

**T.C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI  
MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ YÜKSEK LİSANS  
PROGRAMI**

**TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA  
TÜRKİYE'DE GÜNDÜZ KUŞAĞI  
PROGRAMLARINDA KADIN TEMSİLİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Pelin VARGEL PEHLİVAN**

1250Y21202

**İstanbul, Haziran 2016**

**T.C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI  
MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ YÜKSEK LİSANS  
PROGRAMI**

**TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA  
TÜRKİYE'DE GÜNDÜZ KUŞAĞI  
PROGRAMLARINDA KADIN TEMSİLİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Pelin VARGEL PEHLİVAN**

1250Y21202

**Danışman: Doç. Dr. Oya ŞAKI AYDIN**

**İstanbul, Haziran 2016**

# İÇİNDEKİLER

Sayfa No.


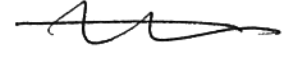

Özet (Abstract).....	iii
GİRİŞ.....	1
<b>1.CİNSİYET, TOPLUMSAL CİNSİYET KAVRAMLARI VE TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA KURAMSAL YAKLAŞIMLAR.....</b>	<b>4</b>
1.1.Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Kavramları.....	4
1.1.1. Toplumsal Cinsiyet Rollerini.....	6
1.1.2. Ataerkillik.....	9
1.2.Cinsiyet Rollerini ile İlgili Kuramsal Yaklaşımlar.....	11
1.2.1.Biyolojik Kuram.....	11
1.2.2. Sosyal Öğrenme Kuramı.....	12
1.2.3. Bilişsel Gelişim Kuramı.....	13
1.2.4. Toplumsal Cinsiyet Şeması Kuramı.....	14
1.2.5. Psikanalitik Kuram.....	16
1.3.Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğine Yönelik Feminist Kuramlar.....	17
1.3.1.Feminizm.....	17
1.3.2.Liberal Feminizm.....	19
1.3.3.Radikal Feminizm.....	21
1.3.4.Kültürel Feminizm.....	23
1.3.5.Marksist Feminizm.....	25
1.4.Türkiye’ de Feminist Çalışmalar.....	26
<b>2. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA TOPLUMSAL CİNSİYET VE KADIN TEMSİLİ .....</b>	<b>33</b>
2.1.Kitle İletişim Araçları, İdeoloji ve Kültür Bağlamında Toplumsal Cinsiyet.....	33
2.2.Medya ve Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonda Kadın Temsili .....	43
2.2.1.Televizyon ve Gerçeklik .....	52
2.2.2.Kadına Yönelik Televizyon Yapımları .....	54
2.2.3.Türkiye’ de Kadın Programlarının Bir Tür Olarak Ortaya Çıkışı.....	57
2.2.3.1. Kadın Odaklı Reality Showlar.....	60
2.2.3.2. Evlilik ve Aile Kurma Odaklı Kadın Programları.....	61
2.2.3.3. Geleneksel Söyleme Sahip Sohbet Programları.....	64
2.3.Feminist Medya Çalışmaları.....	65
<b>3.GELİN EVİ PROGRAMI SÖYLEM ANALİZİ, BULGULAR VE YORUM.....</b>	<b>69</b>
3.1.Amaç.....	69

3.2.Yöntem.....	69
3.3. Sayıtlar.....	71
3.4.Örneklem.....	71
3.5.Verinin Toplanması.....	72
3.6.Gelin Evi Programı Söylem Analizi.....	72
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	80
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>82</b>

T.C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek lisans öğrencisi Pelin Vargel Pekel in “Toplumsal... Çivisiyet... Bağlananda  
...Türkiye... 6. Sınıf... 2. Kurşun... 1. Proje... Kader... Temsil...” konulu tez çalışması jürimiz tarafından Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans tezi olarak (**oybirliği**  / **oyçokluğu**  ) ile başarılı bulunmuştur.

	Adı – Soyadı	İmza
Tez Danışmanı	: Doc. Dr. Oya SAKI AYDIN	
Jüri Üyesi	: Doç. Dr. Zeliha Hepkan	
Jüri Üyesi	: Y. D. Dr. Bülent Kabar	

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamiyle uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

## TEŞEKKÜR

Tez çalıőmam sũresince bilgilerine baővurduėum, çalışmanın başından sonuna dek her ihtiyacım olduğunda desteğini esirgemeyen danıőmanım Doç. Dr. Oya Şakı Aydın' a ve yũksek lisans dũnemimin her aőamasında gũrũşlerinden faydalandığım, tez çalıőmam ile ilgili heyecanıma ortak olan hocam Doç. Dr. Zeliha Hepkon' a teőekkũrũ borç bilirim.

Çalıőmam sũresinde gũsterdikleri sabır ve anlayıő için aileme, sonsuz desteği ile tũm sũre boyunca yanı baőımda olan yol arkadaőım İlkey Pehlivan' a, bana yũksek lisans maceramda en çok inanan ve değerli fikirlerinden beni mahrum bırakmayan Ayšegũl Uysal' a, bu sũrete her duygumu paylaőan ve her konuda yardımcı olan Aslıhan Birinci' ye, Hande Tũrkyılmaz Kefeli' ye ve Nihan Gũl' e sonsuz teőekkũr ederim.

# TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA TÜRKİYE’ DEKİ GÜNDÜZ KUŞAĞI PROGRAMLARINDA KADIN TEMSİLİ

## ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, kitle iletişim araçları ve özellikle yaygın kullanımı ve etki gücü açısından ilk sıralarda yer alan televizyonda kadın temsilini incelemek ve ekranlardan yansıyan toplumsal cinsiyet rollerinin, ataerkil düzeni üretmede ve pekiştirilmesindeki rolünü irdelemektir.

1990’ lı yıllarda televizyon yayıncılığı, dünyadaki ekonomik ve siyasal değişimlerden etkilenmiş ve bunun sonucunda televizyonda yeni türler ortaya çıkmıştır. Ticari yayıncılığının gelişmesiyle 2000’li yıllara gelindiğinde, yeni bir tür olarak kadın programları ön plana çıkmıştır. Bu programlar önceleri kadını bilgilendirme amacı taşısa da, zamanla farklı içeriklere bürünmüştür. Bu yayınlar, kullandıkları dil ve ilettikleri mesajlar bakımından geleneksel cinsiyet rollerini içermektedir. Böylelikle toplumdaki cinsiyet eşitsizliğine olumsuz katkıda bulunmaktadır.

Bu çalışmada, televizyonda kadına yönelik yapımlarda, kadının temsili analiz edilmiştir. Toplumsal cinsiyetsizliği daha iyi anlamak adına cinsiyet, toplumsal cinsiyet rolleri ve ataerkil kavramları ile bu konudaki kuramsal yaklaşımlar incelenmiştir. Ayrıca cinsiyet kültürüne farklı bakış açıları ile yeni anlamlar katan feminist yaklaşımlar, ülkemizdeki feminist çalışmalar ve feminist medya çalışmalarına da yer verilmiştir. Medyanın, kadını ele alış biçiminin, kadınların ikincil konumlarını pekiştirmesi Louis Althusser’ in “devletin ideolojik aygıtları olarak kitle iletişim araçları” söylemine dayandırılarak ele alınmıştır. Kadınların toplumsal yapı içerisindeki eşitsiz konumlarını nasıl kendiliğinden içselleştirdiklerini ve pekiştirdiklerini anlamak içinse Pierre Bourdieu’ ün “Eril Tahakküm” ve “Simgesel Şiddet” kavramlarına başvurulmuştur.

Çalışmanın uygulama bölümünde ise, Show TV kanalında yayınlanmakta olan “Gelin Evi” programının söylem analizi yapılmış ve bu programda kullanılan söylemle, toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl sunulduğu, nelerin kadınla ve kadınlıkla özdeşleştirildiği gösterilmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Cinsiyet, Toplumsal Cinsiyet, feminizm, kadın programları, televizyon, medya.



# **THE REPRESENTATION OF WOMAN IN TURKEY ON DAYTIME TV PROGRAMMES IN THE CONTEXT OF GENDER**

## **ABSTRACT**

The main purpose of this study is to examine the representation of woman in mass media and especially in television, which takes place on the top with regards to its common use and influence, and to scrutinize the role of gender roles reflected from the TV screens in generating and reinforcing patriarchal order.

Television broadcasting was affected by economic and political changes in the world in the 90s, and new genres emerged in conclusion to this. With a growth in commercial broadcasting, in the first years of the new millennium, programs for women came to the forefront. Even though at first these programs were aimed at informing women, over time they have assumed a different role. These broadcasts contain the traditional gender roles with respect to the language they use and the messages they deliver. As such they contribute negatively to gender inequality in society.

In this study, the representation of woman has been analyzed in productions oriented towards woman in television. For the sake of better understanding the gender-free social concept; gender, gender roles, and patriarchal roles and doctrinal approaches in these subjects have been examined. Moreover, different perspectives of gender culture and feminist approaches that contribute new meanings, feminist studies in our country as well as feminist media studies have also been included. Reinforcement of the subordination of women with regards to the treatment of woman by the media has been considered based on a statement by Louis Althusser, titled "Ideology and Ideological state apparatuses." Whereas in order to understand how women instinctively internalize and reinforce their discriminatory positions within the social structure, reference has been made to the "Male Domination" and "Symbolic Violence" concepts of Pierre Bourdieu.

The application section of the study is a discourse analysis on the television show "Gelin Evi" ("Bride's House") which broadcasted on Show TV, and an attempt was made to demonstrate how gender roles are presented with the discourse used in

this program, and the effort made to identify woman and womanhood with the things that have been presented.

Key words: Sex, gender, feminism, programs for women, television, media.

## GİRİŞ

Kadın ve erkeğin arasındaki biyolojik farklar ‘‘cinsiyet’’ olarak adlandırılmaktadır. Bu farklılaşmaya sosyo- kültürel anlamlar ve değerler yüklendiğinde ise ‘‘toplumsal cinsiyet’’ kavramı karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal cinsiyet, kadın ve erkeğin toplum tarafından nasıl algılandığını içeren bir kavramdır. Kültürel, politik, ekonomik ve davranışsal tüm farklılıkları içerisinde barındırır.

Toplumlar tarihler boyunca kadın ile erkeğin toplumsal işlevlerini belirlemiş ve yönlendirmiştir. Örneğin; kadınlardan beklenen kamusal alana çıkmadan ev işi işleri ile ilgilenip eş ya da anne rollerini üstlenmesidir. Erkekten beklenen ise kamusal alanda kendini gösterip çalışarak evini geçindirmesidir. İşte toplum tarafından bireylerin yerine getirmeleri beklenen davranışlar toplumsal cinsiyet rolleri olarak adlandırılmaktadır. Kişiler toplumsal cinsiyet rollerini aile, okul, sosyal çevre gibi toplumdaki kurumlarda edinir ve pekiştirirler. Bu rollerin pekiştirilmesinde ve ataerkil ideolojinin yeniden üretilmesine en büyük katkıyı sağlayan kurumlarından biri de kitle iletişim araçlarıdır.

Günümüzde kitle iletişim araçları toplumsal hayatı önemli ölçüde etkilemekte, bireylerin duygu ve davranışlarını değiştirilmesinde, yönlendirmesinde, yeni alışkanlıklar edinilmesinde güçlü bir araçtır. Bu doğrultuda toplumsal cinsiyet rollerini devam ettirmek ve toplumu bu yönde etkilemek için bir araç olarak kullanılmaktadır. Kitle iletişim araçları ilettikleri mesajlarla bireylerin nasıl kadın /nasıl erkek olunacağına dair örnekler sunar. Böylece toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesini ve içselleştirilmesini sağlar ve ataerkil ideolojinin devamlılığına hizmet eder.

Günümüzde kitle iletişim araçları arasında en etkili olanı kuşkusuz televizyondur. Kitlelere görüntü ve ses ile birlikte ulaşan televizyon temelde haber verme, bilgilendirme ve eğlendirme işlevi taşımasının yanı sıra sunduğu programlar aracılığıyla en güçlü kültür üretme aracıdır. Gerçekliği yayın formatlarına dönüştürerek izleyiciye sunan televizyon geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin aktarımında da en yaygın kullanılan mecradır. Televizyon film, haber, dizi, haber, yarışma programları gibi program türleri sunarak kitlelere ve onların bilinçaltlarına

ideolojik anlamlar taşıyan mesajlar iletmektedir. Böylece algılarımızı yönlendirmekte ya da değiştirebilmektedir.

Toplumdan topluma, kültürden kültüre farklılıklar içerse de televizyondaki kadın temsili geleneksel roller doğrultusunda gerçekleştirilmektedir. Öne çıkan temsil annelik ve ideal eştir. Kamusal alanın dışında, ev içi üretimi il birlikte sadece evinde var olan ve erkek temsillerine göre daha değersiz rollerde gösterilmektedir. İktidarı elinde tutan erkektir ve kadın onun varlığına hizmet eden konumdadır. Öne çıkan diğer bir temsil durumu da cinselliğinin ön plana çıkarılarak, görsel obje olarak sunulmasıdır.

Son yıllarda televizyonlarda öne çıkan bir tür olarak kadın programları, temelde kadına bilgi vermeyi amaçlayan bir format olarak ortaya çıkmıştır. Bu yapımlar, zamanla ticari yayıncılığın etkisiyle bu amaçtan uzaklaşarak, geniş kitlelerin ilgisini çekmek için birçok türü içinde barındıran bir yapıya dönüşmüşlerdir. Ülkemizde gündüz kuşağında yayınlanan bu programlar, hemen hemen her kanalda kendine yer edinmiştir. 1990' lı yıllardan itibaren varlık gösteren gündüz kuşağı programları, kadınları ilgilendirdiğini düşündükleri yemek yapma, el becerisi, güzellik, ev işleri, evlendirme, kayıp bulma, aile içi yaşanan sorunlara çözüm üretme gibi konuları işlemektedir. 2000' li yıllardan itibaren ise daha çok özel hayata odaklı ve teşhir etme, gözetleme ve tartışma içeren program içerikleri oluşturulmuştur.

Bu çalışmanın çıkış noktası, gündüz kuşağı programlarında, kadından beklenen toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl sunulduğudur. Yapılan çalışma, televizyon programlarından sunulan mesajların ataerkil ideoloji doğrultusunda nasıl kadın aleyhine hizmet ettiğinin irdelenmesi ve bu mesajların katkısıyla kadınların toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl içselleştirip, toplumdaki ikincil konumlarının pekiştirilmesini sağladıklarının anlaşılması amacını taşımaktadır.

Bu noktada, gündüz kuşağındaki programlarda sunulan kadın temsili bir sorun olarak görünmektedir. Bu çalışma ile ortaya konulan veriler, kadının televizyondaki temsilinin nasıl olduğu/nasıl olması gerektiğine dair yapılan araştırmalara yardımcı olacaktır. Ayrıca kitle iletişim araçlarının özellikle gelişmekte olan ülkelerde televizyonun bir kültür oluşturma ya da var olan kültürü etkilemesi

açısından olumsuz etkileri olabileceğinin bir kez daha altını çizmesi açısından bu çalışma önem taşımaktadır. Bu alanda çalışacak araştırmacılara ya da özellikle medya kurumlarında program tarafında çalışacak bireylere fikir vermesi açısından faydalı olacağı umut edilmektedir.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde cinsiyet, toplumsal cinsiyeti ataerkillik gibi kavramlar ve kuramsal yaklaşımlar, konu ile ilgili feminist çalışmalar incelenecektir. Daha sonraki bölümde ise kitle iletişim araçları, özellikle televizyon ve işlevleri, medyada kadın temsili ve kadın programları ele alınacaktır. Bu bölümde medyanın, kadını ele alış biçiminin, kadınların ikincil konumlarını pekiştirmesi Louis Althusser' in "devletin ideolojik aygıtları olarak kitle iletişim araçları" söylemine dayandırılmış ve kadınların toplumsal yapı içerisindeki eşitsiz konumlarını nasıl kendiliğinden içselleştirdiklerini ve pekiştirdiklerini anlamak içinse Pierre Bourdieu' ün "Eril Tahakküm" ve "Simgesel Şiddet" kavramlarına başvurulmuştur. Üçüncü bölümde ise, gündüz kuşağı programlarından Show TV kanalında yayınlanan "Gelin Evi" programı söylem analizi yönteminden faydalanılarak incelenmiş ve yorumlanmıştır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## CİNSİYET, TOPLUMSAL CİNSİYET KAVRAMLARI VE TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

### 1.1.Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Kavramları

Cinsiyet terimi, kadın ya da erkek olmanın biyolojik yönünü ifade eder ve biyolojik bir yapıya karşılık gelir.<sup>1</sup> Cinsiyet, bireyin biyolojik cinsiyetine dayalı olarak belirlenen demografik bir kategoridir. İnsanların nüfus cüzdanlarında yazan cinsiyet bu terimin anlamına uygundur. Toplumsal cinsiyet terimi ise kadın ya da erkek olmaya toplumun ve kültürün yüklediği anlamları ve beklentileri ifade eder; kültürel bir yapıyı karşılar ve genellikle bireyin biyolojik yapısıyla ilişkili bulunan psikolojik özelliklerini de içerir. Toplumsal cinsiyet, bireyi kadını ya da erkeksi olarak karakterize eden psikososyal özelliklerdir. Ancak, cinsiyet ve toplumsal cinsiyeti birbirinden ayırmak mümkün değildir; çünkü kültürün kadından ve erkekten bekledikleri (toplumsal cinsiyet) kadının ve erkeğin fiziksel bedenlerine (cinsiyet) ilişkin gözlemlerden tamamen ayrı değildir. Buna göre, toplumsal cinsiyetin kültürel yapılandırmaları bir anlamda biyolojik cinsiyeti de içerir. Genellikle kadınlarla erkekler arasındaki bazı farklılıkların biyolojik mi yoksa kültürel mi olduğunu tam olarak bilmek mümkün değildir; esasen çoğu farklılık ikisinin birlikte etkisinin bir sonucudur.<sup>2</sup>

Cinsiyet terimi bağımsız bir değişken olarak kullanıldığında bireyin genetik ve kromozomal birleşimine (erkeklerde xy, kadınlarda xx), içsel ve dışsal

---

<sup>1</sup> Zehra Dökmen, *Toplumsal Cinsiyet*, 3.b., Remzi Kitabevi, İstanbul, 2012,s.19.

<sup>2</sup> a.g.e., s.20.

üreme organlarına(erkeklerde penis, kadınlarda vajina) ve bir cinsiyeti diğer cinsiyete oranla önemli ölçüde farklılaştıran ikincil düzeydeki cinsel karakteristiklere(örneğin erkek bedeninin kadınlara oranla daha kıllı ve kaslı olması gibi) ya da kısacası bireyin biyolojik cinsiyetine gönderimde bulunmaktadır.<sup>3</sup> Toplumsal cinsiyet ise erkek ve kadının biyolojik farklılaşmasına ideoloji tarafından yüklenen anlamlar ve değerlerdir. Toplumsal cinsiyet kurumlarla ve sosyal çevre ile karşılıklı, iç içe geçmiş, karışık ilişkiler bütünüdür. Toplumsal cinsiyetin algılanışı kültürel bir olgudur ve bu kavram, kültürel, ekonomik, politik ve davranışsal tüm farklılıkları içermektedir.<sup>4</sup>

Cinsiyet kavramı biyolojik farklılaşmanın dışında erkeğin ve kadının toplumsal tanımını da içermektedir. Bu toplumsal tanım erkeğin ve kadının toplum içindeki konumlarını ve davranışlarını belirlemektedir. Bu anlamda cinsiyet kavramı toplumsal olarak oluşturulmuştur dolayısı ile de değişkendir yani bir toplumdaki diğerine ya da zaman içinde değişebilmektedir.<sup>5</sup> Bu olgu toplumsal cinsiyet olarak da adlandırılabilir yani bir cinsiyet üyesi için uygun görülen davranışlar hakkındaki toplumsal beklentiler, toplumsal cinsiyet, erkek ya da kadınların birbirlerinden farklı olmalarına yol açan fiziksel niteliklere değil, erkeklik ve kadınlık hakkındaki toplum tarafından oluşturulmuş özelliklere göndermede bulunmaktadır.<sup>6</sup>

Başka bir deyişle; insan dişi veya erkek cinsiyetiyle doğar, ancak yetiştirilirken, sosyalleşme süreci ile toplumun cinsiyetlerine özgü beklediği roller çerçevesinde kız veya erkek çocuk olmayı öğrenerek büyürler. Bu süreçte, kız ve erkek çocukları çeşitli nesnelere, etkinliklere, oyunlarına, mesleklerine ve hatta kişilik özelliklerini onlar için uygun ve ya uygun değil olarak ayırt etmeyi öğrenirler. Bir erkek için uygun olduğu düşünülen davranışlar erkeksi (maskülen), kadınlar için uygun olduğu düşünülen davranışlar ise kadınsı (feminen) olarak adlandırılır.<sup>7</sup>

<sup>3</sup> Aylin Pira ve Aslı Elgün, "Toplumsal Cinsiyeti İnşaa Eden Bir Kurum Olarak Medya; Reklamlar Aracılığıyla Ataerkil İdeolojinin Yeniden Üretilmesi Üretilmesi" <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130848482.pdf>. (Erişim Tarihi 08.11.2015),s.528.

<sup>4</sup> a.g.m., s.529.

<sup>5</sup> Serdar Kaypakoglu, **Toplumsal Cinsiyet ve İletişim**, 1.b., İstanbul: Naos Yayınları, İstanbul, 2003, s.12.

<sup>6</sup> a.g.e., s.13.

<sup>7</sup> Simge Saraç, "Toplumsal Cinsiyet", **Toplumsal Cinsiyet ve Yansımaları**, der. Lerzan Gültekin, Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları, 2013, s.27.

Cinsiyet kavramı artık, çeşitli fizyolojik farklılıklara sahip basit bir dişil/eril ayrımından daha fazla anlamlar ifade etmeye başlar. Erkek ve kadın olma durumuna yüklenen anlamlar, sosyal hayatta geçerli olan ve kamuoyu algısında yer etmiş rollerin içerisinde sıkışıp kalır. Böylece biyolojik cinsiyet, yerini, statü belirleyici bir özelliğe sahip olan toplumsal cinsiyet anlayışına bırakır. Artık kadın ve erkek yalnızca toplumsal paradigmanın onlar için belirlediği eylemleri uygulamakla yükümlüdürler.<sup>8</sup>

Cinsiyet, egemen toplumsal düzenin cinsiyet ilişkileriyle, söylemleriyle, pratikleriyle inşa edilmiştir ve cinsiyet farklılığının, üretmeye dayanan ikiliğini içinde barındırmaktadır. Erkek ve kadın arasındaki biyolojik farklılıklar, toplumsal cinsiyetle kategorik farklılıklara dönüşmektedir. Scott' a göre; "feministler toplumsal cinsiyet kelimesini, cinsler arasındaki ilişkinin toplumsal olarak örgütlenmesini kastetmek için daha ciddi bir şekilde ve daha doğru bir anlamda kullanmaya başladılar. Bu kelime, cinsiyet ya da tinsel farklılık gibi terimlerin kullanımında örtük bir şekilde mevcut olan biyolojik determinizmin reddedilmesi anlamına gelmiştir." "Toplumsal cinsiyet" kavramının bu kullanımı, erkeklerin fiziksel olarak daha güçlü olmaları nedeniyle kadınların bedensel kapasitelerinden dolayı (doğurganlık, annelik gibi) baskı altında tutulma nedenlerini açıkladığını düşünen biyolojik açıklamaları kabul etmez. Aksine toplumsal cinsiyet, kadınlar ve erkeklere ilişkin uygun rollerin tamamen toplumsal olarak üretildiğini ifade eden kültürel inşalara işaret etmenin bir yoludur. Toplumsal cinsiyet, erkeklerin ve kadınların öznel kimliklerinin, sadece toplumsal kökenlerini belirgin kılmanın bir yoludur.<sup>9</sup> Bu tanımlamada toplumsal cinsiyet, cinsiyetli bir bedene zorla kabul ettirilmiş bir toplumsal kategoridir.<sup>10</sup>

### 1.1.1. Toplumsal Cinsiyet Rollerini

Rol terimi tiyatrodan ödünç alınmış sosyolojik bir terimdir. Rol, örgütlü sosyal bir yapı içinde bireyin bulunduğu pozisyonu, bu pozisyonla ilgili sorumlulukları, ayrıcalıkları ve diğer pozisyonlardaki insanlarla etkileşimi

<sup>8</sup> a.g.m.

<sup>9</sup> Derya Şaşman Kaylı, *Kadın Bedeni ve Özgürleşme*, 8. b., İzmir: İlya İzmir Yayınevi, 2013, s.27.

<sup>10</sup> a.g.e., s.28.



yönlendiren kuralları gösterir. Annelik, babalık, öğretmenlik, askerlik gibi farklı rollerden söz edilebilir. Kadınlara ve erkeklere verilen farklı roller ise toplumsal cinsiyet rolleri olarak bilinir. Kadınların ve erkeklerin, toplumun yazdığı “senaryo” ya bağlı kalarak rollerini “oynamaları” beklenir. Toplumsal cinsiyet rolleri terimi, cinsiyet kalıp yargılarını ya da toplumun belirlediği cinsiyet farklılıklarını yansıtmak üzere kullanılır. Daha özeldir, bu terim, geleneksel olarak kadınla ve erkekle ilişkili olduğu kabul edilen rolleri ifade eder.<sup>11</sup>

Çocuklar, toplum tarafından kız ya da erkek olarak etiketlenmelerini ardından cinsiyetin kültürel anlamlarını öğrenmeye ve kazanmaya başlarlar. Cinsiyetin kültürel anlamları, toplumsal cinsiyet rolleri olarak görülür. Toplumsal cinsiyet rolü, toplumun tanımladığı ve bireylerin yerine getirmelerini beklediği cinsiyetle ilişkili bir grup beklentidir.<sup>12</sup>

Toplumun, ayrı ayrı kadın ve erkekte göstermelerini beklediği özelliklerde toplumsal cinsiyet kalıpyargıları olarak tanımlanmaktadır. Daha çocukken öğrenilmeye başlanılan bu kalıpyargılar, kadın ve erkeğe karşı geliştirilen önyargıların bir kısmını oluşturur. Yani cinsiyet, kalıpyargıları, toplumda kadın erkek eşitsizliğine neden olan en güçlü önyargılardan biridir.<sup>13</sup>

Cinsiyet kalıpyargıları zaman içinde değişmediği gibi, dünyanın çeşitli kültürlerinde de benzerlik göstermektedir. Kadınlardan beklenen daha çok çocukları, eşleri ve ev işleriyle ilgilenmeleri, erkeğe bağlı olmaları, duygusal olarak sessiz, sakin, fedakar, sabırlı, anlayışlı, duyarlı olmaları, iken, erkeklerden beklenen ise ailelerinin geçimini sağlamaları, dışarıyla olan bağı kurmaları, evdeki güç gerektiren (tamirat gibi) işleri yapma, eş ve çocuklarını koruyup kollamaları, duygusal olarak daha güçlü, cesur, sert, mantıkla hareket eden olmalarıdır. İşte bu beklentilere toplumsal cinsiyet kalıpyargıları denilmektedir.<sup>14</sup>

Geleneksel kadın rolü iş-meslek alanında da devam eder. Kadınlar hosteslik, öğretmenlik, sekreterlik, hemşirelik, temizlikçilik gibi işlere uygun görülürken, erkekler özerklik ve rekabetin daha fazla olduğu iş alanlarına

---

<sup>11</sup> Dökmen, a.g.e., s. 28.

<sup>12</sup> a.g.e., s.29.

<sup>13</sup> Saraç, a.g.m., s.28.

<sup>14</sup> a.g.m.

yönlendirilir. Kadına yüklenen özelliklerden dolayı kadının genelde politikacı, lider ya da yönetici olma yolları genellikle kapalıdır. Bu görevler her zaman doğru gelmesede, toplumun dayattığı, bizim de kabul ettiğimiz durumlardır. Çünkü cinsiyet kalıpyargıları zamanla çok az değişen ve dünyada da büyük benzerlik gösteren yargılardır.<sup>15</sup>

Modern toplumlar hiyerarşik ayrımların ve eşitsizliklerin var olduğu toplumlar olarak özellikle cinsiyete dayalı eşitsizlikleri aslında biyolojik özelliklerden (cinsiyet hormonları gibi) kaynaklandığını düşünülür. Ama bu biyolojik farklar aslında toplumsal farklara sonradan verilen anlamlar olarak toplumsalın içinde vardır. Adını biyolojinin koyduğu cinsiyet farkları aslında toplumsal bazı işleri kaçınılmaz olarak belli cinslere özgü kılar. Örneğin çocuk yetiştirmek için kadın gibi duygusal ve sabırlı olmak, asker olmak için de bir erkek gibi dayanıklı ve güçlü olmak gerekir. Aslında anne ile asker arasındaki fark biyolojik değil ideolojik-toplumsaldır; kadınları ve erkekleri farklı toplumsal (siyasal) konumlarla ilişkilendiren cinsiyet farkları rejimi cinslerin biyolojisinden türetilirken aslında cinsler arasındaki toplumsal farklardan bahsetmemize yol açar.<sup>16</sup> Toplumsal olan biyolojik olana transfer edilir; daha doğru deyişle toplumsal farklılıklar biyolojik değişmezlikten (determinizm) alınan ideolojik destek ile meşrulaştırılır. Biyoloji değiştirilemez bir kadersede toplumsal olarak cinslerin rolleri de değiştirilemez hale gelir.<sup>17</sup>

Kadınsılık ya da kadınlık, erkeksilik ve ya erkeklik tümüyle toplumsal ve kültürel hadiselerdir. Birbirinden değişik zaman ve yerlere göre farklılık gösterebilmektedir. Herhangi bir coğrafyada bir topluluk ya da toplumun kadın ve erkekten beklediği roller, diğerlerinininkiyle birbirini tutmayabilir. Bu, kültürün habercisidir.<sup>18</sup>

Bütün toplumlar, tarihi akışta kendini kurmak, sağlamak ve devam ettirmek üzere yol almıştır. Bu güzergah toplumun doğada hazır halde bulduklarının üzerine doğal olmayan, tamamı kültürel şeyleri eklemeleriyle biçim kazanır. Tarihsel

<sup>15</sup> Saraç, a.g.m., s.29.

<sup>16</sup> Serpil Sancar, **Türk Modernleşmesinin Cinsiyeti Erkekler Devlet, Kadınlar Aile Kurar**, 3.b., İstanbul: İletişim Yayınları, 2014, s. 23.

<sup>17</sup> a.g.e., s.24.

