

TÜRK BASININDA KADIN: 2010 TÜRKİYESİ'NDE SOSYAL HAKLAR AÇISINDAN KADINLARIN TEMSİLİ

Aynur Köse
Karadeniz Teknik Üniversitesi

ÖZET

Kullandığı dil ve haber kalıpları aracılığıyla kamuoyunun zihnindeki konuların önemlilik algılamasını etkileyen medyanın oluşturduğu cinsiyet kalıpları ve kadınları temsil biçimleri çalışmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Kadınların kağıt üstünde sahip oldukları hak ve özgürlüklerin gündelik hayatta ne ile sınırlı olduğunu göstermek amacıyla gazeteler üzerine bir inceleme yapılmıştır. Böylece kadınların genelde ne tür haberlerle gazetelerde yer bulabildiği ve haber konusu olduklarında haber dili, temsil edilme biçimleri ve sunum kalıpları açısından uğradıkları hak ihlalleri sergilenerek, kadın haklarına duyarlı bir habercilik dili açısından neler yapılabileceğine ilişkin bir çerçeve çizilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda Cumhuriyet, Hürriyet, Posta, Radikal, Zaman ve Yeni Şafak gazetelerinin baş sayfaları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda kadınların genelde çeşitli şiddet şekillerinin mağduru ya da görselliği ağır basan magazin malzemesi olarak haberleştirilmelerinden hareketle temsil şekli ve sunuluş biçimi açısından gazetelerin cinsiyetçi kalıplara sahip olduğu tespit edilmiştir.

ABSTRACT

The main subject of this study is gender stereotypes and representation forms of women constituted by media which influence importance of issues in public's mind through patterns of language and news. To show limits of rights and liberties of women a research was done on newspapers. Thus by exhibiting how women are represented on newspapers and when they are subjects of news, how their rights are violated, it was aimed to draw a framework in terms of what can be done against sufferings of women's rights. In this context, head pages of Cumhuriyet, Hürriyet, Posta, Radikal, Zaman ve Yeni Şafak daily newspapers were searched by content analysis. As a result it was found that newspapers have sexist stereotypes in terms of representation types and presentation formats.

GİRİŞ

İnsan hakları, insanların yalnızca insan oldukları için ve doğdukları andan itibaren sahip oldukları dokunulamaz, devredilemez ve vazgeçilemez haklardır. Her insanın eşit ve özgür doğduğu, insanların dil, din, mezhep, renk, ırk, cinsiyet gibi özelliklerinden dolayı ayrımcılığa tabi tutulamayacağı evrensel bir insan hakkı olarak kabul edilmektedir. Bu çerçevede ülkeler yurttaşlarına temel özgürlüklere ve toplumun standartları ölçüsünde ekonomik refah ve sosyal güvenlik haklarına sahip olmaktan başlayarak çağdaş bir birey gibi yaşamalarını sağlayacak bir dizi haklar vermektedir (Marshall ve Bottomore, 2006:6). Bu hak ve özgürlüklerin sınıflandırılmasında tarihsel gelişimine uygun bir ayrıma gidilerek birinci kuşak (kişi hakları ve siyasal haklar), ikinci kuşak (ekonomik, sosyal ve kültürel haklar) ve üçüncü kuşak (dayanışma hakları) ayrımı yapılmaktadır (Kaboğlu, 1989:17). Bu açıdan ikinci kuşak haklar olarak nitelendirilen sosyal hakları, eğitim, sağlık, çalışma hakkı gibi insani gelişim açısından gerekli olan koşulların geliştirilmesini sağlayan, sosyal eşitsizlikleri gidermeye yardımcı olacak şekilde bireyin hak ve özgürlüklerini güvence altına alan haklar olarak nitelendirmek mümkündür (Tanör ve Yüzbaşıoğlu, 2002:182). Bir başka ifade ile ikinci kuşak haklar, bireyi toplumsal risklere karşı koruyan ve insanca yaşam için gerekli koşulları sağlamayı amaçlayan haklardır (Uzak ve Altunışık, 2007:16). Böylece ayırım gözetilmeksizin her birey, barınma, sağlık, eğitim, beslenme, iş güvencesi gibi sosyal haklara sahip olmak noktasında eşit konumda bulunmaktadır.

