vakalar barındıran ve magazin el olayların yer aldığı, daha düşük fiyatlı olan, eğitim düzeyi düşük halka hitap eden gazetelere bırakır (Tanrıöver, 2000: 176).

Gazetecilik mesleği üzerine yapılan çalışmalarda sayıca ifade edişler konusunda problemler yaşanmaktadır. Gazetecilik mesleğinin yalnızca ulusal medya organlarından ibaret olmayışı, yerel ve bölgesel, günlük, haftalık ve aylık, haber ajansları şeklinde farklılaşması çalışan kişi sayısında belirsizliğe yol açmaktadır. Belirsizliğin bir diğer nedeni ise gazetecilik mesleğinin tanımın yapılmamış olmasından kaynaklanır (Tanrıöver, 2000: 176).

Medya sektöründe kadınlara ilişkin bilgiler çoğunlukla ulaşımda problemler barındırdığından ve sayıca az oluşlarından kaynaklı olarak yüksek lisans çalışmalarında ya da kadın çalışanların kendi çabaları temelinde toplanılan bilgilere dayanmaktadır (Şanlı,

2011: 110). Kesin bir sayıca ifade yoksunluğu olsa da yapılan çalışmalarda ortaya konulan ortak görüş kadının medya sektöründe çalışma oranının artmakta olduğu yönündedir (Tanrıöver, 2000: 177). Türkiye İstatistik Kurumunun medyada kadın çalışanlara yönelik 2005 yılında yapmış olduğu çalışmanın sonuçlarına dört yıl sonra ulaşılmıştır.

Tablo 2.7. TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri. Yayın Bölümü Cinsiyete Göre Dağılımı 2005-2010

Yıllar	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Yayın Bölümü						
Kadın	9090	10098	14265	14044	15964	14992
Erkek	19838	23574	29010	28745	28497	30484
Cinsiyet oranı	218	233	205	179	203	188

Tablo 2.8. TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri. Basım ve Dağıtım Bölümü Cinsiyete Göre Dağılımı 2005-2010

Yıllar	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Basım ve Dağıtım Bölümü						
Kadın	1462	1211	1204	1317	1771	1920
Erkek	7665	6834	8565	8344	11727	12274
Cinsiyet oranı	524	564	711	634	662	639

TÜİK'in 2011 ile 2016 yılları arasında yazılı basında çalışan kadın ve erkeklerin sayıca ifade edildiği istatistiki cinsiyet dağılımı aşağıda verilmiştir.

Tablo 2.9. TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri. Yayın Bölümü Cinsiyete Göre Dağılımı 2011-2016

Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Yayın Bölümü						
Kadın	17592	18891	18332	17185	16021	15704
Erkek	33128	35907	33511	33211	30341	24882
Cinsiyet oranı	188	190	183	193	189	158

Tablo 2.10. Türk Yazılı Medya İstatistikleri. Basım ve Dağıtım Bölümü Cinsiyete Göre Dağılımı 2011-2016

Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Basım ve Dağıtım Bölümü						
Kadın	1543	2052	1988	1911	2324	2159
Erkek	12530	10300	12543	28057	9476	7748
Cinsiyet oranı	812	502	631	1468	408	359

2005-2016 yılları arasında kadın çalışanların sayısında artışın olup olmadığına ilişkin bir çıkarım yapabilmek güçtür. Tablolar incelendiğinde sayıca ifadelerin en açık şekilde orta koyduğu gerçek medya sektöründe çalışan kadın oranının 2005 yılından başlayarak erkek çalışan oranından daha düşük olduğudur. Bu anlamda medya sektöründe yaşanan erkek egemen sistemin varlığı sürmektedir. 2014 yılı Mart ayı BİA Haber Merkezi'nden Çiçek Tahaoğlu'nun gazete künyeleri üzerine yapmış olduğu inceleme Türkiye'de medya sektöründe çalışan kadınların erkek çalışanlara oranla daha az sayıda olmalarına dikkat çeker (<https://m.bianet.org/bianet/medya/154466-medyanin-kunyesi-kac-kadin-kac-erkek>).

Tablo 2.11. BİA Haber Merkezi Medya Sektöründe Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı 2014

Yazılı Basın	Gazetelerin Web Siteleri	Online Basın
%19 Kadın Çalışan	%36.5 Kadın Çalışan	%40.9 Kadın Çalışan
%81 Erkek Çalışan	%63.5 Erkek Çalışan	%59.1 Erkek Çalışan

Neoliberal dönemin özelleştirme politikalarına bağlı olarak 1990'lı yıllarda Türkiye'de kadınların medya sektöründe yer almalarının temellerinin atılmasına sebebiyet veren özel radyo kanallarının faaliyete geçmesidir. Özel radyoların yayın hayatına başlaması kadınlar için ek bir iş kolunun açılmasına aracı olmuştur. Sözü edilen aracılık kadının işgücüne katılımında olumlu özellikler taşısa da erkek egemenliği altındaki medya sektörü varlığını sürdürmektedir. Medyanın diğer tüm alanlarına rastlanıldığı üzere kadın çalışanların oranında artış olsa da erkek çalışanlara oranla sayıca düşüş görülmektedir (Kuyucu, 2013: 37).

İpsos KGM 2013 yılı verilerine göre en çok dinlenme oranı olan 10 radyo içerisinde yer kalan kadınların istihdam oranları medyanın diğer sektörlerinde olduğu gibi çok düşük seyretmektedir. Özellikle yönetici kadrolarında kadınlara 10 radyo arasından 4 radyoda yer veriliyor oluşu, kadınların medya sahasında ilk defa yer aldıkları radyo alanındaki görünmezliğinin bir simgesidir.

Tablo 2.12. İpsos KGM 2013 Yılı Verilerine Göre En Çok Dinlenme Oranına Sahip 10 Radyo Kanalı Çalışanlarının Cinsiyete Göre Dağılımı

Dinlenme Oranlarına Göre Sıralama	Radyo İçerisinde Bulunan Kadın Programcı Sayısı	Radyo İçerisinde Bulunan Kadın Yönetici
Kral Fm	6	-
Power Türk	0	-
Slow Türk	1	+
Süper Fm	3	+
Alem Fm	3	-
Best Fm	1	-
Power Fm	0	+
Number One Fm	0	-
Joy Türk	1	+
Radyo Fenomen	0	-

2.2.2.1. Türkiye’de Yerel Medya Sektöründe Çalışan Kadın Yöneticiler

Medya sektörü ulusal ve yerel olarak iki alanda tanımlanabilmektedir. Ulusal ve yerel medya birbirlerini tamamlayan, birbirleriyle ilişkiler ağı içerisinde olan unsurlardır. Medya sektörünün halk yararına, halkın bilgilendirilmesi adına ve halkın hak ve sorumluluklarını koruma altına almak adına yapmış olduğu çalışmalar medyanın yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet olarak tanımlanmasına meşruluk kazandırmaktadır. Medyanın ulusal ve yerel ayrımında ise belirgin olan, halk yararına, halkın bilgilendirilmesi adına ve halkın hak ve sorumluluklarını koruma altına almak adına gerçekleştirilen faaliyetlerin ulaşılmak istenen hedef kitledir. Yerel medya organları sözü edilen eylemler ve amaçları küçük alanlar içinde gerçekleştirmeyi hedeflerken, ulusal

medya organları ülkenin tüm coğrafi alanlarına ulaşmayı amaçlamaktadır (Abdullah ve Yardımcı, 2016: 63).

Yerel medya hedef kitlesini oluşturan küçük alanlarda, içinde yer aldığı il ve ilçelerin problemlerini, ihtiyaçlarını, yoksunluklarını yönetim kademelerine, kamu kurumlarına iletir. Benzer şekilde yerel yönetimlerin halka yönelik hizmetlerinin halka duyurulmasında aracıdır. Demokratik toplum anlayışının sürmesinde haber akışını sağlayan yerel medya, halkın bilgilenmesinde önemli bir rol oynarken, sağlıklı bir eleştirel ortamın doğmasında da etkili olmaktadır. Bölgeye dair bilgi akışını güçlendiren, yönetim kadroları ile okurlar, izleyiciler, dinleyiciler arasında bir köprü kurmaktadır (Köseoğlu, 2018: 115). Yerel medya aracılığıyla yönetim kademeleri ile halk arasında kurulan ilişkiler bireylerin içinde yaşadığı bölgenin problemlerine duyarlı olmaktadır. Yerel medya organlarının bireyler arasında yeniden ürettiği duyarlı olma hali, bölgenin problemlerinin çözüme kavuşturulmasında ortaklığın oluşmasına katkı sağlar (Gezgin, 2007: 177).

Büyük yerleşim yerleri yerine küçük bölgelerde faaliyet gösteren yerel medya organları yöre halkının ihtiyaçlarını, yöre gündemini takip eder. Günlük, haftalık ve aylık olarak yayımlar yapan yerel medya organları (Köseoğlu, 2018: 116), yerel yapının işleyişi hakkında doğrudan bilgi sahibidir. Yerel medya organlarının hedef kitlesini ise, kamu kurum ve kuruluşları, il ve ilçede yaşayan halk, gazetenin aboneleri, mesleki örgütler, reklam müşterileri, özel işletmeler ve siyasi partiler oluşturur (Abdullah ve Yardımcı, 2016: 64).

Yerel medya içerikleri gündem oluşturulmasında etkili olmaktadır. Gündem belirlenmesi aynı zamanda toplum içerisinde düşüncelerin oluşturulmasında, belirli bir konuya ilişkin toplumsal inançların yenilenmesinde yol gösterici konumdadır. Yerel medya organları bölge halkının günlük problemlerine ilişkin çözümler sunarken, toplumun tutum ve davranışlarını da etkilemektedir. Yerel medya organları tüm bu özellikleri dikkate alındığında içinde bulunduğu il ve ilçelerin gündem maddelerini belirlemektedir (Çavuş, 2017: 22).

Genel anlamda tüm medya sektörü için yerel medyanın varlığı toplumsal öncelikler arasındadır. Tüm toplum ile yerel toplum arasında denge kurma aracı olan yerel medya organları ekonomik ve toplumsal yaşamda etkili bir roldedir. Sıklıkla yerel yöneticiler, yerel siyasallar adına propaganda aracı olarak görülebilen yerel medya organları temel olarak

yönetim ve halk arasında kurulan ilişkilerde merkezi bir öneme sahiptir (Arslan ve Arslan, 2016: 182).

Türkiye’de yerel basın adıyla bilinen ve özellikle 1990’lı yıllarda özelleştirme anlayışının etkisiyle yayın hayatına başlayan özel televizyon ve dergilerin ortaya çıkmasıyla birlikte dönüşüme uğrayan bir kavram olarak yerel medya, tüm yerel gazete ve dergileri, tüm yerel radyo ve televizyonları kapsamaktadır. Sözü edilen dönüşüm ile yerel medyada çalışan işgücünün eğitimlerine yönelik problemler de dönüşüme uğramış, çalışanların eğitim ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik çalışmalar gündeme gelmiştir (Altun, 2005: 83).

Yerel medya gerek içerik üretimi, okunma, izlenme, dinlenme oranlarındaki düşüş gerek de reklam gelirlerinden elde edilen yetersiz kazanç nedeniyle çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır. Yerel medya sektörünün başarı elde etmesi için çalışanlarının yetenekleri ve eğitim düzeylerinin etkili olduğuna yönelik inanç alana yönelik çalışmalarda dile getirilmektedir. Eğitimli çalışanların yerel medya sektöründe istihdam olanağı bulması sektör içerisinde toplam paylarını da arttırmaktadır. Eğitimli olmayan işgücünün varlığı yerel medya sektörü içerisinde büyük ölçüde etkili olmakta, yerel medya organlarının el değiştirmelerine ya da yayın faaliyetlerinin durdurulmasına sebep olmaktadır ve böylece yerel medya çalışanlarının işlerini kaybetmeleri söz konusu olmaktadır (Abdullah ve Yardımcı, 2016: 70).

Yerel medya organlarının sektörde tutunabilmek adına vermiş oldukları mücadeleler içsel ve dışsal olarak ikiye ayırabileceğimiz sorunlardan kaynaklanmaktadır. Yerel medya içerisinde çalışanlara bağlı olan sorunları içsel olarak nitelendirebiliriz. Kişisel çıkarların varlığı içsel problemlerin temelini oluşturur (Arslan ve Arslan, 2016: 183). ‘Haber atlatmak’ olarak tabir edilen, bir haber duyumu alan muhabirlerin birbirlerinden haber kaçırmaları ve böylece haberi yalnızca kendilerine saklamaları anlamına gelen örgütlenme eksikliği kişisel çıkarların yerel medya sektöründe yansımasıdır.

Haberlerden maddi çıkar sağlamak bir diğer içsel problemidir (Arslan ve Arslan, 2016: 183). Örneğin bir adli vakada haberi yapan kişinin yaptığı haberi belirli bir ücret karşılığında başka medya organlarında çalışan muhabirlere ya da medya organları yöneticilerine satması yerel medyada yaşanan içsel problemlerdendir. Özel bir işletmenin haberinin yapılmasında kullanılmak üzere çekimi yapılan görsellerde kişisel ya da işletmenin yanlış uygulamalarına yer verilmesi de yerel medya organlarının magazin

içeriğinde sıklıkla rastlanılan bir durum olan maddi çıkar sağlama problemine örnek olarak verilebilir. Belirli bir ücret karşılığında kişisel mahremiyetin belgelerinin silinmesi ya da işletmelerin usulsüzlüğünün gizlenmesi mümkün olmaktadır. Bu durum yerel medya organlarının halkın kişisel çıkarlarını koruması ve yönetim birimleri ile halk arasında bilgi alışverişinin sağlanmasında çok büyük bir engel oluşturmaktadır.

Birbirleriyle bağlantılı olarak hediyelere, gezi programlarına ayrıcalık tanımak, haberlerin doğruluğu, haber metinlerinde kullanılan kişisel yorumlar ve hepsinin temelinde yaşanan eğitim yoksunluğu yerel medya içerisinde yaşanan içsel faktörlerdir (Arslan ve Arslan, 2016: 183).

Yerel medya organları işletme gücü bakımından ve reklam gelirleri bakımından zayıf niteliktedir. Yerel medya organlarının üretim teknolojilerinden yararlanmaları ve girdileri de hedeflenen düzeyin çok altında seyretmektedir ve bunlara ek olarak az sayıda çalışanla varlığını sürdürmektedir (Altun, 2005: 80). Dışsal faktörler ise sözü edilen zayıf niteliklere ek olarak, yerel medya imtiyaz sahibinin tutum ve davranışları, haber kaynaklarında yaşanan eksiklik, yayın politikalarıdır (Arslan ve Arslan, 2016: 183).

Yerel medya organlarında çalışan oranlarındaki azlık üretilen içeriklerin çeşitliliğinde ve niteliğinde de etkili olmaktadır. Haber oluşturmak adına çalışan az sayıdaki muhabir her çeşitte konu için araştırma ve haber oluşturmada görevlendirilmektedir. Ulusal medyanın kurum içi organizasyon şemalarında bulunan çeşitliliğe yerel medya organlarında rastlanılması mümkün olmamakla birlikte çok az sayıda yerel medya organı ulusal medya organlarına benzer kadrolar oluşturmuştur. Oluşturulan benzer kadrolarda etkili olan durum ise yerel medya organının finansal açıdan güçlü olmasıdır (Bodur, 2000: 105).

2005 yılında Gezgin tarafından yürütülen Türkiye genelinde gerçekleştirilen bir çalışmanın sonuçlarında, ekonomik zorluklar, çalışma koşullarının ağırlığı ve sosyal devlet anlayışına dayalı devlet yardımlarına yönelik duyulan ihtiyaç yerel medyaya ilişkin en önemli üç sorun olarak belirlenmiştir (Gezgin, 2007: 189).

Medya sektöründe basın kartı sahipliğinden hareketle çalışanların sayıca ifade edilişleri bulunmaktadır. Özellikle basın kartına sahip olmanın medyada çalışanların toplam sayısını ifade etmeyeceğine yönelik eleştiriler konu hakkındaki çalışmalarda dile getirilmektedir. 2014 yılı TC. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü

tarafından hazırlanan basın kartı sahipliğine ilişkin istatistiki veriler cinsiyetler arasında yine bir eşitsizliği vurgular niteliktedir.

Tablo 2.13. 2014 yılı TC. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Basın Kartı Sahipliği Verileri

Cinsiyet	Basın Kartına Sahip Olan Kişi Sayısı
Kadın	3366
Erkek	11363
Toplam	14729

Basın kartına sahip olma durumu medya sektöründe çalışanlar için yalnızca görünürde olan sayıca ifade edilişi yansıtmaktadır. Medya sektöründe özelde yerel medyada çalışan kişilerin birçoğu hukuki statüler ya da çalışma zamanları nedeniyle basın kartı sahipliğine erişememektedir. Yerel medya çalışanlarının büyük bir çoğunluğunun herhangi bir basın kartına sahip olamaması sebebiyle tabloda görülen oranların gerçek sayıca ifadeleri yansıtmadığını söylemek gerekir (Altun, 2005: 78). Kadın ve erkek oranlarına bakıldığında ise kadın çalışan oranının erkek çalışan oranından daha az olduğunu söylemekle birlikte basın kartı sahibi olmayanların fakat medya sektöründe çalışmakta olanların varlığı dikkate alındığında cinsiyetler arası eşitsizliğin çok daha yüksek oranlarda olduğu bir gerçektir.

Medya sektöründe 1975 yılından başlayarak kadın çalışanlar arasında bir artış sözü konusu olsa da kariyer basamaklarının üstlerine çıkıldıkça kadın sayısında bir düşüş gözlenmektedir. Kadının ücretli çalışmasında karşısına çıkan engellerden biri olan cam tavan kavramının medya sektöründe de etkili olduğu açıktır. Haberlerin koordine edildiği haber odalarının erkek egemen konumlanması sebebiyle kadınlar orta düzey yöneticiliğe ulaşabilmektedir (Şanlı, 2011: 106).

TÜİK 2012 yılı yazılı medya istatistiklerinin personele ilişkin kadro bilgilerinin verildiği istatistiki oranlarda kadınların ve erkeklerin üst yönetim birimlerinden başlayarak yazılı medya sektörü içerisinde yer alışlarının sayıca ifadesi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2.14. TÜİK 2012 Yılı Yazılı Medyada Çalışanların Cinsiyete Dayalı Oranları

2012	Gazete		Dergi		Toplam
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	
Kadro Durumu					
Genel Yayın Müdürü	860	160	1194	412	2626
Genel Yayın Yönetmeni	707	129	1227	556	2619
Genel Yayın Koordinatörü	243	50	533	316	1142
Genel müdür	359	102	503	133	1097
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü	939	285	1309	581	3114
Yazı İşleri Müdürü	1089	326	732	409	2556
Yayın Yönetmeni	170	75	645	431	1321
Sayfa Editörü	1417	777	1741	1785	5720
Yazı İşleri Müdür Yardımcısı	60	47	237	164	508
Redaktör	208	117	459	699	1483
İstihbarat Bölüm Şefi	153	51	62	48	314
Haber Müdürü	423	103	183	97	806
Baş yazar/ Yazar	1657	482	4260	1455	7854
Muhabir / Foto Muhabir	4343	1731	817	552	7443
Karikatürist	39	12	149	29	229
Grafiker	411	285	1706	1228	3630
Düzeltilen	357	180	467	513	1517
Bölge / İl Temsilcisi	119	73	236	113	541
Diğer Personel Toplamı	1406	951	4487	3434	10278
Toplam	14960	5936	20947	12955	54798

Verilerde yönetim kadrolarında kamusal alanın her alanında görüldüğü üzere erkek egemen bir yapının sürdüğünü görebilmek mümkündür. Sayıca ifade edişlerde dikkat çekici olan bir diğer nokta ise kadın çalışan oranının erkek çalışan oranından yalnızca sayfa editörlüğü, redaktör ve düzeltmen kadrolarında fazla olarak yer aldığı görülmektedir. Meslekler arası cinsiyet ayrımcılığının bir kez daha görülebileceği üzere kadınların medya sektörünün belirli alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir.

Yerel yazılı medya yönetim kadrosu ise ulusal medyanın yönetim kadrosundan oldukça az sayıdadır.

Tablo 2.15. Yerel Yazılı Medya Yönetim Kadrosu ve Ulusal Medya Yönetim Kadrosu Karşılaştırması (Bodur, 2000: 102)

Üst Yönetim	Yönetim Kurulu Başkanı
Orta Yönetim	Genel Yayın Yönetmeni Yazı İşleri Müdürü
Alt Yönetim	İstihbarat Şefi Teknik Müdür Muhabirler

En alt kademededen en üst kademeye uzanan kariyer yolculuğunda kadının medeni hali, çocuk sahibi oluşu da benzer problemleri taşımaktadır. Yerel medya çalışanı kadınlar için özellikle evli, boşanmış, bekar, çocuklu olma durumu mesleki kariyerlerini sekteye uğratmaktadır (Şanlı, 2011: 106).

TÜİK'in istatistiki verilerinin yerel medya organlarında çalışan kadınlar için farklı nitelikler taşıyabileceği düşünülmektedir. Yerel medya organlarının yönetim kadrosundaki kadınların gerçekten yönetici pozisyonlarında yer alıp almadığı tartışmalı konulardan biridir. Bürokratik konular sebebiyle birçok alt kadro çalışanı kadının isimlerinin yönetim kadrolarına yazıldığı bilinen tartışmalı konular arasında dikkate alınmalıdır. Tüm bunlar değerlendirildiğinde her ne kadar yerel medya çalışanı kadınların gerçek oranlarını saptayamıyor olsak da yönetim pozisyonlarında çalışan kadınların sayılarının çok az olduğuna ilişkin tahminler doğruluk kazanmaktadır (Etike ve Demir, 2017: 131).

Bu ayrışmaya ek olarak üst pozisyona ulaşabilmek adına imtiyaz sahibinin sevgilisi, dış görünüşündeki güzellik algısı, aldatan kadın hikayeleri yaygınlaştırılarak başarı vurgusu yapılır. Kadınlar arası bu ayrışmada amaçlanan yalnızca rekabet ortamı yaratarak kadının bir diğer kadını görünmez kılması değil aynı zamanda çalışma yaşamında sıkça rastlanılan cinsel tacizin görünür kılınmasının da önüne geçmektir (Şanlı, 2011: 109).

Yönetici olarak çalışan kadınların ancak %1 dolaylarında olduğu tahmin edilirken daha çok orta yönetim kadrolarında yer aldıkları gözlemlenmektedir. Şanlı'ya göre (2011) kadınların cam tavan engelinden kurtulabilmeleri adına kamu hizmeti yayıncılığında pozitif ayrımcılığın siyasallaşmasının benimsenmesi gerekmektedir. Pozitif ayrımcılığın

benimsenmesinin yanı sıra medya sektöründe kadın örgütlenmesinin olmayışı da çalışma yaşamında kadının karşı karşıya kaldığı engellerden biridir. Kadınların örgütlenmesindeki yoksunluk durumu medya sektörünün cinsiyetçi yapısının bir yansımasıdır (Şanlı, 2011: 110).