<sup>18</sup> Orhan Bingöl, ‘‘Toplumsal Cinsiyet Olgusu ve Türkiye’ de Kadınlık’’, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Y. 16, S.1 (Özel sayı), (2014), s.109.

süreçte toplumsal olarak üretilmiş sayısız üründen biri de toplumsal cinsiyettir. Toplumsal cinsiyet, biyolojinin kodladığı maddi bedenlere manevi anlamlar yükleyerek onları kültürel olarak tanımlamak ve ayırmaktır. Kadın ve erkeği, kadınlık ve erkeklik denen rol ve statüler bütünüyle özdeşleştirmektedir. Bu ayırım, kadının aleyhine birçok eşitsizliğin doğmasında başrolü oynamaktadır.<sup>19</sup>

### 1.1.2. Ataerkillik

Ataerkillik, kültürel, kurumsal ve sosyal alanlarda öteki olarak betimlenen her türlü şeyin uyması, boyun eğmesi, belirli ilkeleri sürdürmesi sonucunu doğuran ideolojik bir yapılanmadır. Bu ideolojinin kökeni ilk çağlarda mülkiyet kavramının ortaya çıkışı ile eş zamanlıdır. Ataerkil ideoloji öncelikle aile, akrabalık, mülkün paylaşımı/aktarımı üzerinden kurulmuştur. Ardından da her türlü ekonomik, sosyal, siyasi ve kültürel yapılanmaların bu ideoloji çerçevesinde şekillendiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Ataerkil ideoloji karmaşık ideolojiler bütününden oluşur. Bu anlamda ataerkilliği tek bir zamanın ideolojisi olarak almak olası değildir. Tarihsel ve kültürel bağlamda çeşitli alanlarda farklılık göstermiştir.<sup>20</sup>

İktidar ilişkileriyle beslenen ataerkillik kavramı, bin yıllardır çözümlenemeyen kadın erkek çelişkisinden üretilen iktidar ve şiddet kültürünün diğer iktidar biçimleriyle iç içe geçerek sosyal-siyasal, düşünsel-kültürel bir egemenlik sistemine dönüşmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu sistem, toplumsal cinsiyet rollerini ve söylemini sürekli olarak yeniden üretmektedir. Özetle, ataerkillik, erkeklerin kadınlar üzerindeki tahakkümü olarak tanımlanmaktadır.<sup>21</sup>

Connell' in hegemonik erkeklik kavramında "hegemonya"(terimin ödünç alındığı Gramsci' nin İtalya' daki işçi sınıf ilişkileri analizlerinde söz konusu olduğu gibi) acımasız iktidar çekişmelerinin ötesine geçerek özel yaşamın ve kültürel süreçlerin örgütlenmesine sızan bir toplumsal güçler oyununda kazanılan toplumsal üstünlüktür. Bir erkekler grubunun, silah zoru ve ya işsiz bırakma tehdidiyle başka bir grup üzerinde kurduğu üstünlük hegemonya değildir. Dinsel öğreti ve ya pratiğe,

<sup>19</sup> a.g.m., s.108.

<sup>20</sup> Pira ve Elgün, a.g.m., s.527.

<sup>21</sup> Gülşah Aydın ve Duygu Aydın Aslaner, "Stereotip Kadın Rollerinin Televizyon Reklamlarında Sunumu"2015, *Global Media Journal Dergisi*, S.11. (güz-2015),s.56.

kitle iletişim içeriğine, ücret yapılarına, ev tasarımına, yardım/vergilendirme politikalarına vb. kök salan üstünlük hegemonyadır.<sup>22</sup>

R.W. Connell hegemonyanın, toplumsal pratikler aracılığıyla işlendiğine işaret etmektedir. Ona göre hegemonya, dinsel öğretiyi ya da pratiğe, kitle iletişim içeriğine, ücret yapılarına, ev tasarımına vb. kök salmış ve şarkılar, filmler, öyküler ve reklamlar gibi medya metinlerindeki kahramanlar aracılığıyla doğallaştırılmaktadır.<sup>23</sup>

Hegemonya kavramından türeyen hegemonik erkeklik kavramı da genel olarak bir erkek cinsiyet rolü olmaktan öte, kültürel bir ideali yansıtmakta ve tüm erkeklerin rızaları aracılığıyla üretilmektedir. Hegemonik erkeklik; ataerkilliğin meşrulaştırılması ile kabul görmüş ve erkeklerin baskın konumları ile kadınları hakimiyeti altına alan bir kavramdır.<sup>24</sup>

Toplumsal cinsiyetler arasındaki eşitsiz güç dağılımı toplumsal hayatın bütün alanlarını, kadın ve erkeğin bütün ilişkilerini sarmıştır. Ataerkil ideolojinin derinlere kadar işleyen yapısı da kadınların bu engellemeleri görmesini zorlaştırır. Ataerkil ideoloji toplumsal cinsiyetler arasındaki eşitsiz güç ilişkilerini hem toplumsal hayatın her alanına yayar hem de tam bu baskıların hayat bulduğu alanlarda engellemeleri doğallaştırır, meşrulaştırır, normalleştirir ve istenir hale getirir. Kadın ve erkekler çoğu zaman tam da en çok engellendikleri alanlarda ataerkil ideolojiyi yeniden üretirler.<sup>25</sup>

Günümüzün geleneksel ve çağdaş toplumlarında, etkisini ve sürdürülebilirliğini devam ettirmekte olan ataerkillik, bir ayrımcılık ideolojisinin evrensel boyutları olan bir kurumu haline dönüşmüştür. Ataerkillik, tarihin, bilimin, felsefenin, kültürün vb. birçok toplumsal yapının belirleyicisi olan bir erkek aklı tarafından yapılandırılmıştır.<sup>26</sup>

---

<sup>22</sup> R.W. Connell, *Toplumsal Cinsiyet Ve İktidar Toplum, Kişi Ve Cinsel Politika*, 1.b., İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998, s.246.

<sup>23</sup> Aydın ve Aslaner, *a.g.m.*, s.57.

<sup>24</sup> *a.g.m.*

<sup>25</sup> Ayben Soner, "Yapı ve Fail İlişkisinden Hareketle Ataerkil İdeoloji ve Toplumsal Cinsiyet Etkileşimini Anlamak", (Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Sosyoloji Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Aydın, 2012, s.42.

<sup>26</sup> Dicle Özkan, "Ataerkil İdeolojide Bekaret Söylemi", <https://www.academia.edu/4936105/Bekaret-makale>, (Erişim Tarihi 14.03.2016)

## 1.2.Cinsiyet Rollerini ile İlgili Kuramsal Yaklaşımlar

### 1.2.1.Biyolojik Kuram

Biyolojik kuramlar, kadınlar ve erkekler arasındaki davranış farklılıklarını, cinsler arası biyolojik ve psikolojik farklılıklara dayandırarak açıklar. Bu kuramın ilgi alanı, doğumdan itibaren kadın ve erkek vücudunda salgılanan hormonlar, kritik gelişme dönemlerinde hormonlardaki farklılıklar (örneğin, ergenlik) ile işlevsel ve yapısal farklılıklardır.<sup>27</sup>

Kadın ve erkek arasında gözlenen farklılıklara bazı bilim adamları özellikle bazı biyolog ve hekimler, tarih boyunca ilginç açıklamalar getirmişlerdir.<sup>28</sup> Annelik iş güdüsünün beynin bir bölgesinde yer aldığı ya da üreme organlarında bulunduğu ileri sürülmüştür. 19. Yüzyılın ortalarında ise, yüksek zihinsel işlemlerin merkezi olarak görülen ön beyin loblarının erkeklere kıyasla kadınlarda daha küçük ve daha az kıvrımlı olduğu, buna karşılık algılama gibi daha basit zihinsel süreçlerin merkezi olarak kabul edilen yan lobların kadınlarda daha büyük olduğu ileri sürülmüştür.<sup>29</sup> Daha yakın bir tarihte, 1977’ de, bile erkeğin mimarlıkta, mühendislikte ve sanatta daha büyük başarıları olduğu, bununda erkeklik hormonlarından ve beyin performansının erkeklerde daha üstün olmasından kaynaklandığını söyleyenler olmuştur.<sup>30</sup>

Biyologlara göre, farkın kaynağı kadın ve erkeğin biyolojik özellikleri bağlamı da üstlendikleri roldür. Rollerini farklılaştıran ise kadınların çocuk doğurabilmeleri, erkeklerin ise bunu yapamamalarıdır. Üreme yeteneğinin sonucu olarak, insanoğlunun topluluk olarak yaşamaya başladığı ilk zamanlardan itibaren erkekler dış çevreyle mücadeleden sorumluyken (*başat davranış örüntüsü*), kadınlar evle ilgili işlerden sorumluydular (*edilgen davranış örüntüsü*).<sup>31</sup>

<sup>27</sup> Burçin Anar, ‘Evli ve Çalışan Yetişkinlerin Toplumsal Cinsiyet Rollerini ile Evlilik Doyumu ve İş Doyumu İlişkisinin İncelenmesi’, ( Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Adana, 2011, s.20.

<sup>28</sup> Dökmen, a.g.e., s.48.

<sup>29</sup> a.g.e.

<sup>30</sup> a.g.e., s.49.

<sup>31</sup> Özgür Güldü ve Müge Ersoy Kart, ‘‘Toplumsal Cinsiyet Rollerini ve Siyasal Tutumlar: Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme’’, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Y.64-3, s. 101.

Kadınlarla erkekler arasında belirgin biyolojik farklılıkların bulunduğu bir gerçektir. Toplumsal alanda da kadın ve erkekten beklenen rollerin farklılaşması, erkeğin ve kadının farklı rolleri içselleştirmelerinde kendini gösterir. Çocuk bakımı ve ev işleri fiziksel yetersizliğinden dolayı kadına uygun görülmüştür. Erkek ise, biyolojik yapısına uygun olarak güç gerektirecek ev dışındaki uğraşlara yönelmiştir. Dolayısıyla kadının ev içindeki sorumluluğu artmıştır. Bu arada saldırganlık davranışının da biyolojik olarak erkeğe ait bir özellik olduğu vurgulanmıştır.<sup>32</sup>

Cinsiyet farklılığın biyolojik faktöre bağlanması, çoğu zaman erkek üstünlüğünün kabulü anlamına gelmiştir. Freud' un "anatomi kaderdir" ilkesi bu yaklaşımda "biyoloji kaderdir" ilkesine dönüşmüştür. Bu görüş, kadın haklarının ve etkinliklerinin kısıtlanması riskini taşır; çünkü biyolojik zorunluluklar nedeniyle iki cinsiyet arasında sosyal eşitliğin imkansızlığını içerir.<sup>33</sup>

### 1.2.2.Sosyal Öğrenme Kuramı

Kuramın orijinali, Bandura tarafından, öğrenmenin sosyal etkilerini ortaya konması amacıyla geliştirilmiştir ve bu kuram Bandura ve başkaları tarafından cinsiyet rollerinin öğrenilmesinin bir açıklaması olarak da temel alınmıştır.<sup>34</sup>

Sosyal öğrenme kuramı çocuğun cinsiyet rolüne uygun olan veya olmayan davranışlarını ödüllendirme cezalandırmayla edindiğini ayrıca gözlem ve örnek almanın da önemli olduğunu vurgular. Sosyal öğrenme kuramına göre erkek ve kadın arasındaki gözlenmekte olan davranışsal farklılıkların kaynağını öğrenilmiş farklılıklar oluşturmaktadır. Bu rollerin edinilmesinde genetik faktörleri de göz ardı etmeyen kuram, daha çok çocuğun çevresinde bulunan modellerle ilişki ve cinsiyet yönelimli davranışların kazanılmasında bu modellerle özdeşimi taklit etmesi üzerinde durmaktadır.<sup>35</sup>

<sup>32</sup> Dilek İmançer, "Toplumsal Cinsiyet Oluşumuna İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar", **Medya ve Kadın**, der. Dilek İmançer, İstanbul: Ebabel Yayınları, 2006, s.7.

<sup>33</sup> Dökmen, a.g.e., s.52.

<sup>34</sup> Dökmen, a.g.e., s.59.

<sup>35</sup> Özlem Özgür, "Televizyonda Yayınlanan Kadın Programlarında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Sunumu", (Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Anabilim Dalı Radyo Televizyon Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya, 2010, s.17.

Örneğin; kızlar annelerini makyaj yaparken görürler ve oyunlarında bu davranışı taklit ederler. Doğal olarak ‘‘örnek alma’’ olgusu çocukların hangi cinsiyetten olduklarını dolayısıyla hangi davranışları örnek alacaklarını bildiklerini varsayar. Kitle iletişim araçları ve özellikle de televizyon çocukların cinsiyet rollerinin örnek alınmasında önemli bir işleve sahiptir. Çok televizyon seyreden çocuklar muhtemelen daha çok cinsiyet stereotiplerine sahip olacaklardır.<sup>36</sup>

Bu kurama göre, özellikle toplulukçu kültürlerde, uygun cinsiyet rol davranışları açıkça tanımlanmış ve bu davranışlar konusunda oldukça katı kurallar konulmuştur. Böylece, bir cinsiyetteki tüm modellerin davranışları birbirleriyle tutarlı olacaktır. Bu tutarlı modellerin varlığı ve uygun davranışların ödüllendirilmesi, geleneksel cinsiyet rollerinin sonraki kuşaklara aktarılma olasılığını artıracaktır. Bireyci kültürlerde ise, cinsiyet rol beklentileri açıkça tanımlanmamıştır. Dolayısıyla bu toplumlarda cinsiyet rolleri, koşullara özgü değişiklikler gösterebilir. Çocuklar birbiriyle tutarsız modellerle karşılaşılabilir. Bu nedenle de, cinsiyet rolü açısından geleneksel olan ve olmayan kültürler arasında farklılıklar olacaktır. Ayrıca Osborne’ a göre bazı babalar diğerlerinden daha erkeksi, bazı anneler diğerlerinden daha kadınsıdır. Sosyal öğrenme kuramına göre babanın erkeksiliği arttıkça erkek çocuğun da daha erkeksi, annenin kadınsılığı arttıkça kız çocuğunun da daha kadınsı olacağı sonucu çıkmaktadır.<sup>37</sup>

### 1.2.3.Bilişsel Gelişim Kuramı

Kurama göre, cinsiyetleri ayırıştırma, bilişsel gelişimin evrensel ilkelerini takip eder. Çocuklar ilk olarak kendi cinsel kimliklerini daha sonra başkalarınınkini öğrenirler. Bir başka deyişle, çocuklar ilk olarak insanların kadın ve erkek olmak üzere iki gruba ayrıldığını ve kendilerinin bunlardan hangisine ait olduklarını anlar, daha sonra bireyleri birbirinden ayıran özellikleri öğrenirler. Sonra cinsiyetle ilgili kalıplaşmış tutumların -her iki cinsten hangi tür davranışların beklendiğinin- farkına

---

<sup>36</sup> Kaypakoğlu, a.g.e., s. 25.

<sup>37</sup> Anar, a.g.m., s.24.

varırlar ve bu aşamadan sonra da cinsiyet damgalı davranışlar göstermeye başlarlar.  
38

Bilişsel yaklaşımın temel sayılına göre, insanların bilişsel tutarlılığa ihtiyacı vardır; bu ihtiyaç, kendilerine ve dünyaya ilişkin tutarlı ve dengeli bir görüş oluşturmayı ve sürdürmeyi istemelerine yol açar. Çocuklar için bu tutarlılığı sürdürmenin bir yolu, nasıl en uygun kız ya da erkek olduğunu bulmaktır. Kız olduğunu anlayan bir çocuk kadınsı nesne, etkinlik ve davranışları; kendini erkek olarak tanımlayan bir çocuk da erkeksi nesne, erkinlik ve davranışları tercih etmeye başlayacaktır. Bu kuram, sosyal öğrenme kuramının tersine, çocuğun kadınsı ya da erkeksi olmayı istemesinin nedeninin diğerleri tarafından ödüllendirilmesini değil, kendisini bir kız ya da erkek olarak kimliklenmesi olduğunu ileri sürer.<sup>39</sup>

Bu bakış açısına göre, çocukların davranışları toplumsal cinsiyet kimliğine göre tasarılır. Çocuklar ilk kez kendi cinsiyetlerine ilişkin bilgiyle tanıştıklarında, bir kız veya erkek gibi düşünmek ve davranmak arasında karşılıklı bir etkileşim gerçekleşir. Böylece cinsel kimlik (ben bir kızım veya ben bir erkeğim) oluşur. Artık çocuk, durağan bir cinsiyet rolü kazanmıştır. Kurama göre çocukların maskülen ve feminen özellikleri benimsemeleri kendilerini bu şekilde kimliklemeyi istemelerinin sonucudur.<sup>40</sup>

#### 1.2.4. Toplumsal Cinsiyet Şeması Kuramı

Sandra Lipsitz Bern' in ileri sürdüğü kuram, sosyal öğrenme ve bilişsel eğitim kuramlarının temel görüşlerini birleştirir. Özellikle, cinsiyetleri ayrıştırmanın çocuğun kendilik bilgisi de dahil tüm bilgiyi kültürün kadınlık ve erkeklik tanımlarına göre kodlamaya ve organize etmeye hazır oluşundan kaynaklandığını kabul eder.<sup>41</sup>

---

<sup>38</sup> Aylin Çıtak, "Kadınların Çalışmasına Yönelik Tutum: Cinsiyet, Cinsiyet Rolü ve Sosyoekonomik Düzeye Göre Bir Karşılaştırma", (Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji (Sosyal Psikoloji) Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2008, s.14.

<sup>39</sup> Dökmen, a.g.e., s.65.

<sup>40</sup> Güldü ve Ersoy-Kart, a.g.m., s.105.

<sup>41</sup> Dökmen, a.g.e., s.69.



Hemen her kültürde kadınsı ve erkeksi kişilik özellikleri belirlenmiş, kadın ve erkeğin toplumdaki yeri, yapabileceği işler ve faaliyetler cinsiyetleri temelinde ayrıştırılmış ve tanımlanmıştır. Çocuk da gelişim süreci içinde yaptığı gözlemler yoluyla kadın ve erkeğe özgü davranışları, alınan görev ve sorumlulukları özümseyerek ve değerlendirerek öğrenir. Kısacası çocuk, gelişen bir toplumsal cinsiyet şeması aracılığıyla gelen bilgiyi kodlamayı ve örgütlemeyi de öğrenmektedir. Kurama göre, çocuk toplumsal cinsiyet şemalarını öğrenme sürecinde iki cinsiyet arasındaki gözlenebilir farkları görür, kendi cinsiyetiyle ilgili bilgiler edinir ve bunlar doğrultusunda kendi cinsiyetini tanımlar.<sup>42</sup>

Toplumsal cinsiyet şema kuramına göre, öğrenme süreciyle çocuklar bir cinsiyet şeması geliştirirler ve oluşturulan bu şemalar cinsiyete dayalı özellikleri betimler. Şema, bilişsel bir yapıdır; bireyin algılarını organize eden ve yönlendiren bir çağrışımlar ağıdır. Bir şema, gelen bilgiyi şemayla ilişkili terimlerle araştırmaya ve özümsemeye hazır oluşu sağlar. Belli bir şema aracılığıyla bilgiyi işlemeye hazır bireyler, şemaya uygun bilgiyi hemen kodlayabilirler, şemayla ilgili kategoriler içinde örgütleyebilirler ve şemayla ilişkili farklılaşmış yargılarda bulunabilirler. Bilgiyi toplumsal cinsiyet şemasına göre işleme ise, özellikleri ve davranışları kadınsı ve erkeksi kategorilerine ayırmaya yol açar. Cinsiyetle ilgisi olmayan şeyler bile kadınsı ya da erkeksi kategorisine sokularak işlenir. Örneğin; ”nazik” ve “bülbul” gibi özellikler kadınsı kategorisine, “atılgan” ve “kartal” gibi özellikler erkeksi kategorisine yerleştirilebilir. Toplumsal cinsiyet şeması da kadın ve erkek özelliklerinin algılanmasında ve bilginin işlenmesinde temel oluşturan bir çerçevedir.<sup>43</sup>

Kurama göre, birey çevreden gelen bilgileri mevcut cinsiyet temasına göre algılar, kodlar ve örgütler. Örneğin cinsiyet teması için fiziksel güç erkek çocukları için uygunken, fiziksel çekicilik kız çocukları için uygun olan tema bileşenidir. Bu cinsiyet temaları sayesinde çocuklar, kültürün erkeksi ve kadınsı tanımına uygun olarak kendi davranışlarını düzenlemeye güdülenmektedirler. Bu güdüleyici güç sayesinde, çocuk şematik seçiciliği kendine uygulayarak, kendi cinsiyetine uygun olanları seçip öğrenmekte, böylece benlik kavramını

---

<sup>42</sup> Çıtak, a.g.m., s.15.

<sup>43</sup> Anar, a.g.m., s.26.

oluşturmaktadır. Artık, çocukların benlik kavramı cinsiyetlerine göre gelişmiş ve zihinlerinde farklı iki cinsiyet teması (kadın- erkek) yaratılmıştır. <sup>44</sup>

### 1.2.5. Psikanalitik Kuram

Freud'un görüşlerine dayanan psikanalitik yaklaşım, toplumsal cinsiyetin gelişimine ilişkin olarak getirilen ilk kuramsal açıklamalardan biridir. Bu kuram, libido kavramlaştırmasına dayanır. Libido, biyolojik ve toplumsal cinsiyeti organize eden, biyolojik temeli olan cinsel enerjidir. Freud, libidoyu erkek cinsel organını merkeze alarak açıklamıştır. <sup>45</sup>

Freud' a göre birey psikoseksüel gelişimini beş evrede tamamlar. Bu beş dönem; oral, anal, fallik, latent ve genital dönemdir. Oral dönemde (0-18 ay arası) bebeğin ilgisi ağız dönemindedir ve ağızla ilgili etkinlikler (emme, ağıza alma) haz sağlar. Anal dönemde (1,5-3,5 yaş arası) ilgi anüstedir.(makattadır), dışkılama ve ilgili süreçler önemlidir. Fallik dönemde (3-5 yaş arası) ilgi, henüz yetişkinlik düzeyinde olmamakla birlikte, cinsel organa yönelir. Latent dönemde (5-13 yaş arası) cinsel ilgiler ve güdüler azalıyor, hatta kayboluyor gibi görünür. Genital dönemde (12-13yaştan sonra) ise cinsel dürtüler yeniden cinsel odaklı ve yetişkin cinselliği anlamında ortaya çıkar. Bu gelişim dönemlerinin her birinde bireyin psikolojik enerjisi ve cinsel ilgisi (libido) bedeninin belirli bir bölgesine yönelir ve birey sağladığı doyumun düzeyine (az ya da çok oluşuna) göre ya o dönemde takılır ya da bir sonraki döneme kısmen veya tamamen geçebilir. <sup>46</sup>

Özdeşleşme ve içselleştirme gibi bilinçaltı süreçleri vurgulayan psikanalitik kurama göre, toplumsal cinsiyete uygun davranışlarda bulunma (erkeklerde erkeksi, kadınlarda kadınsı davranış), çocuğun küçük yaşlardan itibaren kendi cinsiyetinden ebeveyni ile kurduğu özdeşim süreci ile bağlantılıdır. Karşı cinsiyete uygun davranışlarda bulunma ise, karşı cinsiyetten olan ebeveyn ile özdeşim kurmayla açıklanmaktadır. Freud'a göre çocuk kendi cinsiyetindeki

<sup>44</sup> Güldü ve Ersoy-Kart, a.g.m., S.105.

<sup>45</sup> Dökmen, a.g.e., s.42.

<sup>46</sup> a.g.e.

ebeveyniyle özdeşim kurarak onun özelliklerini alır ve sonuç olarak erkek çocuklar nasıl bir erkek olmaları gerektiğini; kız çocuklar da nasıl bir kadın olmaları gerektiğini öğrenirler. Bu kurama göre, bireyin toplumsal ve psikolojik açıdan uyum içinde olması için kendi cinsiyetine uygun bir cinsel kimliğe sahip olması gerekmektedir.<sup>47</sup>

### **1.3.Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğine Yönelik Feminist Kuramlar**

#### **1.3.1.Feminizm**

Feminizm; kadın-erkek arasındaki ilişkiyi, aile, eğitim, iş dünyası, siyasi hayat, kültür ve tarihe kadar geniş bir yelpaze içinde sorgulayan ve kadın-erkek arasındaki iktidar ilişkisini değiştirmeyi amaçlayan siyasi bir harekettir. Feminizm, kadın-erkek arasındaki ayırmda erkek üstünlüğünü ve erkek merkezli toplumsal normları ona erdirmeyi, yerini kadınsı değerlere ikame etmeyi amaçlayan bir siyasal hareket olarak gelişmektedir.<sup>48</sup>

Feminizmi genel bir tasnifle "kadın hakları hareketi" ile "kadının kurtuluşu hareketi" olarak iki kategoriye ayırmak mümkündür. Kadın hakları hareketi içinde yer alan feminist gruplar geleneksel baskı gruplarının taktiklerini kullanarak siyasi iktidar nezdinde toplumda kadınların varlığını ve bu çerçevede kadın haklarını savunmayı amaçlamaktadırlar. Bu gruplar, kadın erkek hiyerarşik bir ilişki içermeyen arkadaşlık ilişkisine dönüştürmeye ve bu ilişkiyi toplumsal ilişkilerin merkezine oturtmaya çalışırlar. Buradan yola çıkarak Fransız Devrimi' nin temeline karşı yazılmış olan Mary Wollstonecraft' ın Kadın Hakları Savunması (1792), ilk modern feminizm metnidir. Metinde insan olmaları nedeniyle kadınlarında aynı hak ve ayrıcalıklara sahip olması gerektiği ileri sürülmüştür.<sup>49</sup>

Modern aklın dışında tutulan ve ev içi/özel alana hapsedilerek yaşamı gibi bedenleri de erkek kontrolüne verilmiş kadınların, haklı eşitlik taleplerini, insanlığın

---

<sup>47</sup> Çıtak, a.g.m., s.12.

<sup>48</sup> Gül Aktaş, "Feminist Söylemler Bağlamında Kadın Kimliği: Erkek Egemen Bir Toplumda Kadın Olmak", *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Y.30, s.1(Haziran 2013), s.59.

<sup>49</sup> a.g.m., s.60.

eşitliğini evrensel değerler arasına koyan feminizm, moderniteyle birlikte tarih sahnesine çıkmıştır. Feministler, “doğuştan özgür doğan insanlık idealine karşın, nasıl oluyor da kadılar erkek iktidarının bir parçası haline geliyor? “sorularını genişleterek kadın özgürleşiminin yollarını açmışlardır.<sup>50</sup>

Feminizmin tarihçesine baktığımızda ise, 17. Yüzyıl İngiltere’inde feodalizmin bitmesi ve kapitalizmi gelişmesi ile kendini yeni toplumdan dışlanmış bir sosyal kategori olarak hisseden orta sınıf kadınların talepleriyle ortaya çıkmıştır. Yeni burjuva sınıfının özgürlük ve eşitlik taleplerine karşı kadınlarda bu hakları talep etmeye başlamışlardır.<sup>51</sup> Ne var ki, ”eşitlik, özgürlük” bayrağını yükselten burjuvazinin “insan” soyutlaması da yüzlerce yıllık geleneği sürdürerek kadınları dışlayan bir nitelik taşımıştır. Böyle bir zihinsel ve kurgusal yapı içinde kadınların bütün yapabildiği, eğitim hakkı talep etmektir. Bu hakkın talebi için kullandıkları argümanlarda ister istemez erkeklerin desteğinin kazanılmasında yoğunlaştı ve ataerkil toplumsal cinsiyet tanımlarına dayandırıldı.<sup>52</sup>

18. ve 19. Yüzyıllardan itibaren kadın hareketi birçok alanı etkilemiş, kadının özel ve kamusal alandaki konumunu sorgulamış ve dönüştürmüştür. Kadınların oy hakkı ve yönetime katılma hakkı, tüm mesleklere girme ve bunların sağlanması için eğitim hakkı adına mücadele edilen ilk dönem feminist hareket, devlet yönetimi, iş yaşamı, eğitim gibi pek çok alanın toplumsal cinsiyet kavramı ile şekillendiğini gösterir.<sup>53</sup>

İkinci dalga olarak bilinen 1960’ ların sonlarından itibaren feminist söylemler yeni bir boyut kazanmıştır. Bu dönem feminist hareketler Simone de Beauvoir’ in “kadın doğulmaz, kadın olunur” görüşlerinden hareketle kadınların erkeklerden farklı olduklarını, farklı bir kültüre ve farklı tarzlara sahip oldukları düşüncesinden beslenmiştir.<sup>54</sup>

Feminizm 1968 sonrasında daha geniş bir tabana yayılma eğilimi göstermiştir. Günümüzde feminizm bazı vurgu farklılıklarıyla değişik ülkelerdeki çeşitli kadın gruplarınca benimsenmektedir. Temelde ataerkil toplumsal düzenini

---

<sup>50</sup> Şaşman Kaylı, a.g.e., s. 18.

<sup>51</sup> Aktaş, a.g.m., s.60.

<sup>52</sup> a.g.m.

<sup>53</sup> a.g.m.

<sup>54</sup> a.g.m., s.61.

eleştiren feminist görüşü bir bütün olarak çözümlenmeye imkan tanıyan bir teori geliştirilemediğinden, feminist düşünürler, liberalizm, Marksizm, psikanaliz, varoluşçuluk, radikalizm gibi düşünce akımlarının etkisinde kalarak oluşturdukları teoriler ile kadın haklarına alternatif çözüm arayışlarını sürdürürler. Bu feminist teoriler, kadınların ataerkil toplumsal düzen yapısı içinde değersizleştirdiklerini varsaymakta ve bunun nedenini sorgular.<sup>55</sup>

### 1.3.2.Liberal Feminizm

Liberal teori rasyonel zihinsel gelişimin en yüksek insan olduğu ve devletin bu amacı ve bunula ilintili amaçları izleme konusunda herkese eşit fırsat yaratılmasını güvence altına alacak şekilde edimde bulunması gerektiğini varsayar. Bundan dolayı liberal feministlerin çoğu çabalarını entelektüel gelişim ve mesleki başarı fırsatlarını geliştirecek yasaları yaratmaya ve değiştirmeye hasreder. Erken dönem liberalleri kadınların eşit oy hakkı ve mülkiyet hakkı için çalıştılar. Günümüzün liberalleri eşit ücret ve istihdam gibi konular için savaşımaktadır.<sup>56</sup>

Liberal feminist söyleme göre, kadınların eşler ve anneler olarak güya doğal rolleri hakkındaki saçma yargılar ve stereotipler, kadınların toplumdaki eşitsiz konumunun göstergeleridir. Özgürlük ve eşitlikle ilgili genel liberal ilkeler kadınlar içinde uygulanmalıdır. “eşit haklar” talebi ya da “reformcu” feminizm, siyasal tercümesini yasaları değiştirme çabalarında, eşit fırsatlar için yapılan eylem programlarında ve kadınları geleneksel olmayan roller ve mesleklere yönlendiren ve onlardan iktidarı ele geçirmek üzere eril niteliklerini geliştirmelerini isteyen teşviklerde bulan ilkelerin diğer etiketleridir.<sup>57</sup>

Kadınların zihniyet gelişimi ve eğitimine vurgu yapan liberal feminist felsefenin ilk temsilcisi olan Mary Wollstonecraft, bireyin sahip olduğu zihinsel kapasite özelliğini vurgular ve sahip olunan potansiyel kapasite açısından insanlar arasında herhangi bir farklılığın olmadığı görüşünü dile getirir. Vurgulanması ve

<sup>55</sup> İmançer, a.g.e., s.24.