Sosyal hakların doğuşunda ve gelişmesinde rol oynayan etkenlerin başında, düşünsel düzeydeki gelişmeler ve bunlardan etkilenecek ortaya çıkan işçi hareketleri gelmektedir. Sanayi devrimi ile ortaya çıkan işçi sınıfının siyasal ve sosyal eşitsizliklere tepki göstermesi, karşı koyması ve mücadelesi sosyal haklar bakımından itici bir güç olmuştur (Uygun, 2000:23). Bu bağlamda sosyal hakların gelişiminin kapitalizmin gelişimiyle paralel olduğunu söylemek mümkündür. Kapitalist sanayileşmenin yarattığı eşitsizlikleri ortadan kaldırmaya yönelik mücadeleler sonucunda çalışma koşullarını düzenleyen yasalar çıkarılmıştır. İngiltere’de 1842 tarihinde çıkarılan ve kadın işçilerin çalışma koşullarına ilişkin koruyucu düzenlemeler getiren yasa da bunlardan biridir (Kara, 2004). 19. yüzyılda önem kazanmaya başlayan kadın hakları çerçevesinde verilen mücadeleler sonunda kadınlar, kamusal yaşamda ve iş hayatında yer almaya başlamıştır. Bu çerçevede kadınların kamusal hayata girişte karşılaştıkları cinsiyete dayalı eşitsizlik ve ayrımcılığı önlemeye ve kadınların haklarını korumaya yönelik yasal düzenlemeler yapılmıştır. Ancak zihniyet kalıplarını, tutum ve davranışları değiştirmek yasaları değiştirmek kadar kolay değildir. Bu bağlamda kadınların sosyal yaşamdaki hakları konusundaki yasal düzenlemeleri hayata geçirmek ve uygulanmasını sağlamak, yani teori ile pratik uyumunu sağlamak zorlu bir süreçtir.

Sosyal haklar, temel olarak fiili eşitsizliklerin giderilmesini hedeflemektedir. Bu çerçevede belli bir sosyal kategoriye giren insanlara birtakım sosyal

hakları tanımak, bu insanların yasaların kendiliğinden işleyişi yoluyla elde edebileceklerinin ötesinde bazı hakları olduğunun kabulü anlamına gelmektedir (Tanör, 1978:41). Bu şekilde özel olarak korunması gereken kişiler arasında kadınlar da yer almaktadır. Zira kadın erkek eşitsizliği bütün dünyada, üstelik yaşamın her alanında karşılaşılan bir olgudur. Bu olgunun en önemli sebebi ise ataerkil toplum yapısıdır. En genel ifadeyle ataerkillik, kadın erkek eşitsizliğini besleyen ve derinleştiren bir olgudur. Kadının ikincilleştirilmesi biyolojisiyle ilişkilendirilmek istense de bunun asıl nedeni toplumsal cinsiyet ve oluşturduğu cinsiyet kalıpları ile kadına ve erkeğe atfedilen cinsiyet rolleridir. Zira bedensel boyutunun ötesinde insanlar arasındaki ilişkilerin biçimlendiği ve sürdürüldüğü toplumsal pratiklerin içinde belirlenmesi nedeniyle cinsellikte toplumsal bir bağ bulunmaktadır (Connell, 1998: 102-107). Ataerkillişmenin kadına biçtiği rol her yerde karşımıza çıkmakta ve kadın özel alana kapatılarak kamusal alandan dışlanmaktadır. Çünkü toplumsal cinsiyete dayanan cinsel rol ayrımlaşmasında erkeklerin kamusal alan yani siyasal, geniş ve yaygın alanda, kadınların ise duyguların dar, evsel ve sınırlı alanında yani özel alanda var oldukları görüşü belirleyici olmaktadır (El-Bakri-Kameir, 1986; 41). Bu bağlamda insanca bir yaşam için gereken asgari koşulları ifade eden sosyal haklar, çoğu zaman kağıt üstünde kalmakta ve günümüzde neredeyse hak olmaktan çıkartılıp birer ayrıcalık haline getirilmektedir.

Bu süreçte yönlendiriciliği ve etkileyciliği ile bireylerin zihin yapılanmasında ve bilişsel şemalarında etkili olan medya önemli işlevler üstlenmektedir (Hall, 1993:198). Zira bu araçlar belli söylemleri geliştirerek ya da dışlayarak, meşruluk iddialarını destekleyerek ya da çürüterek söylemsel mücadeleleri düzenlemektedir (Fowler, 1991:120). Diğer bir deyişle medya toplumdaki güç ilişkileri içinde inşa edilen ve yeniden üretilerek toplama sunulan temsil pratikleri aracılığıyla iktidar ilişkilerini ve uygulamalarını meşrulaştırmaktadır. Bu anlamda medyanın görevi kısaca var olanı pekiştirmektir. Bu bağlamda medya ataerkil kültür kalıplarını tekrarlayarak, yeniden üretmek kadınlar için bir anlamda değiştiremeyecekleri bu dünyayı kabul etmelerini öğretmektedir.