Tahaoğlu'nun araştırmasında medyada yönetici kadınların yine erkeklere oranla sayıca az oldukları saptanmıştır

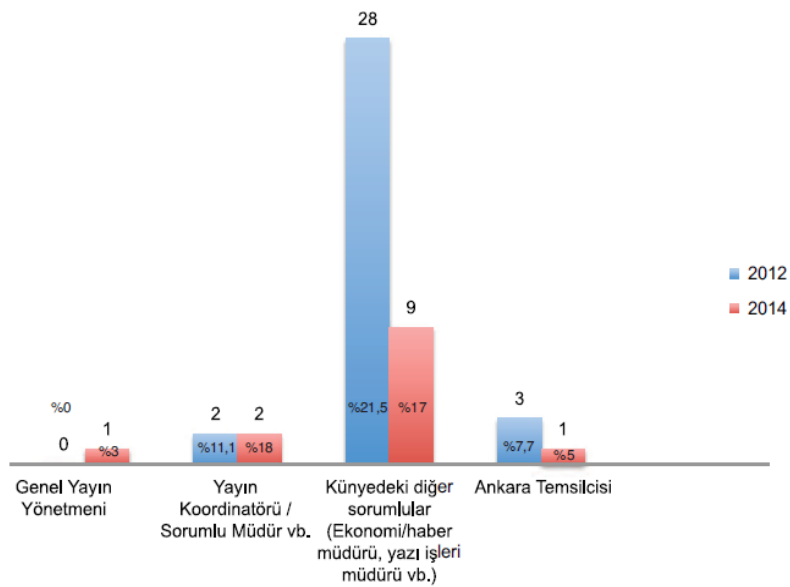
(<https://m.bianet.org/bianet/medya/154466-medyanin-kunyesi-kac-kadin-kac-erkek>)

Tablo 2.16. Medyada Yönetici Kadınların Erkeklerle Oranı

Yazılı Basın Yayın Yönetmenleri	Gazetelerin Web Siteleri Yayın Yönetmenleri	Online Basın Yayın Yönetmenleri
%10 Kadın	%16.6 Kadın	%30.8 Kadın
%90 Erkek	%83.4 Erkek	%69.2 Erkek

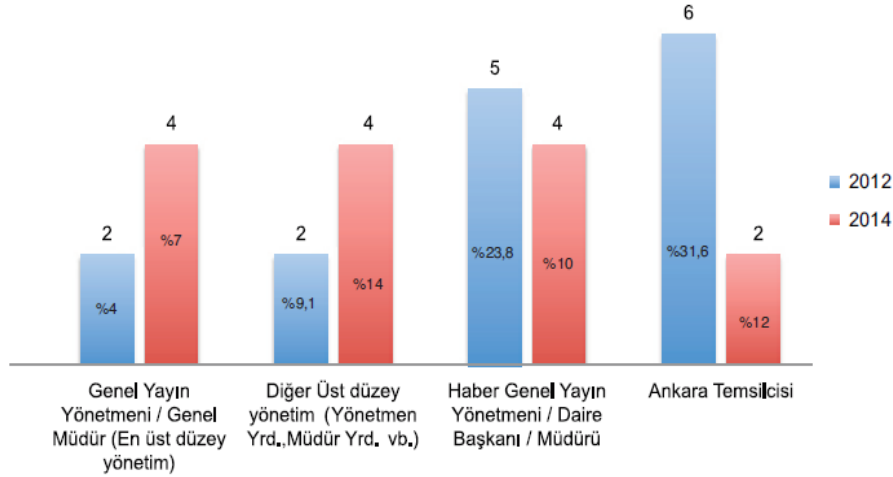
Tablo 2.17. Gazetelerdeki Kadın Yönetici Sayıları (Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü 2012 ve 2014 Yılları Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinde Medyanın Rolü Konulu Alt Komisyon Raporu, Tük Verileri)

GAZETELERDEKİ KADIN YÖNETİCİ SAYISI



Tablo 2.18. Televizyon Sektöründe Çalışan Kadın Yönetici Sayısı

TELEVİZYON KANALLARINDAKİ KADIN YÖNETİCİ SAYISI



(Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü 2012 ve 2014 Yılları Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinde Medyanın Rolü Konulu Alt Komisyon Raporu, Tük Verileri)

Medya sektöründe çalışan kadınların önemli bir boyutu simgelemesi dikkate değerdir. Her ne kadar kadın yönetici sayıları erkek yönetici sayılarından düşük olsa da kadınların medya sektörü içerisindeki varlığı günden güne artış göstermektedir. Toplumsal hayatın her aşamasının vazgeçilmezi olan iletişim, kadın çalışanların çalışma yaşamlarında yer edinişlerini de beraberinde getirir. Özellikle görsel, işitsel ve birebir ilişkilerin kurulduğu kadrolarda kadınlar kendilerini yoğun olarak var etmekte ve tercih edilmektedir (Fidan, 2000: 128).

Genel olarak ifade edildiğinde kapitalizmin gelişmesiyle birlikte kadının toplumsal ve ekonomik durum içerisinde konumunda da değişimlerin yaşandığını söylemek mümkündür. Kapitalist sistemin ev içi teknolojilerde yeniliğe gitmesi kadının ev içi emeğinde bir boşluk yaratmış ve emeğin boşluğu farklı alanlarda kullanılmak üzere yeniden üretilmiştir. Bir üretim alanı olan ailenin dışında kamusal alanda varlıklarını sürdürme yolunda ilerleyen kadınlar kamusal alan içerisinde erkeklerle eşit haklar talep etmiştir (Fidan, 2000: 129).

Kamusal alanın dönüştürülmesi medya sektörü içerisinde de hedeflenmiştir. Gerek ulusal gerek yerel basında yukarıda aktarılan tüm tablolar çalışan kadın oranının erkek

alışan oranından düşük olduğunu ortaya koymakta, yerel medya çalışanı kadınların ise genel istatistiki verilerine ulaşılamamaktadır. Sunulan veriler basın kartı sahipliği üzerinden gerçekleştirildiği ya da sigorta üzerinden aktarıldığı için kurumsal ilişkilerin çoğunlukla hakim olmadığı yerel medya içerisinde yönetici statüsünde yer alan kadınlara ilişkin veriler gerçek verilerin ortaya konulmasında yetersiz kalmaktadır.



III. BÖLÜM

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Önemi

Çalışmanın metodolojisi bu bölümde belirtilmiş olup; önemi, sınırlılıkları, evren-örnekleme ve amacı ayrıntılı biçimde açıklanmıştır.

Bu araştırma kadının emeği konusunda yapılmış olan çalışmaların ücretli ve ücretsiz emek çerçevesinde incelenerek, konunun farklı açılardan sınıflandırılmasını ve özellikle yerel medya sektöründe kadının hangi alanlarda daha çok araştırıldığına belirlenmesi, konu hakkındaki eksikliklerin değerlendirilmesi açısından önem kazanmaktadır.

Genel olarak çalışmanın, yerel medya sektöründe kadının konumunun belirlenmesi ve kadınların üst kademelerde yer almaları yönündeki engellerin kendileri tarafından nasıl algılandığına ilişkin, yerel medyada yönetici pozisyonunda yer alan kadınların literatürde genellikle yüksek lisans bitirme çalışmalarında ya da makalelerde yer alması, alan içerisinde yoğunlaşmamış olması bakımından alana katkı sağlaması umulmaktadır.

Çalışmanın bir diğer önemini ise; 1974 yılında Gülsen Topçu (Demir) tarafından 75 medya sektörü çalışanı kadınla gerçekleştirilmiş olan “*Basın ve Yayın Hayatında Çalışan Kadınların Toplumsal, Mesleki ve Aile içi Problemlerinin Sosyolojik Bir Araştırması*” adlı çalışmanın 44 yıl sonra alandaki tezahürünün ortaya konulmaya çalışılması oluşturmaktadır. Aynı zamanda bu çalışma 1974 yılından 2018 yılına değin geçen süreç içerisinde kadının toplumsal statüsünü, eğitim durumunu ve medya sektörü içerisindeki konumunu tekrar değerlendirmesi bakımından da önem taşımaktadır.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Görüşmeler genellikle görüşme gerçekleştirdiğimiz yönetici kadınların çalışma alanlarında gerçekleştirildi. Medya sektörünün içinde olan kadın yöneticilerin çalışma koşullarının yoğunluğu ve çalışma saati kavramının olmaması olsa da çok düzensiz olması nedeniyle birkaç görüşme de çalışma yerlerinin çevresinde bulunan kahvehanelerde ve çay bahçelerinde gerçekleştirildi. Görüşmeler kırk beş dakikadan beş saate kadar farklı sürelerde gerçekleştirildi. Görüşmelerin süreleri farklılaşmakla birlikte ortalama olarak bir buçuk saat sürdü. Görüşme sürelerinde yönetim pozisyonunda çalışan kadınlarla birlikte iken

gerçekleşen anlık işlere tanık olundu, matbaa ziyaretleri, müşterilerle olan ilişkilerdeki tutuma şahit olundu. Yapılan işler ile görüşme sırasında yöneltilecek sorular arasında somut örnekler yakalandı.

Görüşmeler sırasında görüşülen kişiye uygun görüşme stratejileri izlendi. Bazı yönetici kadınlarla toplumda kadının karşılaştığı genel sorunlar üzerine konuşmaya başlanırken, bir başkasıyla somut olarak ifade edilebilen kişisel sorunlar ilk olarak konuşuldu.

Görüşme yapılan yönetici kadınların genelinde görüşmenin güvenilirliğine uygun olacak bir şekilde, çalışma içerisinde derinleştirilecek olan özel noktaları belirleyebilmek adına yaşam öykülerine ulaşıldı. Bundan dolayı çalışma içerisinde yapılan tahliller görüneni olduğu kadar görünmeyeni de yansıtmaktadır.

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Aydın ili ve kendisine bağlı olan ilçelerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise Aydın ili ve kendisine bağlı olan ilçelerinde yaşayan, yerel medya organlarının herhangi birinde yönetici pozisyonunda çalışan kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem grubu, yerel gazete, dergi, radyo, televizyon ve reklam ajanslarında çalışan yönetici kadınlardan oluşur. Yapılan çalışma araştırmanın örneklem grubunu oluşturan kadınlar ile sınırlıdır.

3.4. Araştırmanın Amacı(Problemi)

Çalışmada, Türkiye’de yerel medya sektöründe yönetici pozisyonunda çalışan kadınların ücretli-ücretsiz emeğe yaklaşımı, kadının toplumsal statüsüne yönelik algıları ve toplumsal değerlerin ücretli çalışan kadın üzerindeki etkilerinin saptanması, ücretli çalışan kadının çalışma yaşamında karşısına çıkan engellerin ortaya konulması amaçlanmıştır.

3.5. Araştırma Yöntemi

Nitel araştırma yöntemi kullanılan çalışmada, Aydın ilinde yaşayan ve yerel medyada yönetici olarak çalışan kadınlar “kartopu örnekleme” yöntemiyle seçilmiş, “derinlemesine mülakat” tekniği kullanılarak çalışma yürütülmüştür.

Kartopu örnekleme tekniğinde; araştırmacı bilgi verici ile görüşmeye başlar. Bilgi vericiden aldığı isimlerle yeni bilgi vericiler aramaya yönelik bir çalışma yürütür. Örnekleme yöntemi isminin kartopu olmasının sebebi, yuvarlanan bir kartopuna benzetilmesi sebebiyledir. Bilgi vericilerin sayısı arttıka tıpkı yuvarlanan bir kartopu gibi hacmi katlanarak büyür. Dolayısıyla kartopu örnekleme yönteminin konu açısından uygunluğuna karar verilerek bilgi vericiler araştırılmaya başlanmıştır. Derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak araştırmanın yürütülmesi ise konunun kavramsal olarak açıklanabilirliğini arttıracadından hareketle seçilmiştir.

Derinlemesine mülakat; denek sayısının sınırlı tutularak az sayıda katılımcıya çok sayıda soru yöneltilmesiyle yürütölen bir tekniktir. Görüşmenin karşılıklı sohbet havasına dayanan biçimde gerçekleştiği derinlemesine mülakat tekniğinde araştırmanın başarılı sonuç ortaya koyabilmesi için ön hazırlık yapılması, hangi sorunun hangi sırayla tartışılacağıının görüşme öncesinde biçimlendirilmesi, yeterli sayıda denekle görüşülmesi ve gerçeklerin ortaya çıkartılması gerekliliklerine dayanır (Arıkan, 2017: 65).

1990'lı yıllarda postmodern düşüncenin gelişimi kadın hareketi üzerinde farklı bir bakış açısı temelledir. Üçüncü dalga feminizm olarak tanımlanan bu dönemde kadınların kendilerine ilişkin açıklamaları, öznel deneyimleri kadın sorunları üzerine yapılan çalışmaların konusu olarak belirlenir (Akca ve Ergöl, 2016: 27-28). Bundan dolayı bu çalışmada yerel medya sektöründe yönetici pozisyonunda çalışan kadınların öznel yaşam deneyimlerine ağırlık verilmiştir. Kadın alışanların deneyimleri ve yerel medyada karşılaştıkları sorunlara yönelik ön hazırlıklar çerçevesince oluşturulan sorular, bireysel görüşmeler yapılarak çalışmada yer alan kadınlara yöneltilmiştir. Kişilerin duygu ve yorumlarını katabilecekleri soruların sorulmasıyla edinilen bilgiler işığında, uygulama kısmı oluşturulmuştur.

IV. BÖLÜM

4. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

4.1. Bulgular ve Yorumlar

Çalışmada önemle üzerinde durulan konu başlıkları; kadınların çalışmaya bakışı, ücretli çalışma ve kadına yönelik şiddet, geleneksel değerlerin ücretli çalışan kadınların üzerindeki etkileri, Türkiye’de kadının toplumsal statüsü, ücretli çalışma yaşamında kadının karşısına çıkan engeller, kamusal alanda cinsiyetler arası eşitsizlik, medya sektöründe kadının temsili, yerel medya sektöründe ücretli çalışan yönetici statüsündeki kadınların bir kamusal alan olarak medya sektörü içerisinde kadın cinsiyetinin yer alıyor oluşuna yönelik tutumlarıdır. Çalışma içerisinde yer alan genel konu başlıkları kadınların öz yaşam deneyimleri merkeze alınarak detaylandırılmıştır.

• Kadının Ücretli Emegine Genel Bakış

Kadınların çalışma yaşamlarına başlamaları kendi hayatlarında şüphesiz bir değişimi beraberinde getirir. Hayatlarında yaşadıkları maddi sürecin değişimine ek olarak eğitim alma, kente gelme, farklı sosyal çevrelerle iletişim kurma durumları da eklenmektedir. (Akis, Özakin ve Sancar, 2009: 258). Kadınların çalışma yaşamına katılmalarında yaşadıkları değişim başlangıçta evli kadınların eşlerinin işleri sebebiyle yer değişimleri ile olabilmektedir. Görüşmede katılımcılara yöneltilen öz yaşamlarına yönelik sorulardan elde edilen bulgular evli kadınların mesleklerini sürdürürken eşlerine bağımlılıklarını gösterir.

Birinci Katılımcı: Ben mesleğe dağıtıcılıkla başladım. Ankara doğumluyum fakat evlenip Aydın’a taşındım. Eşimin mesleği gereği Aydın’a geldikten sonra yani 18 yıldır Aydın’dayım. Aydın’da olduğum sürenin 15 yılından beri de bu mesleğin içindeyim. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Dördüncü Katılımcı: 2014 yılında eşimin mesleği dolayısıyla Kuşadası’na yerleştim. Önce yerel gazete ile başladım, sonra ulusal basında Kuşadası temsilciliği yaptım. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Beşinci Katılımcı: İlk evlendiğimizde, eşimin ilk görev yeri İstanbul’du. İstanbul’da bir gazete ile konuştuk, önce gazetenin ekonomi temsilciliğini yaptım. Burada dört yıl kaldık, daha sonra ulusalın altında bir yerel gazete açtım. İstanbul’da geçen altı yıllık

süreçten sonra eşimin tayini Mersin'e çıktı. Mesleğimi orada da devam ettirdim. Üç ayda tüm çalışanlar sayesinde gazetemizin yeni oluşumunu tamamladık, on iki sene Mersin'de kaldık. Ardından eşimin tayini Aydın'a çıktı. 2010 yılından bu yana mesleğimi yapıyorum. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Sekizinci Katılımcı: 17 yaşımdan beri iş hayatının içindeyim. Turizmle başladım, son iki yıldır medya sektörü içerisindeyim. Medya sektörüne yönelişimin sebebi eşimden dolayı oldu. Eşim 25 yıldır medya çalışanı. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Kadınların eşlerinin işlerine bağlı olarak yapmış oldukları seçimler toplumsal kuralların erkeklerin çalışmalarını kadınların çalışmalarından üstün kıldığının bir göstergesidir. Görüşülen kadınlardan dördü eşlerinin meslekleri dolayısıyla şehir ve meslek değiştirmiş olduklarını dile getirdiler. Evli kadınların mesleklerinin aile kurumu karşısında ve özelde eşlerinin meslekleri karşısında değersiz olduğunu gösteren bu durumlar içerisinde olan kadınlar, kalıcı olan erkeğin mesleği karşısında geçici kadın mesleklerini sürdürmüş ya da her yeni değişimde mesleklerini de değiştirmek zorunda kalmışlardır. Marksist kuramın sıklıkla üzerinde durduğu yedek işgücü ordusu olan kadınlar modern toplumda bu özelliklerini eşlerinin meslekleri nedeniyle değişen kendi meslekleri üzerinden yeniden inşa etmektedir.

Hangi koşullarda çalışma yaşamına başlamış olursa olsun bir kadın için maddi kazanç sağlayan işler oldukça önem taşımaktadır. Görüşme yapılan katılımcılardan elde edilen bilgilere göre kadının ücretli çalışmasının anlamı; üretim, ekonomik özgürlük, kişide oluşan güven duygusu ve güç kavramı ile tanımlanmaktadır.

Dördüncü Katılımcı: Herkes üretken olmalı, herkes çalışmalı. Mesela ben 20 yaşında evlendim, çalışmıyordum. Geçmişteki fotoğraflarıma bakıyorum nasıl yaşıyım... Şimdi ben 20 yaşındayım, fotoğraftaki kadın 50 yaşında. Kadın çalışmalı, üretken olmalı, kitap okumalı, dışarıya çıkmalı. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

İkinci Katılımcı: Ücretli çalışma; kadının ekonomik olarak rahat olmasıdır. Kendisinin, evinin ve çocuğunun tüm ihtiyaçlarını karşılayabilir o zaman. Beyaz atlı prenslerini beklemesin kadınlar, o atlara kendileri binsin. Kendi işi, mesleği olduğu zaman kadının; bir güvencesi olur bu hayatta. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Üçüncü Katılımcı: Kadının kendisi için önemlidir çalışması. Kendi ekonomik özgürlüğü için gereklidir. Hala Türkiye’de erkekler tarafından dayatılan bir düşünce var. Kadın evde oturmalıdır, çocuk yapmalıdır, çocuğa bakmalıdır düşüncesi. Bu düşünce eskimiş değil, gençler arasında da yaygın bir halde. Çalışmak kadının özgürlüğü demektir. Kadınlar daha özgür, daha rahat yaşayabilirler. Çalışmayan kadınlar toplumda daha fazla dışlanıyor, ben bunu doğru bulmuyorum. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Beşinci Katılımcı: Çalışmak demek insanların kaliteli yaşamaları demektir. Kaliteli yaşamak demek, çocuklarım rahat olsun, benim gidemediğim yerleri çocuklarım görsün diye yaşamak demektir. Benim çalışma sebebim; işime aşık olmam fakat çocuklarımı da çok sevmemdir. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Altıncı Katılımcı: Kadınların daha özgür, daha rahat, daha birey olarak var olduğu bir toplum hayal ediyorum. Çok basit şeyler ama son dönem kadınları ilgilendiren her şey beni üzüyor. Ben hayat standartlarımı arttırmak için çalışıyorum. Kadınlar kendileri için, topluma yararlı olmak için çalışmalıdır, özgür olmak için. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

Birinci Katılımcı: Çalışmaya başladıktan sonra hayatımda ne değişti dersiniz özgürlük derim. Güç verdi çalışma bana, özgürlük verdi. Bu yüzden kadınlar bence çalışmalı, üretmeli. Bir kere anaç ruhu kadının her alanda başarılı olmasını sağlar. Bundan dolayı kadınların kendi ayakları üzerinde durmaları gerekiyor. Kadınlar kimseye bağımlı olmamak için çalışmalıdır. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Dördüncü Katılımcı: Çalıştıktan sonra kendime olan güvenim arttı. İnsanlarla iletişimimde saygıyı öğrendim. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Yedinci Katılımcı: 30 yıldır bu mesleğin içindeyim. Özgür ve farkındalıkları olan bir birey gibi davranmayı öğrendim. Özgüvenli ve kararlı hissettim kendimi. (Gazete, Basın-Yayın Müdürü)

• Kadının Ücretli Çalışması ve Kadına Yönelik Şiddet Uygulamaları

Kadına yönelik şiddet uygulamaları fiziksel, psikolojik, cinsel ve ekonomik özellikler taşır. Kadına uygulanan her türlü baskının ifade edildiği kadına yönelik şiddet tanımlaması ekonomik şiddet başlığında ele alınan kadının emeğine el konulması, kadının

çalıştırılmaması gibi faktörlerle olabileceği gibi kadının ücretli çalışma yaşamına katılmasında da etkili olabilmektedir.

Kadının ücretli çalışmaya başlaması ile erkeğin şiddet uygulamaları arasında bağ kuran katılımcılar yaşadıkları olayı fiziksel olmadığı nedeniyle şiddet olarak tanımlamıyor olsa da şiddete maruz kaldıklarını belirtmiştir. Görüşme gerçekleştirilen kadınlardan kendi yaşam öyküsünü aktaran Dördüncü Katılımcı, ücretli çalışmaya başlaması ile birlikte hayatında var olan şiddet uygulamalarının sona erdiğini aktarmaktadır.

Şiddet hep var. Şiddetin ortadan kalkması için kadının maddi ve manevi gücü olması gerekiyor. Bunu kendimden biliyorum. Evliydim, çalışmıyordum, erkek eline bakıyordum. O parayı verirse istediğini alabiliyorsun. Tabi bu arada küfür, dayak çok vardı. Ben ne zaman çalışmaya başladım, hepsi bitti. O yüzden kadının maddi ve manevi gücü olmalı, o yüzden eşit olmalı erkeklerle. Kadının söz hakkı yoksa çok zor... (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Kadına yönelik şiddet uygulamalarında kadının ekonomik özgürlüğü üzerinden açıklamalar yapılabilmeyle birlikte şiddetin ekonomik boyutu dikkate alındığında çalışan kadının ücretine el koyma, zorla çalıştırma ya da çalışmasına izin vermeme durumları da dikkat çekmektedir.

Dokuzuncu Katılımcı: Mesela bir kadın arkadaşım 4 yıl gazetecilik okumuş, bir gün bir erkekle evleniyor, adam diyor ki bu mesleği yapmanı istemiyorum. Üniversite mezunu, bir çoğunun alaylı yaptığı mesleğin okulunu okumuş ya. Bırak diyor eşi evlendikten sonra. Kız bıraktı işi hatta sektörü bıraktı tamamen. Harcadığı zamanı bıraktı, emeğini bıraktı kız eşi istiyor diye. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

Dördüncü Katılımcı: Ben çocuklar küçükken çalışmıyordum. Eşim çalışmama izin vermemişti. Çocuğu kadın büyütür dedi bana sanki onun çocuğu değilmiş gibi, ama ben evde çalıştım hep. Çalışmasan nasıl olacak? Para yok, ekmek alayım diye para bırakırdı da o paradan beş kuruş artardı, onları gizli saklı biriktirirdim ben almasın geri diye. Matbaanın işlerini yaptım parça başı, gelinlikçilerin işlerini yaptım parça başı, alıyordu da ben saklıyordum yine. İnan çok çalışmak lazım olmasın bunlar diye. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Bu anlamda kadının ekonomik özgürlüğünün olması şiddete maruz kalmayacağı anlamı taşımamaktadır. Şiddet olaylarının kadının eğitimiyle, ekonomik durumuyla, medeni

haliyle açıklanmasının doğru olmayacağı da bu noktada önem kazanmaktadır. Şiddet uygulamaları kadının isminin önünde hangi sıfır yer alırsa alsın değişmeksizin kadınların hayatlarında sürmektedir. Konuya ilişkin görüşme yapılan yönetici kadınların yorumları ise yaşamıyla tecrübe etmiş katılımcılar ile benzer nitelikler taşır.