<sup>56</sup> Kaypakoğlu, a.g.e., s.52.

<sup>57</sup> Süleyman İrvan, *Medya Kültür Siyaset*, 3.b., Ankara: Pharmakon Yayınevi, 2014, s.70.

üzerinde durulması gereken noktanın eğitimdeki fırsat eşitliği olduğunu savunur. Eşit eğitim imkanlarının erkek ve kadın arasındaki eşitsizliği gidereceği üzerinde durur. Liberal feminist kuram tam olarak kadının özgürlüğe kavuşmasını ekonomik olarak erkekten bağımsızlaşmasına ve onunla eşit haklara sahip olmasına bağlı olduğunu savunur. Bu nedenle liberal görüşe göre, kız ve erkek çocuklar ayırım gözetilmeksizin aynı eğitim imkanlarından eşit olarak yararlanabilmelidirler.

Cinsiyet rol stereotipleri, cinsiyete uygun davranış reçeteleri, dış görünüş, ilgiler, yetenekler ve kendini kavrayışlar, liberal feminist medya çözümlemesinin merkezinde yer almaktadır. Çok sayıdaki nicel içerik çözümlemesi, kadınların medyada nadiren görüldüğünü ortaya koymuştur; medyada görüldüklerinde ya eş, anne, evlat, kız arkadaş olarak; ya geleneksel kadın mesleklerinde (sekreter, hemşire, kabul görevlisi vb. ) çalışırken; ya da seks objesi biçiminde gösterilmektedirler. Dahası, genellikle genç ve güzeldirler, ancak çok iyi eğitim almamışlardır. Medya ve aile çocuklara, özellikle kendilerine uygun cinsiyet rollerini öğretmekte ve uygun davranışlar karşılığında onları simgesel olarak ödüllendirmektedir. Medyanın cinsiyet rolleriyle ilgili stereotipleri sürekli kullanmasının, bu stereotiplerin egemen toplumsal değerleri yansıtmasından ve erkek medya yapımcılarının da stereotiplerden etkilenmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Liberal feminizmin önerdiği çözümler iki parçalıdır: kadınlar toplumda daha eşit konumları elde etmeli, erkek egemen alanlara girmeli ve güç kazanmalıdırlar. Ama medyada daha çok kadını ve erkeği geleneksel olmayan rollerde göstererek ve cinsiyet ayrımcılığı olmayan bir dil kullanarak değişime katkıda bulunmalıdır.<sup>58</sup>

Kadınlar için rol değişimi üzerindeki vurgu yeni bir stereotip olan “süperkadın”ı yaratmıştır ki bu liberal feminizmin taleplerine ticari kültürün verdiği bir yanıttır. Kadın dergileri ve reklamlar kadını bağımsız ve kendinden emin bir iş kadını, başarılı bir eş ve anne olarak göstermektedir. Bu kadın hala güzeldir ve genç kızlığında sahip olduğu kusursuz beden ölçülerini korumaktadır. Bu imaja uygun bir yaşam sürmeye çabalayan gerçek kadınlar ciddi bunalımlara girmektedirler.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Kaypakoğlu, a.g.e., s.54.

<sup>59</sup> a.g.e.

Sonuçta aydınlanmacı feminist teoride bazı temel problemler vardır. Bunların birincisi; liberal çözümlemenin özel alanı dokunmadan bırakmış olmasıdır. Kadınların, erkeklere bağımlılıklarına, ataerkil ya da erkeğe hizmet eden eğitim sistemine ve toplumsal kurumlara karşı bir sınıf olarak niteleyen birçok liberal feminist, radikal feminist duruşa doğru kaymıştır.<sup>60</sup> Liberal feministler tarafından sonuçsuz bırakılan bir soru da kadın ve erkek arasındaki ruhsal ve ahlaki yetenekler açısından gerçekten farkın olup olmadığıdır. Bazı liberaller genel olarak var olan farkların küçük olduğunu ve içinde bulunulan koşullar sonucu oluştuğunu savunurlar.<sup>61</sup>

### 1.3.3.Radikal Feminizm

Radikal feminizm kadınların sömürülmesi ve baskı altında tutulmasının temel nedenini, kadınlarla erkekler arasındaki biyolojik farklılıkta gören bir kuramdır. Kadının baskı altında olması ve kadın erkek arasındaki çelişkini temelde aile kurumundan türediğini savunur. Radikal feministler arasında geniş ölçüde kuramsal düşünceler oluşturmuş olanlar, Kate Millett ile Shulamith Firestone' dur.<sup>62</sup>

Kate Millett'e göre aile gençleri ataerkil ideolojini rol, mizaç ve statü kategorilerince öngörülen tutumlar içinde toplumsallaştırır. Aile, ataerkil düzen içinde kadınları erkeklere hizmet etmeye ve bu hizmet etme rolünü kabul etmeye şartlandıran erkek egemen ideolojisinin, yeniden üretilmesini sağlayan kurum olarak görülür. Bu nedenle aile kurumunu radikal feministler ret eder. Shulamith Firestone ise kadınların, baskı altında tutulmalarının temelinde biyolojik cinsiyet farklılıklarının yattığını söyler. Kadınlar doğum ve annelik rolleri ile sınırlanır. Firestone buna çözüm olarak teknolojiyi, kadınların biyolojik kaderlerinden kurtulmak için kullanmak gerektiğini düşünür.<sup>63</sup>

Radikal feminist akımın savunduğu üreme teknolojileri ataerkil sisteme karşı çıkmak anlamında talep edilirken, diğer yandan tüm yaşamımızı etkileyen postmodern süreç 'her kadının doğurabilir' olması için yeni üreme teknolojileri ile

---

<sup>60</sup> İmançer, a.g.e., s.26

<sup>61</sup> a.g.e., s.27.

<sup>62</sup> a.g.e., s.32.

<sup>63</sup> a.g.e.

iktidarı yeniden oluşturmaktadır. Yeni üreme teknolojileri çocuk sahibi olmayanları çocuk sahibi yaparken, hastalıklı genleri yok edip sağlıklı nesiller vadetmektedir. Aynı biçimde doğal bir süreç olan anne olma istediğini, teknolojik kontrol altında yerine getirmeye çalışan tıp bilimi ‘‘bir kadın anne olmak istiyorsa akan sular durur’’ anlayışı ile ataerkil sistemi yeniden üretmektedir.<sup>64</sup>

Radikal feministler, kadınların bedenleri üzerindeki her türlü kontrolün kadınlara ait olduğunu vurgulayarak, cinselliği, heteroseksüelliği ve kadın bedenini odağa alarak ‘‘bedenimiz bizimdir’’ sloganıyla kadınlık kalıplarına karşı çıkmışlardır.<sup>65</sup> Radikal feministlere göre, kendi bedeni üzerindeki denetime sahip olmayan ve onu kontrol edemeyen hiçbir kadın özgür değildir.<sup>66</sup>

Radikal feministler için patriyarki, erkek dünyası ile kadın dünyasını kesin çizgilerle ayırırken, erkek dünyasını üretim, kadın dünyasını ise yeniden üretim sürecin bağlamıştır. Patriyarkal ideoloji, erkekleri sosyalleşme sürecine hareketlilik, güç, inisiyatif, üretim ve rasyonalite gibi niteliklerle donatırken kadınlara da ev işleri, çocuk doğumu ve bakımı ile erkeğin cinsel objesi olmasını yüklemiştir. Bu ideoloji aynı zamanda kadında ‘‘utanma’’ ve ‘‘namus’’ gibi kavramları taktikli bir biçimde geliştirerek kadınları erkeksi kültürlerin bir alt ögesi haline getirmiştir.<sup>67</sup>

Radikal feminizmde medya çalışmalarının temel odak noktası pornografi üzerinedir ve oldukça polemik içeren bir dil kullanılır: ‘‘pornografi vardır çünkü erkekler kadınları hor görmektedirler; erkekler kadınları hor görmektedirler çünkü pornografi vardır’’ ‘erkeklerin kadınlara yönelik davranışlarını ve kadınların kendileri hakkındaki algılamalarını medyanın etkileme gücü, radikal feminist medya çözümlerinde tartışma dışıdır.’’<sup>68</sup> Araştırmacılar medyanın herhangi bir konudaki tutumuyla belli bir eylem arasında doğrudan bir bağlantıyı kanıtlayamamış olabilirler, ancak medyadaki çarpıtmanın genel ayrımcılık iklimine ve kadınların horlanmasına katkıda bulunduğu konusunda şüphe yoktur.<sup>69</sup>

<sup>64</sup> Özlem Türkdöğen, ‘‘ Ana Akım Medyada Annelik Miti’’, **Kadın Araştırmaları Dergisi**, Y.2, S.13 (2013), s.44.

<sup>65</sup> Şaşman Kaylı, **a.g.e.**, s. 24.

<sup>66</sup> **a.g.e.**, s.25.

<sup>67</sup> Aktaş, **a.g.m.**, s. 63.

<sup>68</sup> İrvan, **a.g.e.**, s. 371.

<sup>69</sup> **a.g.e.**, s. 372.



Medya erkek patronların ve yapımcıların ellerinde olduğu için ataerkil toplumun çıkarları doğrultusunda işleyecektir. Radikal feminizmin medya stratejileri çok açıktır: kadınlar kendi iletişim araçlarını yaratmalıdırlar.<sup>70</sup> Basında ve görsel medyadaki teknolojik gelişmeler feminist kitaplar, dergiler, radyo televizyon programları, video ve film gruplarının çoğalmasını mümkün hale getirmiştir. Bu gelişmeler olmasaydı, birçok feminist düşünce kamusal alana taşınamayacaktı. Çoğu radikal feminist medya, genellikle kar etme güdüsü taşımadan çalışan ve sosyal sorumlulukları paylaşan gönüllülerce üretilmektedir. Radikal feminist mantıkta hiyerarşilere yer yoktur; bunları eril toplumun bir sapkınlığı olduğu düşünülür. Katkılar isimlidir ya da sadece ilk isimlerle imzalanırlar, çünkü tüm kadınların aynı tür ataerkil baskıyı paylaştıkları varsayılmaktadır.<sup>71</sup>

#### 1.3.4.Kültürel Feminizm

Kültürel feminizme göre, kadınlara ilişkin kültürel tanımlamalar biyolojik farklılıklardan öte toplumsal çevrenin ürünüdür ve kadınlara ilişkin geleneksel değerler sistemi özel alandan başlayarak kamusal alana doğru yayılır. Eğer durum böyleyse o zaman kadına/kız çocuklarına ve dolayısıyla erkeğe atfettiğimiz özellikler değişebilir olarak görülmelidir. Kültürel feminizm, kültürün maskülen kimliğine ek olarak feminen kimliğinin varlığını ortaya koymayı ve kültürün cinsiyetsizleştirilmesini hedefler. Bu teoriyi savunanlar, kadınların toplumdaki ikincil ve baskı gören konumunun toplumun kültür yapısına göre temellendiğini düşündüklerinden kültürün kadını neden bu şekilde konumlandığını ve bu tanımlamaların nasıl dönüştürebileceğini açıklamaya çalışırlar.<sup>72</sup>

Farklılık kültürünü öne çıkararak kültürel feministler, kadını cinsiyetinden dolayı toplumsal yaşamdaki iktidar ve güç alanının dışına itilerek iktidarın kendine dayattığı birincil alanlar olan aile, cinsellik, din gibi kurumları deşifre ederek alternatif yapılar yaratmayı düşünürler. Geri planda, anaerkil toplumu yücelten kültürel feminizm, özgüven, kendi gerçeklerini keşfetme, yeteneklerini geliştirme,

<sup>70</sup> Kaypakkaya, a.g.e., s. 55.

<sup>71</sup> a.g.e., s. 56.

<sup>72</sup> Aktaş, a.g.m., s. 65.

kadın dayanışması, kadınlık kuvveti, kadınlık sezgisi, gibi kavramları kadınlar lehine dönüştürerek toplumsal yaşamı yeniden şekillendirmeyi hedeflemiştir. Kültürel feministlerce, kadın bedeni olumlanarak ele alınmış ve kadının özgürlüğü ile toplumsal iyileşme arasında bağ kurulmuştur.<sup>73</sup>

Kültürel feminizm kuramını savunanlar liberal feminizmin eleştirel düşünme ve kendini geliştirmenin kabul etmeye devam ederlerken, hayatın akıldışı, sezgisel ve genellikle kolektif yönünü vurgular. Kadınlarla erkekler arasındaki benzerlikleri vurgulamak yerine, genellikle kadınlık niteliklerinin farklılıkları üzerinde dururlar.<sup>74</sup>

Kültürel feminist kuramcılara göre, aile ilişkilerine ilişkin konular eril bakış açısından düzenlenmiştir. Kadının erkek himayesinde insanca gelişmesi engellenmiştir. Bu duruma son vermek için ev hayatında radikal değişiklikler gerekir. Ataerkil bakış açısının baskıcı, yıkıcı ve savaşçı değerleri yerine kadınların olumlu bakış açıları bir kez daha yönetimin kamusal gücüne ve dine katılmalıdır. Babaların ev hayatına katılımı ile özel alanın zenginleşeceğini ve kamusal alanın annelerin varlığı ile yükseleceğini öne sürerler.<sup>75</sup>

Kültürel feministlere göre, kadınların aydınlanma dönemine kadar akli çalışmalara dahil edilmemeleri ve ev işlerini idame ettirecek biçimde ve dine göre temellenen toplumsal işbölümü çerçevesinde eğitilmeleri, “ötekilik” konumunu pekiştirmektedir. Bu yüzden kültürel feministler, kadınların eğitim alarak, toplumsal yapıda etkin rol almalarının toplumu değiştirmeyi sağlayacağını düşünürler.<sup>76</sup>

### **1.3.5.Marksist Feminizm**

Sosyalist feminizm, Marx’ın çatışma teorisinden gelişmiştir. Engels, ataerkilliğin köklerinin özel mülkiyette olduğunu ve böylelikle kapitalizmin az sayıda erkeğin elinde refah ve gücü toplanmasını sağlayarak ataerkilliği yoğunlaştırdığını ileri sürmüştür. Sosyalist feministler, sınıf esaslı sosyal sistem

---

<sup>73</sup> Şaşman Kaylı, a.g.e., s. 22.

<sup>74</sup> İmançer, a.g.e., s. 27.

<sup>75</sup> a.g.e.

<sup>76</sup> Aktaş, a.g.m., s. 66.

içerisinde yapısal bir öge olarak eşitsizliğin kadın üzerindeki baskısını vurgularlar. Kadınlar üzerindeki bu baskı, farklı ırklar ve engellilere yönelik diğer baskı biçimleriyle etkileşim içindedir.<sup>77</sup>

Özellikle kadınların bilinçlerinin yükseltilmesinde Marksist tarihsel materyalist görüşlerin etkisi kuşku götürmez bir olgudur. Bu görüş kültür ve toplumun köklerini maddi ve ekonomik koşullarda yattığını savunan maddeci bir determinizm düşüncesine dayanır. Engels ise, Marks'ın görüşünü şöyle temellendirir: tarihsel gelişim sürecinde ilkel toplumlarda kadın ve erkeğin işbölümü vardır, fakat cinsiyet uzlaşmazlığının bulunmadığını savunmaktadır. İlkel toplumda ev içindeki üretim araçları kadınların ev dışındakiler de erkeklerin denetimindeydi. Daha sonra Engels, üretimin ev dışında yoğunlaştığını söyler. (büyükbaş hayvancılık maden işletmeciliği, dokumacılık v.s. gelişmesi) erkeklerin alanındaki emek üretkenliğinde görülen bu servet olarak edinilebilecek bir fazlanın yaratılmasına yol açtı, bu da erkeğin kadın üzerinde yeni bir ekonomik güç elde etmesini sağladı.<sup>78</sup>

Marksist teoriye göre, kadını ekonomik anlamda erkeğe bağımlı hale gelmesi, onu diğer sosyal alanlarda da erkeğe bağımlı hale getirmiştir. Kadının bağımlı yaşamı onu "ikinci cins" olarak belirleyen temel faktördür. Özellikle ev ve aileye bağımlı olarak yaşamakta olan kadın özel hayata kapatılarak, kamusal alandan bilerek uzaklaştırılmıştır. Marksist feministler için, kadının kamusal alana çıkışını engelleyen en önemli faktör, kamusal ve özel alan ayrımına göre dizayn edilen modern kentlerdir. Ekonomik ve sosyal aktiviteler olan eğitim, ticaret, üretim gibi etkinliklerin hepsi aileden koparılmış ve aileye uzak yerlerde kurumsallaşmışlardır. Modern şehirlerin planlamasıysa kadınların buralara ulaşmasına müsaade etmemektedir.<sup>79</sup>

Çoğu sosyalist feministe göre sorun, genelde toplumun değil, özelde kapitalizmin yeniden üretimidir. Kadınların sömürülmesi, kapitalizmin kar sağlama dürtüsü ve kendini yeniden üretmeye yönelik ihtiyacıyla ilintilidir: diğer bir deyişle,

---

<sup>77</sup> Sevda Demirbilek, "Cinsiyet Ayrımcılığını Sosyolojik Açıdan İncelenmesi", **Finans Politik Ekonomik Yorumlar Dergisi**, S. 511., (Eylül 2007), s. 19.

<sup>78</sup> İmançer, a.g.e., s. 28.

<sup>79</sup> Aktaş, a.g.m., s. 64

işgücünün cinsiyete dayalı bölümlenmesine ve ev kadınlarının ezilmesine yol açan baskılarla bağlantılıdır.<sup>80</sup>

#### 1.4.Türkiye’ de Feminist Çalışmalar

Tarihin, süreklilikler ve kopuşların birlikteliği olarak kavranması, biraz klişeleşmiş bir açıklama olsa da, geçerliliğini koruyor. Kültür, ideoloji ve genel olarak zihniyet dünyası söz konusu olduğunda ise, süreklilikler özellikle önem kazanıyor. Bu açıdan bakıldığında Cumhuriyet Türkiye’ sinde hem feminizmin, hem de anti-feminizmin, Osmanlı’ nın mirasını güçlü bir şekilde yansıttığını söyleyebiliriz. Üstelik bu, yalnızca zihniyet açısından değil, daha yapısal özellikler açısından da geçerlidir.<sup>81</sup>

Osmanlı İmparatorluğunda yirminci yüzyıla kadar kadınlar kamusal alanda örtü ve harem olgusu ile tecrit edilmiştir. Miras hukukunda ise erkeğin yarısı kadar mülkiyet hakkına sahiptir. Kadınlar, hukukun ve göreneklerin sınırladığı alan içinde, zevcelik özellikle de dinsel olarak yüceltilen annelik rolleri sayesinde otorite ve etki uygulama olanağına sahiptir.<sup>82</sup>

İslam hukukunun geçerli olduğu bütün toplumlar gibi Osmanlı’ da da kentsel mekan, cinsiyete göre çok keskin biçimde ayrılmış durumdaydı ve Tanzimat dönemine dek kadınları konu alan uyarı ve yasaklamaların, öncelikle giyim-kuşam ve kadınların gezinti yerlerindeki, alışveriş sırasındaki vb. davranışlarını düzenleyen olduğu görünmekteydi aynı tür kısıtlamaların Tanzimat sonrasında çıkarılan yasalarda da varlığını sürdürdüğünü biliyoruz. Bu, kadını “mahrem” sayan ve dolayısıyla da kamusal alandaki varlığını “zorunluluk” halleriyle sınırlayan, engellemediği durumlarda da katı bir biçimde denetlemeye çalışan bir anlayıştır.<sup>83</sup>

Tanzimat dönemi ve arkasından gelen II. Meşrutiyet döneminde modernleşmeci erkekler farklı noktalardan bakarak hayallerindeki modern toplumda olmasını arzuladıkları kadın tipleri ve aile modelleri hakkında görüşlerini yazarken

<sup>80</sup> Connell, a.g.e., s. 63.

<sup>81</sup> Fatmagül Berktaş, **Tarihin Cinsiyeti**, 5.b., İstanbul: Metis Yayınları,2015, s. 97.

<sup>82</sup> İmançer,a.g.e., s.39.

<sup>83</sup> Berktaş, a.g.e., s. 99.

önemli bir kamusal tartışma alanı yaratmışlar. Hemen hepsi Osmanlı toplumunun modernleşen eğitim ve sosyal kurumlarından yararlanan erkeklerin ulaştığı gelişim düzeyine – ki buna çoğunlukla medeniyet diyorlar- kadınlarında aynı şekilde ulaşmasını engelleyen koşullar olduğunu görerek, erkeklere kıyasla, kadınların ciddi ölçüde geri kaldıklarını vurguluyor ve modernleşen dünyaya erkekler gibi ayak uyduramadıklarını görerek buna çözüm önermeye çalışıyorlar.<sup>84</sup>

Kadın hakları bu dönemde salt kadının ikinci cins olarak ezilmişliği düşüncesinden hareketle tartışılmamıştır, bilakis ülkenin kalkınmasında gerekliliğine inanıldığı için milli mesele olarak görülmüştür. Bunun karşılığında kadını toplum hayatında görünür kılmayı ahlaki dejenerasyona yol açacağı düşüncesi yaygındır.<sup>85</sup>

II. Meşrutiyet döneminde kadının eğitime, çalışma hayatına katılmasıyla, dernekler kurmasıyla, kadının mahrem dünyasını belirleyen- örtünme, dışarı çıkamama gibi- simgeler yara almıştır. Kadınlar toplumsal yaşama katıldıkça, kentsel mekanlarda görünürlük kazandıkça, rahatsızlıkları beraberinde getirmiş, sorunlar siyasi tartışma konusu olmuştur.<sup>86</sup>

Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde kadını yeri konusundaki tartışmalar Cumhuriyet Devrimi ile batıcı düşünceleri benimseyen Kemalist ideolojinin hakimiyet kazanmasıyla sona ermiştir. Cumhuriyet rejimi batılı düşünceleri çıkış olarak görmüş ve bu bağlamda toplumda kadının yerini tanımlayan çeşitli yasalar oluşturmuştur.<sup>87</sup>

Türk modernleşmesinde, kadınlara bir yandan batılılaşma ve modernleşmenin taşıyıcılığı rolü verilmiş, diğer yandan da bu rolün sınırları erkekler tarafından sıkıca çizilmiştir.<sup>88</sup> Cumhuriyet dönemi “kadın sorunu” nun parametreleri, II. Meşrutiyet’ ten başlayarak Kemalist Cumhuriyet’e uzanan Türk ulusçuluğunun özgül tarihsel koşullarınca şekillenmiştir. Batılılaşma, ulusçuluk ve İslam arasındaki gerilimler hala çözülmediği gibi, günümüz siyasal tartışmalarında da merkezi bir rol oynamaya deva etmektedir. Burada sorun, Türk modernleşmesinin

---

<sup>84</sup> Sancar, a.g.e., s. 84.

<sup>85</sup> İmançer, a.g.e., s. 40.

<sup>86</sup> Kaypakoğlu, a.g.e., s. 44.

<sup>87</sup> İmançer, a.g.e., s. 40.

<sup>88</sup> Bertay, a.g.e., s.106.

“birey” i temel almamasından ibaret değildir; sorulması gereken soru, “birey” i temel alsaydı, durumun kadınlar açısından farklı olup olmayacağıdır.<sup>89</sup>

Cumhuriyetin kamusal alanda kadın ve erkek eşitliği açısından getirdiği yeniliklerden (örtünün terk edilmesi 1924’ ten itibaren), zorunlu temel eğitimin sağlanması (1924), kadınlara seçme ve seçilme hakkı (1934), Şer’i hukukun kaldırılması ve İsviçre Medeni Kanunu’nun benimsenmesi (1926) yararlanan kadınlar, yine de toplumsal kimliklerini batıdaki erkeklerle karşılaştırarak kurmamışlardır. Kemalist modern kadın, toplumsal kimliğini “geleneksel” kadın ile karşılaştırarak oluşturur.<sup>90</sup>

1950’ lerin modernleşme stratejisi erken Cumhuriyet döneminin “seçkin vatandaşlar” ı tarafından kurulmakta olan “modern yaşam tarzı” nı, şimdi toplumsal olarak yüz yüze geldiği, taşradan büyük kentlere göçmüş “sıradan insanlar” a benimsetilmesi, belletilmesi üzerine kuruludur. Dönem, bu geçişi yaratma, düzenleme ve disipline etme dönemidir. Kentli seçkin yurttaş cemaatinin yaşam tarzının sınırları yeniden tanımlanır, netleştirilir ve yeni gelenlere gösterilir. Bir “milli dava” olan modern Türk yaşamının inşası, kadın ve aile tartışmaları üzerinden yarattığı stratejik düzenleme alanları ile hem modern yaşamı hem de cinsiyet rejimini yeniden yaratmaktadır.<sup>91</sup>

1980’ lerde Türkiye’de bir kadın hareketi oluşmuştur, çünkü 1960 sonrası Batı’da gelişmiş feminist akımların etkisi vardır. Kemalist rejimle Batı’ya açılımı meşruiyet ve güç kazanan Türk toplumunun, Batı’da bu denli güç kazanmış bir akımdan etkilenmemesi imkansızdır.<sup>92</sup> Ayrıca, Kemalist devletin yarattığı fırsat alanından yararlanabilmiş, eğitim görmüş, pek çoğu Batı dilini bilen, iş sahibi, ekonomik gücü olan ve feminist akımdan etkilenip, Türkiye’ de feminist hareketin liderliğini yapacak bir kentsel kadın kesimi oluşmuştu. Bu kadınlardan bazıları Batı’daki feminist hareket içinde yer almıştı. Yine bu kesimde sol hareket içinde rol almış kadınlar vardı.<sup>93</sup>

---

<sup>89</sup> a.g.e., s.107.

<sup>90</sup> İmançer, a.g.e., s. 41.

<sup>91</sup> Sancar, a.g.e., s. 236.

<sup>92</sup> Necla Arat, *Türkiye’de Kadın Olgusu Kadın Gerçeğine Yeni Yaklaşımlar*, 1. b., İstanbul: Say Yayınları, 1992, s.84.

<sup>93</sup> a.g.e., s. 85.

Feminist kelimesini ilk benimseyenlerden bir grup meslek sahibi kadın 1983 yılında haftalık Somut dergisinde “feminist” bir sayfa çıkarmak için toplandılar. 1983 sonlarında, Kadın Çevresi adı ile “ev içinde ve ev dışında ücretsiz ve ücretli çalışan kadınların emeğine dayalı ve bu emeği değerlendirme” amacıyla bir “yayıncılık, hizmet ve danışmanlık” şirketi kuruldu. Kadın Çevresi aracılığıyla bir kitap kulübü oluştu. Feminist klasikler çevrilerek yaygınlaştırıldı.<sup>94</sup>

Türkiye’ de Osmanlı İmparatorluğu’ ndan Cumhuriyete kadar intikal etmiş doğu/ batı çelişkisi günümüzde de etkisini sürdürür. Batılı feminist görüşlerin doğrultusunda kadın haklarını savunan görüşlerin yanında İslamcı çerçevede görüşler varlığını etkin bir biçimde sürdürmeye çalışır.<sup>95</sup>

1980’ lerden itibaren Türkiye’ de gözlenen, İslamcı kimliğe dayalı kültürel/politik hareket, Castells’ in ve başka birçok yazarın işaret ettiği gibi, gelenekten beslenmekle birlikte gelenekselci ve antimodernist değil, olsa olsa “İslami Üçüncü Dünyada yaşanan modernleşmenin özgül biçimine postmodern bir tepki” sayılabilir. Modernleşmenin Batılılaşma aile aynı anlama geldiği ve modernleşmenin çelişkilerine olan bir tepkinin bir “kimlik politikası” şeklini aldığı ülkelerden biri olan Türkiye’ de, kendi kurallarıyla, yani esas olarak örtünerek kamusal alanda var olma talebiyle İslamcı bir kadın kimliğini öne çıkararak hareket; laiklik, Batılılaşma, modernleşme vb. etrafındaki tartışmalarda kadınların ve toplumsal cinsiyet kimliğinin bir kez daha merkezi bir rol oynamasına, daha doğrusu bu rolün iyice belirginleşmesine yol açtı.<sup>96</sup>

90’ lı yıllara gelindiğinde ülkedeki kadın sorunları teşhis edilmiş, sorunların üzerine sürekli gitmek gerektiği bilincine varılmıştır. Bu yıllarda Türkiye’deki kadın hareketi kurumsallaşmaya başlamış, üniversitelerde kadın araştırmaları merkezleri açılmış, devlet bünyesinde Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü ile Kadın ve Aileden Sorumlu Devlet Bakanlığı ve kadın sivil toplum kuruluşu Uçan Süpürge kurulmuştur. Kadın hareketi kent merkezli olmaktan çıkıp temelde toplumsal cinsiyeti sorgulayan, yerel kadın sorunlarını da gündeme getiren

---

<sup>94</sup> a.g.e., s.80.

<sup>95</sup> İmançer, a.g.e., s.43.