Temel olarak medyadaki kadın temsilleri üzerine odaklanan bu çalışmanın amacı, kadınların kağıt üstünde sahip oldukları bireysel ve kolektif sayısız hak ve özgürlüğün gündelik hayatta ne ile sınırlı olduğunu göstermek üzere yine basılı bir materyal olan gazeteler üzerinde bir inceleme yapmaktır. Böylece kadınların genelde ne tür haberlerle gazetelerde yer bulabildiği, şiddet, taciz, tecavüz, cinayet... vb. nedenlerle haber konusu olduklarında haber dili ve temsil edilme biçimleri açısından uğradıkları hak ihlalleri sergilenerek, kadın odaklı bir habercilik dili açısından neler yapılabileceğine ilişkin bir çerçeve çizilmeye çalışılmıştır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Kadınların kişilik ve sosyal hakları açısından gazetelerde temsil biçimleri ve kadınlarla ilgili haberlerde kullanılan çerçeveler üzerine odaklanan bu çalışmanın araştırma evreninde 1 Ocak-31 Aralık 2010 tarihleri arasında yayımlanan günlük gazeteler yer almaktadır. Araştırmanın örneklemini ise dünya görüşü, yayın politikası, ideolojik duruş, sahiplik yapısı gibi kriterler açısından farklı kesimleri temsil gücüne sahip olan Cumhuriyet, Hürriyet, Posta, Radikal, Zaman ve Yeni Şafak gazetelerinin baş sayfalarında yer alan kadınlarla ilgili haberler oluşturmaktadır. Bu kapsamda haber medyası tarafından kadınlar söz konusu olduğunda hangi konuların seçildiğine, bu konuların sunum kalıpları olarak haber çerçevelerine

ve kadınların temsil biçimlerine odaklanan üç boyutlu ve birbirini destekleyen bir inceleme gerçekleştirilmiştir.

Medya içeriklerinde kullanılan dil ve belli haber öykü kalıpları ile gerçeklik farklı yollarla düzenlenmektedir (Durfee, 2006: 463). Çerçevelemek, algılanan bir gerçekliğin belli yönlerini seçerek bunları bir iletişim metni içinde daha önemli hale getirmek ve böylece belli bir problem tanımını, neden-sonuç yorumunu, ahlaki değerlendirmeyi veya çözüm önerisini desteklemektir (Entman 1993: 52). Haber çerçeveleri olarak tarif edilen bu sunum kalıplarının kadınlar söz konusu olduğunda; sorumluluk, çatışma, insani ilgi, ahlakilik ve ekonomik sonuçlar çerçevelerinden^{1*} hangisinde yoğunlaştığı ve incelenen gazeteler arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir (Price ve ark., 1997: 484; Valkenburg ve ark. 1999: 555). Mesajda, bireyi görünmeden etkileyen öğelerin belirlenmesine yönelik “ikinci bir okuma” (Bilgin, 2000:7) olarak nitelendirilen içerik analizi yöntemiyle elde edilen verilerden hareketle kadınlarla ilgili haberlerde kullanılan seçme, yorumlama, vurgulama ve dışlama gibi sunum kalıpları üzerinden yazılı basının oluşturmaya çalıştığı “bi-lişsel şemalar” tespit edilmeye çalışılmıştır (Iyengar,1997:244). Bu veriler üzerinden ayrıca yazılı basının kadınlarla ilgili özellikle hangi konuları haberleştirdikleri incelenmiştir.

Kitle iletişim araçlarının toplumsal gerçekliği inşa ettiği ve yeniden ürettiği varsayımı temelde medyanın belli konu veya meseleleri, kullandığı dil ve haber kalıplarıyla yorumlayarak ilgi ve dikkatimizin yöneldiği konu ve meselelerle ilgili önceliklerimizi belirlediğini öne sürmektedir (McLeod ve ark, 2003: 144) . Bu çerçevede medya ürünlerinin metinsel ve söylemsel özelliklerine göre kadının temsil biçimiyle ilgili olarak yapılmış araştırmalar (Butler, Paisley 1980; Danacı Yüce, 2008, Saktanber, 1993, Uğur Tanrıöver 2007; Gencil Bek ve Binark, 2000:4-15) sonucunda çeşitli kategoriler oluşturulmuştur. Buna göre medya içeriklerinde kadınlar 6 farklı şekilde temsil edilmektedir.