İkinci Katılımcı: Sosyal devlet anlayışının aktif hale getirilmesi gerekli. Şiddet gören kadınlar çok var mesela. Her gün o dayacağı yiyor ama katlanıyor çünkü gidebileceği bir yeri yok. Kadını bir eve kapatmak doğru değil bu yüzden. Ekonomik olarak güçlenmesi gerekli kadının. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Yedinci Katılımcı: Çalışma hayatında kadın neredeyse yok denecek kadar az. Önce kadın ve erkeğin eşit bir biçimde çalışma hayatında var olması sağlanmalı. Arkası gelir. Her erkeğe bir kadın düşerse eşitliğin de sağlanabileceği ihtimali var. Azınlıkta kalan hakkını savunamaz. (Gazete, Basın-Yayın Müdürü)

Görüşme yapılan kadınlar içinde şiddete uğrayıp uğramadıklarına ilişkin kendilerine yöneltilen sorulara hayatlarında hiç şiddete uğramadıklarına yönelik açıklamalarda bulunan kadın yöneticiler de vardır. Kadınların hayatları boyunca bir kez bile şiddete uğramamış olduklarına yönelik açıklamaları şiddet ile tanımladıklarının fiziksel şiddet uygulamaları olduğuna dikkat edilmiştir.

Sekizinci Katılımcı: İş hayatında karşıma çıkan en büyük engel diğer meslektaşlarımla rekabetti. Erkek meslektaşlarımdan bir engelle hiç karşılaşmadım, şiddete maruz kalmadım. Ne çalışma yaşamımda ne de özel yaşamımda. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

• Geleneksel Değerlerin Ücretli Çalışan Kadınlar Üzerinde Etkileri

Kadın emeği tartışmalarında başat olan kadının ev içi emeğidir. Kadının ev içi ücretsiz emeği değersiz olarak tanımlanmakta ve görünmez olarak adlandırılmaktadır. Görüşme yapılan yönetici kadınlardan İkinci Katılımcı, kadının hem ev içinde hem ev dışında çalışıyor olmasının kadın üzerinde sorumluluk yarattığını belirtirken ev içinde çalışan kadının ücretli çalışan kadından daha büyük sorumlulukları olduğunu, kendi annesi üzerinden verdiği bir örnekle açıklıyor;

İkinci Katılımcı: 1972 doğumluyum, 1995 yılında evlendim. Yirmi üç yıl boyunca hiç anahtar taşımadım. Evliliğimin başlarında anahtar taşıma alışkanlığım olmadığı için çok

sorun yaşıyordum. Ben eve geliyorum eşim yanımda yoksa kapıda kalıyorum. Bir gün yine anahtarımı unutmuşum, kapımın önünde beklerken içim yandı, sızladı burnum, annem dedim, annem hep evdeydi. Bunu anladıktan sonra anneme dedim ki “Sen nasıl bir hayat yaşadın anne?” Bana dedi ki “Ben hep evdeydim, her şeyimi size göre ayarladım” Düşünüyorum, bir kadın sürekli nasıl evde olur? Düşünüyorum annemin hiç mi hayatı yoktu? Evimizin anahtarıydı annem. Hayatımda bir kez annemi evde bulamadım o da annem kardeşimi dünyaya getirmek için hastaneye gittiği zamandı. Ben böyle bir annenin kızı olarak hala kendimi çok az şey yapmış olarak nitelendiriyorum. Benim annemin kariyeri yoktu, kadın değil miydi? İmkan verselermiş eğer, buraya Belediye Başkanı olabilecek kadındı, şimdi ise benim en büyük destekçimdir. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Kamusal alanda günümüz şartlarında çalışan kadın oranının artmasının yanında kadınların toplumsal ve ekonomik yaşamda yaşadığı problemler de artmaya devam etmiştir. Kadınların karşılaştıkları sorunlardan en belirgin olanı kadınların erkek meslektaşlarına göre daha fazla çalışmak zorunda oluşlarıdır (Yirmibeşoğlu, 2009: 134). Kadınlar hem ev sınırları içerisinde hem de ev sınırları dışında sürekli bir çalışma durumu içerisinde. Kadının özel alan ile sınırlandırılmış hayatı kamusal alanda yer almaya başlaması ile farklılaşmış olsa da özel alan içerisinde geleneksel değerlerden kaynaklanan ev içi görev ve sorumluluklar varlığını korumaktadır. Yerel medyada yönetici olarak çalışan kadınlar ev içi sorumlulukları ile ücretli çalışma yaşamı arasında kurmak zorunda oldukları bir dengeden söz etmektedir.

Birinci Katılımcı: Biz kadınlar tamam dışarıda çalışıyoruz ama, eve gittiğimiz zaman yemek hazırlıyoruz, çamaşır yıkıyoruz, ütü yapıyoruz, ev temizliği gerekiyor onu yapıyoruz. Erkeklerde bu pek yok. Kadın hem evde çalışıyor, hem dışarıda. Ama bu durum kadının çalışmasını zorlaştırmıyor bence, kadınlar erkeklerden daha güçlü. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Dördüncü Katılımcı: Ofisim evimin içinde. Evimizin bir odasını ofis yaptık. Mutfakta işim varsa yemek yapmam gerekiyorsa hemen yapıyorum. Bir misafir gelecekse hemen toparlıyorum. Hem işimi hem evimi hem aile yaşantımı hepsini birlikte yürütebiliyorum. Masa takvimime ne işim varsa yazıyorum, o takvime göre yaşıyorum. Çalışan kadın için her şey planlı olmak zorunda. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Üçüncü Katılımcı: Kadın ev içinde çalışıyor, işte de çalışıyor. Evde yapmanız gerekenler, evdeyseniz eşinize karşı sorumluluklarınız, çocuğunuz varsa çocuklarınıza karşı sorumluluklarınız kadının üzerinde yük oluyor. Kadınlar çalışmalı, erkekler bu durumda bencilliklerini bırakmalı, kadına destek olmalıdır. Ben hayatın müşterek olduğuna inananlardanım. Sadece erkek çalışmıyor, her yük ortak olmalı, her anlamda. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Yedinci Katılımcı: Kadının çalışması aile kurumu içinde sorun haline dönüşüyor. Sadece evde çalışması hayal ediliyor. Bir zorunluluk gereği çalışan kadınlarımızın, meslek sahibi olmasının önüne geçiliyor. Kadınların çalışmasına “zorunluluk hali” gözü ile bakılıyor. Aile içinde kadına yardımcı unsurlar hazırlanmadığı için bıkip, eve dönmesinin altyapıları hazırlanıyor. (Gazete, Basın-Yayın Müdürü)

Medya sektörü içerisindeki yönetici kadınlar hem evde hem işte çalıştıklarından dolayı çift mesai yaptıklarını dile getirirler. Çift yönlü çalışmalarına ek olarak mesleki koşulların getirdiği düzensiz çalışma saatleri ile de baş etmek durumunda kalırlar. Özellikle kadınların ev içi sorumlulukları, çocuklu kadınların çocukları ile olan ilişkileri çalışma saatlerinin düzensiz oluşu sebebiyle etkilenmektedir (Kuyucu, 2013: 43).

Beşinci Katılımcı: Gecenin üçünde çocuğumu emzirmeyi bırakıp habere giden bir kadını ben. Çocuklarım için ofisimde bebek odam vardı mesela. Öyle zordur ki bu mesleğin saatlerinin olmaması, ofisten çıkıp doğuma gittiğimi biliyorum. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

İkinci Katılımcı: Çalışan kadınların çocukları annelerine hasret kalırlar. Bu yüzden hem çocuklar hem anne kendini eksik hisseder. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Birinci Katılımcı: Bizim meslekte gecemiz gündüzümüz yok. Saatimiz yok bizim, gece gündüz yollardayım ben. Yeri geliyor sabah 7’de eve giriyorum. Yeri geliyor gece 2’de geliyor. Mesela eve çok geç geliyorsanız temizlik yapamazsınız, çamaşır yıkayamazsınız, bina içinde yaşıyorsunuz makine çalıştıramazsınız. Haftasonu yapsam desem, izin günleri olan bir meslek içerisinde değilim. Çok yoğun çalışan kadınların ev işleri konusunda çok zorlandıklarını söyleyebilirim. Bulaşıkları yerleştiriyorsun ama yıkandıktan sonra alıp raflara yerleştirmek bile çok zor geliyor insana. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Sekizinci Katılımcı: Benim çekimler için şehir dışına çıkmam gerekti ve mecburen eşim yalnız kalmak durumundaydı. Ki benim eşim bypass geçirmiş bir insan. Onu bırakıyorum gitmek zorundayım çünkü ben işimi de çok seviyorum. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Dokuzuncu Katılımcı: Saati yok bu işin, medya sektöründeyse 7/24 online olman gerekiyor. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

Görüldüğü üzere düzensiz çalışma saatlerinin varlığı kadınların aileleri ile olan ilişkilerini etkilemektedir. Aynı zamanda çalışma saatlerinin düzensiz oluşu, meslek yaşamlarında sınırlı zaman dilimlerinde izin kullanmış ya da hiç kullanmamış oluşları kendilerinin ihtiyacı olan sosyal yaşamlarında düzensizliğe yol açmıştır. Görüşme yapılan kadınlardan evli olanlar ev içi sorumlulukların paylaşımında eşlerinden destek gördüklerini belirtmektedir.

Dördüncü Katılımcı: Ev işlerinde ortağız. Önceden iki kızım evlenmemişken, ev işlerini kadınlar yapar diye hiç karışmazdı eşim. Çocuklarımız evlendikten sonra iki kişi kaldık. Hayat müşterek, her şeyi ortak yapıyoruz. Ben evi toparlarım, eşim elektrik süpürgesi tutar, ben toz alırım, eşim paspas yapar. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Beşinci Katılımcı: Ben çalışıyorum, eşim de çalışıyor. O yoruluyor, ben de yoruluyorum. Eşiniz size destek oluyorsa, kadının çalışması daha kolay oluyor. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

İkinci Katılımcı: Eşimle tanıştıktan sonra 1995 yılında evlendim. Bir evin kızı olmaktan çıkıp, kendi evimin kadını olmayı o zaman algılayabildim. Sorumluluklar başladı sonrasında, evin tüm işleri annemden bana kaldı. Eşimle birlikte yirmi üç yıldır her şeyi birlikte yaparız. Hem çalışan kadın, hem ev kadını olma durumunu eşimin anlayışlı olmasından dolayı hiç yaşamadım. Evimizdeki tüm işler ortaktır bizim için. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Sekizinci Katılımcı: Çalışma saatlerimiz bazen değişebiliyor veya eşim geç saatlere kadar çalışabiliyor. Şehir dışına çıkmamız gerektiği durumlar olabiliyor, ev şartlarına uyum sağlıyoruz bundaki avantajım eşimin de medya sektöründe olması.(Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Türkiye’de 4857 sayılı İş Kanunu’nun 73. maddesi kadınların gece çalıştırılma yasağını kapsamaktadır. 18 yaşını doldurmuş olan kadın çalışanların gece postalarında çalıştırılması adına koşullar Sağlık Bakanlığı ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığınca belirlenmektedir (İş Kanunu, 2003: 8447).

Medya sektörü çalışanlarının düzensiz çalışma saatleri gece mesaisi ve hafta sonu mesaisi yoğunluğu sebebiyle problemler taşımaktadır (Yirmibeşoğlu, 2009: 135). Çalışma içerisinde görüşülen yönetici kadınların, çalışanlarını gece mesaisine yollarken sergiledikleri tutumlar aşağıdaki gibidir.

Beşinci Katılımcı: Kadın gazetecilere toplumun bakış açısı çok farklı. Kadınların gazeteci olması, gecenin üçünde habere çıkmaları kimsenin düşünmediği bir şey. Taksi çağırıp, bisiklete ya da arabaya binip gecenin üçünde habere gitmek, senin işin olduğu halde toplumun gözünde çok farklı algılanabiliyor. Ben bu konuda o gün o saatte habere hangi muhabirin gitmesi gerekiyorsa onu yolluyorum. Cinsiyet ayırmıyorum. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

İkinci Katılımcı: Medya sektöründe kadın erkek ayrımı yoktur fakat kadın için çok zor bir meslektir. Mesela gazeteciler telsiz dinlerler, kadının altında araç yok nasıl gidecek? Gece olmuş iki-üç. Erkek olsa atlar bisikletine gider fakat kadın gidemez. Bundan dolayı gazete patronları kadınları gece çalıştırmak istemezler. Anne ya da genç kız başına bir şey gelebilir. Ben de çalıştırmıyordum. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Üçüncü Katılımcı: Gece haberlerinde asayiş haberleri oluyor. Asayiş haberlerine de kadınları yollamıyoruz, hoş olmuyor. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Sekizinci Katılımcı: Medya sektörü gecesi gündüzü sabahı akşamı olmayan bir iş. Diyelim ki Kuşadası’nda bir kaza var gitmek zorundasınız. Bu işin haber kısmına bakarsanız. Gazetelerin nöbetçi kadın çalışanları olur gece nöbete kalacak ki böyle kadın arkadaşlarım da var. Gece habere çıkma boyutunda bu mesleği gerçekten çok seven kadınları görürüz. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Dokuzuncu Katılımcı: Bir kadın gece 3 haberine tek başına gitmez zaten. Kadın erkek eşitliği ve sektörü ele alacak olursak aslında olması gereken bir şey bence gidilmeli. Bu konuda pozitif bir ayrımcılık var. Kadınları gece 3 haberleri gibi geç saat haberlerinde

göremezsiniz. Anca asayiş muhabiri olması lazım ama asayiş muhabirleri erkektir. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

• **Toplumsal Değerlerin Kadının Medeni Hali Üzerinden Aktarımında Ücretli Çalışan Kadının Durumu**

Medya sektörü içerisinde çalışanlar da dahil olmak üzere çalışma yaşamının her anında kadınların medeni hallerine ilişkin bilgiler eşliğinde açıklamaların yapılmasına rastlanılmaktadır. Kadınların medeni halleri nedeniyle toplum tarafından onlara bazı durumlarda olumlu özellikler tanınmıştır. Olumlu özelliklerin tanındığı bir medeni hal durumu toplum tarafından belirlenmiş alanlar içerisinde olumsuz bir özellik de taşıyabilmektedir. Çalışma yaşamında kadının bekar, evli, boşanmış oluşlarına ilişkin toplum tarafından kendilerine yüklenen roller hakkında bilgi alabilmek için sorular yöneltilen yönetici kadınların büyük çoğunluğu; kadının evli oluşunun olumlu ama çocuklu oluşunun olumsuz, bekar oluşunun olumlu, boşanmış oluşunun olumsuz tutum ve davranışlarla karşılaştığı yönünde açıklamalar yapmıştır. Yönetici kadınlar tarafından bekar kadınlar üzerindeki toplumsal algıların kendi düşüncelerine etkilerine yönelik açıklamaları şöyle aktarılmaktadır:

Sekizinci Katılımcı: Bekarlıkta sorumluluklarınız daha hafif oluyor ama evlendikten sonra sorumluluğunuz biraz daha artıyor. Eşim de medya sektörünün içinde olduğu için birbirimizi anlayışla karşılıyoruz. İşler ortak yapılıyor dense de ev içindeki sorumluluğun büyük bir bölümü kadına ait. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Altıncı Katılımcı: Bekar bir kadın olmamın çalışma yaşamında muhtemelen artışı var. Bizim sektör ve diğer tüm sektörler için bekar olmak bence daha avantajlı. Patronlar da genellikle bunu tercih ederler ya, çocuk olmasın, doğum izni olmasın diye. Tabi bir kadın olarak ben bunlara tamamen karşıyım. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

Üçüncü Katılımcı: Bekar olduğum için ev içi sorumluluklarımda olumlu veya olumsuz bir değişiklik olmadı. Hala ev işlerini annem yapıyor. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

İkinci Katılımcı: Çalışmaya ilk başladığımda bekar olduğum için çalışan kadın ne demek aldırıyordum. Sorumluluklar nasıldır hiç bilmiyordum. Evimde yemeğim pişiyordu, çamaşırlarım yıkıyordu, okula gider gibi işe geliyordum, evin tüm işlerini annem yapıyordu. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Dokuzuncu Katılımcı: Medya sektöründe bekar olmak bekar kalmanızı sağlıyor. Bekarlığınıza devam etmenizi sağlıyor çünkü fırsat bulamıyorsunuz. Bu zamana kadar gözlemlediğim bir şey var mesela iş yerinde birçok arkadaş edindim, yeni gelenle karşılaştım bekar gelen bekar gidiyor, anca nişanlısı veya sevgilisi olan evlenip çıkıyor. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

Sekizinci Katılımcı: Çalışma yaşamında kadının medeni durumunu bir engel olarak görmüyorum. Tabi bu kişiden kişiye değişen bir şey. Kadınların eşlerinin veya eşlerinin dünya görüşlerinin çeşitliliği ile alakalı bir durumdur. Bekar olarak bu işi sürdürüyorsa daha rahat çalışabileceğini düşünüyorum. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Yönetici kadınlar tarafından evli ve ya çocuk sahibi kadınlar üzerindeki toplumsal algıların kendi düşüncelerine etkilerine yönelik açıklamaları şöyle aktarılmaktadır:

Sekizinci Katılımcı: Aydın'da medya sektöründe çok fazla kadın çalışan yok. Erkek egemenliğinde bir sektör şu anda. Bunu kadınların bu sektörden çekiniyor olmasına bağlayabiliriz. Evli kadınların eşleri, kadınların erkek arkadaşları veya kadınların ailesi tarafından engellenmesine de bağlayabiliriz. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Altıncı Katılımcı: Kadının çalışma yaşamında evli ve çocuklu olması değerini düşürmez. Bunlar kişinin kabiliyetleri ile alakalıdır. Kadının kendini geliştirmesi, çalıştığı kuruma katkıları onu değerli veya değersiz yapar. Evli olmuş, bekar olmuş, kadın olmuş, erkek olmuş, genç olmuş, yaşlı olmuş önemli değildir. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

Beşinci Katılımcı: Ben bu işe evliyken başladım. 16 yaşında evlendim, direkt bu işe girdim. Beni kıymetsizleştiren hiçbir şey olmadı. Çalışmak kıymet düşürmez ki... Tabi evli kadının çok özveride bulunması gerekiyor. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Sekizinci Katılımcı: Evli olunca kadının şartları değişiyor, sorumlulukları artıyor bir kere. Bizim toplumumuzda evliliğe yüklenen anlamlar çok farklı. Evli bir kadın gece 12'de dışarıda olamaz. Ben bunlara katılmıyorum. Kadın kendi attığı adımları bildikten sonra, evliliği kadının kariyerini engelleyemez. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Yönetici kadınlar tarafından boşanmış kadınlar üzerindeki toplumsal algıların kendi düşüncelerine etkilerine yönelik açıklamaları şöyle aktarılmaktadır:

Birinci Katılımcı: Medeni hal bir anlam ifade etmez, sende bitiyor her şey. Bir kadının bekar olması, boşanmış olması çalışma yaşamında olumsuz şekillerde karşlanır. Mesela bekar olunca bir de evlenip ayrılınca insanların bakış açısı çok farklılaşıyor. Boşanmış kadınlara bizim toplumumuzun bakış açısı hazır açık kapı, bunun erkeğe ihtiyacı vardır, bir şekilde bunu biz elde ederiz, maddi gücümüzü kullanırız olabiliyor. Kadınlar duruşlarını bozmadıkları sürece kimse zaten dokunamaz. Taciz boyutuna varan teklifler yapılıyor. Kadına bir obje gibi bakıyorlar. Özellikle bu durum pazarlama yapıyorsanız daha belirgin oluyor. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Beşinci Katılımcı: Boşanmış kadına kötü bakarlar. Kadının özel yaşamıdır bu kimseyi ilgilendirmez. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Yedinci Katılımcı: Boşanmış bir kadın olmak meslek hayatını olumsuz etkileyebiliyor ama ben bunun biraz da kadının yaşıyla alakalı olduğunu düşünüyorum. Yaş ilerledikçe artık bir sorun olmaktan çıkıyor. (Gazete, Basın-Yayın Müdürü)

Yönetici kadınların çocuk sahibi olan kadınlar üzerinden toplumsal algıların kendi düşüncelerine etkilerine yönelik açıklamaları şöyledir:

İkinci Katılımcı: Bir kadın anne değilse, bir engelle karşılaşır mı bilmiyorum. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Sekizinci Katılımcı: Çocuğum yok, çocuğum olmadı hiç Çocukları da çok severim ama belki çocuğumun olmayışı medya sektöründe bu kadar aktif olmamı sağladı. Çocuğum olsaydı da çalışmaya devam ederdim. Çocuğum olsaydı bu kadar faal olur muydum zannetmiyorum, sanırım olamazdım. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Birinci Katılımcı: Çocuklarla zor olmadı, eşimle ayrılmış olsak da eşim ve ailesinin bana çok destek verdiğini her fırsatta söylerim. Çocuklarıma babanneleri baktı, tek bırakmak zorunda olduğum dönemler de oldu çocuklarımla. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Yedinci Katılımcı: Günümüz koşullarında çocuklu olmak, evli olmak, çocuk bakıyor olmak dezavantajlı durumlar. Çocuğuma annem baktı. Oğlum artık yetişkin bir birey. Çalışma hayatımı olumsuz etkilemiyor. (Gazete, Basın-Yayın Müdürü)

• Toplumsal Değerlerin Kadının Anneliği üzerinden Aktarımında Ücretli Çalışan Kadının Durumu

Görüşmeler sırasında çocuk sahibi olan ve evli olan kadınların çocukları üzerine ve anneliğin kutsallığı üzerine daha yoğunlaştığı, konu üzerine konuşma sürelerinin uzun oluşu ile de belirlenmiştir. Ataerkil toplumsal düzen tarafından annelik üzerine yapılan vurgunun yerel medya sektöründe yönetici pozisyonunda çalışan kadınlar aracılığıyla yeniden üretildiği gözlemlenmektedir.

Birinci Katılımcı: Çocuklarım çalışmamı istemiyor, onlarla vakit geçirdiğim zaman çok mutlu oluyorlar. Ben de mümkün olduğu kadar vakit ayırmaya çalışıyorum. Çok vakit ayırmam gerekiyor. Topluma faydalı bireyler yetiştirmek istiyorsak çocuklarla babadan ziyade annenin daha çok ilgilenmesi gerek. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Birinci Katılımcı: Evim kira, çocuklarımı okutuyorum, maddi kazancımı mümkün olduğu kadar çocuklarıma harcıyorum. Kendimi bir kenara koydum çocuklarım için ayakta duruyorum. Ben çocuklarım için yaşıyorum. Çocuklarımın eksikleri olsun istemiyorum, içlerinde bir şey kalsın istemiyorum. Eğer bir toplumda güçlü çocuklar yetiştirmek istiyorsak, evlerinde güvenli bir ortam yaratmalı ve mümkün olduğunca elimizden gelen tüm imkanları onlara sunmalıyız. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Beşinci Katılımcı: Anne olunca harcamalarınız çok farklı oluyor. Her şey çocuklara endeksli oluyor. Ben her şeyi daha önce gördüm, yaşadım, arka planda kalabilirim diyorsun. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Sekizinci Katılımcı: Etrafımdaki çocuk sahibi anneleri görüyorum, çocuk apayrı bir dünya kendinizi tam anlamıyla çocuğa adanmak zorundasınız. Çalışan kadınların çalışma zamanları dışında kalan zamanlarını mutlaka çocuklarıyla birlikte geçirmeleri gerektiğini düşünüyorum. Sevgisiz bir toplumda yaşıyoruz, sevgi aileden gelir, çalışan anne ve babalar çocuklarına sevgiyi öğretmelidir. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Üçüncü Katılımcı: Çocuk olunca iş hayatına atılmak kadın için problem olabilir. Erkekler bu konuda eşlerine yardımcı olmalıdırlar çünkü hem bedenen hem de ruhen kadın için oldukça zor bir süreç. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

İkinci Katılımcı: Çocuk olduktan sonra çalışan kadın, annelik... Duvara tosluyorsun o zaman. Annelik olduktan sonra eşinizle paylaşamadığınız yükler oluyor. Annelik babaya göre daha fazla sorumluluk gerektiriyor. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Türkiye’de 4857 sayılı İş Kanunu’nun 74. maddesi analık halinde çalışma ve süt iznini kapsamaktadır. 74. maddeye göre kadın işçilerin doğumdan önce 8 doğumdan sonra 8 hafta olmak üzere toplamda 16 hafta çalıştırılmamaları esastır. İkiz ve daha fazlası gebeliklerde çalıştırılmama sürelerine iki hafta daha eklenmektedir (İş Kanunu, 2003: 8448). Konuya ilişkin evli ve çocuk sahibi olanlar çoğunlukta olmak üzere fikirlerini aktaran yerel medyanın yönetici kadınları doğum izninin az oluşunu doğru bulmadıklarını, sözü edilen izin süresinin uzatılarak hamile ve yeni doğum yapmış kadının devlet güvencesi altına daha fazla alınması gerektiğini vurgulamıştır.