<sup>96</sup> Berktaş, a.g.e., s. 117.

pek çok sivil toplum örgütleriyle ülke geneline yayılmıştır. Kadınların kimliği ve bedeni ise öncelikli konuları oluşturmuştur.<sup>97</sup>

Türkiye’ de 1990’ ların feminist siyaseti kadın bedeninin cinsel denetimine karşı çıkan “bedenimiz bizindir”, kadına yönelik şiddete sessiz kalınmasına itiraz eden “bağır herkes duysun”, erkek egemenliğine karşı “neden sokaklar ve geceler erkeklerin?” diye soran sloganlarla kendilerini ifade etti.<sup>98</sup>

Türkiye’ de kadın hakları anlayışını şekillendiren “modernleşmeci vesayet” anlayışının daha kapsamlı eleştirisi 1990’ ların radikal feministlerinden çok İslamcı ve Kürt feministlerden geldi. Bu eleştirilere göre modernleşmeci kadın haklarının “bilinçsiz, taşralı, cahil kadın” diye dışladığı kadınlar aslında kentli orta sınıftan, laik ya da Türk olmayan kadınlardı. Bu “modern Türk kadınları”nın kendilerini her türlü kadın adına konuşma hakkına sahip, onları aydınlatacak “modern kadın”lar olarak görerek “diğer” kadınların seslerini bastırdıkları ve bir tür sömürgeci zihniyete sahip oldukları söylendi.<sup>99</sup>

Baskı altında tutulan ve şiddete maruz kalan kadın bedeni konusu (bekâret kontrolü, aile içi şiddet, tecavüz ve cinsel taciz) Türkiye’de 90’ların başından başlayarak kadın hareketinin öncelikli konularından biri olmaya 2000’li yıllarda da devam etmiştir. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi’nin soyadı davasına ilişkin ve BM Genel Kurulu’ nun namus suçlarına ilişkin kararları, Türkiye’deki kadın örgütlerinin Avrupa Kadın Lobisi’ ne kabulü, Türk Ceza Kanunu’ na kadınlar lehine yapılan düzenlemeler ve yerel yönetimlere kadın sığınakları açma zorunluluğunun getirilmesi bu gelişmeler arasındadır.<sup>100</sup>

2000’ li yıllarda ABD’ nin yeni savaş politikalarının Ortadoğu ve Asya’ da yarattığı tepkilerin en önemlisi herhalde dünyanın her yerindeki Müslüman kitleler arasında yeni bir örgütlenme ve ideolojik yenilenme hareketinin gelişimine neden olmasıydı. Bu gelişimin önemli bir bileşeni de İslamcı kadın hareketi diyeceğimiz

<sup>97</sup> Asiye Şimşek, “Feminizm ve Uluslararası İlişkiler”, 2013, <http://akademikperspektif.com/2013/12/31/feminizm-ve-uluslararasi-iliskiler> (Erişim Tarihi: 19.03.2016)

<sup>98</sup> Sancar, a.g.e., s.302.

<sup>99</sup> a.g.e., s.303.

<sup>100</sup> Asiye Şimşek, “Feminizm ve Uluslararası İlişkiler”, 2013, <http://akademikperspektif.com/2013/12/31/feminizm-ve-uluslararasi-iliskiler> (Erişim Tarihi: 19.03.2016)



İslam odaklı bir kadın hakları hareketinin ortaya çıkmasıdır. Muhafazakâr düşünce ile sıkı sıkıya eklenmiş İslamcı kurumlar ve siyasi örgütlerin savunageldiği, kadınların dışıl görevler ve alanlar içinde erkeklerden ayrıştırılması ve öncelikle de sosyal yardım işlerine hasredilmesine dayalı refleksi sorgulayan—dar ve sınırlı bir çevrede de olsa—kendine İslamcı diyen etkili bir kadın çevresinin ortaya çıktığını görüyoruz.<sup>101</sup>

2002 yılında başlayan AKP hükümeti dönemi, kadın hareketi açısından yeni bir dönem oldu. AKP gibi dinci, muhafazakâr ve zaman zaman da popülist bir parti, kadının insan haklarını koruma yolunda bazı yasal reformların yapıldığı bir dönemin hükümeti oldu. İdeolojisi gereği cinsler arasında bir eşitlik olduğunu kabul etmeyen bir siyasi hareketin mirasçısı olarak, kadın erkek eşitliğini doğrudan kabul etmeden, kadının insan hakları yaklaşımını bir ölçüye kadar benimsedi; bazı noktalarını kendi ideolojisine göre dönüştürerek ele aldı. Bu gelişimin perde arkasındaki mimarının İslamcı/dinci kadın örgütlerinin kendi aralarındaki güçlü işbirlikleri ve özellikle de feminist örgütlerle yakın ideolojik, politik ve kültürel etkilenmeler olduğunu söyleyebiliriz.<sup>102</sup>

Birçok alandaki yasal düzenlemelere rağmen Türkiye’ de kadının konumuna ilişkin çok fazla sorun alanı varlığını sürdürmektedir. Daha önceki yıllardan farklı olarak sorunları dillendiren, görünür kılan feminist hareket, 1990’ lardaki kurumsallaşma ve 2000’ lerde yaygın olarak karar organlarını etkileme ve dönüştürme mekanizmalarıyla gidişata müdahale noktasında aktif bir rol oynamıştır. Yasal düzenlemelerin takibi ve kadın lehine eleştirisi noktasında kadın platformları, yerel feminizme canlılık kazandırmıştır.<sup>103</sup>

---

<sup>101</sup> Serpil Sancar, “Türkiye’de Kadın Hareketliliğinin Politikası, 2013, <http://kasaum.ankara.edu.tr/files/2013/09/Serpil-Sancar-Türkiye’de-Kadın-Hareketinin-Politikası.pdf> (Erişim Tarihi: 15.03.2016), s.74.

<sup>102</sup> a.g.e., s.76.

<sup>103</sup> “1980 Sonrası Türkiye’de Feminizmin Görünümü”, <http://acikerisim.aku.edu.tr:8080/xmlui/handle/11630/2665>, s.93.

## İKİNCİ BÖLÜM

### KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA TOPLUMSAL CİNSİYET VE KADIN TEMSİLİ

#### 1. Kitle İletişim Araçları, İdeoloji ve Kültür Bağlamında Toplumsal Cinsiyet

Kitle iletişimi bilgilerin veya sembollerin bir insan, grup, kurum veya kuruluş tarafından üretilmesi, kitleye aktarılması ve onlar tarafından yorumlanması sürecidir. İletiler, kitle İletişim aracının türüne göre kodlanmakta; neyi nasıl söylediklerine göre tanımlanmakta ve nasıl açıldığını göre algılanmaktadır. Kitle iletişim araçları, çağdaş toplumda toplumsal düzenlemeleri değiştiren, yeni kültürel biçimler getiren önemli güçler olarak, toplulukların paylaştıkları değerleri, siyasaları, teknolojiyi saptayabilir; bilgi akışıyla toplumsal düzenlemeleri, siyasaları, teknolojiyi saptayabilir; bilgi akışıyla toplumsal değişimi gerçekleştirebilir. Kitle iletişim araçları bireylerin günlük deneyimlerini anlamak ve yorumlamak için kullandıkları düşünceleri ve imajları sağlamakta anahtar bir rol oynayarak, aktif bir şekilde bireylerin düşünce, tutum ve davranışlarını biçimlendirmektedir.<sup>104</sup>

İnsanların gerek yakın, gerekse uzak çevrelerle ilgili bilgi, düşünce ve tutum paylaşma gereksinimleri, bu amaç için geliştirilmiş araçlar aracılığıyla karşılanmaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek üzere geliştirilen ilk kitle iletişim aracı, bundan 500 yıl önce insanlık hizmetine giren günlük gazetelerdir. Bir başka deyişle yazılı basındır. Birinci Dünya Savaşı yıllarında radyonun, İkinci Dünya Savaşı

---

<sup>104</sup> Özge Zeybekoğlu Dündar, ‘‘Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Televizyon Reklamlarına Yansıması’’, <http://www.ethosfelsefe.com/ethosdiyaloglar/mydocs/Ozg-Cinsiyet.pdf> (Erişim Tarihi: 20.04.2016),s.125.

sonlarında da televizyonun hizmete girmesi, kitle iletişim araçlarının boyutlarını inanılmaz ölçülere çıkarmıştır.<sup>105</sup>

Modern iletişim araçları asla toplumsal yapılar ve pratikler alanı dışında kavramsallaştırılamazlar, çünkü giderek artan oranda bu alanın bir parçası haline gelmektedirler. Günümüzde iletişim kurumları ve ilişkileri toplumsal alanı tanımlıyor ve inşa ediyor; siyasal alanın inşasına yardım ediyor; üretken ekonomik ilişkileri dolayımıyorlar; modern endüstriyel sistemler içinde “maddi bir güç” haline geldiler, bizatihi teknolojik olanı tanımlıyorlar; kültürel olana hükmediyorlar. Giderek artan biçimde kültürel ve toplumsal dünyaya ilişkin deneyimlerimiz haline gelen ikinci düzey evreleri inşa ediyor ve yaşatıyorlar. İçinde işledikleri toplumsal alan bütünü içindeki ilişkilerin ne dışındalar ne de bu ilişkileri -doğrudan ya da dolaylı olarak- yansıtıyorlar. Bu ilişkilerin inşasına yardım ediyorlar, onların işleyişine içseller.<sup>106</sup>

Kitlelerin yönetimi, ayrıca, onlar adına düşünüp onlar adına karar veren, onların çıkarını savunduğu iddia eden ayrıcalıklı bir sınıfın söz konusu kitle iletişim araçları yoluyla ürettikleri toplumsal rıza üzerine kuruludur. Dolayısıyla, kitle iletişimi olgusu özünde, kitlelerin birbiriyle iletişimi olarak anlaşılmalıdır: “Kitle iletişim araçları tek yönlü yayma, dağıtma, ilerleme araçlarıdır.” Bu da aynı araçların toplumsal denetim sağlayıcı etkileri yanında, etkili bir zihin yönlendirme aracı olduğunu gösterir. Söz konusu yönlendirmenin en yaygın uygulamalarından birisi ise, bireylerde içinde yaşadıkları toplumsal koşullara ilişkin geniş düzeyde bir özgürlük yanılmasına yol açmasıdır. İkinci olarak, kitle iletişimi ve özelde medya söylemi, bireylerde reel dünya ile pek de ilgisi olmayan durum ve düşünceleri ortak bir yaşam dünyası bağlamında meşru biçimde yeniden üretir.<sup>107</sup>

Kitle iletişim araçlarındaki görevlilerce toplumdaki alt kültürlerin bir haritası çıkarılarak kitle iletişim araçları ile yapılan yayınların etkinlikleri arttırmaya çalışılmakta; böylece toplumdaki değişik alt- kültürlere göre değişik yayın türleri düzenlenerek aynı mesaj değişik formlarda kodlanmaktadır. Ne var ki, değişik alt- kültürlere seslenmek için hazırlanan kodlamalarda başat kültürün birçok değer ve

<sup>105</sup> Ünal Uyuç ve Ali Genç, **Radyo Televizyon Haberciliği**, 2.b., İstanbul: Avcıol Basım-Yayın, 1998, s.37.

<sup>106</sup> İrvan, **a.g.e.**, s.83

<sup>107</sup> Hüseyin Köse, **Medya ve Tüketim**, 1.b.,Ankara: Ayraç Kitap, 2010, s.123.

inançlarına yer verilmekte; kitle iletişim araçlarının bu tür düzenlemeleri ile alt-kültürler için hazırlanan değişik kodlama biçimleri de “melezleştirilmekte;” başat kültürün temel öğeleri bunlarda da konumlandırılmış olmaktadır.<sup>108</sup>

Böylece, kitle iletişim varolan toplumsal sistemin kendini yeniden üretmesine katkıda bulunabilmesi insanların gündelik yaşamlarının dışından araçsal bir düzenleme ile yapılmakta; gündelik yaşamlarını değişik alt-kültürler içinde sürdüren çeşitli sınıf ve tabakalardan insanlar kendilerine gelen bu mesajları çeşitli grup ilişkileri aracılığı ile açınıkladıklarında kendi yaşamlarının içinde katıldıkları kitle iletişimden kendileri sistemin isterlerine uygun anlamlar çıkarmış olmaktadır. Başka bir deyişle, çeşitli alt-kültürlere yayılmış yaşamları içinde bu sınıfların üyeleri, kendilerine gelen mesajlardan var olan sistemin isterlerine uygun anlamları çıkarırken, bunu sağlayan, kitle iletişiminin doğrudan doğruya kendisi değil; alt sınıflardaki insanlar ile üst sınıflardaki insanlar arasındaki ilişkileri düzenleyen toplumsal yaşamın kendi totalitesi olmaktadır.<sup>109</sup>

Fransız düşünür Louis Althusser’ e göre ideoloji, toplumsal yaşantıyı farklı biçimde fakat her zaman ve her aşamada otomatik olarak etkileyen bir oluşumdur. Daha doğrusu toplumsal pratik ile ideoloji iç içedir. Tüm sisteme yayılmış, toplumsal varoluşun tüm biçimlerinde yer etmiştir. Yapısalcı düşünüre göre ideoloji, toplumsal formasyonla birlikte var olan, her şeyi etkileyen önemli bir yapı ve güçtür.<sup>110</sup> İdeoloji yaymada kullanılan aygıtlar devletin olabileceği gibi devlet dışı da olabilirler. Devletin hem baskıcı aygıtları hem de onun eylem ve işleminde konuşlanmıştır ve yaşam pratiğiyle birlikte yürür. Üretim ilişkilerinin yeniden üretimini de, sahip olduğu ideolojik gücü kullanarak, devletin bu iki tür aracı sağlar. Bu iki kaynağın çabaları, kimi kez birbiriyle örtüşür.<sup>111</sup>

Devletin İdeolojik Aygıtları devletin baskı aygıtıyla aynı şey değildirler. Marksist kuramda, devlet aygıtının şunları kapsadığını anımsatalım: hükümet, idare, ordu, polis, mahkemeler, hapishaneler, vb., ki bundan böyle bizim devletin baskı aygıtı adını vereceğimiz şeyi oluştururlar. Baskı sözcüğü, söz konusu

<sup>108</sup> Ünsal Oskay, **XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım**, 3.b., İstanbul: Der Yayınları, 2000, s.330.

<sup>109</sup> a.g.e., s.331.

<sup>110</sup> Metin Kazancı, “Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, C.57 S.1,(2002) s.57.

<sup>111</sup> a.g.e., s.58.

devlet aygıtının hiç olmazsa en uç noktada (çünkü, örneğin, idari baskı fiziksel olmayan biçimlere de bürünebilir) ‘‘zor kullandığını’’ belirtir.

Devletin ideolojik aygıtları dediğimizde, gözlemcinin karşısına, birbirinden ayrı ve özelleşmiş kurumlar biçiminde dolaysız olarak çıkan belirli sayıda gerçekliği belirtiyoruz. Bu gerçekliklerin doğal olarak ayrıntılı bir incelemeyi, denenmeyi, gerektirecek ampirik bir listesini sunuyoruz. Bu gerekliğin içerdiği tüm sakıncaları göz önünde tutarak aşağıdaki kurumları şimdilik dia olarak kabul edebiliriz.

- Dinsel dia (farklı kiliselerin oluşturduğu sistem)
- Öğrenimsel dia (farklı gerek özel gerek devlet okullarının oluşturduğu sistem)
- Aile dia sı
- Hukuki dia siyasal dia ( değişik partileri de içeren sistem)
- Sendikal dia
- Haberleşme dia sı ( basın, radyo-televizyon vb. )
- Kültürel dia (edebiyat, güzel sanatlar, spor )<sup>112</sup>

Şunu diyoruz: dia ‘ lar devletin baskı aygıtı ile aynı şey değildirler. Birbirlerinden nerelerde ayrılırlar?

İlk aşamada, devletin bir tek (baskı) aygıtı olmasına karşın, birden çok sayıda dia olduğunu gözlemleyebiliriz. Ve dia’ lar arasında bir birlik olduğunu varsayarsak bile, dia’ ların bu çokluğunu bütünleştiren birlik dolaysızca görülmez.

İkinci aşamada, devletin birleşik (baskı) aygıtının tümüyle kamu alanında yer almasına karşın, dia’ ların (görünüşündeki dağınıkları içinde) en büyük bölümünün özel alanda bulunduğunu saptayabiliriz. Kiliseler, partiler, sendikalar, aileler ve bazı okullar, gazetelerin ve kültürel kuruluşların çoğu, vb. ,vb., özeldir. )<sup>113</sup>

<sup>112</sup> Louis Althusser, **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, Çev.Alp Tümaytekin, 2.b., İstanbul: İthaki Yayınları, 2006, s. 63.

<sup>113</sup> a.g.e., s.64.

Her ideoloji bir öznel kategorisi üzerine oturtulmuştur. Öznel ideolojinin kurucu kategorisidir. Çünkü bir ideoloji öznel aracılığı ile belirir ve ancak öznel için vardır. Pratik de bir ideoloji aracılığıyla ideolojinin içinde vardır. İdeoloji bireyleri adlandırma yoluyla onları bir öznel haline dönüştürmektedir. Althusser' in çalışmalarında önemli bir yer tutan çağırma ya da adlandırma başlı başına bir süreci ifade etmektedir. Bu özellik ideolojik ortam içinde nesnelere, şeyleri öznel olarak belirli bir yere oturtmakta, somutlaştırmaktadır. Çağırma ile bireyin ideolojik olarak adı konmuş olmaktadır. Her nesnenin öznel haline gelmesi aynı zamanda sürekliliği sağlayan bir pratiktir. İdeolojik açıdan süreklilik asıl olarak çağırma, adlandırma yoluyla gerçekleşmektedir. Bu yolla insanlar öznel olmanın yarattığı sınırlar içinde kendilerinden beklenen toplumsal rolü oynarlar.<sup>114</sup>

İdeoloji hiçbir zaman ben ideolojiyim demez ama egemen ideoloji isimlendirme, çağırma gibi yöntemleri kullanarak; okul, kilise, yığın iletişim araçları gibi araçların gücünden yararlanarak bireyin üzerine çökmektedir. İdeolojinin işleyişi basittir çünkü; yaratılan ideolojik etkinin dayandığı ilke basittir, bu ilke ise öznelleştirme/tabii kılma ve güvencedir, bu üç terimin merkezi ise, öznelleştirme/tabii kılmadır. İdeoloji zaten hep öznel olan bireyleri yani bizi, sizi işletir. Her öznel biz(siz), devlet ideolojisinin birliği altında bütünleşmiş olsalar bile görece bağımsız birçok ideolojiye tabii olmuş durumdadır. Devletin birden çok ideoloji aygıtı vardır ve her öznel aynı anda birden çok sayıda ideolojinin etkisi altında yaşar; bu ideolojilerin tabii kılma etkileri ise, öznenin kurullarla belirlenen, pratiklerden ayrılmayan, vb. edinimlerinde bir araya gelir, düzenlenirler.<sup>115</sup>

Althusser' in önermelerine göre, ideoloji insanları öznel haline getirir. İdeoloji, kendimizi yanlış bir şekilde özerk, kendi kendini belirleyen failer olarak görmemizi sağlar; oysaki bizler, aslında toplumsal ve psikik süreçler aracılığıyla oluşmuş öznelizdir. Dolayısıyla ideoloji, gerçeğin aynada tersine çevrilmiş görüntüsü değil, paylaştığımız varoluş koşullarıyla hayali veya simgesel ilişkimizdir. Althusser' in gücü, ideolojinin öndüşünsel olarak egemen toplumsal düzenin işleyişine bağlanmış olduğuna dair ısrarında yatar. En son Levi kot reklamında bana,

<sup>114</sup> Umut Belek , “Toplumsal Cinsiyet”, **Toplumsal Cinsiyet ve Yansımaları**, der. Lerzan Gültekin, Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları, 2013, s.18.

<sup>115</sup> a.g.e.,s.19.

kendi biricik tutkuları olan bireysel bir tüketici olarak hitap edilmektedir.<sup>116</sup> Reklamın ideolojik etkisi özgül kültürel içeriğinden ziyade, beni bu şekilde çağırabilmesinde yatar. İdeoloji, gerçeğin yanlış temsilinden ziyade, öznenin yaşadığı yanlış tanıma süreçlerine bağlanmıştır. İdeoloji yanlış bilinç değildir. Daha ziyade, ideolojik devlet aygıtları tarafından üretilen maddi bir pratiktir. Böylece Levi reklamı, beni hazzı bir tüketici olarak selamlar; sömürülen bir toplumsal sınıfın, kolektif bir üyesi olarak değil. İdeolojik süreçlerin etkisi değil, bağımsız bir tüketici olduğumu düşünmemi sağlar.<sup>117</sup>

Althusser' in kurduğu bu yapı kadınların gündelik yaşam pratiklerinden hayatlarını şekillendiren temel ilkelere kadar tüm yapılarda kendini gösterir. İdeolojinin bireyleri öznel olarak niteleyip adlandırması, kadınların kendilerini annelik ile tanımlayıp bu kavramla var etmelerinde izlenebilmektedir. Kadınlar hayatlarının anlamını yalnızca annelik üzerinden kurabilmekte ve kendilerinin ancak çocukları üzerinden gerçekleştirebilmektedir. Bugün anneliğin eskisine göre daha yaygın ve sınırları daha geliştirilmiş şekilde yeniden üretilmesi kadınlara sınırsız bir varoluş alanı açmasından kaynaklanmaktadır. İdeolojini yapısı, kadınlara anne veya eş olarak işleyebilmelerini sağlamaktadır. Kadınlar anne olarak özne niteliği kazanmakta, kabul edilmekte ve güvenceye kavuşmaktadır. Devletin ideolojik aygıtları da tüm bu sürecin inşa edilmesini sağlamaktadır.<sup>118</sup>

Medya kurumları, kadınlarla ilgili ideolojik açıdan çarpıtılmış oldukça sınırlı sayıda basmakalıp imgeler kullanmaktadırlar. Bu imgeler, kadınların bağımlılığını ve ikincil konumlarını pekiştiren bir ideolojiye hizmet etmekte ve kadınların eve ve aileye ilişkin rollerini önceliğini vurgulamaktadırlar. Bu tür bir ele alış tarzının cinsiyet eşitsizliğinin gelişimini engelleyici bir işlev gördüğü yaygın bir biçimde kabul edilmektedir.<sup>119</sup>

Toplumsal yapı içerisindeki, eşitsiz konumların kişiler tarafından nasıl kendiliğinden içselleştirildiğini ve pekiştir anlamamıza yardımcı olacak diğer iki kavram ise Pierre Bourdieu 'ya ait olan; eril tahakküm ve simgesel şiddettir.

Eril tahakküm en genel anlamda erkekler ve kadınlar arasındaki ilişkide eşitsizliğin bir dizi karmaşık etki sonucu sürekli olarak yeniden üretildiğini ileri

<sup>116</sup> Nick Stevenson, **Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi**, 1.b. , Ankara: Ütopya Yayınevi, 2008, s.244.

<sup>117</sup> a.g.e., s.245.

<sup>118</sup> Belek, a.g.e., s.19.

<sup>119</sup> İrvan, a.g.e., s.400.

süren bir çalışmadır.<sup>120</sup> Bourdieu burada toplumsal ve tarihsel olarak kurulan bir tahakküm biçiminin nasıl tarih dışı bir kategori olarak değerlendirildiğini, ebedileştirildiğini, doğallaştırıldığını ve içselleştirildiğini ele almaktadır. Bourdieu' un esas kaygısı cinsiyetler arasındaki eşitsiz ilişkileri doğallaştıran her türlü etkiyi açığa çıkarmak ve bu etkilerin iktidarın toplumsal temelleri üzerinde nasıl inşa edildiğini göstermektedir. Bourdieu' un vurguladığı üzere;’’ ebedi olarak görünen şey; aile, kilise, devlet, eğitim sistemi ve ayrıca spor, gazetecilik gibi birbirine bağlı kurumların gerçekleştirdiği bir ebedileştirme faaliyetinin ürününden başka bir şey değildir.’’ Yani bize ‘‘hep orada bir yerde duruyormuş’’, ‘‘ şimdiye kadar hep var olmuş’’ gibi gözükten değerler, pratikler, alışkanlıklar, inanışlar aslında bizim ürettiğimiz kurumların ürettiği ve üzerinde bizim iznimiz olan yapılardır. Zaten ‘‘patriarşinin başarısının asıl nedeni kurduğu ayrımları doğallaştırma yeteneğidir’’ bu ayrımların kurulmasında ve doğallaştırmasında sembolik iktidar ve şiddet mekanizmaları oldukça etkin bir görev görürler. Erkek egemen bakış açısının kurucu öge olduğu bir toplumsal düzende yaşam döngüsü zamansal ve mekânsal olarak eril tahakkümün kodlarına göre kurgulanmıştır.<sup>121</sup>

Eril tahakküm, ‘‘belirli erkek gruplarının güç ve zenginliği nasıl ellerinde tuttıkları, tahakkümü yaratan toplumsal ilişkileri nasıl meşrulaştırdıklarını ve yeniden ürettiklerini’’ anlamaya yönelik olarak oluşturulmuş bir kavramdır (Carrigan vd. 2002: 112). Eril tahakküm, sosyal ortamda erkeklerin kadınlara yönelik tanımlamış olduğu toplumsal cinsiyet düzeni içerisinde kurgulanan ve kadınlarla erkekler arasındaki iktidar ilişkilerini sürdüren toplumsal bir yapılanma ortaya koyar. Eril tahakkümün, erkeğin iktidarının meşruiyeti ve devamlılığını sağlamak üzere tüm iktidar ilişkilerini düzenlemek durumundadır. Bu anlamda erkeklerin kendi aralarında kurdukları iktidar ilişkilerine yönelik tüm mekanizmalar sosyal ortamdaki tüm üretim süreçlerini elinde bulundurmaya ve yeniden üretmeye yöneliktir. Burada en başta ekonomik ve neslin devamı gibi her türlü üretim ilişkisi eril tahakkümün kontrolü altındadır.<sup>122</sup>

---

<sup>120</sup> H.Bahadır Türk, ‘‘Eril Tahakkümü Yeniden Düşünmek: Erkeklik Çalışmaları İçin Bir İmkan Olarak Pierre Bourdieu, **Toplum ve Bilim Dergisi**, S.112, (2012), s.11.

<sup>121</sup> a.g.m., s.12.

<sup>122</sup> Hasan Sankır, Eril Tahakküm ve Üstün Erillik Olgusunun Plâstik Sanatlar Alanında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Oluşumuna Etkileri Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme, **Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi**,(2010), s.7.



Eril tahakküm sosyal alandaki etkileşimleri iktidar ilişkilerine göre tasnif eder. Bu süreçte, iktidara sahip olanlar ve iktidara maruz kalanlar söz konusudur. Eril tahakküm iktidar sahibi olmayan diğerlerinin (kadınlar, çocuklar, eşcinseller vb.) ona göre şekilleneceği veya rekabet edeceği bir yaklaşımdır. Eril tahakküm içerisinde çatışma ve uzlaşmaları barındırır.<sup>123</sup>

Simgesel şiddet, bir toplumsal eyleyici üzerinde kendi suç ortaklığıyla uygulanan şiddet biçimidir. Simgesel şiddetin bir diğer özelliği egemenlik ve boyun eğme ilişkilerinin sevgi ilişkilerine, iktidarın karizmaya ya da duygusal bir hoşnutluk yaratabilecek bir cazibeye dönüşmesidir. Borcun kabulü minnete, bu cömertçe edimi gerçekleştirene karşı kalıcı bir duyguya (habitusa) dönüşür. Bu kabul ettirme sürecinde devletin elinde bulundurduğu baskı araçları simgesel sermayedir ve kültürel sermaye üzerinden işlemektedir. Farklı bir alanda, (örneğin din alanında) simgesel sermayenin içeriği farklı bir boyut kazanacak, ancak simgesel şiddeti sağlaması bağlamında yine aynı işlevi görecektir. Daha keskin bir ifadeyle, simgesel sermaye içindeki karşıtlıklar ya da bölünmeler aracılığıyla algılandığında, her türden sermayenin aldığı biçimdir. Çünkü sürekli olarak karşıtlıklar dayatarak simgesel şiddeti teşvik eder.<sup>124</sup>

Bourdieu' ya göre cinsiyet ayrımından beslenen eril tahakküm, gücünü egemenlik altına aldığı kadınların bu egemenliği meşru ve doğal kabul etmelerinden alır. Bir başka deyişle, kadınlar boyun eğme durumuna kendi rızalarıyla, bilinçli olarak değil fakat zorlama da olmaksızın kendiliğinden razı olurlar. Eril tahakküm tüm toplumsal düzenin işleyişinde belirgindir; kadınlar da bu düzenin bir ürünü ve devam ettiricisi olarak eril tahakkümü "doğal" ve "normal" olarak kabul etme eğilimindedir.<sup>125</sup> İşte bu "sembolik şiddet" dir. Kadınlar eril tahakküm fikrini üreten şemaları meşrulaştırır ve yeniden üretirler. Kısacası, kadının egemenlik altına alınma ilişkisini kabul etmesi, kadının bu egemenliğin üretildiği ayrımları kabul etmesiyle ve bu ayrımları doğal olarak kabul etmesiyle ilişkilidir. Bourdieu bu süreci, sembolik iktidar olarak adlandırır, çünkü bu iktidarın işleyişi hem egemen olanlar hem de boyun eğenlerce bilinçli olarak işletilmez. Sembolik iktidar olarak kurulan eril tahakküm, algı ve anlamlandırma şemalarında cisimleşir. Kadınları sembolik

<sup>123</sup> a.g.m.

<sup>124</sup> Cihad Özsöz, Pierre Bourdieu' nün Temel Kavramlarına Giriş, *Sosyoloji Notları*, S.1 (2007), s.19.

<sup>125</sup> Belek, a.g.e., s.21.

nesnel olarak kuran eril tahakküm, kadınların bedensel güvensizlik ve sembolik bağıllık duygusu içinde olmalarını teşvik eder. Kadınlardan sürekli sakin, edilgen olmaları, etraflarına mutluluk dağıtmaları, erkeklerin beklentilerini karşılamaları ve daima erkeklere bağıllık göstermeleri beklenir; bağıllık kadınlığın kurucu öğelerindendir.<sup>126</sup>

Bu özellikleri çerçevesinde simgesel şiddetin ardında yatan ve simgesel tahakküm yaratan mekanizmaları ortaya koymaya çalışan Bourdieu için bu mekanizmaların en açık örneklerine dil/iletişim alanında rastlanmaktadır. Her ifadeyi, ancak uygulayan tarafından uygulanabilecek ve buna maruz kalan tarafından –böyle bilinmediği için- maruz kalınacak simgesel şiddet olarak tanımlayan Bourdieu’ ye göre, bu şekilde bilinmiyorsa bunun nedeni kısmen bir örtmece faaliyeti dolayımıyla uygulanmasıdır.<sup>127</sup>

Sembolik şiddetin görünmez ve rızaya dayalı niteliği sayesinde, toplumsal hayat içinde hiçbir zaman eşitsiz güç ilişkilerinden doğan şiddet ya da baskı olduğu anlaşılmaz. Egemen olanlar, egemenliklerini kolayca dayatabilmektedirler. Bourdieu’ ye göre, şaşırtıcı olan da –kriz durumları dışında- sembolik güce sınırlamaya ya da bu eşitsizliklerin meşrulaştırılmasına dair bir sorun yaşanmamasıdır.<sup>128</sup>

Sembolik şiddetin uygulanışı bakımından kadınlık, erkeklerin beklentilerine müsamaha göstermektir. Bu bakış açısından başkalarına bağımlı olmak var olmanın bir koşulu haline gelmiştir. Kadın kendisini kurmak için başkasının bakışına muhtaç durumda bırakılmaktadır. Sembolik şiddetin belki de kadına verdiği en büyük zarar çok sıradan ve doğal görünen pratikler üzerinden kendisine dair bir değersizlik ve yetersizlik hissi vermesidir. Kadınların kendilerini değersiz ve yetersiz hissediş stratejik bir tercihi tetikler ve kadınlar bu yetersizliği aşmak için erkekleri bir tür kaçış noktası olarak görürler. Bu haliyle eş seçimi ‘‘rasyonel bir hesap’’

---

<sup>126</sup> a.g.e., s.22.