1- Doğal-eşit varlık: Kadınların, hayatın herhangi bir alanında erkekler ile eşit biçimde “doğal” olarak temsil edildiği durumlardır.

2- Eş, anne, fedakar kadın: Kadınların salt eş ya da annelik konumunun altını çizen ve/veya “fedakarlık” niteliğini ön plana çıkaran içeriklerdir.

3- Üçüncü sayfa-magazin nesnesi: Kadınların, genelde “üçüncü sayfa” olarak tanımlanan haber türleri kapsamında canı, suçu ya da tersine kurban olarak yer aldığı haberler ve özellikle gösteri dünyasındaki yıldızların, aşk ilişkileri, giyim-kuşamları, gezdikleri yerler gibi içerikler bu kategoride yer almaktadır.

4- Cinsel nesne-haz nesnesi: Haber ya da içerikle doğrudan ilişkisi olmadığı halde kadınların bedenlerini/cinselliklerini ön plana çıkaran içeriklerdir.

^{1*} 1) Sorumluluk çerçeveleri bir meseleye veya probleme neden olma veya çözüme sorumluluğunu hükümete, bir bireye veya bir gruba atar.

2) Çatışma çerçeveleri izleyici ilgisini çekmek için bireyler, gruplar veya kurumlar arasındaki çatışmayı anlatır.

3) İnsani ilgi çerçeveleri insan yaşamına dair hikayeleri ve duygusallığı öne çıkarır.

4) Ahlakilik çerçevesi problemi veya konuyu dini inançlar veya ahlaki prensipler bağlamında ele alır.

5) Ekonomik sonuçlar çerçeveleri konuları bireyler, gruplar, kurumlar, bölgeler veya ülkeler için doğuracağı maddi yararlar veya maliyetler bakımından anlatır (Semetko ve Valkenburg, 2000: 95).

5- Örgüt - eylem öznesi: Kadınların herhangi bir eyleme (toplumsal, siyasal, kültürel) doğrudan katılır biçimde ya da belli bir örgüte dahil olarak sunuldukları içeriklerdir.

6- Araçsal varlık: İçerikle doğrudan ilgili olmadığı durumlarda kadınların, gündelik deyimle “konu mankeni” biçiminde temsil edildikleri içeriklerdir.

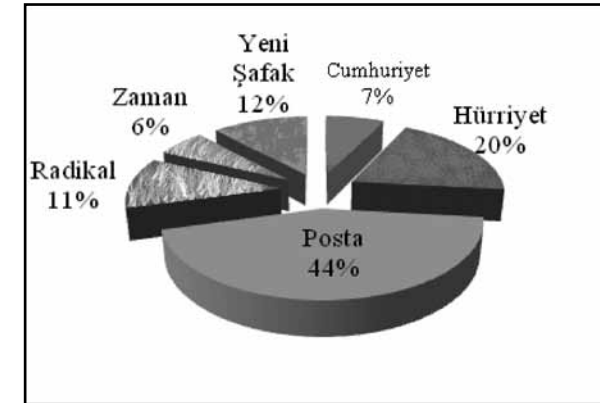
Tüm bu analizler sonucunda 2010 yılında kadınların en çok hangi haber konularıyla, temsil biçimleriyle ve sunum kalıplarıyla baş sayfalarda haberleştirildikleri, bu açıdan gazeteler arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı yönünde sonuçlara ulaşılmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Gazetede haberin hangi sayfada yayımlandığı, sayfadaki yeri ve boyutu okuyucunun etkilenmesi ve habere çekilmesinde önemli bir faktördür^{2*}. Bu açıdan gazetelerin en dikkat çekici ve dolayısıyla en fazla okunan sayfaları olarak baş sayfalarında yer alan haberler ve bu haberlerin ele alınış tarzı özellikle önemlidir. Çünkü medya kullandığı dil ve haber kalıpları aracılığıyla önemli ya da öncelikli gösterdiği konular ile kamuoyunun zihnindeki konuların önem sıralamasını belirlemektedir (Yüksel, 2009: 130). İşte bu nedenle kadınların gazetele- rin baş sayfalarında günün en önemli konusu olarak sunulan manşet ya da sürmanşetlerde ne oranda haberleştirildikleri konusu önemlidir.