İkinci Katılımcı: Doğumdan sonra kadının çalışmasına ara vermesi insani bir ihtiyaç, bir zorunluluktur. Doğuma sekiz hafta kala izin veriliyor, inanın bu anne için çok az bir süre. Kadının annelikle tanışması sekiz hafta öncesinde ve sonrasında en yoğun dört ay. Daha fazla olması gerektiğini düşünüyorum. Söylediğim gibi; bu gerçekten nefes almak gibi bir ihtiyaç. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Dördüncü Katılımcı: Kadın çocuğuna ilk bir sene kendisi bakmalı, yürüdüğünü, konuştuğunu, emeklediğini görebilmeli. Anne dedi mesela çocuk, bunu duymalı. Kadınlara dört ay izin veriliyor, bu doğru değil. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Beşinci Katılımcı: Kadın çalışmak istiyorsa hamileyken de çalışabilir. Ben patronum diye o hamile kalamaz diye bir şey söz konusu olamaz. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Kadının doğumdan sonra devlet tarafından kendisine verilen izin hakkının bitiminden sonra ise çocuğun bakımı, yetiştirilmesi adına kadın ve erkek çalışanlara ilk doğum sonrası 60, ikinci doğum sonrası 120, üçüncü ve daha fazla doğumlardan sonra ise 180 gün süreyle haftalık çalışma sürelerinin yarısı ücretsiz izin olarak tanınmıştır. Yine kadın işçilere 74. madde gereği çocuklarını emzirebilmeleri için gün içerisinde kendilerinin belirleyecekleri aralıkta bir buçuk saat izin verilmektedir. Günlük çalışma süresinden bağımsız değerlendirilen bir buçuk saatlik izni parçalara ayırarak kullanabilmeleri mümkündür (İş Kanunu, 2013: 8448).

Altıncı Katılımcı: Emziren kadınlar var mesela. Ya o kadınlar benden daha çok izin kullanmalı, her istediğinde çocuğunu emzirmeye gidebilmelidir. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

Çocuk sahibi kadınların medya sektöründe var olabilmesi ve yöneticilik pozisyonuna ulaşabilmesi adına görüşmelerde yer alan kadınların ortak noktaları kadınların çocuklarına devlet tarafından ücretsiz bakım hizmeti ihtiyacıdır. Görüşme yapılan çocuk sahibi kadınların çocuklarına kendi anneleri ya da eşlerinin anneleri tarafından bakıldığı özellikle vurgulanmıştır. Yerel medyanın yönetici kadınları çocukları söz konusu olduğunda yetkilerini sınırsız bir şekilde kullandıklarını belirtmiştir. Ayrıntılı anlatıma İkinci Katılımcı aracılığıyla ulaşılmıştır.

İkinci Katılımcı: Çocuğum doğduktan sonra sekiz ay hiç işe gitmedim. Sonrasında çalışma masamın yanına oyun parkı kurdum. O şekilde mesleğe geri döndüm. Bir gün çalışma masamın yanında oyun parkı, oyun parkının içinde çocuğum, beni üst düzey bir yönetici ziyarete geldi. Dedi ki ben şu an tüm bildiklerimi unuttum. Bir kadının hem anne hem de çalışan kadın olmasını şimdi anladım. Her ikisini de yapabilir mi? Yapabilirmiş... Ben bunu yapabilen şanslı kadınlardanım. Çünkü bir yerel medya organının sahibiyim. Belki bu radyonun çalışanı olsaydım, patronum buna müsaade etmeyebilirdi. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

İkinci Katılımcı: Kızım dünyaya geldiğinde, kendime gelip çocuklarım büyüdüğünde kadınlarla ilgili bir derneğe davet edildim. Önceden çocuklar küçük diye gitmemiştim. Bir kadın anne olduğu için çok farklı ihtiyaçları olabiliyor. Biz bir kadının iş hayatında kalmasını istiyorsak, bu kadınların çocuklarına bakmak zorundayız. Kreşler pahalı, kadın maaşının yarısından fazlasını kreşlere verebiliyor. Böyle olunca da maddi kazanç sağlamayınca çalışmamayı tercih ediyor. Bunu çok söyledim fakat dernekten kimse beni dinlemedi. Ardından Aydın Ticaret Odası'nın Kadın Girişimciler kuruluşu bu projeyi hayata geçirdi. Çünkü bir kadını ekonomiye kazandırmak istiyorsan, çocuğuna bakacaksın. Gerçekten bakacaksın. Hiçbir şey ondan önemli değil, kariyerin bile. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Medya sektörü çalışanı kadınların konu hakkındaki görüşleri ise verilen izin süresinin yetersizliği doğrultusundadır ve görüşülen kadınların büyük çoğunluğu çalışmaya herhangi bir sebepten ötürü hiç ara vermediklerini belirtmiştir.

Dördüncü Katılımcı: Matbaanın parça başı işlerini yapardım. Mesela yoğurt kapaklarının üzerine etiket yapıştırma, ayakkabı kutusu, takvim tenekeme gibi. Hatta hiç unutmam büyük kız kucağında, küçük kıza ayağında uyutuyorum, ben yine de o parça başı işleri yapıyordum. İşim ne olursa olsun ben hep sahiplendim, hep çalıştım ben. Çalışmadan duramam ki... (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Altıncı Katılımcı: Mesleğim için evlenmedim. Belki de evlenmem gereken o zamanı, mesleki kariyerime harcadım bilemiyorum. Para kazanmaya odaklandım, işime odaklandım. Ailemle beraber yaşıyorum, önceliğim genel olarak işim. Yıllarca yıllık izin almadan çalıştım. (Reklam Ajansı: Pazarlama Direktörü)

• Ücretli Çalışma Yaşamında Kadının Karşısına Çıkan Engeller

Medya sektöründe çalışan kadınlar çalışma yaşamları boyunca çok ciddi boyutlara uzanan problemler yaşamaktadır. Medya sektöründe çalışan kadınların dışsal problemlerini ağır çalışma koşulları, toplumsal cinsiyet ayrımcılığı, geçmiş dönemlerde yaşanan ücret farklılıkları, çalışma yaşamında cinsel şiddet, mobbing uygulamaları, cam tavan şeklinde sıralamak mümkündür (Kuyucu, 2013: 41). Görüşme yapılan yönetici kadınların medya sektöründe yaşadıkları ya da şahit oldukları mobbing uygulamaları hangi sektörde çalışan kadın olursa olsun benzerlikler taşımaktadır.

Üçüncü Katılımcı: Ben tüm çalışanlarla arkadaş gibiyim. Yaşlarımız birbirine çok yakın, çalışma alanımın dışına çıktığımda ise bana yönelik olumsuz tutumlar ve yaklaşımlar oluyor. Babasının koltuğuna oturmuş, bir şey bilmez, mesleği yapamaz tarzı yaklaşımlar. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Dördüncü Katılımcı: Kuşadası'na ilk geldiğimizde bir çay ocağında işe girmiştım. Benim tanıdığım bir gazeteci kadın vardı. Onun arkadaşının muhabir aradığını öğrendim. Ben oraya çay, kahve ve temizlik yapmaya girdim ya kalkıp da ben yaparım diyemedim. İş de bilmiyorum. Gazeteci arkadaşıma dedim ki; muhabir mi olsaydım keşke? Dedi ki; otuz altı yaşındasın sen ya! Koşuşturamazsın... Otuz altı değil şu an elli yaşındayım. Daha da koştururum oysa! (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Dördüncü Katılımcı: Bir abimiz bana sen şimdi gazeteci olacaksın, buradaki birimlerin müdürlükleri hepsi erkek. Onların eşleri sen kadın olduğun için hoş karşılamaz. Ama tam tersi oldu, her zaman eşleriyle de görüştüm. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Beşinci Katılımcı: Erkek gazetecilerin kadın gazetecilere iyi gözle bakmadığını birebir yaşadım. Bir toplantıda bir erkek gazeteci kadınların gazetecilik yapamayacağını, eksik olduklarını anlatmak istedi. Namusa dem vurdu, ben bu duruma sesimi çıkarttım. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Yedinci Katılımcı: Pek çok alanında var medyanın. Sayısız şekilde yaşadım. Fotoğraf çekerken bile zorlandım. Medya dünyası çok çetin. (Gazete, Basın-Yayın Müdürü)

Dokuzuncu Katılımcı: Sektörde kadına çok yardımcı olan, kadını ön plana çıkartmaya çalışan, kadına destek olan, kadının başarısı karşısında mutlu olabilen modeller görmek istiyoruz tabi. Fakat bunlar ne yazık ki yok, bir erkekten daha iyi olduğunuz bir konu vardır mesela, bunu kabul etmezler. Bu kez tartışma ortamı yaratarak sizi alt etmeye çalışırlar. Ben teknik alandayım. Grafik işiyle uğraşanlar genellikle erkeklerdir. Çok büyük problemler yaşamadım ama bir problem oldu o da zaten 4 yılıma mal oldu. Bana çok ciddi bir mobbing uyguladı, ben buna karşı koyabiliyordum ama artık hem iş yoğunluğu hem de bıktığımdan uğraşmaktan vazgeçtim. Mobbing öyle bir şey ki işinizden soğuyorsunuz ve mesleğinizi değiştirme kararı alıyorsunuz. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

Mobbing uygulamaları kadının iş yerinde uğradığı baskıların bir bütünü olarak temelde kadına kendisini yetersiz hissettirmekte, kadının başarısızlığını vurgulamaktadır. Görüşmeler sırasında çalışma yaşamlarında mobbinge uğramış kadınlar mobbing karşısında direndiklerini, itaatkar bir tutum sergilemek yerine baskı uygulamalarına karşı çıktıklarını da belirtmektedir.

Sekizinci Katılımcı: Ben yetersiz olduğuma hiçbir zaman inanmadım. Zaten yetersiz olduğuma inansaydım böyle bir işe kalkışmazdım. Medya sektöründe kadın olmak en başta insanın kendisi ile alakalı bir durumdur. Medya sektöründe karşınızdaki insanlarla kurduğunuz iletişim önemlidir. Böyle yetersiz gibi hissettirmeye çalışanlar var elbette ama kulak asmiyorum. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Dokuzuncu Katılımcı: Benim üst pozisyonumdaki erkek meslektaşım için benim takdir görmem her zaman için sorundu. Ben dört yıldır sektördeyim o on iki senedir sektörde. Düşünün ki bir pasta var, ikimiz de bu pastanın dilimlerinden sorumluyuz. Bu pasta iş diyelim, biz onu bitirmek zorundayız. Yüzde doksanını o yapar, yüzde onunu ben yaparım veya bunun tam tersi, veya eşit yaparız bu işin bitmesi gerekir. Erkek çalışan yüzde yirmilik kısmını kendisi yapar, geri kalanı bana yüklerdi. Benim iş yüküm her zaman çok

daha fazla olurdu. O böyle yaptıkça fark etmeden benim daha fazla şey öğrenerek yükselmeme sebep oldu. Uyguladığı baskının şiddeti de arttı. Ama erkeklerin medya sektöründe kadınlara uyguladığı baskıyla mücadele etmek kadınların elindedir. Bu devran böyle demek ki deseşdim, baskıcı tutumlar karşısında susmayı yeğleseşdim başarıya ulaşamazdım. Sen sana uygulanan baskının ne kadarına müsaade ediyorsun önemli olan bu kısmı bence. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

Mobbing uygulamaları ile hiç karşılaşmadıklarını ya da kötü davranışlar olsa da erkek meslektaşları tarafından hep destek gördüklerini belirten kadınlar çalışmanın medyada kadın erkek eşitliği konusundaki yargısına farklı bakış açıları sunması nedeniyle dikkate değerdir.

Birinci Katılımcı: Erkek meslektaşlar aşağılamıyor, destekliyor bizi. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Dördüncü Katılımcı: Erkek meslektaşlarımla çok iyiyim. Gidemediğim bir haber olursa, abi bana bu haberi verir misin? Ben de sana bunu veririm diyorum. Bana destek oluyorlar, ben de onlara. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

İkinci Katılımcı: Yönetici pozisyonları erkeklerden oluşur. Belkide ben küçük yaşta başladığım için kabullenildim. Erkekler, kadınların kendilerinin önüne geçmesini istemiyorlar fakat farklı örnekler de mevcut. Mesela şu an Aydın Gazeteciler Cemiyeti başkanayım ve beni erkekler seçti. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Dördüncü Katılımcı: Gazeteci Yardımlaşma Derneği başkanayım. Kurul erkeklerden oluşuyor, beni onlar seçtiler. Ben de yönetime kadın bir arkadaşımı aldım. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni).

Aydın ilinde Aydın Gazeteciler Cemiyeti Derneği ve İlçe şubeleri Aydın Gazeteciler Derneği Söke Şubesi, Aydın Gazeteciler Derneği Nazilli Şubesi, Kuşadası Gazeteciler Derneği, Kuşadası Gazeteciler Dayanışma Derneği olmak üzere mesleki ve dayanışma dernekleri arasından medya sektörü içerisinde faaliyet gösteren beş dernek bulunmaktadır (<https://www.dernekler.gov.tr/tr/Anasayfalinkler/illere-gore-faal-dernekler.aspx>).

Derneklerden ikisinin başkanı ile çalışma içerisinde görüşme yapılmıştır. Edinilen bilgilere göre dernek katılımcıları erkek cinsiyeti yoğunluğuna sahiptir.

Dokuzuncu Katılımcı: Kadınların bir arada olmaları iyi olabilir. Aydın'da iki cemiyet var, bir tanesine üyeyim. Cemiyetlerin çoğunluğu erkeklerden oluşuyor, bu durum bile kadınlar arasında bir dayanışma ortamının yaratılmasını zorunlu kılıyor. Örneğin bir cemiyet toplantısına 25 kişi katılmıştır. 20'si erkeğe maksimum 5 tanesi kadındır. Eğer katılımcı sayısı 40 ise kadın sayısı en fazla 8 olur. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

Yedinci Katılımcı: Benim tutumum değil, kadınların ortak tutumu önemli. Birimiz ayrı, diğerimiz ayrı davranırsa sonuç alınamaz. Topluca bir duruş sergilenmeli. (Gazete, Basın-Yayın Müdürü)

Kadınların dayanışma içinde olmaları gerektiğine vurgunun yapıldığı bu cümleler çalışma içinde hedeflenmemiş olan fakat görüşme sayısı ilerledikçe ortaya çıkan bir durumu gözler önüne sermektedir. Görüşme yapılan kadınlar ya görüşme öncesinde ya da görüşme sonrasında Aydın ili içerisinde kaç yönetici kadın olduğunu sormuştur. Verilen sayı neticesinde şaşkınlıklarını gizlememiş, yönetici kadınların büyük çoğunluğunu tanımıyor olduklarını belirtmişlerdir.

• Yerel Medya Sektöründe Süper Kadın Sendromu

Medya sektörü içinde yer alan kadınlar ve meslekleri ve özel alanla kurmuş oldukları ilişkiler görüşme yapılan kadınların süper kadın sendromu içerisinde olduklarını göstermektedir. Ev ile çalışma yaşamı arasında mükemmel denge kurmaları gerektiğine duyulan ortak inançları sebebiyle kadınlar her iki alanda da etkinliklerini sürdürmektedir. İki alan arasındaki denge mücadelesi o kadar ciddi boyutlara ulaşmıştır ki görüşme yapılan çocuk sahibi kadınların çocuklarının hayatlarında da aynı denetim ve denge mekanizması çalıştırdığı görülmektedir.

İkinci Katılımcı: Mesleki anlamda bazen kariyeriniz bazen anneliğiniz öne geçmektedir. Ben kendimi annelikle tanımlamam. Hem bir çalışan kadını, hem de anneyim. Çocuklarımdan birinin okulunda okul aile birliğindeyim. Radyoda yöneticiyim, ev işlerinin büyük sorumluluğu bende, hepsini dengelemeye çalışıyorum. Her yere yetişmeye çalışıyorum. Mesela çocuklarımızın sınıfını, oturduğu sırayı, tüm sınıf arkadaşlarının isimlerini ben biliyorum, eşim bilmiyor. Ben bunu yapmak zorunda hissediyorum, yaptığım her ne varsa en iyi şekilde yapmak istiyorum. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Birinci Katılımcı: Kadın her işi başarır, kendi mesleğimden yola çıkayım; çoğu erkeğin gitmeyi tercih etmediği yerlere ben gittim. Giremediği yerlere çok girdim, insanın kendine güveni bir işi başarabileceği yönünde olursa, başaramayacağı şey yoktur. Kadınlar bu konuda çoğu erkekten daha başarılıdır. Aile ve çalışma hayatında ise denge gerekir, dengeyi kurmak çok önemlidir. (Gazete, Genel Yayın koordinatörü)

Dokuzuncu Katılımcı: Medya sektöründe çalışırken evinize ve kendinize çok fazla vakit ayıramazsınız. Çalışmaktan başımı kaldıramıyordum mesela. Sadece uyumaya fırsat bulabildiğim bir tempoyla çalışıyordum. O sıralarda hem gazetede hem de televizyonda çalışıyordum. Yapım koordinatörlüğü görevindeydim. Çok zor oluyordu o yüzden. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

• Yerel Medya Sektöründe Kadının Konumu

Birinci Dünya Savaşı'nın yedek işgücü ordusu olan, kapitalizmin gelişmesi ile toplumsal alanda yaşanan değişim ve dönüşümler ile çalışma hayatında daha fazla yer alan kadınlar aile içi üretimden kamusal alanda aile dışı üretime dahil olmuştur. Sözü edilen alanlar arası geçiş kadının çalışma yaşamında toplum tarafından kendisine biçilen rollerde çatışmaları beraberinde getirmiştir. Kadının kamusal alanda yer almasıyla dahil olmadıkları hiçbir alan kalmayan kadınlar geleneksel ilişkilerin hakim olduğu yerel kamusal alanlarda ikincil konumundan kurtulmuş gibi gözükse de bu kurtuluş temelde birçok problemi beraberinde getirmiştir. Çoğu kadın kamusal alanlarda erkeklere benzemeden kadın olmaya özgü olarak tanımlanan davranış kalıplarını terk etmemiştir. Kadın olmanın zarif tutumları, nezaket kuralları toplum tarafından kadına yüklenmiş olsa da kadınlar kendilerine yüklenen rollere sahip çıkarak ücretli çalışma yaşamında yer almaktadır (Fidan, 2000: 129). Ücretli çalışma yaşamında ataerkil yapının kadın üzerine yüklediği rollerden birini toplumsal güzellik algısına uyumlu olma hali oluşturur. Medya sektöründe çalışan yönetici kadınlar için bakımlı olma durumu kendilerine dayatılmamış, kendileri tarafından tercih edilen bir durumdur.

Altıncı Katılımcı: İnsanın kendine bakması gerektiğini düşünüyorum. Kadının ise ekstra bakması gerektiğini düşünüyorum. Bu kendine duyduğun saygı ve nasıl görünmek istediğinle alakalı. Kişinin etiketi kıyafetidir, kişisel bakımındır. Elbette karakter de çok önemlidir ama fiziki görünüm de çok önemlidir. İnsanın bakımlı olması, işi düzgün yapacak

anlamında değildir fakat benim tercihim hem düzgün giyinen hem de işini düzgün yapandan yana olur. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

İkinci Katılımcı: Kadın kendine bakmalı, bir insanın kendine bakması kendine olan saygısıdır. Kendine ve dış görünüşüne dikkat eden kadınların daha başarılı olduklarını gördüm. Bakmayanlar da başarılı olabilir tabi ama erkeklerde bu durum daha az kadınlara göre. Erkekler tıraş olurlar, bu onların makyajı olur. Ne olursa olsun bakımlı olmak kişinin değerini arttırır. Kıyafetinle karşılanır, konuşmalarınla uğurlanırsın. Bir Vali'nin karşısına terlikle gidilmez. Bir Vali'nin karşısına nasıl çıkacaksam, başkasının karşısına da aynı şekilde çıkarım. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Birinci Katılımcı: Bakım insan ile ilgilidir. Bakımlı olmayı kimse için değil kendim için seviyorum. Bir başkası için olmamalı böyle şeyler. Bunlar benden beklenen şeyler değil, bunları ben istiyorum. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Sekizinci Katılımcı: Kadınların bakımlı olması medya sektöründe çok önemlidir. Kadın ekran yüzüdür, vitrindir. Ben burada kadının bir obje olarak ekranda var olmasından bahsetmiyorum. Kadın değil yaptığı iş ön planda olmalıdır. Evet kadın bakımlı olmalıdır fakat abartı hem kişiyi hem seyirciyi yorar. Medya sektöründeyseniz en başta izleyiciye olan saygınız çok önemli. Oraya saç baş dağınık çıkamazsınız. Ben mesela 10'da program yapıyordum, sabah 6'da kalkıyordum hazırlanmak için. Benim saçlarım kısacıktı, bir saat iki saat uğraşmamı gerektiren bir durum yok aslında ama sabah 6'da kalkıyor, hazırlanıyor, güne özel kıyafetler giyiyordum. Çok özenmeli diye düşünüyorum bir kadın. Seyirciye olan saygı hem erkekte hem kadında olmalıdır. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Kadının bakımlı olmasının kişisel bir mesele olduğu yönündeki açıklamalar temelde bireysel olana seslenen kozmetik ürünlerinin bireyselin içine sızarak toplumsala ulaşması yönünde bir ataerkil toplumsal strateji ürünüdür. Kozmetik ürünleri kullanan bakımlı kadınlar aslında bir iletişim yolunu tercih etmektedir. “Makyaj, kadınlar için önemli sözsüz iletişim kodlarından biridir” (Çallı, 2007: 63). Bu anlamda toplumsallaşmanın bir örneği olarak tanımlayabileceğimiz kadına yüklenen davranış kalıpları dışına çıkmayan kadınlar, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin farkında olmaksızın yeniden üretimine neden olmaktadır. Bu durumun dışında, kadının bakımlı olmasına yönelik yapılan vurgu karşısında olumsuz düşüncelere sahip olan kadınlar da bulunmaktadır.

Dördüncü Katılımcı: Kadınlardan illa çok güzel ve bakımlı olmaları bizim sektörde beklenilmez. Beklenilmemeli de zaten. Biz oraya haber için gidiyoruz, insanları tahrik etmek için değil. Kadın da ona göre davranmalıdır, kendini başkalarına güzel göstermek için değil. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Yedinci Katılımcı: Sektör bunu bekliyor kadınlardan fakat ben dikkate almıyorum (Gazete, Basın-Yayın Müdürü)

• Yerel Medya Sektöründe Cinsiyetler Arası Eşitsizlik

Kadının genel olarak çalışma yaşamında özel olarak da medya sektöründe erkek meslektaşları ile aralarındaki ilişkileri tespit edebilmek adına önce meslekler arası cinsiyet ayrımı üzerinde durmak gerekmektedir.

Medya içerisinde yer alan kadınların erkeklere göre fiziksel olarak daha zayıf oluşuna vurgu yapan kadınlar kadın işi erkek işi ayrımını destekler niteliktedir. Fakat medya sektörü içerisinde kadın işgücünün erkek işgücünden aynı şartlarda yararlandığına yönelik düşünceler de vardır. Cinsiyet temelli iş bölümünün doğal olmadığını toplumsal bir arka planının olduğunu kabul etmek gerekmektedir (Omay, 2011: 162).