<sup>127</sup> Erman Yüce, ‘‘Simgesel Seçkinler ve Habitus: Hürriyet Gazetesi’ nde Köşe Yazarlığı’’, (Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara, 2007, s.68.

<sup>128</sup> Soner, a.g.m., s.66.

meselesi haline gelir ve kadınlar iktidar oyunun güçlü oyuncusu olan erkeklere ilgi duyarlar.<sup>129</sup>

Her zaman farkına varılmasa da, görünen ve mücadelesi verilmekte olan bu açık cinsiyetçiliğin dışında, aslında kendi ikinci cinsliğini yeniden üreten ‘‘iltifat’’, ‘‘kayırılma’’ ve sözde ‘‘kazanım’’ ların özellikle görece özgürleşmiş kadınlarca kullanıldığına tanık olunuyor. Simgesel sermaye sahiplerinin iktidarlarını, kendi ezdiklerine, sanki onların kazanımlarıymış gibi sunduğu olanaklar vasıtasıyla, üstelik gönüllülükle yeniden üretilmesine simgesel şiddet diyor Bourdieu. Simgesel iktidarın sürekliliğini sağlayan simgesel şiddetten kaçınmak şöyle dursun, kadınlar kimi zaman bu simgesel şiddete maruz kalmayı tercih etmektedirler. Geleneksel rolünün ödüllendirilerek pekiştirildiği Anneler Günü’nün kutlanmasını ister çoğu kadın. Üstelik yalnızca anneler değil, çocuksuz kadınlar da, ataerkil değerlere göre ‘‘kusur’’ adledilen durumlarını kapatmak istercesine kendilerinin de Anneler Günü’nün kutlanmasından hoşlanırlar.<sup>130</sup>

Sembolik şiddet sadece ataerkil ideolojinin egemenliğini sürdürmeye hizmet etmez. Sembolik şiddet sayesinde toplumsal cinsiyetler arasında egemenlik kimin elinde olursa olsun her iki cinsiyet tarafında da sürekli yeniden üretilen bir sistem yaratılır. Ataerkil ideolojinin yaptırımları habitus ile toplumsallaşma sürecinde öğrenilir ve sembolik şiddet sayesinde failin eylemleriyle yeniden üretilerek toplumsal hayata yayılır. Sembolik şiddet, failerin mücadele ederken de, egemenken de, ezilirken de, ataerkil ideolojiyi yeniden üretmelerini sağlar. Bu süreçte de en önemli ol doğallaştırma ve olumlama işlevleri ile ön plana çıkan okul, din kurumları, aile, medya vb. sembolik araçlarıdır.<sup>131</sup>

Kitle iletişim araçlarının tutarlı bir şekilde verdikleri mesajların en göze çarpanlarından biri, kadınlar ve toplumsal rolleri üzerinedir. Kitle iletişim araçlarının sunduğu kadın imgesi üzerine yapılan çalışmalar, kadın karakterlerin erkeklere oranla toplumsal bağımlılığı güçlü, sorunlar karşısında umutsuzluğa kapılan, uzlaşmaya açık ve kolay ikna edilebilir bireyler olarak sunulduklarını göstermektedir. Kitle iletişim araçlarının kadınlık ve erkekliğe ilişkin sunumları,

<sup>129</sup> Türk, a.g.m., s.19.

<sup>130</sup> Ayşegül Yaraman, Modern Ataerkil Toplumsallaşma: Erkeksi, Erkekçi Kadınlar, <http://aysegulyaraman.com/makale.html>, (Erişim Tarihi 20.04.2016)

<sup>131</sup> Soner, a.g.m., s.67.

toplumsal cinsiyete dayalı kalıp yargıları pekiştirmektedir. Navaro, kitle iletişim araçlarının eril toplumca kabul gören, beğenilen kadın örnekleriyle, bilincimizi sürekli bombardımana tuttuğunu; sorun yaratabilecek, arzu edilmeyen örnekleri ise olumsuz ve küçültücü yorumlarla sergilediğini belirtmektedir. Romanlar, öyküler, diziler ve filmler hangi kadınların beğenildiğini, kazançlı çıktığını; hangilerinin ise beğenilmediği ve kaybettiği konusunda bilincimizi sürekli olarak şekillendirmektedir. Bununla birlikte kitle iletişim araçlarında sunulan erkek ve kadın imajları çoğu durumda bireylerin gündelik yaşamlarındaki gerçekliğe uymamaktadır.<sup>132</sup>

Sonuç olarak kitle iletişim araçlarının son derece güçlü bir toplumsallaşma aracı olduğu; sadece erkeklerin ve çocukların kadınlara yönelik akış ve davranışlarını biçimlendirmekle kalmadığını aynı zamanda kadınlarında kendilerine yönelik algılarını etkilediği ve pekiştirdiği görülmektedir. Bu durum kadınların var olan toplumsal cinsiyet rollerini ve kalıplarını içselleştirmelerini ve ataerkil sistemin devamlılığına katkıda bulunmalarını sağlamaktadır. Böylelikle kitle iletişim araçlarının, toplumsal cinsiyete dayalı rollerin ve kalıpların devam ettirilmesindeki etkisi yadsınamaz bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır.<sup>133</sup>

## **2.2. Medya ve Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonda Kadın Temsili**

Bir toplumda medyanın yalnızca insanlar arasındaki bilgi akışını sağlamak ve onlara doğrudan ya da dolaylı bilginin yanı sıra, yer yer eğlencesel hatta sanatsal doyum olanakları sunmak gibi etki ve ya işlevlerinin ötesinde bir yere sahip olduğu, bugün hangi kuramsal yaklaşım bağlamında ve hangi özgün medya üzerinde çalışırsa çalışsın her iletişim bilimcinin kabul ettiği bir olgudur. Medya, kişiler, kurumlar, olgulara ilişkin kolektif tasavvurun oluşmasına birinci dereceden katkıda bulunur ve bunu ürettiği, yeniden ürettiği, meşrulaştırdığı söylem (ler) aracılığıyla yapar.<sup>134</sup>

<sup>132</sup> Dündar, **a.g.m.**, s.126.

<sup>133</sup> **a.g.m.**, s.127.

<sup>134</sup> Hülya Uğur Tanrıöver, Ece Vitrinel ve Ceren Sözeri, Gözlemlerden Eylemlere: Türkiye’de Cinsiyetçi Olmayan Bir Medyaya Doğru, **Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi**, S.10, (2009), s.36.

Günümüzde kitle iletişim araçları toplumsal hayatı önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle de toplumsal cinsiyete ilişkin kalıpları sürdürmek ve insanları bu yönde etkilemek konusunda önemli bir işleve sahiptir. Kitle iletişim araçları ataerkil ideolojinin öngördüğü doğruluda bireylere nasıl birer kadın ve erkek olmaları gerektiğine dair rol modelleri sunarak, bu rol modellerin içselleştirme ve yeniden üretilme sürecinde oldukça etkilidir. Çünkü kitle iletişim araçları, izleyenlere bir takım davranış modelleri sunmaktadır.<sup>135</sup> Kitle iletişim araçlarında sunulan bu modellerin yoğun etkisinden bireylerin, özellikle çocukların kaçınması oldukça zordur. Bu nedenle kitle iletişim araçlarında kadınların ve erkeklerin nasıl sunuldukları, hangi roller ve davranışlar içinde sergilendikleri ayrı bir önem kazanmaktadır.<sup>136</sup>

Gerek dünyada gerek ülkemizde medyada kadının kullanımı sık rastlanan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadın, toplumsal değişim sürecinde belirli bir gelişim ve değişim göstermiştir. Bu değişim kadının tarihsel ve kültürel özelliklerini, içinde bulunduğu popüler kültür bağlamında biçimlendirip, kullandığı çeşitli kodlara dönüştüren kitle iletişim araçlarının belirlediği ideolojilerle gerçekleşmektedir. Bilgi toplumunda toplumsallaşma işlevini kitle iletişim araçları üstlenmiştir.<sup>137</sup>

Gelişen teknoloji ile birlikte gerek yurtdışında gerekse ülkemizde yapılan araştırmalar bize şunu göstermiştir ki toplumsal cinsiyet kalıplarının bireye aktarımında –eril ve dişil- özelliklerin aktarımı- en etkili araç medyadır. Görsel, işitsel imgelerden kurulu genellikle öyküleme tekniğine dayanan, benzeyişler, mitsel öğelerle dolu filmler, öyküler, romanlar, gazete haberleri, tv dramaları, reklamlar, kültürel temsil sistemimizin bir parçasıdır. Bunlar tıpkı bir kitap gibi farklı anlam katmanlarından oluşur. İzleyicinin bilgi düzeyi ile orantılı olarak bu katmanlar açığa çıkar. Genellikle anlam düzeyinde bir malın/hizmetin faydaları hoşça vakit geçirmek gibi gözükken bu öyküleme tekniğini yan anlamsal malzemesine dikkat ettiğimizde (kıyafet, konuşma tarzları, müzik, diğer işitsel ve görsel teknik kodların seçimi, vb.) bu ürünlerin toplumsal cinsiyet rollerini kazandırılmasında sessiz ama derinden

<sup>135</sup> Dündar, a.g.m., s.125.

<sup>136</sup> a.g.m., s.126.

<sup>137</sup> Ceyda Ilgaz, “Medyada Kadın Olgusu”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S.28, (2007), s.20.

işleyen yapısının görünür hale geldiğine tanık oluruz. Böylece yapılan şeyin basitçe bir reklam, bir film ya da haber olmadığını, ideolojik bir katmanın olduğunu anlarız.<sup>138</sup>

Medya ve kadın üzerine yapılan çalışmalardan çoğu medyada kadın temsili üzerine odaklanır. Temsil meselesi günümüzde, sadece eşit haklar ve olanaklar değil sembolik düzlemde de mücadele veren kadın hareketi için önemli alanlardan birisi olmuştur. Medyada ağırlıkla yok sayma, önemsizleştirme, olumsuzlama, kurbanlaştırma ya da suçlama şeklinde, görülen bu hakim temsil biçimleri kadına yönelik şiddetle ilgili medya ürünlerinde karşımıza çıkar. Şiddet ve toplumsal cinsiyet ilişkisi haberlerde toplumsal inşa perspektifinden araştırılırken, televizyon programlarının analizinde ise kültürel çalışmalardan yararlanılmakta, böylece medya metinlerinin kültürel bağlam içindeki rolü, anlamların iktidar ile ilişkisi sorgulanmaktadır.<sup>139</sup>

Medyada kadın temsili yoğun olarak 1970' li yıllarda feminist medya çalışmaları aracılığıyla gündeme getirilmiş ve kadını ikincil konuma iten toplumsal süreçlerin medyadaki kadın temsilleri ile etkileşim içinde kurulduğuna dikkat çekilmiştir. Bu dönemde iletişim çalışmaları alanında kültürelci perspektiflerin hakim olması, medya temsili'nin "inşası" olduğu, başka bir deyişle, "toplumsal" ı yansıtmaktan çok inşa ettiği görüşünü öne çıkarmıştır. Feminist medya çalışmalarının bu inşa meselesini, kadınların toplum hayatındaki ikincil konumunu pekiştiren bu toplumsallığın sembolik yeniden üretimi olarak yorumladığı açıktır. Bu çalışmalar medyada kadın temsili ile ilişkili olarak üç temel nokta üzerinde durur;

- 1- Kadınların medya sektöründeki varlığı.
- 2- Kadınların medyada temsil edilme biçimleri.
- 3- Medya ürünlerinin kullanıcıları/ tüketicileri olarak kadınlar.<sup>140</sup>

Medyada kadınlar üretici ya da yönetici olma durumundan daha doğrusu karar mekanizmalarından da çoğunlukla dışlanmış durumdadır. Toplumsal cinsiyet

<sup>138</sup> Pira ve Elgün, **a.g.m.** ,s.531.

<sup>139</sup> Mine Gencil Bek, Ataerkillik, Piyasa ve Mesleki Değerler: Medyada Aile İçi Şiddetin Temsili ve Üretim Pratikleri, <https://kasaum.ankara.edu.tr/files/Mine-Gencil-Bek-Ataerkillik-Piyasa-ve-Mesleki-Değerler.pdf>, (Erişim Tarihi: 10.11.2015) s. 651.

<sup>140</sup> Sevilay Çelenk, Kadınların Medyada Temsili ve Etik Sorunlar, <https://www.ilefarşiv.com/etik/kadınların-medyada-temsili-ve-etik-sorunlar/>, (Erişim Tarihi: 05.02.2015), s.230.

rollerinin üretim, yeniden üretim üretim ve tüketim sahası olarak medyanın üretim ve yönetim sürecinin kadınsızlaştırılması elbette geleneksel rollerin sergilendiği ve yeniden üretildiği bir alan olarak karşımıza çıkacaktır. <sup>141</sup>

R.Coward' a göre önceden kadınların davranışını doğrudan devlet aile ya da dini kurumlar kontrol etmekteydi. Günümüzde ise kitle iletişim araçları bu misyonu üstlenmektedir. Fotoğraf, sinema ve televizyon gibi kitle iletişim araçları görsellik faktörüne sığınarak kendilerini gerçekliğin saydam kaydı olarak sunar. Bu araçlarda kadın bedeni egemen ideallere göre yansıtılır. Kadınlar erkek normlarından farklılaşmış, belirlenmiş cins olarak kültür tarafından imgeler aracılığıyla sloganlaştırılarak sunulur: "Çalışın, kendinizi değiştirin! Daha iyi görünün! Daha erotik olun!.. bu ideale ulaşma komutunun aracılığı ile, toplumumuz kadın üzerine bir mesajı yüksek sesle ve açıkça yazar: hareket etme!, arzu etme!, erkeklerin ilgisini bekle!" egemen ataerkil kültürün benimsediği kitle iletişim araçlarında kadınlar erkek bakış açısı ile yansıtılmakta ve bu kültür içinde yetişen kadınlar da bunu benimsemektedir. <sup>142</sup>

Medya sektöründe erkek egemenliğinin bariz biçimde hissediyor oluşu, yayınlardaki kadın olgusunun önemini bir kat daha arttırmaktadır. Çünkü kadının bir meta olarak görülmesi ve eril söylemin baskınlığı yine en çok kadınları rahatsız etmektedir. Yazılı basında genellikle üçüncü sayfa haberlerine konu olan kadın, magazin programlarında ve haberlerde ezilen, mağdur olan, cinayete kurban gitmiş, aldatılan, statüsü düşük işlerde çalışan, siyasal-sosyal ve kültürel alanda yer edinmemiş olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadın ya geleneksel roller içinde gösterilmekte ya da cinsel obje olarak sunulmaktadır. Bu ikili yapı gösterilerek bir taraftan kadına hangi rolü benimsemesi gerektiği mesajı verilmektedir. <sup>143</sup> Medyadaki kadının metalaştırılması; kadının kimliksizleştirilmesine, toplum yaşantısında ikinci planda tutulmasına, tüketim nesnesi olarak görülmesine sebep olmakta ve medyada ayrımcı bir dil üremesini körüklemektedir. <sup>144</sup>

<sup>141</sup> Şehriban Şahin Kaya, "Televizyonda Kadın, Sağlık ve Hastalık", **Sosyoloji Araştırmaları Dergisi**, S.2, (Güz 2011), s.133.

<sup>142</sup> İmançer, a.g.e., s.48.

<sup>143</sup> Vural Yıldırım ve Tüba Karahisar, "Ulusal Televizyon Kanallarında Görsel-İşitsel Objeler Olarak Kadın", **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, S.2, (Eylül 2013), s. 55.

<sup>144</sup> a.g.m., s.56.

Medya sosyal gerçekliğe ilişkin belli bir kesit sunarken her zaman doğrular üzerinden hareket etmemekte, doğru zaman ekonomik çıkarları doğrultusunda daha fazla kar elde etmek için reklamcılık ya da pazarlama stratejilerine uygun formatta gerçekliğin kurgusal biçimini abartılı şekilde sunmaktadır.<sup>145</sup> Günümüzde medyanın en çok kullandığı strateji budur. Medya yine bu yolla, kahramanlar, temsilleri ve kişilik tipleri yaratmaktadır. Bireyler bu kişilik tipleri ve temsiller üzerinden kendilerini tanımlamakta ve var etmektedir fakat bu sürecin farkında olmamaktadırlar. Bu noktada medyanın etkileme ve etkilenme düzeyinin en yüksek olduğu görsel araç televizyondur. Televizyonun değişiminde rol oynamasında ona duyulan güvenin boyutları önemlidir. Ancak bu seçkinliğin estetik ve sembolik çerçevesinin kesin sınırları dahilinde gerçekleşmektedir.<sup>146</sup>

Televizyon bugün teknolojinin geliştirdiği ve ortaya koyduğu en önemli kitle haberleşme aracıdır. Sesi ve görüntüyü ayrı ayrı uzak mesafelere ulaştırmaya çalışan insan, geliştirdiği teknoloji ile ses ve görüntüyü birlikte veren aracı bulmuştur. Toplumların haberleşme, eğitim ve eğlence gibi gereksinimlerini görüntüyü de ekleyerek karşılayan bu araç, bugün en geniş izleyici kitlesine sahip olmuş ve bu sebeple de en güçlü kitle haberleşme aracı olarak birinci sırada yerini almıştır.<sup>147</sup>

Gün geçtikçe artan oranda kullanılan Facebook, Twitter, vb. sosyal medya olanaklarına rağmen, gündelik hayatın rutinine eşlik eden televizyon hala ortalama medya kullanıcısının hayatında en çok yer tutan iletişim aracıdır. Özellikle alt-orta sınıflar açısından televizyon temel eğlence, bilgilenme ve vakit geçirme aracı olma özelliğini sürdürmektedir. İnternet, televizyon ve bilgisayarın bir arada kullanılması yönünde gelişen teknolojik yöntemler de televizyonun merkezi konumunu koruduğunu göstermektedir. Sokağa çıkma, evin, yaşanan muhitin dışına, uzaklara gitme, farklı sosyal ortamlarda bulunma, bilgiye çok çeşitli kanallardan ulaşma ve

---

<sup>145</sup> Mehmet Meder ve Zuhale Çiçek, ‘‘ Özel Hayatın Kamusal Alanda Tartışılması : Kadın Programları Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme’’, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, S.9, (2011) , s.70.

<sup>146</sup> **a.g.m.**, s.71.

<sup>147</sup> Uygunç ve Genç, **a.g.e.**, s.43.



ekrandan akan enformasyon yığınınını müzakere etme imkanları kısıtlı olan çoğunluk için televizyon bir tür toplumsal katılım olanağı olabilmektedir.<sup>148</sup>

Televizyon onu seyredenlere, değişik amaçlar doğrultusunda, zevk ve ruhsal gereksinimlerine göre hizmet verir. Ses ve görüntüyü birleştirerek, yaşadığımız dünyayı, evreni küçülten, belki de “köyleştiren” televizyon popüler tanınmış bir sanat gösterim aracı niteliğindedir. Televizyon bu niteliğiyle simgeleri aktarır ve yayar, halkın kullanıma sunar. Bu simgelerle belli anlamlar aktarır. Bunlar kimi zaman karmaşık ve alımlaması zor kimi zaman ise o denli yalın olabilir. Televizyonu küçümsemek ya da göklere çıkarmak da bir anlam taşımaz, önemli olan bu teknolojinin insanlığın hangi soylu amaçları için kullandığı ya da kullanmadığıdır.<sup>149</sup>

Televizyon yayıncılığı ülkelerin gelişmişliklerine paralel bir gelişme göstermiştir. Amerika ve gelişmiş Avrupa ülkelerinde birbirine yakın tarihlerde başlayan yayıncılık geliştirmekte olan ülkelerde yaklaşık 1970’ li yıllarda uygulanmaya başlamıştır. Bir örnek vermek gerekirse, Amerika’ da televizyon aygıtının ilk yayın denemeleri 1927 yılında, ilk düzenli yayın İngiltere’ de 1936, Amerika’ da 1939 yılında başlamıştır. O tarihte Amerika ve Avrupa’ da televizyon, ülke bütününe yayın yapmakta ve teknolojik gelişme içindedir. Bütün buluşların yapıldığı ve dünyaya yayıldığı Amerika ve Batı Avrupa, televizyonun önceliğini de elinde tutmuş, gerek içerik gerekse teknoloji olarak hep yaratıcı ve üretici durumunda kalarak geliştirmekte olan ülkelerin taklitçi ve tüketici konumunda kalmalarını sağlamıştır. Televizyon gibi tecimsel olduğu kadar kültürel ve ideolojik bir teknolojinin batı topraklarında geliştirilmesi ve dünyaya pazarlanmasının 21. Yüzyıl yenedünya düzeninin oluşmasında önemli bir payı vardır.<sup>150</sup>

Ülkemizde televizyon yayın çalışmaları 16 Temmuz 1952 tarihli bir iç yazışma ile İstanbul Teknik Üniversitesi “Elektrik Fakültesi Yüksek Frekans Tekniği Kürsüsü” nde başlatılmıştır. İstanbul Teknik Üniversitesi’ in deneme yayını ilk kez 1952 yılının mart ayında başlatılmış, nisan ayında da resmen açılışı

<sup>148</sup> Emek Çaylı Rahte, “Kamusallık, Toplumsal Katılım ve Medya: Kadın Programlarının Etnografisi” *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, S.13,(2010), s. 58.

<sup>149</sup> Özgür, a.g.m., s. 68.

<sup>150</sup> Şermin Tekinalp, *Camera Obscura’ dan Synopticon’a Radyo ve Televizyon*, I.b., İstanbul: Der Yayınları, 2003, s.128.

yapılmıştır. Perşembe günleri saat 17.00-19.00 arasında filmler ve yayına ücretsiz olarak katılan gönüllü sanatçı, yazar ve konuşmacılarla sürdürülen bu yayınlar bir kamera, bir telesine, bir verici ve bazı kontrol cihazlarından oluşan aletlerle gerçekleştirilmiştir. İstanbul Teknik Üniversitesi'nce 1971 yılına kadar canlı olarak yapılan deneme yayıncılık hizmeti, aynı yıl yapılan bir protokolle TRT' ye bırakılmıştır.<sup>151</sup>

Çoğu devrimci teknolojik gelişmede olduğu gibi, televizyon ilk çıktığında yeni bir oyuncak, halkı eğlendirmek sanatında ciddiye alınmaya değmeyen ufak bir yenilik muamelesi gördü. Televizyonun zaman ve mekan tanımayan; sosyal ve kültürel ve zihinsel açıdan oldukça etkili bir unsur haline gelmesinden sonra da bu tavır uzunca bir süre devam etti. Ancak bugün dünyanın pek çok ülkesinde, yarım yüzyıldır televizyon, insanların yaşamında birinci sırayı almıştır. Artık günümüz insanı, boş zamanının büyük bir kısmını televizyonun önünde harcamakta, dünya hakkındaki fikirlerinin çoğunu televizyondan elde etmekte, bugün insanlar siyasi tutum ve kararlarını televizyondan aldığı iletilere göre belirlemekte, almaya ikna edildiği mallarla da hayat tarzlarını belirlemektedir.<sup>152</sup>

Genel olarak televizyondaki programlarda kadın ve erkek farklı oranlarda gösterilir. Genel nüfus içinde eşit oranda bulunmalarına karşın televizyonda erkekler kadınlardan iki kat fazla yer alırlar ve televizyonda yer verilenlerde tipik kadını temsil etmeyen kadınlardır. Meslek sahibi olmayan kadına ya da mayolu, gece kıyafetli kadına daha çok yer verilir. Benzeri durum çocuklar için hazırlanmış televizyon programlarında da gözlenmiştir; örneğin, çoğu çizgi filmlerde kahraman erkektir, hemen hemen hiç kadın karakter bulunmaz; yer verilen kadın kahramanların da çoğunluğu çaresiz ya da erkeğe bağımlıdır.<sup>153</sup>

Televizyon geleneksel cinsiyet kalıplarının devam etmelerini sağlamaktadır zira başat toplumsal değerleri yansıtmaktadır. Bu değerleri yansıtırken, onları “doğal” olarak sunarak aynı zamanda onları pekiştirmektedir.

---

<sup>151</sup> Uygunç ve Genç, a.g.e., s. 47.

<sup>152</sup> Özgür, a.g.m., s.68.

<sup>153</sup> Dökmen, a.g.e., s.134.

İzleyiciler genellikle erkek karakterlerle özdeşleşmeye çağrılmaktadırlar. Erkek bakış açısının “norm” olduğu bu durum, göze çarpmaz ve genellikle sorgulanmaz.<sup>154</sup>

Siyaset, kültür ya da ekonomi konularını ele alan programlara katılan kadını sayısı erkeklere oranla daha azdır. Toplumsal açıdan genellikle eş ve anne rollerini üstlenen kadınların bu tür programlarda yer alması, düşüncelerini izleyicilere aktarması kimi zaman ne yazık ki çok fazla tercih edilmemektedir. Erkeklerin politika, ekonomi gibi konularda daha etkin olması izleyiciler tarafından da daha fazla benimsenmelerine neden olmaktadır. Kadınlar televizyon ekranlarında çoğunlukla göze hitap eder olmaktadır.<sup>155</sup>

Günümüzde kadınların televizyonda görsel bir objeye dönüştüklerini söylemek mümkündür. Matelski’ nin kaydettiği gibi, televizyon hem görsel hem de işitsel bir medyum olduğu için diğer enformasyon kaynaklarından ayrılmaktadır. İlk bakışta bu bir sınırlama olarak görülmeyebilir, ancak biraz derine inildiğinde, görsel estetiğin TV haber eleştirisinde önemli bir unsur olduğunu ortaya çıkar. Medyanın öteki dallarından farklı olarak televizyon, göz ile kulak arasında sürüp giden bir rekabet vardır. Doğal olarak bu yarış göz kazanır ve resim sesin önüne geçer. Bu yaklaşım uç noktalara taşındığında, resme önem verme düşüncesi önceden kabullenilmiş olur ve yapımcılar, haberler yerine resimler üzerine yoğunlaşır.

Günümüzde kadınlar daha çok tüketen pozisyonunda yer aldıkları için erkeklerin ürünleri satın almalarını sağlamanın yolu yine kadınları reklamlarda kullanmaktadır. Kitle iletişim araçlarında kadına ancak zina, namus, şiddet, kadersizlik ve marjinal konularda haber olduklarında yer verilmektedir. Yine yazılı basında, dergilerde kadın fotoğrafları özellikle kullanılmaktadır. Televizyonda sağlıkla ilgili bir haber verilirken dahi kadın bedeni teşhir edilerek verilmektedir. Kadına, beden bakımından sadece obje olarak bakılırsa kadın bedeni korunulması gereken bir şey olarak görülecektir. Böylece kendine yabancılaşan bir kadın profili ortaya çıkacaktır. Bu durum ise adının kendi üzerine isteyerek bir dönüşü yerine, namus kavramına odaklanarak kendinden uzaklaştırılmasını getirmektedir.<sup>156</sup>

---

<sup>154</sup> Kaypakoğlu, a.g.e., s.95.

<sup>155</sup> Ilgaz, a.g.m., s.23.

<sup>156</sup> Yıldırım ve Karahisar, a.g.m., s.61.

Cinsiyet rolleri ailenin değeri, çocuk bakımı, kadının evlilikteki rolü gibi konulardaki inanışlardaki değişimleri yansıtmaktadır. Genel olarak televizyon ekranlarında kadınlar erkeklerden çok daha fazla aile içinde yer almaktadır. Erkeklerin rolleri daha kapsamlı ve daha çarpıcıdır. Kadınlar televizyonda daha çok ev kadını, anne, sekreter, hemşire gibi ‘‘geleneksel’’ rollerde görünürler. Erkekler ise koca ve baba olarak fakat aynı zamanda atletik, ünlü ve zengin olarak görünürler. Kadınlar ev ortamının dışında başarılı olarak gösterildiklerinde, kişisel yaşamında genellikle mutsuz olarak betimlenirler.<sup>157</sup>

D. Chandler’ e göre televizyon imajları geleneksel erkekliği toplumsal cinsiyet açısından doğal, normal ve evrensel olarak gösterir, fakat bu kendiliğinden oluşan bir yapılanmadır. Kadınların sıklıkla güçlü bir pozisyonda gösterilmeleri dominant ideoloji tarafından doğal olarak portreleşmez. Bu ideolojiye göre erkek daha güçlüdür ve kadın için erkeğe özgü bir işte çalışmak onun karakterine uygun değildir. Kadınların evcil işlerde gösterilmesinin temelinde bu ideoloji yatar.<sup>158</sup>

Kadının medyada en önemli temsili, annelik ve eşliktir. Burada karşımıza çıkan unsurlar, temizlik yapma ve ev bakımı, yemek yapma, çocuk bakımı ve maddi olarak eşe bağımlılık dikkat çekmektedir. Reklam filmlerinde kadınlar genellikle güzel, bakımlı, sağlıklı ve formdadır. Çünkü toplumsal cinsiyet rolleri ile bağlantılı olarak bir kadın erkeğini elinde tutabilmek için daima bakımlı, güzel, süslü ve becerikli olmalıdır. Ev içi ortamda karşımıza çıkan bu kadınlar genellikle ev işi yapmak, yemek yapmak ve çocuk bakımıyla ilgilenmekten oldukça keyif almakta ve eşinin maddi jestleri onu oldukça sevindirmektedir. Evlilik kadının beklediği en önemli olaydır, ömrü boyunca bunu bekler ve kadın bu şekilde ödüllendirilir. Kadınlar arasında yaratılan güzellik ve bakım konusundaki rekabet, ev içinde kimin daha iyi temizlik yapıp daha iyi yemek yaptığı ve daha iyi bir eş olduğu konusunda güçlendirilir.<sup>159</sup>

Kitle kültürünün kuşatması altında olan modern kitle insanı yaşanılır kılmaya çalıştığı kendi realitesini, içinde edilgen bir öge olarak yer alabildiği sosyal yaşamını, kitle iletişim araçlarından yayılan çeşitli simgelerle anlamlandırmaya

<sup>157</sup> Kaypakoğlu, a.g.e., s. 100.

<sup>158</sup> İmançer, a.g.e., s.57.

<sup>159</sup> Şeyma Ersoy Çak, ‘‘Toplumsal Cinsiyet ve Feminizm Teorileri Bağlamında Türkiye’deki Reklam Filmleri ve Popüler Müzik Videoları’’, *DEÜ GSF Dergisi*, S.4, (2010), s. 106.