Beşinci Katılımcı: Kadının yaptığı iş ile erkeğin yaptığı iş aynı değerde hiç olmaz. Öyle bakmazlar hiçbir zaman. Kızlara sorumluluk yüklenmemiş mesela, erkeklere yüklenmiş. Anne babalar kız çocuklarına sorumluluk vermeli. Çalışmalarına destek olmalılar çünkü aileler çocuklarına ne kadar imkan tanırırsa, çocuğun özgürlüğü o kadardır. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Dokuzuncu Katılımcı: Günümüzde kadının toplumdaki yerini konuşmak bile bana çok saçma geliyor. Ne demek bu? Kadın var yani yokluğunu tartışamazsın ki! Yıl 2018 kadının istihdamına yönelik projeler, çalışmalar, programlar düzenlenirken biz hala kadın erkek eşit midir? sorusunu tartışıyoruz. Kadın-erkek eşit mi sorusu hala tartışılıyorsa eşit değildir. Tüm sektörlerde de kadın erkek eşitsizliği geçerlidir diye düşünüyorum. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

Sekizinci Katılımcı: Medya sektöründe kadın ve erkek tam anlamıyla eşit olmalıdır. Sadece fiziksel olarak ayrı durmalılar. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Onuncu Katılımcı: Eşit olduklarını düşünmüyorum. Reklam işinde Türkiye'ye baktığınızda, yönetici pozisyonunda olanların erkek, pazarlama birimindekilerin kadın olduğunu görürüz. (Reklam Ajansı, Reklam Koordinatörü)

Görüşme yapılan yönetici pozisyonunda yer alan kadınlar arasında mesleki cinsiyet ayrımı konusunda toplumsal arka planı göremeyen kadınlar vardır.

Dördüncü Katılımcı: Meslek olarak kadın ve erkeği eşit değerlendiremeyiz. Mesela inşaatta çalışan bir erkek ile kadın aynı değildir. Medya sektöründe eşittir. Ben çoğu yere eşimle beraber gidiyorum, benim rahatlığım bundan olabilir. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Üçüncü Katılımcı: Kadın-erkek eşitsizliği toplum içerisinde var. Medyada olduğuna inanmıyorum. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Medya sektörü içerisinde istihdam edilen kadınlar uzmanlaştıkları alanlarda yatay ayrımcılığı yeniden üretmektedir. Kadın bakışı ile erkek bakışı arasındaki farklılığa yapılan vurgu yatay ayrımcılığın kadınlar arasında büyük düzeyde içselleştirilmiş olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle kadınların kendilerine açık bırakılmış olan alanlardan üst kademelere yükselmiş olmaları yatay ayrımcılığı içselleştirmelerinde etkili olmuştur.

İkinci Katılımcı: Kadınlarda uyum olduğu için gazete dizgisinde kadın olması önemlidir çünkü kadınlar detaycıdır. Kadın bir olayı çok güzel görür. Kadının gözü haberlere bir başka bakar. Kadın bir haberin içinde birden fazla haber çıkartır. Erkek tek haberle gider, tek haberle döner. Her sektörde bu ayrıma rastlanır. Bir de kadınların yaptıkları haberlerde muhakkak bir öneri bulursunuz. Bu durum kadınların hayata şekil verme özelliklerinden kaynaklanır. Bu özelliklerini medyaya da yansıtırlar. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Üçüncü Katılımcı: Haberleri oluştururken kadın ve erkek düşüncelerinde farklılıklar olabiliyor, bakış açıları farklı bir kere. Örneğin bir kadının dikkatini çeken bir şey, erkekler için farklı olarak algılanmıyor. Bir kadın köşe yazarımız Aydın'da vatandaşların yere tükürme alışkanlıkları üzerine bir yazı yazmıştı. Erkekler bunda ne var ki diye düşündüler. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Sekizinci Katılımcı: Ben kameranın önündeyim tabi diyorum ki şu çiçek şurada dursun, buraya bir koltuk koysak daha güzel durur, ışığı bir de buradan verebilir misiniz

hoş gözüdür. Diyorlar ya “boş verin onları teferruat”. Erkekler böyle bakmıyor işte, kadın gibi bakmıyor. Bizim meslekte kamera önü kadınlara kamera arkası erkeklere ayrılmış sanki. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Medyada istihdam olanağı bulmuş kadınlar toplum tarafından cinsiyetlere yüklenen olumlu olumsuz kalıp yargı ve tutumlara maruz kalmaktadır. Toplumsal normlar cinsiyetlere yönelik tutumlarda hangi cinsiyetin ne gibi konularla ilgileneceğini belirlemektedir. Bu durum ise kadın ve erkek meslektaşların birbirleri ile olan ilişkilerini etkilemektedir. Özellikle 1960'lı yıllardan sonra dünyada ve Türkiye'de artan cinsiyetler arası eşitlik söylemleri cinsiyetler arası rol paylaşımlarında eşitliğe vurgu yapıyor olsa da toplum tarafından cinsiyetlerden beklenen davranışlar üzerinde değişim yaratamamıştır (Kuyucu, 2013: 41).

İkinci Katılımcı: Kadının elinin değmesi ile daha derli toplu, düzenli, detaycı olursunuz. Erkeklerde bu özellikler yok, kadınlarda var. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Beşinci Katılımcı: Erkekler haberlerde direkt sonuca giderler. Kadınlar ise hep irdelerler. Bundan dolayı sektörde kadının çalışması tertibi, düzeni ve yeni haberlerin oluşumunu sağlar. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Altıncı Katılımcı: Medyada kadını değersizleştirme, itibarsızlaştırma durumu var. Ben bundan hoşlanmıyorum. Kadının olduğu yer güzelleşir, bu yüzden de sektör içinde kadınlar olmalıdır. O zaman küfür olmaz, daha derli toplu olur, insanlar konuştuklarına dikkat eder ve daha yaşanılır olur. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

Medya sektöründe ücretli çalışan kadınlar erkeklerden farklı olarak sosyal içerikli haberlerde yer almaktadır. Sosyal konuların ele alınışında kadınların yer alıyor oluşu kadının üretkenliğini arttırmaktadır. Kadınların sosyal konular üzerine yoğunlaşmaları kadın problemlerinin ortaya konulmasında etkili olması beklenmektedir. Medya sektörü içerisinde yönetim pozisyonlarında erkek meslektaşlarına göre eşit katılım gerçekleştirilemeyen kadınlar olduğu düşünüldüğünde kadının medyada hangi konular olursa olsun aktifliğinin vurgulanması açısından önem kazanmaktadır (Fidan, 2000: 128).

Sekizinci Katılımcı: Benim mesleğim kadına daha çok yakışan bir meslektir. Fakat ben, kadın erkek mesleği diye de bunu ayırmıyorum. Görsel olarak kadına daha çok yakıştığını düşünüyorum. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Dokuzuncu Katılımcı: Kadınlar yaşam haberlerinde veya güncel haberlerde yoğunluk gösterir. Asayiş haricinde tüm haberleri yaptıklarını görebilirsiniz. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

Birinci Katılımcı: Benim alanım magazin muhabirliği, bugün bu işi Aydın 'da ilk kez yapmaya başlamış olanlardanım. Önceden ise ben mesleğe dağıtıcılıkla başladım, yapmam demedim. Çalıştığım yerde muhabir eksikliği vardı fotoğraf makinesi kullanmayı bilmem ama gittim çektim. Baktılar bende bir ışık var o zaman bana bir sayfa vermeye karar verdiler. Sağlık sayfası verildi bana. Bana ayrılan küçük bir alanla başladım, o alanı iki sayfaya çıkarttım. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Dördüncü Katılımcı: Dediler ki bana büyük abilerim “ Çalıştığın gazete bizim ideolojimizden farklı ideolojide, biz de sana reklam veriyoruz, dergine. Bağlı olduğun gazete bizi kötülüyor sen dergine bizden reklam alıyorsun, seninle çalışmayacağız böyle giderse” O zaman gazeteden ayrıldım tek başıma magazin dergisi çıkartmaya başladım. Siyasetten uzak duruyorum. Bu yönde desteklendim ben. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Görüşmeler sırasında medya sektöründe kadınların belirli alanlarla sınırlandırılmaması gerektiğine vurgu yapılmış, bu durumu yıkan kadınlardan örnekler sunulmuştur.

Sekizinci Katılımcı: Medya içerisinde teknik bölüme bir dönem merak sarmıştım. Kamera arkası dediğimiz bölüme. Genelde burada hep erkekler olur. Son zamanlarda buna da merak sarmıştım ama çok zor bir iş. Yine de yapabiliş yapamayacağımı deniyorum. Benzer şekilde Aydın 'da kadın bir muhabir arkadaşım vardı, spor muhabiriydi. Aydın 'da tek spor muhabiri olan kadındı. Futbol gibi erkeklere ait bir dünyada futbola hiç ilginiz yoksa bu çok zordur ama muhabir arkadaşım bunu başardı. Yıllarca spor muhabiri denildiğinde gururla adından söz edildi. Erkek mesleği, kadın mesleği diye ayrılıyor olsa da bu algıları yıkan kadınlar var. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Dokuzuncu Katılımcı: Bir çok muhabir kadın arkadaşımın adli vakalarda görev alması onlara zorluk olabiliyor. Adliye'nin ortamından dolayı problemler çıkabiliyor. Aydın 'da kadın gazeteci sayısı çok azdır mesela, genellikle erkekler vardır. Erkek egemenliği de hakimdir. Toplumun algısında da şu kadın mesleğidir şu erkek mesleğidir gibi bir algı olduğunu düşünmüyorum. Bu konuda kadınlara en büyük engel erkek meslektaşlarımızdan geliyor. “Ya senin o haberde ne işin var? Sen mi gideceksin? Ben

hallederim... Sen dur...” diyorlar. Kendi egemenliklerini, hükümdarlıklarını bile diyebiliriz sürdürmeye çalışıyorlar. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

• Yerel Medya Sektöründe Ücretli Çalışan Kadına Yönelik Cinsel Şiddet Uygulamaları

Medya sektörü içerisinde ve diğer tüm sektörler içerisinde kadın ve erkek çalışanlar arasındaki olumsuz ilişkilerin bir diğer boyutunu ise medyanın erkek egemen yapıya sahip olması nedeniyle yaşanan olumsuz tutum ve davranışlar oluşturur. Medya sektörü içerisinde cinsel şiddet uygulamaları ile kendini gösteren erkek egemen sistem, sektörün kadın çalışanları üzerinde baskı ve korku mekanizmasını oluşturmaktadır. Yalnızca kadın oluşlarından kaynaklı kadınların maruz kaldığı cinsel şiddet uygulamaları karşısında yerel medyanın yönetici pozisyonunda çalışan kadınlarına göre erkek egemen sistemin ceza anlayışı şiddeti gerçekleştiren erkek üzerine değil şiddete maruz kalan kadın üzerine gerçekleşir (Kuyucu, 2013: 42).

Altıncı Katılımcı: İş yerlerinde sarkıntılık, taciz durumları oluyor, yaşıyordur. Reklamla ilgili görüşüyorsun ama insanlar yemek teklif ediyor, kahve teklif ediyor. Görüşmeyi flört boyutuna taşıyabiliyorlar. ‘O kısmıyla ilgilenmiyorum, ilgilendiğim kısım bu’ diye hissettirirsen sorun kalmıyor. Bu olayları erkeklerin yaşadığını sanmıyorum. Yaşıyorlarsa da şanslıdır onlar çünkü bu hoşlarına gidiyordur. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

Beşinci Katılımcı: Kadın hayata bir sıfır yenik başlıyor. Gülümsediğinde dahi yanlış anlaşılabilir. İş hayatında erkekler her zaman üstünlük sağlıyor ya aslında erkeklere bunu düşündüren toplum. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Birinci Katılımcı: Bir kadının çalışma yaşamında değerini düşüren duruş ve davranışlarıdır. Benim bir çizgim, bir duruşum var. Yıllardır bu çizgiden ödün vermedim. Oturmasını kalkmasını bilmek, konuşmasını bilmek, insanlarla kurulan iletişim çok önemli çünkü insanlarımızda öyle bir şey var ki; bir merhabanın ardından birçok şey çıkartabiliyorlar. Bizim sektörümüz böyle durumlara çok açık bir sektör. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Üçüncü Katılımcı: Kadın olarak reklamcı olmak zor. Erkeklerin davranışlarından dolayı. Çoğu kadın, bu davranışlardan rahatsız olup pazarlama işi yapmaktan çekiniyor. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Altıncı Katılımcı: Kadın olmak bütün sektörlerde zor. Reklamda özellikle biraz daha zor çünkü orada pazarlama var. Bir çizgi belirlemek gerekiyor. Pazarlama yapan kadına bakış açıları erkeklerin farklı oluyor malesef. Beklentileri farklı oluyor, bunu da hissettiriyorlar. Mesleğin ilk zamanlarında bunu çok yaşadım, şimdilerde biraz daha dikkatli oluyorlar. Yalnızca işini yapmak istediğini hissettirirsen bir kadın olarak, bu durum zamanla değişiyor. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

Görüşme yapılan kadınlardan bazıları cinsel şiddet olayları ile hayatları boyunca en az bir kez karşılaştıklarını belirtirken bazıları ise medya sektöründe cinsel şiddet olaylarına rastlanılmadığını dile getirir.

Onuncu Katılımcı: Ben farklı teklifleri geçelim ters bir bakış dahi görmedim bu biraz da kişinin kendisi ile ilgili bir durum. Kadının kendisi ile, oturup kalkmasıyla, kullandığı üslupla ilgili olduğunu düşünüyorum. Tamamen kişinin kendi sınırlarını koymasıyla ilgilidir. Ben bunları hiç yaşamadığım için işadamları tarafından tacize uğrayan kadınlar anlatıyorlar fakat ben tanınmış bir işadamının bunu yapabileceğini düşünmüyorum. Kişiliklerle alakalı olduğunu düşünüyorum ben hiç karşılaşmadım ama bu karşılaşmayacağım anlamına gelmiyor. (Reklam ajansı, Reklam Koordinatörü)

Cinsel şiddet olaylarında cezalandırılan cinsiyetinin kadın oluşuna yönelik erkek egemen fikirlerin ise kadınlar tarafından içselleştirildiği de görülmektedir. Kadınların cinsel şiddet olaylarına maruz kalmalarının kendi ellerinde olduğu düşüncesi ile yaklaşmaktadır.

Görüşme yapılan kadınlar arasında özellikle haber almada ve reklam almada kadınların cinsiyetlerini kullandıkları ve bu durumdan duyulan rahatsızlık hakimdir. Sözü edilen görüşe sahip olan kadınların ortak ifadesine göre cinsiyetini mesleklerinde bir başarı elde etmek adına kullanan kadınlar için mesleklerinden önce cinsiyetleri gelmektedir.

Birinci Katılımcı: Bizim bazı pazarlamacı kadınlarımız var, kendi vücutlarını kullanarak iş yaptırmaya çalışıyorlar. İnsanlar zaten ilk başta o gözle bakıyor kadınlara. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Sekizinci Katılımcı: Kendi sektörümden değil, bir başka sektörden örnek vereyim size; sanayiye gidersiniz, köşe başlarında ellerinde parfüm şişeleriyle kızları görürsünüz. Fiziksel özelliklerini kullanarak orada dururlar ve satış yaparlar. Orası erkeklerin olduğu bir ortam ama burada o kızların bir suçu yok, patronları bunu istiyor çünkü kadının dış görünüşü daha fazla parfüm sattırarak, kazancı ona göre olacak. Bazı kadınlar da bunu kendileri için kullanabiliyor. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Yerel medya sektöründe yönetici pozisyonunda çalışan kadınlardan oluşan katılımcıların cinsel şiddet uygulamalarından kendilerini korumak adına sergilemek zorunda oldukları davranışları ise aşağıdaki gibidir.

Altıncı Katılımcı: Ben mesai bittikten sonra telefonlara bakmam, mesajları okurum ama cevap yazmam. Kendime bir çerçeve çizdim ve onun içinde ilerliyorum, böylece problem olmuyor. Bir konuşma yapmadan da tepkimi koryumuş oluyorum. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

İkinci Katılımcı: Kadının değerli olmasında zekası etkilidir. Zeki insanlar, namuslarına dil uzatmaz. Hangi koşulda olursa olsun kadın haberlere gider, bunu zekası ile donanımı ile yapar. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Birinci Katılımcı: Bir yerlere gelebilmek için kendini sergilemek mi istiyorsun yoksa düşüncelerle, fikirlerinle bir yere mi gelmek istiyorsun? Bu kadının kararı. Pazarlama alanında bir kadının kıyafeti olumsuz bakışları beraberinde getirebiliyor. Ben böyle giyinmeyi tercih etmiyorum. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Sekizinci Katılımcı: Ben şehir dışında bir program yapsam, diyelim ki Aydın'ın köylerinden birine gittim, oraya uygun giyinerek giderim. Merkezde istediğiniz gibi giyinmekte özgürsünüz ama merkezden uzaklaştığınızda kadına bakışlar hemen değişiyor. Aslında doğru olan soru bunlar karşısında kadın neden kendini korumak zorunda olsun? Kendini korumak için davranışlarını, düşüncelerini değiştirsin? Bunu erkek yapıyor kadına. Erkek değiştirsin kendini. Medya sektöründe çok yaygın bu konu, eğitim verilmesi gerektiğini düşünüyorum. Ben çantamda biber gazı taşıyorum mesela, bunu taşımak zorunda değilim. Kendimi daha fazla koruyacağım diye çakı, bıçak mı taşıyayım? İnsan kendisini önce düşünceleriyle koruyabilir diye düşünüyorum. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

• Yerel Medya Sektöründe Cam Tavan Olgusu

Medya sektöründe var olan kadınların sektör içerisinde yaşadıkları bir diğer problem ise cam tavan olarak adlandırılan, erkek egemen toplumsal yapı kaynaklı üst kademelere ulaşım sorunudur (Yirmibeşoğlu, 2009: 134).

Yedinci Katılımcı: Mesleklere göre cinsiyet ayrımcılığı en çok üst düzey iş yaşamında var. Toplumsal baskılar tabii ki.. Üst düzey derken siyasi arena ve medyayı kastediyorum. Bu alanlara kadınların girmesi daha zor ve cefalı. Sadece süs eşyası gibi görülmek isterseniz durum değişebilir, elbette. (Gazete, Basın-Yayın Müdürü)

Altıncı Katılımcı: Kadınların yönetici olmasında bence engel yok. Her kadın her yerde her şekilde olabilir. Örneğin ben tuttuğum futbol takımı başkanının kadın olmasını çok isterim. Futbol erkeklerle özdeşleşmiş olsa da çok seven benim gibi kadınlar da var. O yüzden kadınlar her alanda olmalıdır. Tabi bunlar benim fikrim. Unutmamak gerekiyor ki erkek egemenlik bizim toplumumuzda var. Eskiden beri gelen, erkek çocukların işin başına geçme durumu var. Toplumun ataerkil durumu, kadının yönetici olmasında engel oluyor. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

Üçüncü Katılımcı: Kadının yönetici olarak engellendiğini düşünmüyorum. Babam gazeteci benim. Gazeteyi babamdan devraldım. Meslekte yükseldiğim için şanslıyım, babam kaynaklı şans oldu diyorum çünkü ben bir çaba harcamadım. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

İkinci Katılımcı: Kadının yönetici olmasında engel eşi olabilir. Sorumlulukları olabilir, ev içindeki sorumlulukları olabilir, çalışma saatlerinin düzensizliği olabilir. Bunlara ek olarak kadın kendi kendine çeşitli engeller yaratıyor olabilir. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Kadınların üst kademelere yükselmelerinde cam tavan engelinin görmezden gelinerek kişisel bir problem olarak aktarılmasına karşılık erkek meslektaşlarının üst kademelere yükselişlerinde yalnızca erkek cinsiyetine sahip olmaları yeterli olmaktadır.

• Yerel Medya Sektöründe Kraliçe Arı Sendromu

Görüşülen yönetici kadınlar çoğunlukla kadınların mesleki yükselişleri adına erkek meslektaşlarına göre daha fazla çaba sarf etmelerinin önemine vurgu yapmaktadır. Yönetim pozisyonlarında yer alan kadınların problemlerinden biri olan Kraliçe Arı Sendromu

görüülen kadınlar arasında da yaygın olarak varlığını sürdürmektedir. Kadınların yönetim kadrolarında yer alamıyor oluşlarını kendi beceri ve kabiliyetleri ile açıklayan kadınlar sıklıkla kadının yönetim kademelerinde yer almak istemedikleri için yer alamadıklarına vurgu yapmaktadır. Yönetici kadınlar arasında görülebilen Kraliçe Arı Sendromu, temelde erkek egemen davranış ve tutumlar ile hareket eden kadınlar arasında yaygındır.

Dördüncü Katılımcı: Erkeklerin kadınlara koyduğu bir engel söz konusu değildir. Mesela rakip dergi vardır, karşılaşır engellerle. Kadın yükselemiyorsa çok çalışmıyordur. Örneğin benim ilk dergim otuz altı sayfaydı. Şimdi yüz altmış artı kapak. Durmuyorum ben, bir engel varsa kendi elindedir, kadının kendisi engeldir. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Üçüncü Katılımcı: Kadınların bir şeyleri elde edebilmesinin zor ama istedikleri zaman kolay olduğuna inananlardanım. Kadınlar istedikleri zaman her şeyi elde edebilirler. Elde etmek için neyi nasıl yaptıkları önemlidir. Başarı açısından da kadınlar erkeklere oranla daha başarılıdır. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Birinci Katılımcı: Kadınların kendilerine güvenleri olursa erkeklerden daha başarılı olabileceklerine inanıyorum. Her kadın bence zoru başarabilir. 16 yaşından beri çalışıyorum ben. Hiçbir şey bana hazır sunulmadı, hep kendi mücadelemle yaptım. Dişimi turnağıma takarak bir yerlere geldiysem eğer geldim. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Onuncu Katılımcı: Ben erkek meslektaşlarımın kadınlara engel olduğunu düşünmüyorum. (Reklam Ajansı, Reklam Koordinatörü)

• Yerel Medya Sektöründe Örgüt Yapısı

Genel olarak medya sektörü çalışan kadınların yaşadıkları problemler yerel medyada benzerlik yaşanmaktadır. Benzerliğin dışında kalan alanlarda ise yerel medya organlarının yönetim ve örgüt yapılarının incelenmesinde yaşanan zorluklar hakim olmaktadır. Özellikle matbaa önceliği olan yerel medya organlarında her iki çalışma alanı iç içe geçmiştir. Yerel medya organlarından gazete ve dergilerde çalışan kişi sayısının az oluşu yerel medya içerisinde örgüt yapısı ya da yönetim kadrosu incelemelerini anlamsız kılmaktadır (Bodur, 2000: 111).

Görüülen yönetici kadınlardan yazılı medya organlarında çalışanları arasından elde edilen bilgilere göre genelde yerel medyada özelde ise gazete ve dergilerde örgütsel bir yapı görülmemektedir. Yerel medya içerisinde yönetici olarak çalışan kadınlar, yazılı medya

organlarında en alt kademedan en üst kademeye kadar birçok işi kendilerinin yaptıklarını söylemektedir.

Birinci Katılımcı: Kadın hep bir şekilde başka şeyleri tamamlamak zorunda. Kadının çalışma yaşamında üstelik bir de yöneticiyse kendisine ayıracak zamanı hiç kalmıyor. Üstelik bizler medya sektöründe kendimizi sıfatlandıramıyoruz. O kadar çok işe bakıyoruz ki sektörde adımızın önünde bir unvan oluyor ama her şeyi oluyoruz gazetenin. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Dördüncü Katılımcı: Habere gidiyorum, geliyorum, yazıyorum, sayfa düzenlemesini yapıyorum, baskı formatına çeviriyorum, hepsi benim işim olunca mücadele edemedim, rahatsızlandım. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Sekizinci Katılımcı: Yönetici olmak hem çok zor hem çok kolay. Ben medyada meslekleri çok sıfatlandırmak istemiyorum. Her şey ekipten başlar, aslolan ekiptir. Herkes kendi işinin bu sektörde hem patronu hem müdürü hem çalışanıdır. Benim asistanım hiç olmadı, kimle görüşmek istersem kendim görüştüm, kendim hazırladım, kendim sundum. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Yerel medya sektöründe çalışma koşullarının düzensizliği, maddi problemler ve görev dağılımındaki yetersizlikle karşı karşıya kalınmaktadır. Sektörde yöneticilik yapan kadınlar çalışma koşullarının zorluklarını şöyle aktarmaktadır:

Dördüncü Katılımcı: Kadın olarak habere gitmek çok zor. Aracın olması gerekiyor bizim meslekte. Ben mesleğe ilk başladığımda habere dolmuşla gidiyordum, dönüşte ya oradaki insanlardan birinin aracıyla dönüyordum ya da mesela haber için otele gittim, organizasyonun bitmesini bekliyordum, personel servisleriyle geri dönüyordum. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Sekizinci Katılımcı: Yerel medyada var olan televizyon kanalları, gazeteler, dergiler, sponsorlara bağlıdır. Tek başımıza reklamlar olmadan yürütemeyiz. Çok güzel bir meslek, para için yapıyorsanız ne sizin o mesleğe ne de o mesleğin size bir katkısı olur. Ben bu meslekten bazen kazandım, bazen kazanmadım ama severek yaptım. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Üçüncü Katılımcı: Gazetelerde maddi anlamda kazanç yoktur. Benim bu mesleği başlangıçta düşünmemen nedenlerimden en önemlisi buydu. Çok maddiyatçı değilim ama

maddi gelire de ihtiyaç duyuyorum. Ekonomik kaygıları alt düzeye indirmek gerekli. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Yoğun çalışma temposu, düzensiz çalışma saatleri, örgüt yapısındaki esneklik nedeniyle yerel medya sektörü içerisinde çalışan yönetici kadın olmanın zorlukları bazı durumlarda çeşitli rahatsızlıklarla kendini gösterebilmektedir.

Dördüncü Katılımcı: Ben derginin tasarımını önceden kendim yapıyordum. Sabah 6'da yatıp 10'da tekrar kalkıyordum, günde 4 saat uyuyordum. Tabi bu arada liseyi bitirdim fakat bu kadar yoğun çalışmayı vücudum kaldıramadı. Geçici istemik atak geçirdim. İnme indi derler ya o hastalık. On gün hastanede yattım, gücümün yetmediğini işte o zaman anladım. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

İkinci Katılımcı: Bu çok yorucu bir meslek. Biz bizden geçtik fark edemedik. Eşimle birlikte bir gazetemiz vardı, o gazete de çocuğumuzdu bizim. Fakat sağlığımızı kaybettikten sonra hiçbirinin bir önemi yok. Gazetecilik çok yükümlülük gerektiriyor, cebinizden öder kazanamazsınız. Biz eşimle radyodan elde ettiğimiz kazancı gazeteye yatırdık. Ne gazete kazandı, ne radyo kazandı. Bir gün bir telefon aldım, eşim helallik istiyor benden. Gazeteyi bıraktık. Sağlıktan daha önemli hiçbir şey yok. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Birinci Katılımcı: Çalışma yaşamıma bir dönem ara verdim. Küskünlüğüm oldu medya sektörüne. Maddi manevi emeğimin karşılığını alamadığımı düşünüyorum. Bu meslekte gecenizi gündüzünüze katıyorsunuz, yeri geliyor çocuklarınızı görmüyorsunuz. Bu bir çok kadının yaşadığı problemdir. Çalışma yaşamında olan her kadın için bu yıpranmalar, manevi yoksunluk yaratır. Çevrem sağlığımdan endişe duymaya başlamıştı. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Beşinci Katılımcı: Şu koltuğu görüyor musun? Kaç gece burada uyudum ben saymadım. Bitmiyor ki işler, sabahlıyorsun. Yanında yok sana yardım edecek kimse. Dört gün önce kalp krizi geçirdim. Sabah baskıya yetişecek gazete, ben yine buradayım bu gece. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Ulusal medyada yönetim kademelerinin çalışanlarını denetleyebilmek adına belirli bölümler oluşturma zorunlulukları olduğu görülmektedir. Sözü edilen zorunluluğa yerel medya organlarında rastlanılamamaktadır. İş gören sayısının iki ile sınırlanabildiği medya organlarında üst, orta ve alt yönetim birimlerinden söz etmek mümkün değildir. Öyle ki

Bodur (2000), yerel medya organlarını aile üyelerinin bir arada çalıştığı bir bakkal dükkanına benzetir. Sözüünü ettiği göreceli yönetim anlayışı yerel medyada halen hüküm sürmektedir. İki çalışanı olan bir medya organında kurulan ilişkiler anne-çocuk, baba-çocuk, karı-koca, arkadaşlık ilişkileridir (Bodur, 2000: 103).

Dördüncü Katılımcı: Eşim benim sağ kolum. Beni habere götürür, getirir. Derginin baskısını takip eder, dağıtımını yapar. Ailecek birlikteyiz biz bu işte. Damadım grafik tasarımlarımızı yapar, kızım derginin imtiyaz sahibidir. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Üçüncü Katılımcı: Ben kötü davranışlarla iş yerinde karşılaşmıyor, problem yaşamıyorum. İş yerinde tam olarak ipleri elime almadım, yöneten değilim, babam hala egemen. Açıkçası imtiyaz sahibi olsam da stajyer gibiyim. Bu bir süreç elbette, değişecektir. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Sekizinci Katılımcı: Önceden eşimle birlikte aynı mesleği farklı alanlarda yapıyorduk. Şimdi aynı çatı altında buluştuk. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sunucusu)

Onuncu Katılımcı: Daha önceden aynı gazetede çalışmıştık. Çok yakın arkadaş olduk, ortaktan ziyade kardeş gibiyiz diyebilirim. (Reklam Ajansı, Reklam Koordinatörü)

Çalışma kapsamında ele alınan konular ışığında yerel medya organizasyon yapısı hakkında katılımcılardan genel bilgiler vermeleri talep edildiğinde problemleri bir işleyiş ortaya çıkmaktadır. Örneğin, Dördüncü Katılımcı Genel Yayın Yönetmeni olduğu derginin imtiyaz sahibinin kendi kız çocuğu olmasını şöyle açıklamaktadır.

Dördüncü Katılımcı: Lise 1. sınıf terktim. Yazı İşleri Müdürü ve İmtiyaz Sahibi olamıyordum. Açıköğretimden liseye başvurduğum ama o etapta işimi devam ettirmem gerekiyordu. Kızımı Yazı İşleri Müdürü ve İmtiyaz Sahibi yaptım. Kızım derginin sahibi oldu ben Genel Yayın Yönetmeni. 2 yıl önce lise diplomamı aldım. Ama tabii şimdi 9-10 yıldır kızımın üzerinde dergi, hadi ben liseyi bitirdim ver bana dergimi demek doğru değil. Nasıl başladıysak öyle devam ediyoruz. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Dördüncü Katılımcı'nın yerel medya organlarının ve özellikle gazetelerin organizasyon yapısının değişkenliğine yönelik bir başka açıklaması ise şöyledir:

Dördüncü Katılımcı: Yerelde yedi sigortalı işçi çalıştırmak zorundasınız. Ücretlerde farklılık kesinlikle yok kadın erkek arasında. Asgari ücret veriliyor herkese. Ama yerel

gazeteler için yedi kişi çok. Küçük bir ilçe burası, bir habere gidersen bir günde, okuyanı edeni yok. Para yok ki çalışanına veresin. Veremiyorlar insanlar. Şimdi sen burada sokakları gez, kahvehanelerdeki erkeklere sor nereden emekliler. Medya çalışanı olmayıp medya emeklisi çoktur içlerinde. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Yerel medya organizasyon yapısının düzenlenmesi, yönetim kademelerinde yer alan kadınların başarılı olmalarında kendi yetki ve sorumluluklarının uygun bir şekilde belirlenmesi temeldir. Yönetim kadrolarında bir yöneticinin kimden emir alıp kime emir vereceği önemlidir. Bu anlamda iş tanımlarının yapılması oldukça önem kazanmaktadır (Bodur, 2000: 101). Günümüz şartları altında yerel medya organlarında kadın yöneticilerin iş tanımlarını yaparken sıklıkla zorlandıkları konuların başında emir verme, sözünü geçirebilme problemleri gelmektedir.

İkinci Katılımcı: İlk zamanlar patron-çalışan ilişkisi yoktu. Patronluğu zamanla öğrendim. Ne istediğinizi bilmekle alakalı bu durum, bir yöntemi yok. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Beşinci Katılımcı: Emrimde olmak değildir, burası hepimizin. Emir vermeye gerek duymuyorum, biz birlikte yürütüyoruz ekmek tekemizi. Naziğim, kabalığı sevmiyorum, insan ilişkilerimde çok başarılı olduğumu düşünüyorum. Ben işimi sevgiyle yapıyorum, sevgiyle sözümü geçiriyorum. Bir insana yap diyeceğine yapar mısın dersin. Adını söyleyeceğine kızım dersin, oğlum dersin. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Kadın cinsiyetine sahip olmaları nedeniyle anneliğe yapılan vurgunun hakim olduğu şefkatli davranış kalıplarını sürdüren kadınların yanı sıra kişisel yaklaşım sergileyen kadınlar da bulunmaktadır.

Birinci Katılımcı: Hep destek gördüm, hep saygı gördüm. herkesin ablası oldum, annesi oldum. Kimisinin sırdaşı, yoldaşı oldum. Birbirimize hep saygı gösterdik. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Dördüncü Katılımcı: Tüm erkeklere ağabey dedim abla oldum, sınırsa bunu çizdim. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

• Yerel Medya Sektöründe Yönetim Kademelerinde Yer Alan Eğitimli-Eğitimsiz Kadın İşgücü

Türkiye’de 2008 yılında yeniden düzenlenen 5187 sayılı Basın Kanunu’nun beşinci maddesi her süreli yayın organları için sorumlu müdür bulunmasına yönelik medya organlarının yönetsel organizasyonlarını düzenleyen maddesidir. Maddeye göre sorumlu müdür kadrosunda yer alabilmek için kişilerin 18 yaşını doldurmuş, Ortaöğretim ve dengi bir eğitim kurumu mezunu olmaları gerekmektedir (Basın Kanunu, 2008). Sözü edilen maddenin varlığı medya organlarında çalışabilmenin ön koşulunu herhangi bir ortaöğretim kurumu mezuniyetiyle ilişkilendirmektedir. Bu anlamda yerel medya yöneticisi olan kadınların büyük bir çoğunluğunun yaptığı işe alaylı olarak başladığını ve aynı şekilde sürdürdüğünü söylemek doğru olacaktır.

Dördüncü Katılımcı: Üniversite düşünmüyorum çünkü ben zaten kendi işimi yapıyorum. Başka bir yerde çalışıyor olsam, yükselebilmek için okurdum ama kendi işim yaptığım için gerek duymuyorum. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Birinci Katılımcı: Lise mezunuyum. Üniversite’de okurken babamın mesleki şartlarındaki kötüleşme nedeniyle okulu bırakmak zorunda kaldım. O günden beri hiç durmadım, çalışmaya devam ettim. Ekonomik kriz yalnızca bir insanı değil bir aileyi etkiledi o zaman. Çok zaman geçti, mutlu olduğum bir işim var, devam etmeyi düşünmüyorum. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Sekizinci Katılımcı: Ben lise mezunuyum, üniversiteye gidemedim çünkü tek istediğim bölüm vardı, Basın-Yayın. İki kere denedim ama kazanamadım. Kazanamayınca bıraktım. Bizim zamanımızda çok daha kolaydı ama o zamanlar da çalışmak veya istediğiniz sektörde çalışmak da kolaydı. Bu yüzden üniversiteye devam etmedim. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sorumlusu)

Yasanın beşinci maddesi ile gazetecilik mesleğinin doğuştan gelen bir yetenek ile açıklandığı görülmektedir (Bodur, 2000: 113). Görüşme yapılan lise dengi eğitim almış yerel medya yöneticileri de kendilerinde var olduğuna inandıkları iletişim yeteneğine vurgu yapmaktadır.

Altıncı Katılımcı: Ben iletişimi seviyorum. İletişim konusunda da kabiliyetim olduğunu düşünüyorum. Benim iletişimim kuvvetlidir ama resmiyimdir de. Samimiyet tabi

olmalı fakat resmiyeti korumaya gayret ederim. Bunun bana kazandırdığı çok şey olduğunu düşünüyorum. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

Sekizinci Katılımcı: Bizim meslekte en zor olan siyasilere röportaj yapmaktır. Kendi ideolojinizi belli etmeden başka ideolojilere saygı duyarak tarafsız olmak çok önemlidir. Takdir edersiniz ki siyasette erkeklerin alanıdır. Program hazırlayıp sunarken bunu da gözetirsiniz. Ben iletişim konusunda hep kendime güvendim, turizmde de bu özelliğim çok etkili oldu bana. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sorumlusu)

Genel olarak yerel medya çalışanı bir kadın olmanın kendi içinde belirli problemler taşıdığını söylemek mümkündür. Görüşme yapılan tüm kadınlar medya sektöründe çalışmanın kadınlar için çok zor olduğunu belirtmişlerdir. Büyük çoğunluğunun tesadüfi olarak katılmış oldukları medya sektörü içinde zorluklar barındırıyor olsa da daha fazla kadının medya sektöründe yer almasına yönelik yoğun bir istek vardır.

İkinci Katılımcı: Çalışmayan bir annenin kızıyım. Hem çalışan bir anne, hem de bir yönetici oldum. Kadınlar çalışmalı, benim tek öğrendiğim, tek istediğim bu. Çok zor şartlar altında mesleğimi yaptım. İdeali olanların işidir gazetecilik, çok parası olanların değil. İhmal ettiklerinizi düşünürseniz mesleğinizin ne kadar önemli olduğunu anlarsınız. Çok severek yaptım mesleğimi, hala da yapıyorum. Daha fazla kadının medya sektöründe çalışmasını isterim. (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Sekizinci Katılımcı: Medyanın zorlukları elbette var. An geliyor haber yapıyorsunuz, an geliyor haber siz oluyorsunuz. Saat kavramı yok, günlerinizi şaşırabiliyorsunuz. Yinede tüm bu zorluklara rağmen sektörde daha fazla kadına ihtiyaç var, ben çevreme tavsiye ederim çünkü bu sektörde çok mutluyum. (Televizyon, Program Yapımcısı-Sorumlusu)

Görüşme yapılan kadınların hepsi medya sektöründe çalışmaktan dolayı memnuniyetlerini dile getirmiştir.

Dördüncü Katılımcı: Benim bu mesleği seçme nedenim tesadüfidir ama çok sevdim. Çalışırken lise diplomamı aldım, duvarıma astım. Diplomama baktıkça yapabileceklerimi görüyorum. Yorulunca diyorum ki kendime: sen bu işi yaparsın... (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

İkinci Katılımcı: Medya alanında çalışmam, şans eseri oldu fakat radyolarla büyüdüm. Gece teybim vardı onunla uyurdum ama çalışabileceğimi hayal edemezdim.

Üniversiteyi bitirdikten sonra radyoda çalışmaya başladım. Altı ay sonra radyo kapandı, işimi çok sevmiştim, radyoyu ben aldım. Devlet memuru bir babanın çocuğuydum, veresiyelerin yazıldığı bakkal defterine bile sahip olmayan bir ailenin kızı, kendinden büyük senetlere imza attı. Yirmi yaşında yayın odası bile mühürlü olan bir kapıdan çıktım, artık radyo sahibiydim. Şimdi aynı cesareti kendimde bulabilir miyim, çocuğum aynı şeyi yapsa ne tepki veririm bilmiyorum ama tek bildiğim iyi ki yapmışım ya! (Radyo, İmtiyaz Sahibi)

Birinci Katılımcı: Ben bu işin birden içinde buldum kendimi, insanları seviyorum, bir şeyler yaratmayı, bir şeyler paylaşmayı seviyorum. Yeni şeyler öğrenmek, öğrendiklerini insanlara sunmak çok güzel. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Eğitim seviyeleri dikkate alındığında genellikle lise mezunu olan kadınların mesleklerini tesadüfen seçmiş oldukları bilgisine ulaşılmıştır. Her ne kadar medya sektörü içerisinde olma hayalinin hiç bir yönetici kadın tarafından kurulmamış olmasına rağmen üniversite mezunu kadınlar meslek seçimlerinde bilinçli bir tercihte bulunmuştur.

Onuncu Katılımcı: Gazetecilik mezunuyum. Gazetecilik yapmak istemediğim için reklam alanına yönelmeyi tercih ettim. Okulda zaten gazetecilik mesleğinin olumlu olumsuz yanlarına yönelik eğitim alıyoruz. Ben de bu yüzden reklam sektörünü tercih ettim. Ben insanlarla konuşmayı, iletişim kurmayı, araştırma yapmayı sevdiğim için aslında bu işe yöneldim. Masa başı işleri kendime uygun bulmuyorum. (Reklam Ajansı, Reklam Koordinatörü)

Dokuzuncu Katılımcı: Bilgisayar programcılığı mezunuyum, medyaya bir ilgim vardı. Aldığım eğitim medya sektörü içerisinde çalışabilmemi kolaylaştırıyordu. Medyada çalışmayı tercih ettim. Şu anda sosyal medya yönetimi yapıyorum. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

Yedinci Katılımcı: Çalışma hayatında kadına değer kazandıran en önemli faktör; eğitim. Ardından yetenek, uyumluluk, kararlılık ve cesaret geliyor. Aldığım eğitim gazetecilikte bana başarı getirdi. (Gazete, Basın-Yayın Müdürü)

● **Medya Sektöründe Kadının Temsili**

Medya organları toplumsal bir doğrulama mekanizmasıdır. Medyada içerik üretiminde pragmatik emellerin merkeze alındığı, kadın bedeni ve çıplaklığının sunumuna

yer verilmektedir. Sözü edilen pragmatik emeller maddi çıkarları simgelemekte olduğundan, medyada kadının temsili eril toplumsal normların dışına çıkmamıştır (Söğütöler, 2018: 1).

Görüşme yapılan yerel medya yöneticisi kadınlardan içinde buldukları medya sektörünü kadın erkek cinsiyetleri temelinde değerlendirmeleri istendiğinde medyanın ataerkil örüntülerle toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılığı pekiştirdiği kadınlar tarafından belirtilmiştir. Erkek meslektaşları ile aynı düşünmedikleri de bazı katılımcılar tarafından belirtilmiştir.

Dördüncü Katılımcı: Gazetelerin son sayfalarında kadınların bikinili açık seçik fotoğraflarının yer almasını sevmiyorum çünkü erkekler direkt ona bakar, gerek yok. Neden erkek fotoğrafı yok da kadın fotoğrafı var? O gazeteler sadece erkekler için mi çıkartılıyor sadece? (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Altıncı Katılımcı: Kadının çıplaklığı, seks objesi olarak kullanımı beni çok rahatsız ediyor. Fiziki özellikleri, dekoltesi gibi. Gerçi artık yayın yasakları var böyle şeyler çok var mıdır bilmiyorum ama bu durumdan hoşlanmıyorum. Bir de kadının aptal gösterilmesi var. Sarışınlar aptal olur gibi bir algıdan bahsediyorum. Ben bundan hoşlanmıyorum ama yapıldığına göre erkekler hoşlanıyordur. (Reklam Ajansı, Pazarlama Direktörü)

Birinci Katılımcı: Kadınlara obje olarak bakıyorlar, ben bunu istemiyorum ve doğru bulmuyorum. Erkek de o şekilde sunulmamalı, kadın da o şekilde sunulmamalı. Reyting ve tiraj arttırılması için yapıyorlar bunları. Televizyonlarda magazinelle boyutta çıkartılan gazetelerde bunlar çok daha fazla. Bu konuda erkeklerin benimle aynı düşündüğünü zannetmiyorum. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Genel itibariyle magazinelle sunum, çıplaklık, şiddet üzerine yapılan açıklamalarda kadınların medyanın cinsiyetçi yapısından dolayı rahatsızlık duydukları saptanmıştır. Kendilerinin içinde buldukları yerel medya organlarında kadının sunumuna ise özen gösterdiklerini belirtmişlerdir.

Dördüncü Katılımcı: Kadın ve erkek ayrımı yok medyada. Ben de dergimde buna dikkat ediyorum. derginin ilk zamanlarında bir kadın DJ Kuşadası'na gelmişti. Üstü çıplaktı, biz onu kapağa koymuştuk. O zaman çok tepki çekmişti. Çok üzüldüm. O bana ders oldu, o zamandan beri dergide cinsel içerik hiçbir şekilde kullanmıyorum. (Dergi, Genel Yayın Yönetmeni)

Yedinci Katılımcı: Kadın haberlerinin pek çoğu sansasyon yaratmak için vasıta olarak kullanılıyor. Kadınlar cinsel obje olarak kullanılıyor. Reyting için asparagas haberler yapılıyor. Bu alanda da sorunlar büyük. Medya dünyasında kadın süs eşyası gibi görülüyor. Reklam toplamak için bir sermaye olarak görülüyor. Düşünce üretiminde kadınlar yok. Ben Kadınların toplumun her alanında var oldukları gibi medyada da var olmaları gerektiğine çok önem veriyorum. İçerik üretiminde kadınların sunumlarına çok dikkat ediyorum. Kadın bedeniyle değil aklıyla var olsun istiyorum. Kadınlar üretimin içinde olmalı. (Gazete, Basın-Yayın Müdürü)

Beşinci Katılımcı: Ben kadının sunumuna dikkat ediyorum. Kurallar var zaten, savcılığın da belirlediği kurallar var. Kadın yaşarken hayatını irdeliyoruz. Öldükten sonra irdelemeye devam ediyoruz. Hata asıl burada. Bunu değiştirmek için algıları değiştirmek gerekiyor. Ben de haber olabilirim, bu yüzden bunlara çok dikkat ediyorum. (Gazete, İmtiyaz Sahibi)

Birinci Katılımcı: Ben kadınları daha çok ön plana çıkartmaya çalışıyorum yaptığım işte. Çünkü görüyorum ki kadınları arka planda tutmaya çalışıyorlar. Ben tam tersini yapıyorum. Dergicilik yaptığım dönemlerde diyelim insanlar işadamlarıyla görüşüyorlar, ben onların eşleriyle görüşüyordum. Kadınların, erkeklerin arkalarına sığınmalarından ziyade artık ben de varım, kocamın adıyla, parasıyla, statüsüyle bir yerlere gelmiyorum demeleri gerek. (Gazete, Genel Yayın Koordinatörü)

Dokuzuncu Katılımcı: Biz mesleğimizde pozitif ayrımcılık yaparız ama medyada gazeteler ve dergiler için okunurluğu arttırmak, sosyal medya için de aynı şey geçerli önemli olduğu için kadınların çıplaklığı kullanılabilir. Şu an bunu yapmam demek çok zor, bu bazen para kazanmak için bir ihtiyaç olabiliyor. Bir de bu konularda kadınlar suçlanıyor. Muhabirler kendilerini haklı çıkartmak için o da öyle giyinmeseydi, fotoğrafını çekeceğimi bilmiyor muydu? gibi söylemlerle kendi davranışlarını meşrulaştırmaya çalışırlar. (Reklam Ajansı, Sosyal Medya Koordinatörü)

Gülşen Topçu (Demir) (1974); 75 medya sektörü çalışanı kadın ile yapmış olduğu saha araştırmasında kadınların, medya sektöründe ücretli çalışmanın tüm zorluklarına rağmen kadının çalışmasını her şeyin üstünde tuttıkları ve kadının ekonomik özgürlüğe sahip olmasının, içinde yaşadıkları toplumun gelişmesinde büyük rol oynayacağı sonucuna ulaşmıştır. Demir'in çalışması ve bu çalışma, kadının ücretli çalışmasında yaşadığı sorunlar

açısından benzerlik taşıyan sonuçlarıyla birlikte, medya sektörü çalışan kadınların eğitim düzeyleri konusunda yaşanan dönüşümleri görünür kılmaktadır. Topçu (Demir)'nin 44 yıl önce yapmış olduğu çalışmanın bulgularına göre; görüşülen katılımcıların eğitim düzeyleri ve medya sektöründe çalışan katılımcıların eğitim düzeylerinin günümüze oranla daha yüksek olduğu görülmüştür (Topçu, 1974). Bu açıdan medya sektöründe çalışan kadın oranı günden güne artmakta fakat kadınların eğitim seviyesinde düşüş görülmektedir. Bu durum; medya sektörünün içerik üretimini doğrudan etkileyerek, yerel medyanın nitelikli bilgi aktarma işlevini sekteye uğratmaktadır.