çalışmaktadır. Özellikle yaşamın en özel yeri olan evinde, karşısına geçtiği televizyon ekranından modern insana yansıyan görüntüler ona, onun adına yapılmış, yaşanmış, söylenmiş, hissedilmiş olay ve olgular yumağı sunarak, onun geçici de olsa rahatlamasına, arınmasına izin vermektedir. Modern insan televizyonda patronuna başkaldıran işçiyi kendisine hakaret eden kişiyi döven aktörü, bir çok engele karşı aşklarını yaşayan aşıkları izlerken onlarda kendisini bulmakta, kendisini onlarla özdeşleştirmektedir. Çünkü televizyon program türlerinden kurmacaya dayalı yapıları olan popüler kültür karakterleri, zaman ve mekan gibi araçlarla öyküleme yöntemi kullanarak dramatik bir yapı oluşturmakta; izleyicinin düş görme ve fantazyalara olan gereksinimleri bir noktada giderilmektedir.<sup>160</sup>

İçinde yaşadığımız toplumda kadınlar, hayatın tarihin dışındaymış gibi görünen yanını ( kişisel ilişkiler, aşk ve cinsellik) temsil eder. Hayatın bu yüzleri gerçekten ‘‘ kadınların alanı’’ haline gelmiş gibidir. Ama kadınlar aynı zamanda, geniş anlamıyla ‘‘kitle kültürü’’ nün arenasındadırlar. Kitle kültürünün büyük bölümü boş zaman, aile hayatı ya da özel hayat ve ev gibi kadınsı alanlarda gerçekleşir ya da tüketilir, ayrıca temsillerin konusu olarak da yine bu alanlarda yoğunlaşır. Hem ‘‘ kadınlık’’ ın hem de ‘‘kitle kültürü’’ nin bölgesi olan bu alanlarla ilgili ideolojik nokta, bunların sınıf ayrımlarını aşarak iş görmesidir. Eğer ideoloji dikkatleri toplumsal eşitsizlik ve sınıf mücadelesinden uzaklaştırırken farklılıkları temsil edecekse, sınıfı bölen ‘‘ezeli’’ cinsel farklılık- ya da milliyet gibi sınıftan daha büyük farklılıkları vurgulamaktan daha iyi ne olabilir?<sup>161</sup>

### 2.2.1. Televizyon ve Gerçeklik

İletişim araçlarının sunduğu temsillerin gerçekliği yansıtıp yansıtmadığı iletişim çalışmalarının ilgilendiği temel konulardan biridir. Herhangi bir ayırım yapmadan, bütün kitle iletişim araçlarının ortaya koyduğu ürünlerde, az ya da çok, görünür ya da görünmez, bir kurgu payının olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Örneğin, kitle iletişim araçlarının en güvenilir, en gerçekçi olma iddiasında olan

<sup>160</sup> Özlem Güllüoğlu, ‘‘Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Popüler Kültür Ürünlerini Benimsetme Ve Yayma İşlevi Üzerine Bir Değerlendirme’’, <http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/bahar2012sayısı/html>, (Erişim Tarihi 01.04.2015), s. 78.

<sup>161</sup> Tania Modleksi, *Eğlence İncelemeleri Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar*, I.b., İstanbul: Metis Yayınları, 1998, s. 139.

“haber” ürünü dahi üretim aşamasından, editoryal süreçlerine kadar bir takım “öznel” kurgulayıcı düzenlemelerden geçerek okuyucuya/ izleyiciye ulaşır. Bu bakımdan, özellikle de televizyon söz konusu olduğunda, kitle iletişim araçlarının gerçeklik ile kurduğu ilişki biteviye devam eden tartışmaların temel odak noktalarından biri olmuştur. Bu tartışmaların süreklilik göstermesinin temel nedenlerinden biri de kitle iletişim araçlarının “gerçekliği kurgulamasında” görülen antagonizmatik/ paradoksal durumdur. Bu nedenle kitle iletişim araçlarında gerçekliğin temsilinden ziyade, gerçekliğin kurgulanarak yeniden inşa edilmesi söz konusudur. Ancak genellikle gerçekliğin kurgusal boyutu görmezden gelinir.<sup>162</sup>

Kültürel üretim sürecinde televizyondan izlenen görüntüler, birer değişim değeri içermekte ve tüketilmektedir. Bir teknik araç öylesi bir kültürel biçimlendirmeye girdiğinde, Postman’ ın dediği gibi bir “metafor” haline gelmektedir.<sup>163</sup>

Televizyonun gerçekliği aktarma biçimi, olayların doğasını “formatlara” dönüştürme olanağına dayanmaktadır. Kurgusal/ sentetik gerçeklik; hareketlerin hızlarının değiştirilmesi, - bir sahneden diğerine anında kesme ile geçiş, olayı fragmanlara ayırmak, geniş bir zaman ve mekana ayrılan olayları bir araya getirmek, bakış açılarını değiştirmek ( kamera hareketleri, zoom mercekleri ve birden fazla kamera ile ), farklı kaynaklardan gelen görüntü ve sesi bir araya getirmek ( fon müziği, ses efektleri vb ile ), bilgisayar grafik teknikleri ve çoklu-poz ( üst üste bindirme) işlemleri ile görsel imajları birleştirmek, ayırmak, bozmak, animasyon ve bilgisayar grafikleri ile “olaylar yaratmak” yoluyla oluşturulur.<sup>164</sup>

Televizyon yarattığı kurgusal dünyanın içine bireyleri çeker ve tüm düşleri, yaşamları, devrimleri, isyanları insanların ellerinden alarak, onları yeniden anlamlandırarak ve kodlayarak geri verir. Toplum içindeki tüm ayrımlar ve çelişkiler ekranda gizlenir ya da önemsiz gibi gösterilir.

David Thorburn, ekranda bize sunulan programların hem imal edilen kültürel “artifact” ler, hem de kurmaca veya dramatik popüler kültür metinleri

<sup>162</sup> Göksel Göker, “Tele-Yaşamlar: Gerçeklik ve Kurgu Bağlamında Türkiye’ de Realite Programlar” , *Global Media Journal TR Edition*, S.6, (2015) s. 262.

<sup>163</sup> Tübitak Raporu, *Toplumsal Dönüşümler ve Medyada İzleyici Katılımı*, İstanbul, 2010, s.10.

<sup>164</sup> a.g.m.

olduğunu ifade etmektedir. Thorburn' a göre, televizyon programları, imal edildikleri toplumun kültür tarihi üzerinde düşünmemize olanak veren eserlerdir. Çünkü televizyon toplumların asıl öykü anlatıcı kurumudur. Televizyon anlatıları, kültürün bütünü adına ve kültürün bütününe hitap etmektedir. Sınıf, servet, yaş ve cinsiyet sınırları aşıp, içinde bulunulan kültürün mitolojilerini ile getiren artifactlar oluşturmaktadır.<sup>165</sup>

### 2.2.2.Kadına Yönelik Televizyon Yapımları

Kitle iletişim araçları, Türkiye'de son 30 yıl içinde kültürel alandaki değişimi çok hızlandırmıştır. Toplumu, kültürel ve siyasi alanda istediği yöne kanalize etmede, değiştirmede ve etkilemede büyük bir rol oynayan kitle iletişim araçları, özellikle televizyon, geleneksel kültür üzerinde yozlaşmalara, yabancılaşmaya, değişikliklere, sebep olmakta ve ortaya yeni bir kültür çıkmaktadır. İşte, kitle iletişim araçlarının ortaya çıkardığı bu kültür, popüler kültürdür. Kitle iletişim araçları içerisinde herkesin kolaylıkla ulaşabildiği ve kullanabildiği televizyon da popüler kültürün en büyük satıcısı, pazarlayıcısı ve yayıcısıdır.<sup>166</sup>

Televizyonun ortaya çıkardığı popüler kültür ürünleri aracılığıyla hedef kitlesine gönderdiği iletinin mutlaka bir anlamı vardır. Kitle iletişim araçlarının iletisi eğlence, eğitim, haber, spor, film, tartışma ve yarışma biçimlerinde olabilir. Hangi biçimlerde sunulmuş olursa olsun, ileti dikkatle hazırlanmış bir amacın paketlenmesidir. Bu amaç: (a) herhangi bir ürünün tanıtımını, (b) belli bir tutum, görüş, davranış, alışkanlık, zevk ve tüketim teşvikini, (c) ekonomik sömürünün ekonomik kalkınma olarak satılmasını, (d) belli güçlerin siyasal egemenliğinin demokrasi olarak yutturulmasını içerebilir.<sup>167</sup>

Belli bir izleyici kitlesine, yaş grubuna, cinse, sınıfa ya da etnik izleyici kitlesine yönelik hazırlanan televizyon yayınları gündelik yaşam akışına göre düzenlenmektedir. Televizyonun aileye yönelik olması ve gündelik yaşam akışına göre düzenlenmesi hedef kitlenin saptanmasına başvuru stratejileridir. Bu nedenle,

<sup>165</sup> Güllüoğlu, a.g.m., s.79.

<sup>166</sup> Tevfik Uzun, " Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Var mısın Yok Musun? Yarışma Programının Değerlendirilmesi ", *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, S.1, (2009)

<sup>167</sup> a.g.m.

belli programlar günü belirli saatlerinde yine belli bir izleyici kitlesi hedeflenerek yayına konmaktadır. Kadınlar bu hedef alınan kitlelerden biridir. Günün belirli saatlerinde sadece kadınlara yönelik bazı programlar yayınlanmaktadır.<sup>168</sup>

Kadın programı televizyon kanallarının kullandıkları bir kategoridir. Bu kategoriye sabah ve gündüz kuşağındaki eğlence, tartışma ve konuşma programları dahildir. Programlar sınıflandırılırken bir cinsiyet kategorisi olarak “kadının” vurgulanması ve “kadın programı” gibi bir türleştirmeye gidilmesi hem olumlu hem de olumsuz yönüyle değerlendirilebilir. Olumsuz yönü medyanın genelinin erkek izleyiciye yönelik tasarlanması ve arta kalan kadınlar (ve çocuklar) için düzenlenmesi anlayışıdır. Önüne “kadın” tanımı getirilerek sunulan seçeneklerle kadınlar eğlence, trajedi, güzellik, mutfak, aile, ev ekonomisi gibi belli temaların içine ve klişelere sıkıştırılmaktadır. Olumlu yönü ise ayrı bir kadın kategorisinin aynı zamanda kadına yönelik bir pozitif ayrımcılık yönünde erilebilmesi potansiyelidir.<sup>169</sup>

Televizyonlarda gündüz yayın saatlerinin büyük bölümünü kapsayan kadın programları kadının daha çok ev içi uğraşlarını destekler niteliktedir. Bu programlarda kadınlara nasıl daha iyi yemek pişirilir, nasıl daha iyi çocuk bakılır, nasıl daha güzel bir vücuda sahip olunabilir, hangi kozmetiklerin nelere yaradığı gibi, bir bakıma kadınların erkeklere kendilerini daha fazla beğendirmelerini sağlayacak konulara yer verilmektedir.<sup>170</sup>

Kadın programlarının türsel özelliklerine bakıldığında farklı türlere ait özelliklerin bir arada kullanıldığı “türler arası” bir niteliğe sahip olduğu görülmektedir. Bu türler, “izleyici tartışmalı programları”, “gündüz kuşağı konuşma programları”, “trash tv”, “reality tv” programlarıdır. Ayrıca kadın programlarının varyete ve vodvil gibi tiyatro kökenli türlerle ve freak show gibi bir ortaçağ eğlencesiyle de benzerlikleri bulunmaktadır.<sup>171</sup>

Programların saat açısından yerleştirilme durumuna bakıldığında da eşitsizlik olduğu açıktır. Erkek programları, erkeklerin işten eve gelme saatine göre

<sup>168</sup> Meder ve Çiçek, Özel..., a.g.m., s. 71.

<sup>169</sup> Emek Çaylı Rahte, “Aile İçi Şiddet VE Medya: Gündüz Kuşağı Televizyonunda Şiddetin Görünürlüğü ve Yeniden Üretim”, [ilet.gazi.edu.tr/posts/download?id=13457](http://ilet.gazi.edu.tr/posts/download?id=13457), (Erişim Tarihi: 10.01.2016), s.189.

a.g.m., s.190.

<sup>170</sup> Ilgaz, a.g.m., s.24.

<sup>171</sup> Meder ve Çiçek, Özel..., a.g.m., s.74.



ayarlanırken kadın programları ev işlerinin yapılma saatine, çocuğun okul ve uyku saatine göre konumlandırılmaktadır.<sup>172</sup>

Kadın programı kategorisine giren yayınlar, kadını geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri içinde temsil ederken, cinsiyet ayrımcılığına ve ev içi şiddet sorunlarına karşı eleştirel bir duruş sergileyerek, alternatifler önerme, ele alınan meseleyi kişisel-özel sınırlamasının ötesinde sosyo- politik düzlemde tartışma gibi bir yönelim içine girememektedir. Bu haliyle, müzakere ettiklerini, çözüm yolları aradıklarının iddia ettikleri sorunları üçüncü sayfa ya da magazin haberi formatında sunmasının dışında nadiren çıkabilmektedirler. Özel hayatın gizliliği ve kişilik hakları, tıpkı adli haberlerde olduğu gibi yeterince korunmamakta, pazarlanmakta, ataerkil bir kadınlık anlatısı sunulmaktadır.<sup>173</sup>

Genel olarak bakıldığında, kadın programları, içerik, tür, söylem, katılımcıların sosyo ekonomik özellikleri bağlamlarında toplumdaki yeni bir oluşuma karşılık geldiğini söylemek mümkündür. Yeni olan şey, kadın katılımcıların, sorun odaklı öznel yaşam deneyimlerini rahat bir şekilde, özel hayatın gizliliği, kamusal mahremiyet ilkesinin sınırları dışına çıkarak ifşa etmeleridir. Bu programlara katılan kitle, diğer izleyici kitlesinden farklı nitelikleriyle ön plana çıkmaktadır. Başka bir deyişle, her ne kadar sosyo- kültürel açıdan farklı bireylerin bir araya geldiği bir kamusal alan tablosu çizilmiş olsa da görülen şey, katılımcıların çoğunlukla, eğitim düzeylerinin düşük, entelektüel potansiyellerinin alt seviye, alt sınıfa mensup, muhafazakar, toplumsal cinsiyet söylemlerinin dışına çıkmamış, düşünsel olarak modern olmayan, kendini yeterince geliştirmemiş oldukları ve söylemlerin bu düzlemde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla yaşam tarzı, bakış açısı, değer yargısı, düşünsel derinlik, davranışsal incelik bağlamlarında homojen bir kitle söz konusudur.<sup>174</sup>

---

<sup>172</sup> Yıldırım ve Karahisar, **a.g.m.**, s.63.

<sup>173</sup> Çaylı Rahte, **a.g.m.**, s.181.

<sup>174</sup> Mehmet Meder ve Zuhale Çiçek, "Mahremiyet Anlayışının Yerinden Edilmesinin Aracı Olarak Kadın Programlarının Türsel ve Söylemsel Analizi: Denizli Örneği", **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, S. 12, (2012), s.12.

### 2.2.3. Türkiye’ de Kadın Programlarının Bir Tür Olarak Ortaya Çıkışı

Geleneksel televizyon kanallarında yer alan program türlerinin temelleri televizyonun altın çağını takip eden yıllarda atılmıştır. Yayınların yaygınlaşmaya başladığı ilk yıllarda deneysel olarak ortaya çıkan program türleri daha sonraları uluslararası program pazarı sayesinde bütün dünya televizyonlarına ihraç edilmiştir.<sup>175</sup>

Yapım malzemesi ve teknik özellikleri; amacı ve işlevleri; izleyici kitlesinin durumu ve özellikleri ve içerikleri televizyon programlarının sınıflandırılmasında göz önünde bulundurulacak unsurlardır. Genel bir yaklaşım ile televizyon program türleri günün koşulları ve teknik olanaklara göre belli sınırlar içinde değerlendirilebilir. Bu programlar haber programları, eğitim ve kültür programları, drama programları, spor programları, belgeseller, kadın programları, vb. gibi sınıflandırılabilirler.<sup>176</sup>

Türkiye’ de 1990’ larda fiili olarak başlayan ve daha sonra yasallaşan özel radyo ve televizyon yayıncılığı, 1980’ li yıllardan itibaren başlayan ekonomik ve siyasi değişimin ürünüdür. 1980 darbesinin ardından uygulamaya konan 24 Ocak Kararları ile ithal ikameci, devletçi ekonomik yapı sona ermiş, özelleştirmeler aracılığıyla, özel sektör ve yabancı yatırımcıların başrolü oynadığı yeni bir ekonomik yapıya doğru gidilmiştir. Bu ekonomi politikaları Türkiye’deki sosyal yaşamı da derinden etkiler. 1970’ li yıllardan 1980’ lere geçiş ve sonrasında yaşanan önemli sosyal, siyasal ve kültürel değişimler sonucu yeni popüler kültür ürünleri ortaya çıkmış ancak bu ürünler devlet denetimindeki radyo ve televizyon yayınlarında kendine yer bulamamıştır. Kamu yayıncılığının dışında bıraktığı hali hazırdaki popüler kültür ürünleri, özel radyo televizyonlarda kendine yer bulmuş ve dahası, bunlara yeni ürünler eklenmiştir. Bu süreçte yaşanan önemli değişimlerden biri de 1990’lardan itibaren yeni televizyon türleri ve televizyon formatlarının ortaya çıkmasıdır.<sup>177</sup>

<sup>175</sup> Özgür, a.g.m., s.71

<sup>176</sup> a.g.m.

<sup>177</sup> Emel Baştürk Akça ve Hasan Akbulut, ‘‘ Kadın Programlarına Bir Bakış: Kadının Sesi ve Sizin Sesiniz’ de Tür, Anlatı ve Format, İletişim Araştırmaları Dergisi, S.1, (2005), s.47.

Medya içerikleri, son otuz yıl içerisinde her geçen gün daha da artan oranda magazin/eğlencenin egemen olduğu anlatılara dönüşmüş, liberal yaklaşımını idealize ettiği kamu yayıncılık anlayışı tamamen ters yüz olmuştur. Demokratik toplum yapısının işlerliğini sağlamak için kamu yararına göre hareket etmesi öngörülen iletişim araçları, 1980' li yılların popüler politikalar sonrasında ticari birer kurum, ardından da ulusal ve küresel sermaye ile organik bağlantılı devasa tekellere dönüşmüş, içerikler ise kurumların kar kaygısına uygun olarak üretilen birer "meta" ya evrilmiştir. Kar edebilmek metaların pazarlarda pazarlanmasını gerektirmiş, geniş kitlelerin ilgisini en kolay çekebilecek magazin/ eğlence temaları yaygın pazarlama stratejisi haline gelmiştir.<sup>178</sup>

Medya alanında kısaca açıklanmaya çalışılan endüstriyel gelişmeler, Türkiye de dâhil olmak üzere Avrupa'nın pek çok ülkesinde benzer sonuçlar doğurmuştur. Program ticaretinde meydana gelen canlanma, konumuz açısından vurgu yapılması gereken ortak sonuçlardan biridir. Hem kanal sayısında hem de yayın saatlerinde meydana gelen artış, yoğun bir program ihtiyacı doğurmuştur. Bu ihtiyaç, büyük ölçüde düşük maliyetli yapımlar aracılığıyla karşılanmaya alışılmıştır. Standart formatlar çerçevesinde üretilen bu programlardan bir kısmı, ABD kökenli, nispeten ucuz, çekiciliği denenmiş yarışma, eğlence ve tartışma programlarından oluşmuştur.<sup>179</sup>

Türkiye' de medyanın 1990' lı yıllardan itibaren kendisini var ettiği ve sıklıkla tekrarladığı temel söylem, yaşama ilişkin gerçeklerin farkına varılması, bütün çıplaklığıyla sergilenmesi, değerlendirilmesi ifadeleri üzerine inşa edilmiştir. Bu söylemden hareket ederek, farklı içerik, söylem ve teknik biçimleri kullanarak yaşamın her alanına dair karelerin sunulduğu diziler, reality showlar, talk showlar, haber ve magazin programları yaygınlaşmış ve Türk toplumu, kısa sürede N. Göle' nin ifadesiyle "gerçeğin, hamasi duygular dedikodular, hakir görmeler ve metalaştırmalarla karıştığı medyatik büyüye kapılmıştır", televizyon gündelik

---

<sup>178</sup> Onur Dursun ve Dilek Evirgen, "Bilginin Popüler Kültür- Popüler Kültürün Bilgi Aracı Olarak Kullanıldığı Bir Alan: Yarışma Programları Ticari Televizyonların Yarışma Programlarından Beklentisi Nedir?", [http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ\\_8\\_sayi\\_Bahar\\_2014/pdf/Dursun-Evirgen.pdf](http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ_8_sayi_Bahar_2014/pdf/Dursun-Evirgen.pdf), (Erişim Tarihi 10.12.2015), s.127.

<sup>179</sup> Ercan Balcı, "Televizyon Program Formatları: Çarkıfelek ve Kim 500 Milyar İster Programları Üzerine Bir İnceleme", *Kültür ve İletişim Dergisi*, S.12, (2009), s. 54.

yaşamın merkezine yerleşmiştir. Bu şekilde geleneksel içerime sahip kültürel kalıplar modern bir görünüme bürünmeye, davranış kalıpları, değerler, yaşam tarzı farklılaşmaya başlamıştır.<sup>180</sup>

Televizyon kitle üzerindeki yaygın etkisi daha çok reklam, haber, moda, magazin, sağlıklı yaşam içerikli programlar, yarışma programları ve eğlence programları ile gerçekleştirilmekte, bireyler, bu programlardan psikolojik faydalar sağlamaktadır. Televizyon özellikle kadınlar için önemli bir zaman geçirme aracı olarak görülmektedir.<sup>181</sup>

1990' lı yıllarda ortaya çıkan bu programlar, TRT' nin tek düze program akışıyla kıyaslandığında oldukça canlı ve hareketliydi. Bu nedenle de kısa sürede içinde geniş izlenme oranlarına ulaştı. 2000' li yıllarda ise ticari yayıncılığın bir özelliği olarak, yüksek izlenme oranlarına ulaşan bu programların benzerleri tüm kanalları kapladı. Neredeyse tüm kanallarda, aşağı yukarı aynı saatlerde benzer program türleri yer almaktadır.<sup>182</sup>

Türkiye' de kadınlara yönelik programlar ilk kez 1939 yılında Ev Saati programı ile başlamış 1968 yılından günümüze kadar kadınlara yönelik çeşitli programlar yapılmıştır. Bu programların temel özelliği her konumdaki kadının insani yetenek ve kimliğinin değil her şeyden önce fedakar anne, iyi eş, iyi ev kadını kimliklerinin öne çıkartılmasıdır. 1970 yılında Ev İçi adlı program ve 1972' den itibaren ise kentli kadınlara yönelik hazırlanan programlardan Kadın ve Ev kadınların gündelik hayatları göz önünde bulundurulduğundan, sağlık, pratik bilgiler, aile hayatı gibi içeriklere sahipti.1984 yılında yayınlanan Hanımlar Sizin İçin ve Çalışan Hanımlar Sizin İçin programları da bu anlayışın dışına çıkmadı.<sup>183</sup>

Geçmişten günümüze gelindiğinde ticari yayıncılığın daha fazla izlenme kaygıları kadın programlarını da çeşitlendirmiştir. Birçok program türünü içeriğinde barındıran farklı yapımlar ortaya çıkmıştır. Bunlardan bazıları aşağıdaki bölümlerde kadın/ kadın sorunları odaklı reality showlar, evlilik ve aile olma odaklı programlar ve geleneksel söyleme sahip sohbet programları olarak ele alınacaktır.

<sup>180</sup> Meder ve Çiçek, Mahremiyet..., a.g.m., s. 10.

<sup>181</sup> Meder ve Çiçek, Özel..., a.g.m., s.71.

<sup>182</sup> Akça ve Akbulut, a.g.m., s.51.

<sup>183</sup> Özgür, a.g.m., s.76.

### 2.2.3.1. Kadın Odaklı Reality Showlar

Reality show terimi, gerçeklik izlenimi yaratmak ya da gerçekliğin kendisini aracısız izleyiciye ulaştırma iddiasındaki televizyon programcılığı türünün ya da akımının ilk örnekleri arasında yer almaktadır. Bu adlandırma, reality show'ların yaratıldığı Amerika Birleşik Devletleri'ndeki programlara olduğu kadar, Türkiye' de 1990' lı yılların ilk yarısında yayınlanmaya başlayan gerçeklik programlarına da uyarlanabilmektedir.

Kar amaçlı özel yayıncılık, starlar, büyük stüdyolar ve pahalı dekorlar gerektirmeyen, ancak izleyicinin merak ve acıma duygularına hitap eden, bu nedenle daha çok rating yapabilen yeni formatlar geliştirir. Adaklı ve Aksop'un vurguladığı gibi bu yeni formatlar arasında "gizli kamera şakaları, talk showlar, forum gibi tartışma programları, haber magazinler gibi geleneksel kurmaca programları kategorisinde değerlendirilemeyen ancak, anlatı yapısı itibariyle kurmacayı andıran biçimlerin yer aldığı "reality programları"nın özel bir yeri vardır."<sup>184</sup>

Tele-gerçeklik olarak adlandırılan program, kadın programlarına benzeyen diğer bir türdür. Yazılı bir metin olmaksızın dramatik ya da komik durumları sunan, gerçek olayları belgelerle kanıtlayan, oyuncuların karşısında sıradan insanları koyan olan şeyler bir gösteri havasına dönüştürülmektedir.<sup>185</sup>

Reality show'ların ürettiği ve temsil ettiği "yeni" gerçeklik anlayışı, "olduğu gibi", kurgusuz ve "saf" gerçeğin aktarılması iddiasına dayanmaktadır. Kaçınılmaz olarak her programda ideolojik bir anlatı kuruluyor ve bu anlatı bir sunucunun dolayısıyla izleyiciye aktarılıyor programlardır. 2000' li yıllarda yaygınlaşmıştır. Bu programlarda gerçek hayatta var olsa da, kamu hizmeti yayınlarının hiyerarşik bir biçimde düzenlenmiş resmi gerçekliğine alışkın izleyiciyi, televizyon anlatısıyla ilgili önyargılarından çıkaran radikal bir biçimde farklılaşmış bir gerçeklik söz konusudur. Burada karşımıza çıkan ve gerçeklik televizyonunu

<sup>184</sup> Akça ve Akbulut, *a.g.m.*, s.47.

<sup>185</sup> Meder ve Çiçek, *Özel...*, *a.g.m.*, s.74.

kuramsallaştırırken önemli bir çözümleme nesnesi olan sıradanlık ve gündeliklik ideolojisi çarpıcı bir biçimde reality show' larda görünmektedir.<sup>186</sup>

Tam anlamıyla gerçek an' ı yansıtmayan bu programlarda, kadınların şikayetleri, gerçek yaşam öyküleri, canlı yayında kayıp kişilerin bulunması ve buluşma anlarının yayınlanması nedeni ile bu format içerisine girebilmektedir. Konu başlıkları genellikle dramatik, ilgi çekici ve dikkat toplayıcı olmaktadır. Kadın reality programlarının temelinde tartışma yatmaktadır. Bu programlarda tartışmalarının başlangıcı uzak ve sonu açıktır. Sıradan insanlar kişisel öykülerini kameralara anlatarak bir bakıma arınma yaşarlar. Bu durum ekran başındaki izleyici içinde geçerlidir.<sup>187</sup>

Bu programların ilk örneği Yasemin Bozkurt' un sunduğu 2005 yılında yayınlanan Kadının Sesi programıdır. Serap Ezgü ile Biz Bize, İnci Ertuğrul Sizin Sesiniz, Yetiş Fato programları da bu tür içinde değerlendirilebilir.

### **2.2.3.2. Evlilik ve Aile Kurma Odaklı Kadın Programları**

Evlendirme programları, Türkiye özelinde formatlarla seyirciye ulaşılar da temelde sonu evliliğe varması beklenen kadın erkek ilişkilerini aşk üzerinden kurgulayan ve evlilik ritüellerini konu edinen programlardır. Bunların arasında ünlülerin katılımıyla gerçekleşen programlar; evlilik öncesi pratiklerin sergilendiği kültürlerarası farklılıklara dikkat çeken çeyiz şovları ve evlendirme programları sayılabilir.<sup>188</sup>

Sanayi sonrası toplumlarda evlilik kurumunun geçirdiği dönüşmenin etkileri Türkiye'de de gözlemlenmektedir ve evlendirme programları bu dönüşümün bir parçasını oluşturmaktadır. Bu programlar, hem kendi geliştirdikleri hem de toplumda zaten var olan evlilik pratiklerinin televizyonun demokratikleştirici yönü

<sup>186</sup> Barış Bora Kılıçbay, "Türkiye' de Gerçeklik Televizyonu ve Yeni Televizyon Kültürü", (Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara, 2005, s.81.

<sup>187</sup> Özgür, **a.g.m.** , s.79.

<sup>188</sup> Gözde Aytemur Nüfusçu ve Ayça Yılmaz, Evlilik Pratiklerinin Dönüşüm/ Yeniden Üretim Sürecinde Evlendirme Programları, **Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi**, S.16, (2012), s.28.

aracılığı ile büyük kitlelere ulaştırırken aynı zamanda seçme özgürlüğü üzerine bir eşitlik söylemi geliştirmişlerdir.<sup>189</sup>

Türk televizyonlarında evlilik programlarının temeli Biri Bizi Gözetliyor programı ile başladı. Önce Hollanda' da başlayan daha sonra tüm Avrupa' ya yayılan Big Brother isimli televizyon programı Türkiye' ye ithal edilmiş kısa zamanda bütün ülke bu programı konuşmaya başladı çünkü evdeki on beş genç sürekli izleyiciler tarafından gözetleniyordu. Türk halkının içindeki gözetleme dürtüsünü göz önüne çıkaran yapımcılar içine aşkı yerleştirdikleri evlere yeni gençler buldular. Bu seferde evlenmek isteyen genç kızlar ve genç erkekler bir evin içinde uygun taliplerini bulmak için yarışmaya başladılar. Bu yarışmaların ilki Ben Evleniyorum adlı program ile başladı. Gelin Kaynana ve buna benzer programlarla devam etti.<sup>190</sup>

Kadın ve erkek rollerinin sürdürülmesi, değişmesi ve dönüşümü olgularının en dinamik şekilde tartışıldığı alanlardan biri evliliğdir. Günümüzde toplumsal cinsiyet rolleri alanında, kadın-erkek eşitliği fikri, her ne kadar toplumsal örgütlenmede az ya da çok benimsenmiş görünse de, evlilik kurumu ve aile, demokratikleşme sürecindeki sınır noktalardan birini oluşturmaktadır.<sup>191</sup> Evlilik kurumu, çalışma hayatı ve eğitim gibi toplumun her alanında karşımıza çıkan toplumsal cinsiyete bağlı eşitsizliklerin birincil toplumsallaşma sürecinde bizzat yeniden üretildiği alanlardan birini oluşturmaktadır.<sup>192</sup>

Kadın programları arasında en çok dikkat çeken türün farklı kişileri bir araya getirip tanışmalarına, evlenmelerine olanak tanıyan izdivaç programları olduğunu söylemek gerekmektedir. Normal yaşamda kendilerine eş ya da arkadaş bulamayan kişiler bu programlara başvurmaktadırlar. Katılımcıların eşlerini seçerken birbirlerine yönelttikleri sorular, aradıkları kriterler ve diğer katılımcıların yorumları cinsiyetçi söylemler üzerinden sürdürülmektedir. Evlenilecek erkeğin eve, arabaya sahip olması, her iki cinsin dul olmaması, çocuklarının olmaması, güzel ya da yakışıklı olması, kadının eşine destek ve sadık olması gibi kadınlık ve erkeklik

---

<sup>189</sup> a.g.m., s.27.