V. BÖLÜM

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Erkek egemen tarihsel süreç içerisinde kadın, Birinci Neolitik dönemden itibaren, toplumların yerleşik düzene geçmesi ile birlikte karşı cinse bağımlı hale getirilmiş, kadının özel alan içerisine kapatılışı gerçekleşmiştir. İkinci Neolitik dönemde ise kadının toplumsal statüsünde kadın ve erkek cinsiyetleri arasındaki biyolojik farklılıklardan kaynaklanan bir düşüş yaşanmıştır. Yerleşik hayata geçiş, evliliklerde yaşanan değişim kadının özel alana kapatılışını hazırlamış, kadınlar yalnızca doğurganlıkları ile tanımlanarak aile sınırları içerisinde erkeğin yardımcısı statüsünde yer almıştır. Tarihin erkek egemen akışı kadını özel alan ile sınırlandırmış, kamusal alanı ise erkek cinsiyeti üzerine temellendirmiştir.

Kadının aile içi ile çerçeve edilmiş yaşamı, ev sınırları içerisinde gerçekleştirmiş olduğu emeğini görünmez kılmıştır. Kamusal alanda ücretli çalışmasını gerçekleştiren erkeğin emeğinin karşısında kadının ev içinde gerçekleştirdiği çalışmalar, bütünüyle değersiz kılınmıştır. Bir üretim birimi olarak aile sınırları içerisinde kadının çocuklarını, eşini, yemeği, temizliği yeniden ürettiği kadın çalışmaları alanında da bir dönem görünmezliğini sürdürmüştür. İkinci dalga kadın hareketinin 'Özel alan politiktir' yaklaşımı çerçevesinde kadının mücadele alanını ev içi özel alana doğru çevirmesiyle kadın araştırmalarının yeni alanı ortaya çıkmış ve böylece kadının ev içi emeği üzerine gerçekleştirilen çalışmalar, kadın emeğinin görünmezliğinin görünürlük mücadelesini vermiştir.

Kadının ev sınırları içerisindeki çalışmaları çalışma olarak görülmemiştir. Bunun nedeni bir ücret karşılığında gerçekleştirilen bir çalışma olmayışıdır. Sanayinin gelişimi, makinanın hızına dayalı olduğundan kamusal alanda her aileden bir kişinin ücretli emeğini gerçekleştirmesi yeterli görülmüş, kadının ev içi ile sınırlanan çalışma yaşamı varlığını sürdürmüştür. Kamusal alanda ücretli çalışan erkekler olduğu gibi kadınlar da olmalıdır düşüncesinin yerleşmesi için toplumsal değişim dönemleri etkilidir.

Toplumsal değişimin tüm dünyada yaşandığı savaş dönemleri kadının ev sınırları dışına çıkmasını bir zorunluluk haline getirmiştir. Başlangıçta savaş alanlarına alınan erkeklerin yarım bıraktıkları işlerin tamamlayıcısı olan kadınlar, sanayi için bir ihtiyacı

simgelemektedir. Erkeklerin savaşında cephenin gerisinde olan kadınlar kamusal alanla ilk defa aile yardımcısı statüsü ile tanışmıştır.

Türkiye’de kadının ücretli emeğini gerçekleştirmesi ilk kez Osmanlı döneminde tarım sektörü aracılığıyla olmuştur. Kadınların ev içinde gerçekleştirdiği görünmeyen ücretsiz emeklerinin ücretlendirildiği alanlarda istihdam edilen kadınlar, dünyada olduğu gibi savaşın etkilerinin sürdüğü bir toplumsal düzende ilk ücretli emek faaliyetlerinde bulunmuştur. Cumhuriyetin ilk dönemleri de kadın emeğinin değerlendirilmesi açısından Osmanlı dönemiyle benzerlik taşımaktadır. Kadınlar, kadınlara mahsus alanlarda istihdam olanağı elde etmiş, istihdam oranlarında artış yaşanırken kötü çalışma koşulları var olmaya devam etmiştir.

Toplumsal değişimin yaşanmasına neden olan kitlesel göç hareketleri, 1950’li yıllarda kadının ücretli emeğine etki ederek, göç edilen bölgelerde erkeğin emeğini zorunlu tutarak kadını tekrar özel alan içerisine kapatmıştır. Tarım dışı faaliyetlerde istihdam edilen kadınlar ise kentlerde yaşayan kadınlardan oluşmaktadır.

1980’li yıllardan itibaren toplumun siyasal karışıklığının arasında ortaya çıkan kadın hareketi kamusal alanda var olmak, kadınların seslerini duyurabilmek amacıyla temellenmiştir. 1990’lı yılların başında Türkiye’de kadının istihdamına yönelik ilk politikalar oluşturulmuştur. 2000’li yıllara gelindiğinde ise kadının istihdamına yönelik çalışmalar sürdürülmüş fakat bu çalışmalar ekonomik büyümenin etkisinde kalan kadın emeğini tam zamanlı ev kadınlığıyla sınırlı tutmuştur.

Kadının ücretli çalışma yaşamında yer almasının zorlu süreçleri çerçevesindeki mücadeleler kadının istihdam oranlarında artış yaşanmasını sağlamıştır. Kadın her ne kadar geçmişten günümüze doğru artan bir oranla çalışma yaşamında yer alıyor olsa da yönetim kadrolarında yer alamamaktadır. Kamusal özel alan ikiliği temelinde erkeğe tanınmış olan kamusal alanın içerisinde yer almayı başaran kadınlar, yönetim kadrolarında daha az sayıda yer almaktadır.

Erkeğin egemenliğindeki kamusal alanlardan biri olan medya sektörü, Türkiye tarihi içerisinde ilk kez toplumsal cinsiyete dayalı eşitsiz ilişkilerin eleştirildiği bir alan olması bakımından önem kazanmaktadır. Medya sektörü içerisinde kadınların yer almaları Osmanlı Devleti dergilerinde, erkek adları ile sorunlarına çözüm aramak adına başlamıştır. 1980’li yıllardan sonra ise kadın istihdamı medya sektöründe yoğunlaşmıştır.

Yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet olarak tanımlanan medya, halk ile yönetim arasındaki köprü oluşturma işlevini gerçekleştirmektedir. Toplumsal gerçekliği halka aktarması sebebiyle ise medyanın toplumsallaşma aracılığıyla kişilere aktarmış olduğu cinsiyet rolleri, kadın erkek cinsiyetleri arasındaki eşitsizliği yeniden üretmektedir. Medyada kadın istihdamı dikkate alındığında ise 1975 yılında medya sektörü içerisinde yer alan kadın çalışanların sayısında artış yaşanmış olsa da yönetici pozisyonunda çalışan kadınların oranlarında yükselme yaşanmamıştır.

Yerel medya ise hizmet verdiği küçük bölgelerin problemlerini yöneticilere ulaştırmayı kendisine ilke edinmiş ve toplumun geneli ile kurulan bir köprü olması sebebiyle etkin bir role bürünmüştür. Bundan dolayı yerel medya içerisinde kadının sunumunun olduğu kadar ücretli emeklerini sergileyen kadın çalışanların da önemli olması nedeniyle bu çalışmada genel itibarıyla yönetici kadın ve yerel medya istihdamı üzerine durulmuştur.

Aydın ili özelinde yerel medyada yönetici pozisyonunda çalışan kadınlar ile yapılan görüşmelerde kadınların yalnızca kamusal alandaki temsiline ek olarak özel alanda da gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarına yapılan vurgu kadınların her iki alanda da çalıştıklarını ortaya koymuştur. Hem özel alanda hem de kamusal alanda çalışan yönetici kadınlar, çift vardiyanın getirmiş olduğu görev ve sorumluluklar ile mücadele etmektedir. Görüşme yapılan kadınlar arasından çift vardiyaya vurgusunun daha çok evli kadınlar arasında yapıldığı tespit edilmiş, Türkiye toplumunda evli kadınlar üzerinde var olan toplumsal normların, kadın kamusal alanda çalışıyor olsa bile ev içinde sınırlandırılmış oluşunun sürmesi niteliği taşımaktadır.

Yönetici kadınlar ev içi sorumlulukları ile ücretli çalışma yaşamları arasında bir denge kurmak zorundadır. Geleneksel değerlerin ev içi ile özdeşleştirdiği kadın, kamusal alanda var olabilmek için hem ev içi görev ve sorumluluklarını yerine getirmekte hem de kamusal alanda yönetim kadrosundaki görev ve sorumluluklarını yerine getirmektedir. Sürekli bir çalışmanın hakim olduğu bu düzen içerisinde olan yerel medyanın yönetici kadınları, iki alan arasındaki dengeyi sağlamak amacıyla bazen işyeri ile evi birleştirmiş, bazen de işyerini evleştirmiştir. Yönetim kadrosunda yer alan çalışan kadınlara mahsus olabilecek bu keyfi uygulamalar, yönetici kadınların mesleki gücünü iki alan arasında denge kurmak adına kullandıklarının bir göstergesidir.

Yerel medya sektörünün düzensiz çalışma saatleri, sektör çalışanı kadının unvanına bakılmaksızın önem taşımaktadır. Yerel medya yöneticisi kadınlar için çalışma saatlerinin olmaması, hem toplumsal değerler hem de kişisel değerler açısından problem taşımaktadır.

Toplumun kadına yüklediği korunmaya muhtaçlık kavramı, kadının düzensiz çalışma saatleri olan bir mesleğin içinde yer alıyor oluşunda da kendini var etmektedir. Gece haberlerinin kadın cinsiyeti açısından zor oluşuna vurgu yapan kadınlardan bazıları kendi işletmelerinde gece haberlerine kadın muhabirlerin gönderilmemesine ilişkin açıklamalarda bulunmuştur. Bu durum yerel medya sektöründeki mesleki cinsiyet ayrımcılığını yansıtmaktadır.

Çalışma saatlerinin düzensiz oluşu yerel medya yöneticisi kadınların kendilerine ve ailelerine zaman ayıramamalarına sebep olmaktadır. Çocuk sahibi olmayan kadınlar bu durumu kendine boş zaman yaratmak olarak tanımlarken çocuk sahibi olan kadınlar çocuklar ile yeterince ilgilenememek olarak tanımlamaktadır. Bu noktada yerel medyanın yönetici kadınlarının çalışma yaşamlarına yönelik yapılan açıklamalarda kadının çocuk sahibi olmasının etkileri değerlendirilmiştir.

Kadının ücretli çalışma yaşamında yer almasında etkili olan faktörlerden birini toplumsal değerlerin kadının anneliği üzerinden aktarımı oluşturmaktadır. Çocuk sahibi yerel medya yöneticisi kadınlar annelik üzerinden tanımlamalar yaparak kutsal annelik inşasını yeniden üretmektedir. Bu durum yerel medya sektöründe egemen olan ataerkil düşünce kalıplarının kadının anneliği üzerinden nasıl korunduğunu göstermektedir.

Türkiye’de kadının ücretli çalışma yaşamında yer almasında etkili olan faktörlerden bir diğeri ise çalışma yaşamında kadına uygulanan cinsel şiddet uygulamaları oluşturur. Cinsel şiddet uygulamaları medya sektörünün özellikle reklamcılık ve pazarlama alanlarında görülmektedir. Evli yönetici kadınlar eşleri ile birlikte hareket etmeyi tercih ettiklerini belirtirken bekar kadınlar kendilerini cinsel şiddet eylemlerinden korumak adına tutum ve davranışlar belirlediklerini dile getirmiştir.

Kadının ücretli çalışma yaşamında üst kademelere yükselişindeki engelleri yerel medya sektörü içerisinde de görebilmek mümkündür. Mobbing uygulamaları, cam tavan sendromu, süper kadın sendromu, kraliçe arı sendromu yönetim kademelerinde yer alan kadınların yaşamış oldukları problemlerdir.

Yerel medya sektörü içerisinde görüşme yapılan yönetici kadınların eğitim düzeyleri dikkate alındığında eğitim düzeyine bağlı olarak mesleki seçimlerin bilinçli ya da tesadüfi olma durumu söz konusudur. Yerel medyada yönetici pozisyonunda çalışan kadınların büyük bir çoğunluğunun alaylı olduğu, yüksek okul derecesine sahip olan kadınların ise kendi meslekleri yerine medya sektörünü tercih ettikleri görülmüştür.

Sonuç olarak; yerel medya çalışanı yönetici kadınların erkek egemen kurallar içerisindeki medyada erkeklerin kurallarını bir ölçüde içselleştirmiş olduklarını söyleyebilmek mümkündür. Aile kurumu haline gelmiş olan yerel medya içerisinde yöneticilik yapan kadınlar sektörün tüm problemlerine rağmen işlerine sahip çıkmaktadır.



VI. BÖLÜM

6. KAYNAKLAR

- Abdullah, A. & Yardımcı, C. (2016). *Türkiye’de Yerel Medyada Çalışan İşgücünün İncelenmesi*. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu İstanbul Üniversitesi. İstanbul. 63-71.
- Akça, B. E. & Ergül, S. (2016). *Kitle İletişim Çalışmaları Alanında Toplumsal Cinsiyet Çalışmalarının Gelişimi; Temel Yaklaşımlar ve Çalışmalar Üzerinden Bir Çerçeve Çizme Çabası*. Toplumsal Cinsiyet & Medya Temsilleri. Ed. Yavuz, Ş. (1. Basım). İstanbul: Heyamola Yayınları.
- Akhun, İ., Senemoğlu, N. & Kavak, Y. (1999). *İşgücü Yetiştirme Kurslarının Kadın İstihdamına Katkısı*. (1. Baskı). Ankara: TC Başbakanlık Kadın Statüsü Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Akhun, İ., Senemoğlu, N., Bircan, İ., Bülbül, A.S. & Kavak, Y. (2000). *Kız Çocuklarının Mesleki Eğitime ve İstihdama Yönelimleri: Milli Eğitim Bakanlığına Bağlı Örgün ve Yaygın Mesleki Eğitimin Kız Öğrencilerin Mesleğe Yöneltilmesi ve İstihdamı Açısından Değerlendirilmesi*. (1. Baskı). Ankara: TC Başbakanlık Kadın Statüsü Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Akis, Y., Özakin, Ü. & Sancar, S. (2009). *Türkiye’de Feminizm ve Kadın Hareketi*. *Cogito: Feminizm* (58), 245-258.
- Altınay, G. A.,& Arat, Y. (2008). *Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet. Violence Against Women in Turkey*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Altındal, Y. (2009). *Erkeksi Siyasetin ‘Erk’siz Dublörleri Powerless Doublures Of Masculin Politics*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 12 sayı 21. 351-367.
- Altun, A. (2005). *Yerel Medya Çalışanlarının Eğitim İhtiyacı ve Yerel Medya Enstitüsü*. Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi. 3(1-2): 75-104.
- Arat, N. (1991). *Feminizmin ABC’si*. (1. Basım). İstanbul: Simavi Yayınları.
- Arıkan, R. (2017). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. İstanbul: Nobel Yayıncılık.

- Arslan, E. & Arslan, B. (2016). *Türkiye’de Yerel Gazete Yöneticilerinin Meslek Etiği Algısı*. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. Cilt 9, Sayı 2. 174-204.
- Arslan, H., Dingil, E, A., Tatar, O. & Aslan, M. (2016) *Haber Toplama ve Yazma Tekniği Konusunda Alınan Eğitimin Haberlere Yansımaları: Aydın Yerel Basını Özelinde Yapılan Çalışma*. Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi 45-59.
- Aslan, M. (2015). *Sinemada Milliyetçilik ve Estetik Türk Sinemasındaki Milliyetçi Filmlerin Analizi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi)*. T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı, Radyo Televizyon Sinema Bilim Dalı, Konya.
- Atabek, N. (2002). *Kamuoyu, Medya ve Demokrasi*. Kurgu Dergisi, (19), 223-238.
- Basın Kanunu 5187 sayılı Kanunun Anayasa Mahkemesinin 31/1/2008 tarihli ve E.: 2004/81, K.: 2008/48 sayılı Kararı İle Değişik Hali Kanun Numarası : 5187 Kabul Tarihi : 9/6/2004 Yayımlandığı R.Gazete : Tarih : 26/6/2004 Sayı :25504 Yayımlandığı Düstur : Tertip : 5 Cilt : 43
- Berkes, N. (2003). *Türkiye’de Çağdaşlaşma*. (4. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Berktaş, F. (2009). *Feminist Teorinin Önemli Bir Alanı: Cinsellik*. Cogito: Feminizm (58), 57-72.
- Berktaş, F. (2011). *Feminist Teoride Açılımlar*. Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları, ed. Yıldız Ecevit ve Nadide Karkıner, (1. Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, 2-23.
- Bodur, F. (2000). *Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Sorunu ve Bir Model Önerisi*. Kurgu Dergisi Sayı 17. 99-116.
- Bora, A. (2010). *Kadınların sınıfı: ücretli ev emeği ve kadın öznelliğinin inşası*. (3. Baskı). İstanbul: İletişim yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Eril Tahakküm*. Yılmaz, B. Çev. (2. Basım). Ankara: Bağlam Yayınları.
- BYEGM. (2014). TC. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Basın Kartı İstatistikleri. Ankara: BYEGM.

- Coontz, S. & Henderson, P. (2012). *Sınıflı ve Devletli Toplumların Kökenindeki Mülkiyet Biçimlei, Politik İktidar ve Kadın Emeği*. Savran, G, Demiryontan, N, T., (Editörler) Kadının Görünmeyen Emeği-Maddecı Bir Feminizmin Üzerine, (2. BASIM). İstanbul: Yordam Kitap. 29- 88.
- Coser, L. A. (2011). *Sosyolojik Düşüncenin Ustaları, Çev. Himmet Hülür, Serhat Toker ve İbrahim Mazman, (2. Baskı)*. Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Çaha, H., Çaha, Ö., & Yılmaz, E.S.A. (2016). *Türkiye’de Cam Tavan Sendromu: Hizmet Sektöründe Kadın*. (1. Baskı). İstanbul: Kadem- Kadın ve Demokrasi Derneği.
- Çakır, S. (1994). *Osmanlı kadın hareketi* (1. Basım). Ankara: Metis Yayınları.
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2013). *Gebe veya Emziren Kadınların Çalıştırılma Şartlarıyla Emzirme Odaları ve Çocuk Bakım Yurtlarına Dair Yönetmelik (16.08.2013 tarihli ve 28737 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır.)*
- Çallı, İ. D. (2007). *Bir sözsüz iletişim ögesi olarak renk ve renk kullanımının basılı reklam araçlarında tüketici algısı üzerine etkisi* (Doctoral dissertation, Ege Üniversitesi).
- Çavuş, S. (2017). *Yerel Basının Sorunları Üzerine Tespitler: Aksaray Örneğinde Nitel Bir Araştırma*. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 9 (4). 19-32.
- Çelebi, N. (2007). *Sosyoloji Notları*. (1. Basım). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Çelenk, S. (2010). *Kadınların Medyada Temsili ve Etik Sorunlar*. Televizyon haberciliğinde etik, 229-236.
- Dacheux, E. (2012). *Kamusal Alan*,(çev: Hüseyin Köse). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dedeoğlu, S. (2016). *Türkiye’de ‘Yeni Kapitalizm’ ve Kadın İstihdamı Malatya, Şanlıurfa ve Adıyaman Örneğinde Talep Yönlü Bir Analiz*. Kapitalizm, Ataerkillik ve Kadın Emeği Neoliberal ve Muhafazakar Dönem, ed.Yaman, M., Dedeoğlu, S. (1. Basım). İstanbul: Sosyal Araştırmalar Vakfı. 47-81.
- Delphy, C. (2012). *Baş Düşman*. Savran, G, Demiryontan, N, T., (Editörler) Kadının Görünmeyen Emeği-Maddecı Bir Feminizmin Üzerine, (2. BASIM). İstanbul: Yordam Kitap. 89-114.

- Demir, G. (1974). *Basın ve Yayın Hayatında Çalışan Kadınların Toplumsal, Mesleki ve Aile İçi Problemlerinin Sosyolojik Bir Araştırması*, Sosyoloji Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Felsefe Bölümü.
- Demir, G. (1991). *Çalışan Kadınlarda Rol Çatışmaları: Değişik Meslek Dallarında Çalışan Kadınlar Arasında Yapılmış Bir Araştırma (Malatya Örneği)*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Direk, Z. (2009). *Simone de Beauvoir: Abjeksiyon ve Eros Etiği*. Cogito: Feminizm (58), 11-38.
- Donovan, J. (2014). *Feminist teori*. (4. Basım). İstanbul: İletişim Yayınları
- DPT (1992). Altıncı beş yıllık kalkınma planı (1990-1994): 1993 yılı programı destek çalışmaları: ekonomik ve sosyal sektörlerdeki gelişmeler. TC Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı.
- Ecevit, Y. (1998). *Türkiye’de Ücretli Kadın Emeginin Toplumsal Cinsiyet Temelinde Analizi. 75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*, (1. Basım). İstanbul: Tarih vakfi Yayınları: Bilanço 98 Yazı Dizisi, 267-284.
- Ecevit, Y. (2011). *Emek. Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları*, ed. Yıldız Ecevit ve Nadide Karkıner, (1. Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, 24-47.
- Ecevit, Y. (2015). *Feminist Sosyal Politika Bağlamında Türkiye’de Çocuk Bakımı ve Eğitimine İki Paradigmadan Doğru Bakmak. Geçmişten Günümüze Türkiye’de Kadın Emegi*, ed. Makal, A., Toksöz, G. (1. Baskı). Ankara: İmge Kitapevi Yayınları. 185-222.
- Eco, U. (2011). *Düşman Yaratmak*. (1. Baskı). İstanbul: Doğan Kitap.
- Etike, Ş., & Demir, A. S. (2017). *Toplumsal Eşitsizlikler ve Kadın Emegi: Medya Endüstrisi Üzerine Bir Araştırma*. Emek Araştırma Dergisi (GEAD) , Cilt 8, Sayı 12. 123-144.
- Fidan, F. (2000). *Kapitalizmin Gelişme Sürecinde Kadının Çok Yönlü Konumu (Medya Örneği)*. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi. 117-133.
- Fidan, F. (2008). *Kadının Değeri: Kadınlık, Çalışma, Annelik. Kadın Çalışma ve Toplum*, ed. Fidan, F., Yılmaz, T., (1. Baskı). İstanbul: Sakarya Yayıncılık, 3-14.

- Fine, C. (2011). *Toplumsal Cinsiyet Yanılsaması*. Kıvanç Tanrıyar (Çev.)(1. Baskı). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Geuss, R. (2007). *Kamusal Şeyler Özel Şeyler*. (1. Basım). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Gezgin, S. (2007). *Türkiye’de Yerel Basın*. Ed. Gezgin, S. Türkiye’de Yerel Basın. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. 177-196
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. (1. Baskı). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Gökkaya, V. B. (2015). *Sosyal teoriler ve Kadın Üzerine Social Theories and On Women*. The Journal of Academic Social Science Studies. 337-350.
- Gökulu, G., & Hosta, N. (2013). *Basında Kadına Yönelik Şiddet Haberlerinin Analizi: Hürriyet, Sabah ve Posta Gazeteleri Örneği (2005-2008)*. The Journal of Academic Social Science Studies. Volume 6 Issue 2. 1829-1850.
- Güleç, H., Topaloğlu, M., Ünsal, D., & Altıntaş, M. (2012). *Bir Kısır Döngü Olarak Şiddet*. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 4(1).
- Gümüş, A. (2006). “*Şiddet Türleri*”. Toplumsal Bir Sorun Olarak Şiddet Sempozyumu. Ankara: Eğitim Sen Yayınları. 13-38
- Habermas, J., (2001), *İletişimsel Eylem Kuramı*, 1. Basım. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Halimi, G. (1990). *Hapsedilmiş Kadın*. (1. Basım). Broy Yayınları.
- Hartmann, H. (2012). *Marksizmle Feminizmin Mutsuz Evliliği*. Savran, G, Demiryontan, N, T., (Editörler) Kadının Görünmeyen Emeği-Maddecı Bir Feminizmin Üzerine, (2. BASIM). İstanbul: Yordam Kitap. 157-206.
- Hasdemir, T. A.,& Coşkun, M. K. (2008). *Kamusal Alan ve Toplumsal Hareketler*. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 63(01), 121-149.
- Hasipek, S., Aktaş, N., Ergün Y., Bora, A., Aziz, E. & Aziz, İ. (2000). *Kırsal Alan Kadınının İstihdama Katılımı: Kırsal Alan Kadınının İstihdama Katılımı: Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı ve Dünya Bankası Eğitim Programlarının Değerlendirilmesi*. (1. Baskı). Ankara: TC Başbakanlık Kadın Statüsü Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Heritier, F., Perrot, M., Agacinski, S., Bacharan, N. (2012). *Kadınların En Güzel Tarihi*. (2. Basım). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Hoşgör, A. G. (2011). *Kalkınma ve Kırsal Kadının Değişen Toplumsal Konumu: Türkiye Deneyimi Üzerinden Karadeniz Bölgesindeki İki Vaka'nın Analizi*. Birkaç Arpa Boyu... 21. Yüzyıla Girerken Türkiye'de Feminist Çalışmalar. (1. Baskı). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları

<http://www.tdk.gov.tr>

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21869>

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24646>

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27596>

<https://m.bianet.org/bianet/medya/154466-medyanin-kunyesi-kac-kadin-kac-erkek>

<https://www.dernekler.gov.tr/tr/Anasayfalinkler/illere-gore-faal-dernekler.aspx>

https://www.unicef.org/turkey/gr/_ge21g.html

İlkkaracan, İ. (2015). *Feminist Politik İktisat ve Kurumsal İktisat Çerçevesinde Türkiye'de Kadın İstihdam Sorununa Farklı Bir Yaklaşım*. Geçmişten Günümüze Türkiye'de Kadın Emegi, ed. Makal, A., Toksöz, G. (1. Baskı). Ankara: İmge Kitapevi Yayınları. 169-184.

İpsos Kmg (2013). Radyo Dinleme Alışkanlıkları Raporu.

İş Kanunu (2003) Kanun Numarası: 4857 Kabul Tarihi : 22/5/2003 Yayımlandığı Resmî Gazete : Tarih : 10/6/2003 Sayı: 25134 Yayımlandığı Düstur : Tertip : 5 Cilt : 42

James, S. (2010). *Cinsiyet, Irk, Sınıf: Kadınlardan Yeni Bir Perspektif*. Sönmez, A., Ilgıcioğlu, N., Gündoğan, S. Çev. (1. Basım). İstanbul: Bgst Yayınları.

Kabasakal, H. (1998). *Türkiye'de Üst Düzey Kadın Yöneticilerin Profili. 75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*, (1. Basım). İstanbul: Tarih vakfı Yayınları: Bilanço 98 Yazı Dizisi, 303-312.

Kandiyoti, D. (2013). *Cariyeler, Bacılar, Yurttaşlar Kimlikler ve Toplumsal Dönüşümler*. Bora, A., Sayılan, F., Tekeli, Ş., Tapınç, H. & Özbay, F. Çev. (4. Basım). İstanbul: Metis Yayınları.

Kılıç, C. (2015). *Çalışma Hayatı Sorular, Sorunlar ve Öneriler*. (1. Baskı). İstanbul: Doğan Kitap.

- Köseoğlu, A. (2018). *Erzurum Yerel Gazeteleri Örneğinde Yerel Haberciliğin Dijital Gazetelerde Uygulanışının Avantaj ve Dezavantajlarına Yönelik Bir Araştırma*. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(1) 115-124.
- Kuruoğlu, H. & Aydın, B. (2014). *Toplumsal Cinsiyet ve Medya* (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Kutunis, R. Ö. (2008) *Yönetici ve Kadın Olmanın Zorlukları*. Kadın Çalışma ve Toplum, ed. Fidan, F., Yılmaz, T., (1. Baskı). İstanbul: Sakarya Yayıncılık, 109-132.
- Kuyucu, M. (2013). *Medyada Kadın Olmak: Medya İşletmelerinde Çalışan Kadınların Sorunları*. Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi. Cilt 2. Sayı:6. 26-62.
- Kümbetoğlu, B., User, İ. & Akpınar, A. (2015). *Gıda, Tekstil ve Hizmet Sektörlerinde Kayıtdışı Çalışan Kadın İşçiler*. Geçmişten Günümüze Türkiye’de Kadın Emegi, ed. Makal, A., Toksöz, G. (1. Baskı). Ankara: İmge Kitapevi Yayınları. 255-298.
- Lockwood, N. (2004). *The Glass Ceiling: Domestic and International Perspectives*.
- Makal, A. (2015). *Türkiye’de Kadın Emeginin Tarihsel Kökenleri: 1920-1960*. Geçmişten Günümüze Türkiye’de Kadın Emegi, ed. Makal, A., Toksöz, G. (1. Baskı). Ankara: İmge Kitapevi Yayınları. 35-98.
- Michel, A. (1993). *Feminizm*, (1. Basım). İstanbul: İletişim Yayınları Cep Üniversitesi.
- Mies, M. (2012). *Dünya Ölçeğinde Ataerki ve Birikim Uluslararası İşbölümünde Kadınlar*. Temurtürkan, Y. Çev. (1. Baskı). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Mora, N. (2008). *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*. (1. Basım). Alt Kitap Ücretsiz e-Kitap Yayınevi.
- Moroğlu, N. (2012). *Kadına Yönelik Şiddetin Önlenmesi 6284 Sayılı Yasa ve İstanbul Sözleşmesi*. Türkiye Barolar Birliği Dergisi, S, 99, 357-380.
- Naiman, J. (1988). *Marksizm ve Feminizm*. (1. Basım). İstanbul: Amaç Yayıncılık.
- Omay, U. (2011). *Yedek İşgücü Ordusu Olarak Kadınlar*. Çalışma ve Toplum, 3(30). (137-166).

- Özar, Ş. (2015). *Türkiye’de 1980 Sonrası Dönemde Kadın Emeği ve İstihdamı Politikaları: Kadın Hareketi, Sendikalar, Devlet ve İşveren Kuruluşları*. Geçmişten Günümüze Türkiye’de Kadın Emeği, ed. Makal, A., Toksöz, G. (1. Baskı). Ankara: İmge Kitapevi Yayınları. 223-254.
- Özbay, F. (2015). *Türkiye’de Ev Emeğinin Dönüşümü: Ondokuzuncu Yüzyıldaki Osmanlı Ev Kölelerinden Günümüzdeki Kaçak Göçmen İşçilere*. Geçmişten Günümüze Türkiye’de Kadın Emeği, ed. Makal, A., Toksöz, G. (1. Baskı). Ankara: İmge Kitapevi Yayınları. 99-134.
- Özkalp, Enver (2005). *Davranış Bilimlerine Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- Palmer, M. & Hyman, B. (1993). *Yönetimde Kadınlar*. Çev. Üner, V. (1. Baskı). İstanbul: Rota Yayın.
- Sancar, S. (2011). *Türkiye’de Kadın Hareketinin Politigi: Tarihsel Bağlam, Politik Gündem ve Özgünlükler*. Birkaç Arpa Boyu... 21. Yüzyıla Girerken Türkiye’de Feminist Çalışmalar. (1. Baskı). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Savran, A. G. (2013). *Beden Emek Tarih Diyalektik Bir Feminizm İçin*. (3. Baskı). İstanbul: Kanat Yayınları.
- Savran, G., & Tura, N. (2012). *Kadının Görünmeyen Emeği: Maddeci Bir Feminizm Üzerine*. (2. Basım). İstanbul: Yordam Kitap.
- Sevim, A. (2015). *Feminizm*. (1. Baskı). İstanbul: İnsan Yayınları
- Soyçekin C., İ.S. (2016). *Ailenin ‘Dayanılmaz Hafifliği’: Türkiye’de Bakım Politikaları ve Kadın Emeği ve İstihdamı*. Kapitalizm, Ataerkillik ve Kadın Emeği Neoliberal ve Muhafazakar Dönem, ed. Yaman, M., Dedeoğlu, S. (1. Basım). İstanbul: Sosyal Araştırmalar Vakfı. 196-217.
- Söğütlüer, T. (2018). *Türk Sinemasında Femme Fatale Karakter Temsili. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı, Radyo Televizyon Sinema Bilim Dalı, Konya.
- Şanlı, H. K. (2011). *Medya*. Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları, ed. Yıldız Ecevit ve Nadide Karkıner, (1. Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, 96-116.

- Tan, E. M. (1979). *Kadın: Ekonomik Yaşamı ve Eğitimi*. (1. Baskı). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Tanrıöver, T. H. (2000). *Medya Sektöründe Kadın İşgücü*. Toplum ve Bilim. Sayı: 86. İstanbul: Birikim Yayıncılık. 171-193.
- TAYA (2006). Türkiye Aile Yapısı Araştırması. T. C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü.
- Tekvar, O. S. (2016). *Kadın Gazeteci Olmak: Uçan Haber "Kadın ve Medya" Özel Sayısının İncelenmesi*. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt 6, Sayı 2. 435-445.
- Thebaud, F. (2005). *Büyük Savaş ve Cinsel Bölünmenin Zaferi*. Duby, G., Perrot, M., ve Thebaud, F., (Editörler), *Kadınların Tarihi V: Yirminci Yüzyılda Kültürel Bir Kimliğe Doğru içinde (31-79)*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Timur, T. (2008). *Habermas'ı Okumak*. (1. Basım). İstanbul: Yordam Kitap
- Toksöz, G. (2015). *Kalkınmada Farklı Yörüngeler Kadın İstihdamında Farklı Örüntüler Işığında Türkiye'de Kadın İstihdamı*. Geçmişten Günümüze Türkiye'de Kadın Emeği, ed. Makal, A., Toksöz, G. (1. Baskı). Ankara: İmge Kitapevi Yayınları. 143-168.
- TÜİK (2011). Hanehalkı İşgücü İstatistikleri Household Labour Force Statistics 2011. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu
- TÜİK, Yazılı Medya İstatistikleri Veri Tabanı
- Uluocak Ş., Gökulu G., Bilir O., Karacık N. E., Özbay D. (2014). *Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Ve Kadına Yönelik Şiddet*, Edirne: Paradigma Akademi.
- Ulus, S. (2013). *Bir Derbi Cinayetinin Ardından: Futbolda Şiddetin Türk Basınında Temsili Üzerine*. Global Media Journal: Turkish Edition, 4(7).
- Wollstonecraft, M. (2012). *Kadın Haklarının Gerekçelenilmesi*, Çev. Deniz Hakyemez, (11. Basım). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Yaman, M. & Dedeoğlu, S. (2016). *Giriş*. Kapitalizm, Ataerkillik ve Kadın Emeği Neoliberal ve Muhafazakar Dönem, ed. Yaman, M., Dedeoğlu, S. (1. Basım). İstanbul: Sosyal Araştırmalar Vakfı, 7-10.

- Yaman, M. (2016). *Türkiye’de Sanayi ve İstihdam Stratejileri Çerçevesinde Kadın İstihdamının Yönelimleri*. Kapitalizm, Ataerkillik ve Kadın Emeği Neoliberal ve Muhafazakar Dönem, ed.Yaman, M., Dedeoğlu, S. (1. Basım). İstanbul: Sosyal Araştırmalar Vakfı. 11-46.
- Yaylagül, L. (2008). *Kitle İletişim Kuramları* (2. Baskı). Ankara: Dipnot Yayınları
- Yıldız, N. (2009). *Avrupa Birliği ve Türkiye İstihdam Politikalarında Kadın*. 21. Yüzyılın Eşiğinde Kadınlar Değişim ve Güçlenme Türk Kadınının Seçme ve Seçilme Hakkını Alışının 75. Yıldönümünde Uluslararası Multidisipliner Kadın Kongresi Bildiri Kitabı. Cilt 3. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Yayını. 118-232.
- Yirmibeşoğlu, G. (2009). *Medya Alanında Çalışan Kadınlar ve Karşılaştıkları Zorluklar*. 21. Yüzyılın Eşiğinde Kadınlar Değişim ve Güçlenme Türk Kadınının Seçme ve Seçilme Hakkını Alışının 75. Yıldönümünde Uluslararası Multidisipliner Kadın Kongresi Bildiri Kitabı. Cilt 3. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Yayını. 130-135.
- Yurdigül, Y., & Zinderen, İ. E. (2012). *Yeni medyada haber dili (Ayşe Paşalı olayı üzerinden geleneksel medya ve internet haberciliği karşılaştırması)*. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC. 81-91.
- Zetkin, C. (1988). *Kadın Sorunu Üzerine Seçme Yazılar*. (1. Basım). Yarkın, İ. Çev. İstanbul: İnter Yayıncılık.

VII. BÖLÜM

7. EK LİSTESİ

Ek.1. Katılımcıların Özellikleri

Yönetici Kadının Adı	Çalıştığı Medya Sektörü	Eğitim Durumu	Çocuk Sahibi Olma	Medeni Hal	Ücretli Çalışmaya Başlanılan İlk Meslek
Birinci Katılımcı	Gazete Genel Yayın Koordinatörü	Lise Mezunu	İki Çocuk Sahibi	Eşinden Ayrı/ Bekar	Dağıtıcılık
İkinci Katılımcı	Radio İmtiyaz Sahibi, Aydın Gazeteciler Cemiyeti Başkanı	Elektronik Bölümü Mezunu	İki Çocuk Sahibi	Evli	Radyoculuk
Üçüncü Katılımcı	Gazete İmtiyaz Sahibi	İngilizce İşletme Bölümü Mezunu	Çocuğu Yok	Bekar	Gazete İmtiyaz Sahipliği
Dördüncü Katılımcı	Dergi Genel Yayın Yönetmeni, Gazeteciler Yardımlaşma Derneği Başkanı	Lise Mezunu	İki Çocuk Sahibi	Evli	Matbaacılık Sektörüne Parça Başlı İşler
Beşinci Katılımcı	Gazete İmtiyaz Sahibi	Üniversiteye Devam Ediyor	Üç Çocuk Sahibi	Evli	Muhabir
Altıncı Katılımcı	Reklam Ajansı Pazarlama Direktörü	Halkla İlişkiler Bölümü Mezunu	Çocuğu Yok	Bekar	Gazetecilik
Yedinci Katılımcı	Gazete Basın-Yayın Müdürü	Basın-Yayın Halkla İlişkiler Bölümü Mezunu	Bir Çocuğa Sahip	Eşinden Ayrı/ Bekar	Gazetecilik
Sekizinci Katılımcı	Televizyon Program Yapımcısı-Sunucusu	Lise Mezunu	Çocuğu Yok	Evli	Turizm
Dokuzuncu Katılımcı	Reklam Ajansı Sosyal Medya Koordinatörü	Bilgisayar Programcılığı Mezunu	Çocuğu Yok	Bekar	Grafikerlik Editörlük
Onuncu Katılımcı	Reklam Ajansı Reklam Koordinatörü	Gazetecilik Bölümü Mezunu	Çocuğu Yok	Bekar	Reklamcılık

Ek.2. Mülakat Sürecinde Ele Alınan Konular Işığında Katılımcılara Yöneltilen Sorular

ÇALIŞMAYA GENEL YAKLAŞIM

1. Çalışan ya da çalışmayan ayrımı yapmadan bir kadın için nasıl bir toplum hayal ediyorsunuz?
2. Size göre çalışma yaşamında bir kadının yaşadığı en önemli sorun/sorunlar nedir?
3. Çalışma hayatında kadına değer kazandıran faktörler nelerdir? (Çocuk, kariyer, yetenek, evlilik, uyumluluk, güzellik, namus, eğitim vb.)
4. Çalışma hayatında bir kadının değerini düşüren faktörler nelerdir? (Çocuk, kariyer, yetenek, evlilik, uyumluluk, güzellik, namus, eğitim, aileyi geri planda tutma, çocuk bakımında yetersizlik vb.)
5. Biyolojik farklılıklar çalışma hayatında etkili olmakta mıdır?
6. Mesleklere yönelik cinsiyet ayrımcılığı konusundaki düşünceleriniz nelerdir?
7. Çalışma yaşamında kadın ve erkek cinsiyetleri arasında ayırım yapıp yapılmadığına ilişkin düşünceleriniz nelerdir?
8. Kadının çalışmasının aile kurumu üzerine etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?
9. Çalışan evli kadınların iş yüklerinin hafifletilmesi konusundaki bakış karşısında nasıl bir tutum sergilemektesiniz?
10. Çalışma yaşamında yaş, cinsiyet, medeni hal, çocuk, aile faktörlerinin etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

ÇALIŞMAYA BİREYSEL YAKLAŞIM

1. Toplum içerisinde çalışan bir kadın olmak size kendinizi nasıl hissettiriyor?
2. Çalışmaya başladığınız dönemlerden itibaren hayatınızda ne gibi bir değişim yaşadınız?

3. Çalışmanızı gerektirmeyecek maddi geliriniz olsaydı da çalışmayı düşünür müydünüz?

4. Bu işi ya da mesleği seçme nedeniniz nedir? Seçtiğiniz mesleğin bir kadına uygun olduğunu düşünüyor musunuz?

5. Ücretli çalışmadan kazancınız maddi manevi nedir?

6. Kazancınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?

13. Sizce çalışma yaşamında fiziki özelliklere dayalı bir ayrımcılık/dışlanma var mıdır? Bu ayrımcılık ve dışlanma durumları ile karşılaştınız mı? Bir örnek üzerinden açıklar mısınız?

14. Çalışma yaşamında yalnızca kadın oluşunuzdan kaynaklı olarak farklı olmanız bekleniyor mu? (şık, bakımlı, güzel, güler yüzlü olmanız bekleniyor mu?)

15. Okur/izleyici/takipçi/yönetici/patron/meslektaş şiddetine maruz kaldınız mı ya da kalıyor musunuz?

16. Çalışma yaşamında maruz kaldığınız şiddet uygulamalarını (psikolojik, cinsel, ekonomik, fiziksel) duyurabiliyor musunuz?

17. Çalışma hayatında bir kadının başarı oranını erkek meslektaşlarına göre nasıl değerlendiriyorsunuz? (düşük / orta / fazla / eşit)

MEDENİ HALİN ÇALIŞMAYA ETKİSİ

1. Evli bir kadın olmak meslek hayatınızı nasıl etkiliyor?

2. Ev işlerine eşiniz katılıyor mu mu? Ev içi iş bölümü var mı? (Verilen cevaplar erkeğin kadına yardım etmesi ve kadın erkek ortak paylaşım çerçevesinde değerlendirilecektir.)

3. Boşanmış bir kadın olmak meslek hayatını olumlu/olumsuz nasıl etkiliyor?

4. Bekar bir kadın olmak meslek hayatını olumlu/olumsuz nasıl etkiliyor?

GELENEKSEL DEĞERLERİN ÇALIŞMA YAŞAMINA ETKİSİ

1. Çocuğunuz varsa bakımı kim tarafından gerçekleştirilmektedir ya da gerçekleştirildi?
2. Çalışmaya hiç ara verdiniz mi? Cevabınız evet ise nedeni nedir?
3. Daha önce çocuk, yaşlı, hasta bakımı için iş yerinizden izin aldınız mı? (Varsa eşiniz, erkek kardeşiniz, babanız ya da erkek meslektaşınız buna benzer izinler kullanıyorlar mı?)
4. Ev ile çalışma yaşamı arasındaki ilişkiyi nasıl değerlendiriyorsunuz? Çalışıyor olmak ya da çalışmanız geleneksel roller üzerinde nasıl etkiler yaratmaktadır?
5. Çalışma yaşamına katılımda ev ile ilgili sizden beklenen görevleri gerçekleştirmede zorluk yaşıyor musunuz?
6. Çalışma saatlerinin düzenli/düzensiz oluşu özel hayatı nasıl etkiliyor? (evlilik-çocuk bakımı)
7. Çocuk sahibi olmak meslek hayatını olumlu/olumsuz nasıl etkiliyor?

ERKEK ÇALIŞANLAR İLE KURULAN İLİŞKİLER

1. Çalışma yaşamında kadın erkek eşitliği konusunda ne düşünüyorsunuz?
2. Emeğinizin ya da emeğin değerlendirilmesi konusunda ne düşünüyorsunuz? Bunun eve yansımaları nasıl oluyor ya da olmalıdır?
3. Erkek meslektaşlarınıza göre emeğinizi nasıl değerlendiriyorsunuz? (Değerli-değersiz)
4. Erkek meslektaşlarınıza göre yaptığınız işte ya da özel hayatınızda ciddiye alınıp alınmadığınız konusundaki görüşleriniz nelerdir?
5. Yaptığınız işte kadın ve erkek çalışanlar arasında ücret farklılığı var mı?(Cevabınız var ise bu konu hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?)

YÖNETİCİ OLARAK ÇALIŞAN KADIN

1. Bir kadının yönetici pozisyonunda yer almasının engellendiğini düşünüyor musunuz? Bu konudaki engellerin nedeni sizce nedir?
2. Kaç yıldır çalışma hayatında yönetici olarak yer alıyorsunuz?
3. İşinizdeki yükselme süreçlerinde erkek meslektaşlarınızla kıyaslandığında durum nedir? Değerlendirme yapabilir misiniz?
4. Üst pozisyonlarda terfi edildiğinizde erkek çalışma arkadaşlarınızın size yönelik tutumları nasıldır?
5. Terfi sonrası erkek çalışanlardan olumsuz tepki gördünüz mü? (baskı, psikolojik şiddet, öfke gibi)
6. Yönetici pozisyonunda çalışan bir kadın olarak meslektaşlarınız üzerinde yeteri kadar etkili olabildiğinizi düşünüyor musunuz? (Kadın-Erkek)
7. Yönetici pozisyonunda çalışan bir kadın olarak meslektaşlarınız üzerinde etkili olabilmek için nasıl bir yol izliyorsunuz?
8. Meslektaşlarınıza isteklerinizi yerine getirmeleri konusunda nasıl bir tutum sergiliyorsunuz? (sert bir ses tonu, ciddiyet, güler yüz, vb.)
9. Üst kadrolarda evli / boşanmış / bekar / çocuklu / çocuksuz olmanızın olumlu/olumsuz etkileri nelerdir? (İşten ayrılmaya zorlama/ duygusal şiddet uygulamaları, vb.) Tanıklık ettiğiniz olaylar var mı, var ise anlatabilir misiniz?

YEREL MEDYA SEKTÖRÜNE GENEL YAKLAŞIM

1. Medya organlarının her biri için kadın cinsiyetinin sunumu hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? (olumlu olumsuz)
2. Medyaya haber niteliği taşıyan olaylarda, konularda, medyada yer alan konularda kadın ve erkek cinsiyetlerinin sunumlarının (Şiddet, siyaset, başarı, eğitim, aile vb.) oransal olarak değerlendirilmesini nasıl yaparsınız? Bu değerlendirmeyi konulara

uygun olarak 6rneklendirebilir misiniz?

3. İ7erik 6retiminde toplumsal cinsiyet sunumlarını dikkate alıyor musunuz?

4. İ7erik 6retiminde toplumsal cinsiyet sunumları konusunda erkek meslektaşlarınız ile aranızda d6ř6nce farklılığı var mı?

5. Medya organlarının kadın haberlerindeki tutumu hakkındaki d6ř6nceleriniz nelerdir?

6. Yerel medyanın problemleri hakkında d6ř6nceleriniz nelerdir?

7. Yerel medya ve ulusal medya arasında nasıl bir ayırım vardır? Bu ayırımı 6rneklendirebilir misiniz?



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Ece Nur Özay
Doğum Yeri ve Tarihi: Eskişehir / 22.09.1991

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi: Anadolu Üniversitesi / Edebiyat Fakültesi / Sosyoloji
Lisansüstü Öğrenimi: Adnan Menderes Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü /
Sosyoloji / Yüksek Lisans

İletişim

e-posta Adresi: ecenurozay@gmail.com

Tarih 10.08.2018