<sup>190</sup> Özgür, a.g.m., s.81.

<sup>191</sup> Nüfusçu ve Yılmaz, a.g.m., s. 26.

<sup>192</sup> a.g.m., s.27.

söylemleri üzerinden inşa edilen ve ön yargılarla yüklü kriterler, toplumsal cinsiyet kalıplarını pekiştirmektedir.<sup>193</sup>

Evlilik kurumunun oluşumunda çöpçatanlık misyonu ile programlar olağan koşullarda sınırlı bir tanıklık ve akraba arasında kalan evlenme olgusunun süreçlerini televizyonun önünde, çok sayıda izleyicinin tanıklığında medyaya özgü show programı olarak sunmaktadır. Çöpçatanlık olgusu bağlamında evlilik ritüeli popüler kültürün hazcılık anlayışı bağlamında yeniden biçimlendirilerek izleyicilerle interaktif etkileşim içinde sunulmaktadır. Bu programlar aracılığı ile kültürel dönüşüm içine sokulan evlilik olgusu ve bu olguya yönelik değer değişimleri söz konusudur.<sup>194</sup>

Gündelik pratiğimizde önemli bir yeri olan televizyonun, toplumsal anlam ve değerlerin yalnızca taşıyıcısı değil, kültürel deneyimlerin yaşandığı bir yer olduğunu da söyleyebiliriz. Yine kültürün toplumsal hareketlerle, pratiklerle işlendiğini, çatışmalı ilişkilerle oluştuğunu ve popüler medyanın kurgusal anlatıları ile hayatı kazandığını düşünmeliyiz.<sup>195</sup>

Evlenme geleneği, belli çerçeveler dahilinde gelişen, kendine özgü ritüelleri olan ve kültürel atmosfere göre şekil kazanmış köklü bir gelenektir. Yarışma formatında evlenmeyi daha çok ekonomik temelli hedefler sınırlamaya çalışan programlar, değer yıpranması ve zihinsel kargaşaya yol açması yanında toplumun evlilik kurumu ile ilgili geleneksel yapısında var olan ailenin kutsiyeti anlayışını şöhret ve reyting uğruna görmezlikten gelmesine yol açmaktadır.<sup>196</sup>

Türk televizyonlarında evlilik programlarına Esra Erol ile Evlen Benimle, Huysuzla Görücü Usulü, Su Gibi programlar örnek verilebilir. Gelinim Olur musun?, Kısmetse Olur gibi televizyon programları da Big Brother örneğinin devamı niteliğindedir.

---

<sup>193</sup> Meder ve Çiçek,Özel., a.g.m., s.77.

<sup>194</sup> Özgür, a.g.m., s.82.

<sup>195</sup> Türkdoğan, a.g.m., s.73.

<sup>196</sup> Fazlı Polat ve Bahset Karlı, ‘‘Evliliğe İlişkin Türk Televizyon Programlarının Sosyoloji Analizi’’, *EKEV Akademik Dergisi*, S.51, (2012), s.37.



Birçok televizyon kanalında yayınlanan evlilik programları, reyting uğruna kişilik haklarını hiçe sayarak toplumu yanlış yönlendirmesi ile ilgili son günlerde sıkça tartışma konusu olmaktadır.<sup>197</sup>

### 2.2.3.3. Geleneksel Söyleme Sahip Sohbet Programları

Gündüz kuşağındaki kadın programlarını da iki kategoride ele almak mümkündür. Sabah saatlerinde, genellikle yemek tariflerinin yanı sıra, “uzman” konuklar eşliğinde sağlık, çocuk gelişimi, dengeli beslenme, gibi konularda bilgi veren “bilgilendirici” programlar yer almaktadır. Söz konusu programlar bu yapıyla klasik/ geleneksel kadın programlarının devamı olarak değerlendirilebilir. Ancak bu programların da temelde, kadınlara pratik bilgiler vermeyi amaçlayan yapısını korumakla birlikte, biçim olarak oldukça değiştiğini, daha popüler bir söyleme eklemelendiğini belirtmek gerekir. Bir diğer kategori ise televizyon kanallarının program akışında “ (kadın) tartışma” programı adı altında kategorize edilen programlardır. Bu programlar, “bilgilendirici” programların ardından, genellikle öğleden sonraları yayına girer. Bu tür programlar, -büyük çoğunluğu kadınlardan oluşan-stüdyodaki konukların kendi yaşam öykülerini, yaşadıkları sorunları dile getirmesi ve program sunucusunun yol göstericiliğiyle, sorunlarına “çözüm” aradıkları bir platform olarak karşımıza çıkar.<sup>198</sup>

Genel olarak bakıldığında eğitim, ekonomi, aile, çevre, sanat, hukuk, toplum gibi pek çok alana ilişkin konuların tartışıldığı, bilgilerin verildiği kadın programları daha çok eğlence işlevine dönüktür. Bu programların konuk seçimlerinde ünlü kişilere ağırlık verildiği; kadınları ilgilendireceği varsayılan sosyal konularda bilgi vermesi için uzman kişilerin davet edildiği görülmektedir. Astroloji, yemek tarifi, ev içi etkinliklere dair pratik bilgilerin verildiği programlara rastlanmaktadır. Bu tarz bir yönelim, kadınların ev işlerine daha yatkın oldukları yönünde bir düşüncenin kabullenilmesine ve benimsenmesine neden olmaktadır.<sup>199</sup>

<sup>197</sup> Polat ve Karşlı, a.g.m. , s.36.

<sup>198</sup> Akça ve Akbulut, a.g.m. , s.51.

<sup>199</sup> Meder ve Çiçek, Özel..., a.g.m., s.71.

Programlardaki kadın rolleri, bir yandan verilen bilgilerle, eğitime dönük bölümler iyi ev kadını olma amacına hizmet ederken, diğer yandan ailenin devamı, ahlaki değerler vurguları etrafında erkek egemen sistemin devamına hizmet edecek biçimde tasarlanmaktadır. Bu programlarda kadınlara sunulan diyet reçeteleri, güzellik ve sağlık önerileri nasıl görünmeleri ve nasıl davranmaları gerektiği konusunda çeşitli kalıplar, ilişkilerinde uygulamaları gereken yöntemler, ideolojik olarak baskın kültüre aittir ve geleneksel ahlak kurallarına uygunluk göstererek ataerkil ideolojiyi sürdürürken kültür endüstrisinin devamını sağlar.<sup>200</sup>

Televizyon kanallarımızda yayınlanan İyi Fikir, Ebru Şallı ile Ebruli, Deryalı Günler, Esra Ceyhan' la Hayat gibi programlar bu kategoride adlandırılabilir.

### 2.3.Feminist Medya Çalışmaları

Demokratik yapılarda “tam ve özgür bir iletişim ortamı”nın olması gerektiği miti etrafında örgütlenen medya bir işlevini toplumun birçok grubunu dışlayarak, gerçekleştirdiğini savunmaktadır. Kitle iletişim araçları ya da bugünün popüler tanımlamasıyla medya toplumdan dışlanan birçok grup ve kesim kadına konuşup, bu grupların temsil edilmeleri konusunda ise çekinceli davranmaktadır. Bu grupların en başında da kadınlar gelmektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak da medya, 1960' ların sonlarından itibaren feministlerin ve feminist çalışmaların önemli bir odağı haline gelmiştir. Öncelikli olarak gazeteler ve dergiler üzerine yapılan çalışmaları kısa bir süre sonra televizyon ile ilgili çalışmalar izlemiş ve televizyon, feminist eleştirilerin nesnesi olmuştur.<sup>201</sup>

Feminist çalışmaların bir kısmı, medyada, imgelerin kadınların aleyhine nasıl üretildiğini sorgular ve medyayı eleştirirken, diğer bir kısım feminist

---

<sup>200</sup> Özgür, a.g.m., s.83.

<sup>201</sup> Meltem Ağduk, Harika Bu Ne Hal! Medya, Kadınlar ve Şiddet, [http://www.huksam.hacettepe.edu.tr/Turkce/SayfaDosya/harika\\_bu\\_ne\\_hal.pdf](http://www.huksam.hacettepe.edu.tr/Turkce/SayfaDosya/harika_bu_ne_hal.pdf), (Erişim Tarihi 01.04.2016)

araştırmacı da, yine aynı medyanın kadınların özgürleşiminde ve “biz” kimliğini geliştirmelerinde nasıl rol oynadığını ortaya koymuşlardır. 1970’ lerde kadın hareketinin yoğunluğu içinde, medyayı geleneksel kadınlık imgelerini üreten en önemli güç olarak gören feministlerin çalışmaları, iletişim disiplini içinde aynı coşku ile karşılanmamış, hatta marjinal kalmış ve neredeyse 1990’lara gelinceye kadar da bu marjinalliği sürdürmüştür.<sup>202</sup>

Kadının medyada temsili tartışmasını başlatan feminist medya çalışmaları, medyadaki kadın temsillerinin dönüşümü için müdahalelerde bulunmuştur. Bu çalışmalar medyada kadın temsiline ilişkin problemi, feminizmin en genel tanımında içerilen üç temel yönle uyumlu biçimde ele alır:

- 1-Kadınların nasıl ne için baskı altında tutulduğunu anlamaya çalışan bir analiz
- 2-Kadınların özgürleştiği ve cinsiyet rollerine ilişkin stereotiplerin ortadan kalktığı bir toplum tahayyülü
- 3- Kadını baskılanmasını toplumun temel çelişkisi olarak kavrayan bir dünya görüşü<sup>203</sup>

L. Van Zoonen’ e göre liberal, radikal ve sosyalist feminist söylemler medya konusunda araçsal bir bakış açısını savunur. Medya, kadınlar ve dişilik hakkında stereotipik, ataerkil ve egemen değerleri aktaran temel araçlar olarak algılanır. Liberal feminist söylemde medya, egemen değerlerin taşınmasında oldukça cinsiyetçi olan mirası aktarır. Radikal feminizm medyanın ataerkil bir yapısı olduğunu ve bu yapıyı sarsacak kadın deneyimlerini bastırdığını savunur. Sosyalist feministlere göre medya kapitalist söylemin ütopyalarını yaygınlaştırmakta araçsal bir rol oynaması gerekir. Kadınların pembe diziler, romanlar gibi mevcut sistemin ürünlerinin yerine, kendilerine özgü ürünleri yeğmeleri, medyanın feminist söylemleri yaygınlaştırmakta üstlendiği araçsal misyon ile birlikte toplumun bu konuda bilinçlenme sürecine bağlıdır.<sup>204</sup>

---

<sup>202</sup> a.g.m.

<sup>203</sup> Çelenk, a.g.m., s.229.

<sup>204</sup> İmançer, a.g.e., s.52.

Feminist hareketin içinde çok kaba hatları ile yapılan ayrımla, liberal, radikal ve sosyalist feministler, kadınların tarih boyunca uğradıkları baskının ve ikincilik durumunun nedenlerini, farklı yerlerde bulmalarına rağmen, kadının bu konumunun, belli bir yapı içinde belirlendiği konusunda hemfikir olmuşlardır. Fakat bugün artık feminizm ve feminist hareket, 1960' ların sonlarındaki gibi kolayca sınıflandırılabilir gibi görünmüyor. Toplumsal ve siyasal düşündeki değişimler, ister istemez feminist düşünce üzerinde de etki yapmış ve dönüşümlere neden olmuştur.<sup>205</sup>

Post feminist terim ise günümüz kadın jenerasyonun düşünce yapısını tanımlamaktadır. Günümüz kadını kadın özgürlüğü hareketinden sonraki nesildir ve bu hareketin kazanımı olan tutum değişiklikleri ile birlikte sosyal reformların yararlarının sonuçlarını görmektedir. Bu jenerasyonda feminist düşünce, kadına çok erkeksi ve kamusal bir rol verdiği iddiası ile ret edilir. Günümüzde hakim düşünce daha geleneksel olan kadını evde konumlandırmaya eğilimlidir. Televizyonda ise kadının post feminist imajları kadınları aile ve eve ilişkin birçok rolde gösterir. Feminist televizyon ise kadının çalışma alanı deneyimlerini vurgulayarak aile yaşamının önemini daha aza indirger. Post feminist televizyon ise kadını her iki alanda birden göstererek her iki alan arasında çatışma olmaksızın bir yaşam önerir.<sup>206</sup>

Popüler medya kültürlerine ilişkin feminist araştırmalarda, vurgu, kadınların hazlarını fazlasıyla eril çerçeve ve tanımlardan kurtarmak üzerinedir. Bu çalışmalarda, ütopyacı okumalar ve ihlalcı kimlikler için bir alan sağlamada ticari kültürlerin önemi vurgulanmıştır. Feminist teoride son dönemde değişmekte olan paradigmlar, kültür ve medya üzerine belirgin bir etki yaratmıştır. Son dönemde her iki perspektifte de sınırlayıcı toplumsal yapılardan uzaklaşıp kimliğin toplumsal inşasına yönelik incelemelere tanıklık edilmiştir.<sup>207</sup>

Feminist kuram ve politika alanında ortaya çıkan büyüme ve parçalanma sonucu, medya konusundaki feminist bakış açılarını irdelemek oldukça emek gerektiren bir iş haline gelmiştir. Alana genel bir bakışla feminist söylemlere eşit muamele edebilmek olanaksızdır ve dahası, kişinin kendi yaklaşımını iletirken eşit

---

<sup>205</sup> Ağduk, a.g.m.

<sup>206</sup> İmançer, a.g.e., s.53

<sup>207</sup> Stevenson, a.g.e., s.170.

derecede geçerli diğer feminist söylemleri göz ardı etmesi kaçınılmaz hale gelmektedir.<sup>208</sup>

Bütün bu söylenenlerden yola çıkarak, günümüzde yayınlanan gündüz kuşağındaki programlarda işlenen konular geleneksel cinsiyet rolleri çerçevesi içinde ele alınmaktadır. Kamusal alanda kendine yer bulamayan kadınlar, ev içinde bir sosyalleşme aracı olarak gördükleri televizyonda karşısında vakit geçirmekte, bu programlara izleyici olarak ta katkıda bulunmaktadır.

Bu yayınlar, cinsiyet ayrımcılığına ya da kadın sorunlarına karşı gerçekçi bir öneri ya da çözüm üretememekte aksine daha fazla izlenme kaygısı ile konuları sansasyonel biçimde ele alarak, bu durumdan ticari yarar sağlamaya devam etmektedirler. Kadın programlarında dikkat çeken bir diğer noktada, son dönemde içeriklerde daha önceki yıllarda mahrem sayılan özel hayatın teşhiri ve bunun üzerinden tartışmalara, eleştirilere, küçümsemelere fazlaca yer ver verilmesidir. Evlilik gibi toplumda önemli bir değer atfedilen yapının, içinde yaşanan evlerin, kadın ve erkek ilişkilerinin ekranlara taşınarak birçok katılımcı ile birlikte uzun uzun irdelenmesi söz konusudur. Toplumda yer etmiş geleneksel ritüeller bir gösteri gibi sunulmaktadır. Ayrıca bu sunumların bir popüler kültür ürünü olarak pazarlanması ayrı bir tartışma konusudur. Bütün bu temsiller kültür bağlamında ele alınarak her biri farklı bir araştırma konusu olabilir.

---

<sup>208</sup> İrvan, a.g.e., s.365.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3.GELİN EVİ PROGRAMI SÖYLEM ANALİZİ, BULGULAR VE YORUM

#### 3.1. Amaç

Bu çalışmanın amacı televizyondaki gündüz kuşağı kadın programlarında, kadının ve toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl sunulduğunun ve bu sunumun ataerkil düzeni üretmede ve pekiştirilmesindeki etkisi incelenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Türkiye’de ulusal yayın yapan Show TV’ de hafta içi her gün 16.00-18.45 saatleri arasında yayınlanan ‘Gelin Evi’’ programı söylem analizi yöntemi kullanılarak ele alınacaktır.

Bu analizin sonunda, programda kullanılan söylemle, kadın ve kadınlıkla nelerin bağdaştırıldıkları ortaya konmaya çalışılacaktır. Ele alınan programdaki kadınlığın, geleneksel cinsiyet rollerine uygun olarak ve ataerkil düzenin devamına olumlu katkıda bulunacak şekilde temsil edildiği düşünülmektedir.

#### 3.2. Yöntem

Bu çalışma daha önce de belirtildiği gibi söylem analizi yöntemi kullanılarak yapılmış bir araştırmadır. Dolayısıyla bu bölümde söylem analizi kavramının açıklanması gerekli görülmektedir.

Söylem analizi, yazılı metinlerin ayrıntılı bir dilbilimsel analize tabi tutulduğu nitel bir analiz türüdür. Söylem analizi, dilin sosyal yaşamın önemli bir

bileşeni olduğu ve sosyal yaşama ait diğer tüm bileşenler ile diyalektik bir ilişki içerisinde olduğu varsayımına dayanmaktadır.<sup>209</sup>

Söylem analizi en basit anlatımı ile dilin incelenmesidir. Ancak bu inceleme ifade edilen dilsel öğelerin basit bir incelemesi olmayıp ifadelerin/ söze dökülenlerin sözdizimsel ve semantik sınırlarının ötesine gitmeyi ve bu ötede yatan anlam ve içeriği incelemeyi gerektirmektedir. Dijk' inde işaret ettiği gibi söylem analizi, söylem ya da dil kullanımının sadece biçimsel (fonolojik ya da sözdizimsel) yönü ile ilgilenmez. Bundan ziyade ilgi odağını sosyal ve kültürel bağlam içinde iletişim kuran dil kullanıcılarının oluşturduğu sosyal olaylara çevirir.<sup>210</sup>

Kapsamlı bir söylem analizi, değişen ifadelerin, ideolojik konuların, çıkarların ve iktidarların özelliklerini belirlemede önemli bir rol üstlenir. Bu noktada söylem analizi, içerik analizi gibi incelenen metni toplumsal bağlamdan yalıtamaz. Dolayısıyla söylem çözümlemesi metinlerin olduğu bağlama yönelik hareket etmektedir. Haberi bir söylem olarak ele almak, bu söylemin içine demir attığı toplumsal formasyon ve söylemsel formasyonu sorgulamayı gerektirir.<sup>211</sup>

Söylem çözümlemesi, bağlama ilişkin bir analizdir. Bağlam, söylemin ona ilişkin anlam ürettiği somut koşul ve durumlardır. Maddi koşullardan kopuk bir ideoloji, dil ve söylem tartışması mümkün olamamaktadır.<sup>212</sup> Toplumsal formasyon içinde kesitsel olarak oluşan siyasal, ekonomik güç/iktidar ilişkilerinin metinlere yansımaları, bu ilişkilerin dil ve söylem içinde kurulma biçimlerinin açığa çıkarılmasını hedefler. Söylem analizi dili bir anlamlandırma süreci olarak görür ve anlamın söylemin içinde yapılandığını benimser. Var olan ilişkilerin söylem içinde nasıl kurulduğunu açıklamaya yönelirken, bu ilişkilerin eleştirisinden yola çıkar.<sup>213</sup>

<sup>209</sup> Murat Özdemir, " Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma", **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, S.1, (Haziran 2010), s.337

<sup>210</sup> Halil Ekşi ve Hilal Çelik, Söylem Analizi, <http://dSPACE.marmara.edu.tr/bitstream/handle/11424/1193/1642-2956-1-SM.pdf?sequence=>, Erişim Tarihi: 04.04.2016, s.105.

<sup>211</sup> Özlem Güllüoğlu, " Söylen(mey)enin Analizi: Bellona Markasına Yönelik Tüketici Algısı Üzerine Bir Söylem Çözümlemesi", **İletişim Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri Yazılı Metin Çözümleme**, der. Özlem Güllüoğlu, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2012, s. 231.

<sup>212</sup> Sergün Kurtoğlu, "Haberin Söylemini Çözümlemek", **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, S.11 (2003), s.149.

<sup>213</sup> a.g.m., s.150.

Söylem çözümlemesinde ana amaç, anlamlandırma ya da yorumlamadır. Belirli bir soruyla ilgili kesin yanıtlar verme yerine ufkumuzu genişletmek, inanç, tutum ve eylemlerimizi belirleyen söylemlerin varlığı ve iletisini tarihi ve sosyal bir bağlam içinde değerlendirmektir. Dolayısıyla söylem analizi satır aralarını okuyarak metnin ve konuşmanın içerisindeki sözcüklerin diziliş formları, cümlelerin yapısı, kullanımı ve aktarımı ile bulunan gerçeğin ortaya çıkarılmasını sağlamaya çalışmaktadır.

Bu çalışmada söylem analizinin tercih edilme sebebi, medya metnlerinin görünen anlamının ötesindeki anlamı arama ve yorumlama özelliğidir. Kadınlar adına söz söylediğini savunan kadın programlarında söylenenlerin, kadının toplumdaki eşitsiz konumunu nasıl pekiştirdiğini görmemizi sağlamasıdır.

### **3.3.Sayıtlar**

Bu araştırmada aşağıdaki varsayımlardan hareket edilmiştir.

- 1- Televizyonda temsil edilen kadın sunumu çoğunlukla geleneksel cinsiyet rolleri kapsamındadır.
- 2- Kadın programlarının söylemleri ataerkil düzenin devamına ve pekiştirilmesine hizmet eder.

### **3.4.Örneklem**

Söylem analizinin geleneksel araştırma yöntemlerinden en büyük farklarından biri, örneklem boyutunun belirlenmesi noktasında ortaya çıkmaktadır. Yoğun emek isteyen bir yöntem olan söylem analizi, sayfalarca konuşmanın metin haline getirilmesi, bu metinlerin yorumlanması ve gerektiğinde tekrar tekrar okunmasını gerektirir. Söylem analizinin başarısı örneklem büyüklüğüne bağlı değildir Yapılandırılmış bir anket aracılığıyla birkaç yüz katılımcıdan elde edilecek veriye eşdeğer geçerlik söylem analizi yöntemi kullanıldığında 10 tane derinlemesine



görüştürmeden elde edilebilir, dolayısıyla söylem analizinde örneklem büyüklüğü temel kaygılardan biri değildir.<sup>214</sup>

Bu çalışmanın örneklemini Gelin Evi programı oluşturmaktadır. Program hafta içi her gün yayınlanmakta olup süre olarak iki saat kırk beş dakika sürmektedir. Bu programda kadının tamamıyla ev içinde yer alması, programın medyada en çok yer verilen ideal eş rolü üzerinden yürütülmesi, kadının varlığının evi ve evliliğine bağlandığı ve anlatıların geleneksel söylemlerden oluşması çalışma için seçilmesinin nedenleri olarak sıralanabilir. Dolayısıyla bu programın erkek egemen ideolojinin bakış açısını yansıttığına ve yeniden üretim sürecine dair veri ürettiği düşünülmektedir.

### **3.5. Verinin Toplanması**

Program kayıtları internetten edinilmiştir. Toplam 14 tane program izlenmiş, jenerik ve reklamlar kullanılmayacağı için dikkate alınmamıştır. Çalışmada kullanılacak diyaloglar deşifre edilerek metine dönüştürülmüştür.

Gelin Evi Programı hafta içi her gün saat 16.00 başlayarak 1,5 saat süre ile Show TV kanalında yayınlanmaktadır. Programda sunucu bulunmamakla birlikte ‘‘Dış Ses’’ olarak adlandırılan görünmez bir ses programı yönlendirmektedir. 2015 yılı Aralık ayı içerisinde yayına başlayan program halen yayınlamaya devam etmektedir.

### **3.6. Gelin Evi Programının Söylem Analizi**

Programda her hafta beş farklı yeni evli kadın yarışmaktadır haftanın her günü birinin evine gidilmektedir. Program içeriğinde ev gezmesi, ikram, çeyiz görme, nişan-kına- düğün törenlerinden herhangi biri ya da bir kaçının video kayıtlarının izlenmesi, yine aynı törenlere ait fotoğraf albümünün incelenmesi ve son

---

<sup>214</sup> Mert Seymen Renkmen, ‘‘Evlilik Programlarında Hegemonik Erkekliğin İnşası, Temsili ve Ataerkil Söylem’’, (Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji (Sosyal Psikoloji) Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 2012, s.50.

olarak puanlama gibi bölümlere ayrılmıştır. Programda evine gidilen kadın yarışmacının salon, mutfak, yatak odası dekorasyon, temizlik, düzen açısından diğer yarışmacılar tarafından incelenmekte ve yorumlar yapılmaktadır. Daha sonra ev sahibi tarafından hazırlanmış yemek sofrasına geçilmekte ve burada hem masa düzeni hem de yapılan ikramlar hakkında konuşulmaktadır. Bir sonraki aşamada video izleme ve fotoğraf albümleri üzerine eleştiriler yapılmaktadır. Programın son bölümünde ise ev sahibi gelin, diğer yarışmacılar tarafından 1-10 puan arasında puan verilerek değerlendirilmektedir. Haftanın son programının yayınlandığı Cuma günü ise tüm yarışmacıların puanları program sonunda açıklanarak, o haftanın birincisi seçilmektedir. Haftanın birincisi hediye olarak beş altın bilezik ve beşi bir yerde olarak adlandırılan beş tam altın kazanmaktadır.

Günün ev sahibi olacak gelinin evine gidilirken diğer iki yarışmacının arasında geçen bir diyalog;

-Napıcak sınız? Evi kurcalayacak mıyız?

-Yani, ben ana yapılmasını istemediğim bir şeyi yapmam ama yine dikkat edeceğim.

Burada ima edilen evde bir kusur bulunması için hiçbir noktanın gözden kaçırılmayacağıdır. Misafirlik kavramı sürekli dile getirilse de eve misafir olarak değil kontrol amaçlı gidildiği vurgusu yapılmaktadır. Örneğin mutfakta daha az görünen noktalar gelinler tarafından kontrol edilmektedir. Kapalı mutfak dolapları açılarak bakılmakta, üst raflara parmak sürülerek toz olup olmadığına bakılabilmektedir. Toz ile karşılaşıldığında ev sahibi temiz olmamakla ya da dolap içinde bir dağınıklık varsa düzensiz olmakla eleştirilmektedir. Çünkü programdaki söyleme göre iyi eş, iyi gelin, iyi ev kadını olmak her zaman temiz ve düzenli bir eve sahip olmayı gerektirir.

Aynı evde mutfak gezildiği sırada geçen bir başka konuşma ise mutfak masasının üzerinde duran çekmeceli çatal ve kaşık setine bakılırken geçen diyalog şu şekildedir;

-Beni yanlış anlamanızı istemem ama açtığım zaman bile bayağı kirli görüyorum. En azından açık yerlerini bir alsaydınız, o dikkatimi çekti benim sadece.

-Dolap arkalarınızda birazcık temiz değildi.

Kadının görevinin temiz ve düzenli olması vurgusu birçok kez yenilenmektedir. İzleyiciye kadının ilk görevinin özel alanda yani evde olduğu ve ihmal etmemesi gerekliliği bu şekilde hatırlatılmaktadır.

King, Rogers ve Golan, medyanın kitleyi ne düşüneceği, nasıl düşüneceği doğrultusunda bilişsel ve duygusal yönden biçimlendirme etkisinin güçlü olduğunu, kitlenin dikkatini çekebilmek üzere bazı noktaların seçilerek belli çağrışımlarla birlikte sunulduğunu belirtmişlerdir. Buna göre, ele alınan konuya ilişkin durum tanımlarının yapıldığına, bu şekilde konunun nasıl tartışılacağına dair bir çerçevenin çizildiğine işaret etmişlerdir. Çünkü medyanın konuları sunuş biçimi, kitlenin herhangi bir olaya nasıl bakacağına, konuyu nasıl göreceğine, değerlendireceğine ve düşüneceğine yönelik mesajlar ve bakış açıları içeren çerçevelerle gerçekleşmektedir.<sup>215</sup>

Bir başka programda yine yarışmacılar tarafından yorumlar temizlik, yemek yapma üzerinden aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir. Bu kez yapılan yorumlar daha sert bir dille gerçekleştirilmiştir.

-Dağınık buldum ben açıkçası çok temiz bulmadım. Gözü çok yoruyor.

-Çok hoş fakat çok pis.

- Ne kadar sıklıkla değiştiriyorsun süngerini? (Mutfak tezgahındaki bulaşık yıkama süngerini eline alıp ev sahibine göstererek)

-Ben böyle bir şey görmedim. Her şey de hazır alınmaz ki! (Ev sahibinin ikram olarak sunduğu yiyecekleri kendinin yapmadığını, satın aldığını söylemesi üzerine)

-Çok gezdiğiniz kadar evinizi temizleseydiniz.

-Gelinlik önce temizlikle olur öyle Maldivlere gitmekle değil. (Ev sahibi yarışmacı balayını Maldivlerde geçirdiğini söylemekte.)

Programda yarışmacılar zaman zaman sert, saygısız, aşağılayıcı eleştirilerde bulunabilmektedirler. Bunu yaparlarken gayet doğal ve bunun programın bir gereği gibi davrandıkları gözlemlenmiştir.

Demokratik bir kamusal alan tolerans, hoşgörü, farklılıklara, alternatif düşünce ve yaşam tarzlarını çeşitlilik olarak değerlendirme zemini yaratmakta; kişilerin sahip oldukları farklılıklardan, yaşam tarzlarından dolayı yerilmesine, aşağılanmasına, yargılanmasına karşılık gelmemektedir. Televizyonun sıklıkla

<sup>215</sup> Meder ve Çiçek, Mahremiyet..., a.g.m., s.14.

kullandığı bir yöntem olan olayların sansasyonel aktarımını bu programlarda açıkça görmek mümkündür.<sup>216</sup>

Diğer izlenen bir programda bir yarışmacının hamile olan ev sahibi yarışmacı kadına puan verirken yaptığı konuşma şu şekildedir;

-Benim için güzel bir gündü. Arkadaşımız çok relaxdı, çok rahat bir insan. Belki de hamile olmasından dolayıydı. O konuda kendisini rencide etmeyeceğim. Yalnız tabağında toz çıkmıştı çok relax davrandı. Herhangi bir kusur ya da özür ya da bir pişmanlık ya da bir utanma duygusu hissetmedi. O yüzden bana farklı geldi çok rahat olması.

Ev sahibinin hamile olmasından dolayı onu eleştirmek istemediğini dile getiren yarışmacı yaptığı konuşmanın tamamında tabakta görülen tozdan dolayı kadının utanmasını beklediğini ve bundan dolayı kendilerine özür borçlu olduğunu açıkça dile getirmektedir. Geleneksel kadınlık/annelik rolleri üzerinden hemcinsini yargılamaktadır.

Bir diğer programda ise ev sahibinin mutfağındaki eşyalara yönelik ev sahibi yarışmacı ve diğer bir yarışmacı arasında geçen konuşma şöyle dile getirilmiştir;

-Bunlar böyle ama oyuncak gibi duruyor ya gerçekten. Kız çocuğu oynar ya bu tarz şeylerle. Acaba küçükken de böyle şeylere meraklı mıydın? Yani bebeklerle falan.

-Hatırlamıyorum ama bebelere çok düşkün bir kız çocuğu değildim. Daha çok kendimi sokaklarda, sokağa atıp, sokakta oynamayı tercih ediyordum. Ama seviyorum böyle renkli olan her şeyi çok seviyorum.

Bu konuşmada eleştiri yapan yarışmacı aslında toplumsal cinsiyet rollerinin küçük yaşta öğrenildiğini bilinçli olmasa da dile getirmiştir. Oyuna benzettiği mutfak objelerinin küçüklükten kalma bir ilgi ile yetişkinliğinde de kullandığına ya da evliliğini de bir tür evcilik oyununa benzettiğini söylemektedir.

Çocuk doğar doğmaz, aile ve toplum tarafından toplumsal cinsiyete göre yetiştirilmeye başlanır. Doğacak bebeğin cinsiyeti belirlendiği andan itibaren, bebeğe alınacaklar da cinsiyetine göre belirlenmeye başlanır. Doğacak bebek kız ise, pembe-

---

<sup>216</sup> Meder ve Çiçek, Mahremiyet....., a.g.m., s.13.

kırmızı gibi dişiliğe özgü olduğu belirlenen renkte kıyafetler, oyuncak bebekler alınırken, erkek ise mavi kıyafetler, araba, asker, silah, savaşçı gibi erkek cinsiyetine özgü olduğu düşünülen oyuncaklar alınır.<sup>217</sup>

Programın farklı bir bölümünde ikram masası etrafında yorumlar yapılmaktadır. Ev sahibine yorum yapan yarışmacı öncelikle kendinin ev sahibi olduğu bölümde masadaki peçetelere takılan halkadan dolayı bu bölümdeki ev sahibi tarafından çok eleştirildiğini belirterek aşağıdaki şu konuşmayı yapıyor;

-Ben x Hanımın masasında halka da göremiyorum. Ayrıca bu nedir?(Eline masadaki kağıt peçeteyi alarak gösteriyor.) Ben burada bir keçe görmek yerine (masanın üzerinde keçeden yapılmış servis malzemesini kastederek) , şu masayı görmek yerine bir masa örtüsü tercih ederdim. Bana şahsen özenilmemiş bir masa geldi açıkçası.

Eleştiri sahibi bir yemek masasının üzerinde masa örtüsünün bulunmamasından dolayı ev sahibini özensiz bir kadın olarak olumsuz eleştirmektedir. Programın mahrem sayılabilecek özel alanda geçmesinin yanı sıra kadınların kendine ait ev düzenleri ve eşyaları üzerinden bu şekilde eleştirilmesi ve buna rıza göstermesi, kendilerine biçilen kadınlık rollerini nasıl içselleştirdiklerini göstermektedir. Böylece ataerkil düzenin birer taşıyıcı olarak bu düzeni meşrulaştırmaktadırlar.

Yatak odasının incelenmesi sırasında bir başka ev sahibinin konuşması ise kadınlık rollerinin en öne çıkanı ''annelik'' üzerine gerçekleşmektedir. Hamile olan ev sahibi kadın ve diğer gelinler arasındaki konuşma şu şekildedir;

-Size ben bir şey göstermek istiyorum. (ev sahibi)

-Nedir o? (dış ses)

-Çekmecede bir resim var onu bana verebilir misiniz? (ev sahibi)

-Sanırım bu (bir yarışmacı)

-Evet onu da göstereyim ben size hazır gelmişken. Bu benim oğlumun son hali. (ev sahibinin elinde tuttuğu ultrason cihazı görüntüsünün olduğu bir fotoğraf)

-Ay X yani bizimle paylaştığın için teşekkür ederiz. Çünkü bu çok özel bir şey özel bir durum söz konusu.

Programda kadının varlık nedeni olarak gösterilmeye çalışan annelikten de sık sık bahsedilmektedir. Çocuk sahibi olmayan gelinlere çocuk sahibi olanlar

<sup>217</sup> Saraç, a.g.m., s.29.

tarafından mutlaka tadılması gereken bir duygu olduğuna dair cümleler söylenmekte ve annelik mümkün olduğunca yüceltilmektedir.

Kadını biyolojik yapısından dolayı sadece üreme ve çocuk bakımı gibi işlere yakıştıran, rasyonel aklı erkeğe, eksik bedeni kadına bağışlayan ataerkil sistem; bu kurgulamayla kadını cinselliğiyle var eder. Üstün erillik, kadınlık ve erkeklik biçimlerinin karşılıklı etkileşimlerini kadını eksik, edilgen kabulüne dayandırarak egemenlik ilişkilerini kadınların üzerinden kavramsallaştırır. Annelik olgusu ve bu bağlamda toplumsal cinsiyet rolleri, ataerkil otoritenin baskısını sürdürmesine devam eden bir ortam oluşturur. Nitekim kadınların kendi istemleri ile çocuk sahibi olmaması, kadının sadece annelik üzerinden kurgulandığı ve anneliğin merkeze oturduğu ataerkil toplumda kadın üzerindeki baskıyı arttıracaktır.<sup>218</sup>

Bir başka bölümde ise ev sahibinin kına gecesine ait video görüntüleri izlenmekte ve yorumlanmaktadır. Ev sahibinin eşinin ve erkek arkadaşlarının Mezdeke Dans Grubu'na ait bir müzik eşliğinde oynadığı görüntülerin üzerine diğer yarışmacıların yaptıkları yorumlar aşağıdaki gibidir;

-Bildiğin kıvırtıyor ayol bu.

-Bayağı güzel kadın gibi oynamış.

-Ben yakıştıramıyorum mezdeke bir erkek neden oynar ki bu kadar insanın içinde? Çiftetelli okey, roman havası okey falan ama bu şekilde niye yani anlam veremiyorum şu an. Neden oynarlar nasıl utanmazlar. Çok acayip geliyor şu an bana bu kadar kıvırtmaları.

Yukarıda da görüldüğü gibi oynamak erkeğe değil kadına yakıştırılan ve uygun görülen bir hareket olarak yorumlanmakta. Kadına uygun bir hareket görülmesinin yanı sıra erkeğin daha hareketli müzikte dans etmesi utanılacak toplum tarafından hoş görülmeleyen bir eylem olarak konuşuluyor. Erkeğe biçilen toplumsal cinsiyet rolleri doğrultusunda daha ağırbaşlı, sert ve mantıkla hareket eden olması beklenmektedir.

Son olarak programda fotoğraf albümlerinin yorumlandığı bir ev sahibi ile yarışmacı arasındaki şu konuşma geçmektedir;

-Albümünden bir sayfayı göstererek- Sadece şunu tartışmak istiyorum. Benim için yanlış değil ama şu poz benim pozuma benziyor. (Gösterilen poza benzer bir pozundan ötürü kendisini ev sahibi tarafından bir önceki gün eleştirildiği anlaşılıyor.)

<sup>218</sup> Türkdoğan, a.g.m., s.39.

- Önünde bir şey var her şey apaçık ortada değil.
- Ben tam olarak öpüyor demedim ama sonuçta öpüyormuş gibi bir poz
- Öpülmemiş orada
- Albümün ilerleyen sayfalarında sürekli öpüyorsunuz
- Ama onlar yanaktan, oradan, o kadar da olsun
- Yanakta olur, dudakta öpmek sonuçta
- Sizinki kocaman apaçık ortadaydı anladınız mı?
- Hayır hiç alakası yok bence
- Size ben kötü yapmışsınız demiyorum sadece ben utanıyorum diye
- Yani utanıyorum dediniz de bir sürü bak her sayfada öperken yakın pozlarınız var.

Bu konuşmada bahsedilen durum; bir gelinin eşiyle dudak dudağa olan fotoğrafından dolayı ev sahibi tarafından bir gün önce olumsuz eleştirilmesi ancak kendi albümünde dudak dudağa olmasa da buna yakın pozlarının olması. Ev sahibi yarışmacı böyle bir pozun görünür olmasından ailenin büyüklerinden dolayı çekineceğini ve utanacağını ısrarla dile getirmektedir. Programda her türlü özel alanın sergilenmesi yapılırken öpüşme pozunun mahrem sayılıp üzerinde tartışılması ele alınması gereken ayrı bir çelişkiyi barındırmaktadır. Burada bir tabu sayılan kadın cinselliğine de gönderme yapılmaktadır.

Kadın cinselliği üzerindeki toplu denetim arzusunun kadının “günah keçisi” olma riskini artırması yatmaktadır. “Bu bağlamda kadın cinselliği üzerindeki toplumsal denetimini önemli bir nedeni kadının cinsel iffeti ile aile ya da sülalenin şerefi arasında kurulan bağlantıdır. Kadınlara herhangi yanlış bir davranış nedeniyle bütün bir topluluğa, sülaleye ya da aileye utanç ya da şerefsizlik getirecek denli muazzam bir güç atfedilmiştir. “Bu muazzam güç, kadının “dişil cazibesi” ni “masum” erkeği ayartmakta kullanmasında ve onu dişiliğiyle baştan çıkarmasında açığa çıkmaktadır. Kadın, sahip olduğu bu muazzam gücü, kendi lehine çevirerek kullanabileceği gibi, erkeği tahrik etmek ve baştan çıkarmakta “etkili bir biçimde kullanabilme “becerisi” ne sahip olmaktadır.”<sup>219</sup>

Evlilik pratiği son yıllarda bir popüler kültür ürünü olarak pazarlanmaktadır. Yeni bir ev, ihtiyaç olup olmadığı sorgulanmaksızın edinilen eşyalar, gösterişli düğün konseptleri, geleneksel denilen ancak post-modern öğelerle

---

<sup>219</sup> Özkan, a.g.m., s.219.

bezenmiş kına geceleri paketlenip kişilere yeni bir yaşam biçimi olarak sunulmaktadır.

Erdoğan ve Alemdar' a göre, popüler kültür kendi biçimlerinin birçoğunu halk/folk kültüründen almış ve işlevsel dönüşümlere uğratarak kendine mal etmiştir. Bunu yaparken biçimini değiştirmiş, özünü boşaltıp yeni bir öz yüklemiş, yerinden ederek ya ücretle girilen dört duvar arasına sokmuş ya da kültür endüstrisini üretim yerine taşımıştır.<sup>220</sup>

---

<sup>220</sup> Uzun, a.g.m.,



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Kadınlar ve erkekler biyolojik farklılıkları taşımanın yanı sıra sosyo- kültürel farklılıkları da taşıyarak, toplum içinde kendilerine belirlenen rollerde var olmaktadır. Toplumsal yapıya ve kültüre göre değişkenlik gösterse de toplum içinde birey olarak kadınlar erkeklere göre daha düşük konumdadır ve toplumda cinsiyet ayrımcılığına uğramaktadırlar.

Günümüzde toplumdaki bu cinsiyet eşitsizliğine hizmet eden en önemli araçlardan bir televizyondur. Bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun ataerkil ideolojinin sürdürülmesine katkısı izleyicilere sunduğu yayınlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu yayınlardan bireylerin olması istenen kadınlık ve erkeklik özelliklerini içeren mesajlar kitlelere ulaşır. Aynı zamanda ideolojik anlamları olan bu mesajlar açık ya da örtülü bir şekilde gönderilerek hem kadın hem erkek izleyicilerde öğrenme, pekiştirme ve içselleştirme sağlanır.

Örnekleme dahilindeki programda öne çıkan konu evliliğdir. Evlilik ve yaşanan evin merkezde olduğu bunun yanı sıra yemek yapma, temizlik işleri, anne olmak, gelin olmak, bakımlı ve hoş görünmek üzerine konuşmalar yapılmaktadır. Erkeklerle evde iş bölümü yapmaktan hiç bahsedilmezken tüm ev işlerinin kadının sorumluluğunda olduğu birçok kez vurgulanmıştır. Erkek hakkında dile getirilen konuşmalar romantik olması, çiçek alması, özel günleri hatırlaması, evlilik teklifini nasıl ettiği gibi konular üzerinedir.

Evlilik, eş olma ve annelik sürekli yüceltilmektedir. Program boyunca kadın sorunlarından, ev dışı bir hayattan bahsedilmemektedir. Programda evin düzeni ve tertibinden sorumlu, konuklarına her zaman ikram yapabilen, elinden her iş gelebilen, çeyiz sahibi olan, çocuklarının annesi makbul eş/gelin/anne kadınlar gösterilmektedir. Aynı zamanda evlilik yeni bir yaşama geçiş gibi gösterilerek tüm törenlerin ve yaşanan evin, evin içinde kullanılan tüm eşyalarının maddi değerleri de konu edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında evlilik, kitle kültürü içinde sunulan popüler bir ürün olarak ta değerlendirilmektedir.

Örnekleme yer alan programda kadınlar arasında bir dayanışma ya da hemcinsini koruyucu, kadının kadından yana tavır aldığı bir davranışı

görülmemektedir. Yarışmacılar, yer yer diğer yarışmacıları acımasızca eleştirmekte ve katılımcılarla aşağılayıcı sözler sarf ederek tartışmaya girmekten çekinmemektedirler. Uzlaşmacı bir söylem yerine ayrıştırıcı, küçümseyici gibi olumsuz duyguları ortaya çıkaran söylemler tercih edilmesi ataerkil düzenin devamlılığına katkıda bulunmakta ve kadın dayanışmasının aleyhine işlemektedir.

Bu çalışma neticesinde, eril tahakkümün tüm toplumsal yapılardaki varlığı gibi gündüz kuşağı kadın programlarının söylem ve içeriklerinde de yer aldığı ve kadın katılımcı ve izleyiciler tarafından bilinçli ya da bilinçsiz olarak yeniden üretiminin inşa edildiğidir. Eril ideoloji ile kurgulanan bu temsillerin varlığı ve sürdürülmesi durumunda, kadın toplumdaki eşitsiz konumundan sıyrılmaya olanak bulamayacaktır. Bir başka deyişle kadın medyada hem tüketici hem de tüketim malzemesi olarak sunuldukça ataerkil düzenin belirlediği sınırlar içerisinde yer almaya devam edecektir. Bu kısır döngünün dışına çıkmak için cinsiyetçi söylemler terkedilerek, kadını ev içine hapseden geleneksel rollerle temsiline son verilmelidir.

Gündüz kuşağı programlarının içeriklerinin, kadınlara sosyo- kültürel ve ekonomik açıdan olumlu katkıda bulunacak, olumlu değerlerin oluşturulmasını sağlayacak, kadınların bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi konusunda sorumluluk taşıyan nitelikte oluşturulması gerekmektedir. Medya profesyonellerinin toplumsal cinsiyet konusunda bilinçli olması bu düzenlemenin etkinliğini daha da attıracaktır.

Cinsiyet ayrımcılığını ve kadının ikincil konumunun yalnızca medyada değil toplumun her alanında olduğu düşünür ise sorunun içeriğini anlama için öncelikle gerekli düzeyin oluşturulmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Önce toplumsal cinsiyet, cinsiyet eşitsizliği, ataerkil ideoloji gibi kavramlar anlaşılıp özümsemeli daha sonra ise çözüm için gerekli çalışmalar başlatılmalıdır. Çözüm ise dayanışma içinde hareket ederek feminist siyasetin her alana temas etmesini sağlamak ve kadınların gerçekten söz sahibi olacakları kamusal alanlar yaratmaktan geçmektedir.

## KAYNAKÇA

AĞDUK, Meltem. "Harika Bu Ne Hal! Medya, Kadınlar ve Şiddet ".  
[http://www.huksam.hacettepe.edu.tr/Turkce/SayfaDosya/harika\\_bu\\_ne\\_hal.pdf](http://www.huksam.hacettepe.edu.tr/Turkce/SayfaDosya/harika_bu_ne_hal.pdf).  
(Erişim Tarihi 01.04.2016).

AKBULUT, Hasan ve Emel AKÇA BAŞTÜRK . " Kadın Programlarına Bir Bakış: Kadının Sesi ve Sizin Sesiniz' de Tür, Anlatı ve Format". **İletişim Araştırmaları Dergisi**. S.1 (2005). ss.47-51.

AKTAŞ, Gül. "Feminist Söylemler Bağlamında Kadın Kimliği: Erkek Egemen Bir Toplumda Kadın Olmak". **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**. Y.30. s.1(Haziran 2013). ss. 59-66.

ALTHUSSER, Louis. **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**. Çev.Alp Tümaytekin. İstanbul: İthaki Yayınları. 2006.

ANAR, Burçin. "Evli ve Çalışan Yetişkinlerin Toplumsal Cinsiyet Rollerini ile Evlilik Doyumu ve İş Doyumu İlişkisinin İncelenmesi ". **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Çukurova Üniversitesi SBE. 2011.

ARAT, Necla. **Türkiye'de Kadın Olgusu Kadın Gerçeğine Yeni Yaklaşımlar**. İstanbul: Say Yayınları. 1992.

AYDIN, Gülşah ve Duygu AYDIN ASLANER. "Stereotip Kadın Rollerinin Televizyon Reklamlarında Sunumu". **Global Media Journal Dergisi**. S.11 ( güz-2015). ss. 56-57.

AYTEMUR, NÜFUSÇU Gözde ve Ayça YILMAZ. ‘‘ Evlilik Pratiklerinin Dönüşüm/ Yeniden Üretim Sürecinde Evlendirme Programları’’. **Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi**. S.16 (2012). ss. 26-28.

BAHADIR , H. Türk. ‘‘Eril Tahakkümü Yeniden Düşünmek: Erkeklik Çalışmaları İçin Bir İmkan Olarak Pierre Bourdieu’’. **Toplum ve Bilim Dergisi**. S.112 (2012). ss.11-19.

BALCI, Ercan. ‘‘ Televizyon Program Formatları: Çarkıfelek ve Kim 500 Milyar İster Programları Üzerine Bir İnceleme’’. **Kültür ve İletişim Dergisi**. S.12 (2009). ss. 54.

BEK, GENCER Mine. ‘‘Ataerkillik, Piyasa ve Mesleki Değerler: Medyada Aile İçi Şiddetin Temsili ve Üretim Pratikleri’’. <https://kasaum.ankara.edu.tr/files/Mine-Gencel-Bek-Ataerkillik-Piyasa-ve-Mesleki-Değerler.pdf>. (Erişim Tarihi: 10.11.2015).

BERKTAY, Fatmagül. **Tarihin Cinsiyeti**. İstanbul: Metis Yayınları. 2015.

BİNGÖL , Orhan. ‘‘Toplumsal Cinsiyet Olgusu ve Türkiye’ de Kadınlık’’. **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi** . S.1 (Özel sayı). 2014. ss.109-114.

CONNELL, R.W. **Toplumsal Cinsiyet Ve İktidar Toplum, Kişi ve Cinsel Politika**. İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 1998.

ÇAK, ERSOY Şeyma. ‘‘Toplumsal Cinsiyet ve Feminizm Teorileri Bağlamında Türkiye’ deki Reklam Filmleri ve Popüler Müzik Videoları’’. **DEÜ GSF Dergisi**. S.4 (2010). ss. 106.

ÇAYLI, EMEK Rahte. ‘‘Kamusallık, Toplumsal Katılım ve Medya: Kadın Programlarının Etnografisi’’. **Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi**. S.13(2010). ss.58.

ÇAYLI, EMEK Rahte. ‘‘Aile İçi Şiddet VE Medya: Gündüz Kuşağı Televizyonunda Şiddetin Görünürlüğü ve Yeniden Üretim’’.<https://ilet.gazi.edu.tr/posts/download-id=13457>.(Erişim Tarihi: 10.01.2016).

ÇELENK, Sevilay.” Kadınların Medyada Temsili ve Etik Sorunlar”.  
<https://www.ilefarşiv.com/etik/kadınların-medyada-temsili-ve-etik-sorunlar/>. (Erişim Tarihi: 05.02.2015).

ÇITAK, Aylin. “Kadınların Çalışmasına Yönelik Tutum: Cinsiyet, Cinsiyet Rolü ve Sosyoekonomik Düzeye Göre Bir Karşılaştırma”. **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Ankara Üniversitesi SBE. 2008.

DEMİRBİLEK, Sevda. “Cinsiyet Ayrımcılığını Sosyolojik Açıdan İncelenmesi”. **Finans Politik Ekonomik Yorumlar Dergisi**. S. 511.(Eylül 2007). ss.19.

DÖKMEN, Zehra. **Toplumsal Cinsiyet**. İstanbul: Remzi Yayınevi. 2012.

DURŞUN, Onur ve Dilek EVİRGEN. “Bilginin Popüler Kültür- Popüler Kültürün Bilgi Aracı Olarak Kullanıldığı Bir Alan: Yarışma Programları Ticari Televizyonların Yarışma Programlarından Beklentisi Nedir?”.[http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ\\_8\\_sayi\\_Bahar\\_2014/pdf/Dursun-Evirgen.pdf](http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ_8_sayi_Bahar_2014/pdf/Dursun-Evirgen.pdf). (Erişim Tarihi 10.12.2015).

EKŞİ, Halil ve Hilal ÇELİK. “Söylem Analizi.”  
<http://dspace.marmara.edu.tr/bitstream/handle/11424/1193/1642-2956-1-SM.pdf?sequence>.( Erişim Tarihi: 04.04.2016) .

GÖKER, Göksel. “Tele-Yaşamlar: Gerçeklik ve Kurgu Bağlamında Türkiye’ de Realite Programlar”. **Global Media Journal TR Edition**. S.6 (2015). ss. 262.

GÜLDÜ, Özgür ve Müge ERSOY KART . ”Toplumsal Cinsiyet Roller ve Siyasal Tutumlar: Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme”. **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**. S.3 (2009). ss.101-105.

GÜLLÜOĞLU, Özlem. **İletişim Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri Yazılı Metin Çözümleme**, (der.). Ankara: Ütopya Yayınevi. 2012.

GÜLLÜOĞLU, Özlem “Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Popüler Kültür Ürünlerini Benimsetme ve Yayma İşlevi Üzerine Bir Değerlendirme”.<http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/bahar2012sayısı/html>. (Erişim Tarihi 01.04.2015).

ILGAZ, Ceyda. ‘‘Medyada Kadın Olgusu’’. **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**. S.28 (2007). ss.20-23.

İMANÇER, Dilek. (der.) **Medya ve Kadın**. İstanbul: Ebabil Yayınları. 2006.

İRVAN, Süleyman. **Medya Kültür Siyaset**. Ankara: Pharmakon Yayınevi. 2014.

KARSLI, Bahset ve Fazlı POLAT. ‘‘Evliliğe İlişkin Türk Televizyon Programlarının Sosyoloji Analizi’’. **EKEV Akademik Dergisi**. S.51 (2012). ss.36-37.

KAYA, ŞAHİN Şehriban. ‘‘Televizyonda Kadın, Sağlık ve Hastalık’’. **Sosyoloji Araştırmaları Dergisi**. S.2 (Güz 2011). ss.133.

KAYLI, ŞAŞMAN Derya. **Kadın Bedeni ve Özgürleşme**. İzmir: İlya Yayınevi. 2013.

KAYPAKOĞLU, Serdar. **Toplumsal Cinsiyet ve İletişim**, İstanbul: Naos Yayınları.2003.

KAZANCI, Metin. ‘‘Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı’’. **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**. S.1(2002). ss. 57.

KILIÇBAY, Bora Barış ‘‘Türkiye’ de Gerçeklik Televizyonu ve Yeni Televizyon Kültürü’’. **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. Ankara Üniversitesi SBE. 2005.

KÖSE, Hüseyin. **Medya ve Tüketim**. Ankara: Ayraç Kitap.2010.

KURTOĞLU, Sergün.‘‘Haberin Söylemini Çözümlemek’’. **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**. S.11 (2003). ss.149-150.

MEDER, Mehmet ve Zuhul ÇİÇEK. ‘‘Mahremiyet Anlayışının Yerinden Edilmesinin Aracı Olarak Kadın Programlarının Türsel ve Söylemsel Analizi: Denizli Örneği’’. **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. S. 12 (2012). ss.10-14.

MEDER, Mehmet ve Zuhul ÇİÇEK. ‘‘ Özel Hayatın Kamusal Alanda Tartışılması : Kadın Programları Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme’’. **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. S.9 (2011). ss.70-77

MODLEKSİ, Tania. **Eğlence İncelemeleri Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar**. İstanbul: Metis Yayınları. 1998.

OSKAY, Ünsal. **XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım**. İstanbul: Der Yayınları. 2000.

ÖZDEMİR, Murat. ‘‘ Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma’’. **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. S.1 (Haziran 2010). ss.337.

ÖZGÜR, Özlem. ‘‘Televizyonda Yayınlanan Kadın Programlarında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Sunumu’’. **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Selçuk Üniversitesi SBE. 2010.

ÖZKAN, Dicle. ‘‘Ataerkil İdeolojide Bekaret Söylemi’’. Mersin Üniversitesi Sosyoloji Bölümü. <https://www.academia.edu/4936105>. (Erişim Tarihi 14.03.2016)

ÖZSÖZ, Cihad. Pierre Bourdieu’ nün Temel Kavramlarına Giriş. **Sosyoloji Notları**. 2007. <https://istifhane.files.wordpress.com/2010/04/bourdieutemelkavramlar.pdf>. (Erişim Tarihi: 22.02.2016).

PİRA, Aylin ve Aslı ELGÜN. ‘‘Toplumsal Cinsiyeti İnşa Eden Bir Kurum Olarak Medya; Reklamlar Aracılığıyla Ataerkil İdeolojinin Yeniden Üretilmesi’’. <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130848482.pdf>. (Erişim Tarihi 08.11.2015).

RENKMEN, Seymen Mert .‘‘Evlilik Programlarında Hegemonik Erkekliğin İnşası, Temsili ve Ataerkil Söylem’’. **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Ankara Üniversitesi SBE. Ankara, 2012.

SANCAR, Serpil. Türk Modernleşmesinin Cinsiyeti Erkekler Devlet, Kadınlar Aile Kurar. İstanbul: İletişim Yayınları. 2014.

SANCAR, Serpil. ‘‘Türkiye’de Kadın Hareketliliğinin Politikası’’. 2013. <http://kasaum.ankara.edu.tr/files/2013/09/Serpil-Sancar-Türkiye’de-Kadın-Hareketinin-Politikası.pdf>. (Erişim Tarihi: 15.03.2016).

SANKIR, Hasan. ‘‘ Eril Tahakküm ve Üstün Erillik Olgusunun Plâstik Sanatlar Alanında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Oluşumuna Etkileri Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme’’. **Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi**. (2010). ss.7.

SARAÇ, Simge. ‘‘Toplumsal Cinsiyet’’. **Toplumsal Cinsiyet ve Yansımaları**. (der.) Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları. 2013.

STEVENSON, Nick. **Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi**. Ankara: Ütopya Yayınevi. 2008.

SONER, Ayben. ‘‘ Yapı ve Fail İlişkisinden Hareketle Ataerkil İdeoloji ve Toplumsal Cinsiyet Etkileşimini Anlamak’’. **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Adnan Menderes Üniversitesi SBE. 2012.

ŞİMŞEK, Asiye. ‘‘Feminizm ve Uluslararası İlişkiler’’. 2013. <http://akademikperspektif.com/2013/12/31/feminizm-ve-uluslararasi-iliskiler>. (Erişim Tarihi: 19.03.2016).

TANRIÖVER, Uğur Hülya, Ece VİTRİNEL ve Ceren SÖZERİ. ‘‘Gözlemlerden Eylemlere: Türkiye’de Cinsiyetçi Olmayan Bir Medyaya Doğru’’. **Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi**. S.10 (2009). ss. 36.

TEKİNALP, Şermin. **Camera Obscura’ dan Synopticon’a Radyo ve Televizyon**. İstanbul: Der Yayınları. 2003.

Tübitak Raporu. **Toplumsal Dönüşümler ve Medyada İzleyici Katılımı**. İstanbul. 2010.

TÜRKDOĞAN, Özlem. ‘‘ Ana Akım Medyada Annelik Miti’’. **Kadın Araştırmaları Dergisi**. S.13 (2013). ss. 35-73.

UYGUNÇ, Ünal ve Ali GENÇ. **Radyo Televizyon Haberciliği**. İstanbul: Avcıol Basım-Yayın. 1998.

UZUN, Tevfik. ‘ Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Var mısın Yok Musun? Yarışma Programının Değerlendirilmesi ‘. **Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi**. S.1 (2009).



YARAMAN, Ayşegül.” Modern Ataerkil Toplumsallaşma: Erkeksi, Erkekçi Kadınlar”. <http://aysegulyaraman.com/makale.html>. (Erişim Tarihi 20.04.2016).

YILDIRIM, Vural ve Tüba KARAHİSAR. “Ulusal Televizyon Kanallarında Görsel-İşitsel Obje Olarak Kadın”.**Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**. S.2 (Eylül 2013).ss.55-61.

YÜCE, Erman. “Simgesel Seçkinler ve Habitus: Hürriyet Gazetesi’ nde Köşe Yazarlığı” . **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. Ankara Üniversitesi SBE.2007.

ZEYBEKOĞLU, Dünder Özge .“Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Televizyon Reklamlarına Yansıması”.  
<http://www.ethosfelsefe.com/ethosdiyaloglar/mydocs/Ozg-Cinsiyet.pdf> . (Erişim Tarihi: 20.04.2016).

“1980 Sonrası Türkiye’de Feminizmin Görünümü”  
.http://acikerisim.aku.edu.tr:8080/xmlui/handle/11630/2665. (Erişim Tarihi: 02.02.2016).