Araştırma kapsamında taranan 2190 sayı gazetenin 318’inde (yüzde 15) kadınların manşet ya da sürmanşette haberleştirildikleri saptanmıştır. Bu alanlarda kadınlarla ilgili haberlerin yüzde 15 ile sınırlı olmasının nedeni, bu sayfalarda ağırlıklı olarak “iç politika”, “ekonomi”, “dış politika” gibi erkeklerin ilgi alanına girdiği düşünülen, üzerine düşünce üretildiği varsayılan dolayısıyla da kadınların uzak durduğu “ciddi” konular olarak görülen haberlere yer verilmesidir (Mater ve Çalışlar, 2007: 181). Örnekleme içerisindeki gazeteler arasında bu açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı incelendiğinde ise aşağıdaki tablo ortaya çıkmaktadır.

Grafik-1: Manşet ya da sürmanşetlerde kadınlara yer verme oranı



^{2*} Haberin önem derecesini göstermek için “ters üçgen” kullanılmaktadır. Haberin önemi yukarıdan aşağıya doğru azaldığından sayfanın üst kısmında yer alan haberler önemli, alt kısmında yer alan haberler ise üstteki haberlere göre daha az önemlidir.

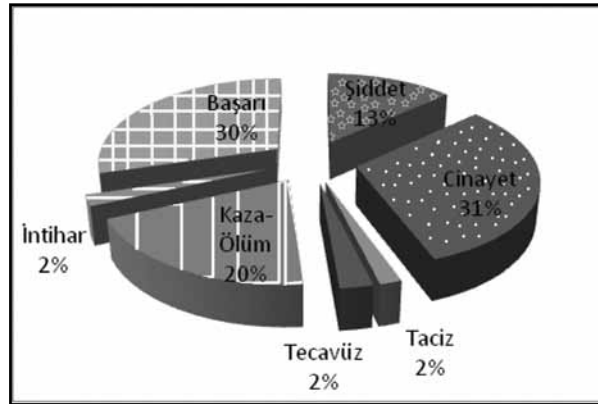
Satış rakamları itibariyle “Türkiye’nin en çok satan gazetesi” olarak nitelendirilen ve popüler basının en önemli temsilcilerinden biri olan Posta Gazetesi (yüzde 44) ile incelenen diğer gazeteler arasında, günün en önemli haberi olarak manşette kadınlara yer verme açısından anlamlı bir fark vardır. Bu durumu ticari yayıncılığın nitelikleri gereği, Posta gazetesinin hem daha fazla sansasyonel haber içermesi, hem de daha fazla görsel kullanması ile açıklamak mümkündür. Manşette kadınlara en az yer verenin ise Zaman Gazetesi (yüzde 6) olduğu saptanmıştır. Bunu ise gazetenin ideolojik aidiyeti itibariyle muhafazakar ve dini hassasiyetleri yüksek bir kesime hitap etmesi ile açıklayabiliriz.

Baş sayfanın tamamında kadınlarla ilgili haberlerin oranı ise 2701’dir. Baş sayfalarda ortalama 8 habere yer verildiği bilgisinden hareketle, toplam 17520 haber içinde manşet dahil kadınların oranının yüzde 17 olduğu saptanmıştır. Bu haberlerin bazılarında kadınlar haberin öznesi konumunda iken bazılarında ise vitrin malzemesi olarak sunulmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde ise gerçek temsil oranının çok daha sınırlı olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu noktada kadınların hangi konularla baş sayfalarda yer bulabildikleri önemli bir husustur.

1- Kadın Konulu Haberler: Kurban ve Mağdur Kadınlar

2010 yılı içerisinde gazetelerin vitrini olarak baş sayfalarında sunulan haberlerin içeriklerinin hangi konularda yoğunlaştığını ortaya çıkarmaya yönelik yapılan analiz sonucunda; kadınları konu alan haberlerin yüzde 70’inin cinayet, ölüm, tecavüz, taciz gibi çeşitli “şiddet” biçimlerine maruz kalan kurban ve mağdur kadın hikayelerini içerdiği saptanmıştır. Bu noktada önemli olan gazetelerin kurban ve mağdur kadınları haberleştirirken ortaya koyduğu neden sonuç ilişkisidir. Bunun için çoğunlukla eğitimsiz, işsiz ve sosyal güvenlikten yoksun olan bu kadınların mağduriyetlerini pekiştiren ya da meşrulaştıran klişe ifadelerin dışına çıkarak, kadınları bu tarz toplumsal risklere karşı korumak ve insanca yaşamalarını sağlamak için yapılması gerekenlere işaret eden sosyal haklara duyarlı ve toplumsal anlamda sorumlu bir yayıncılık anlayışı gerekmektedir. Ancak incelenen haberlerde bu tarz bir anlayışın izlerine nadiren rastlanmıştır.

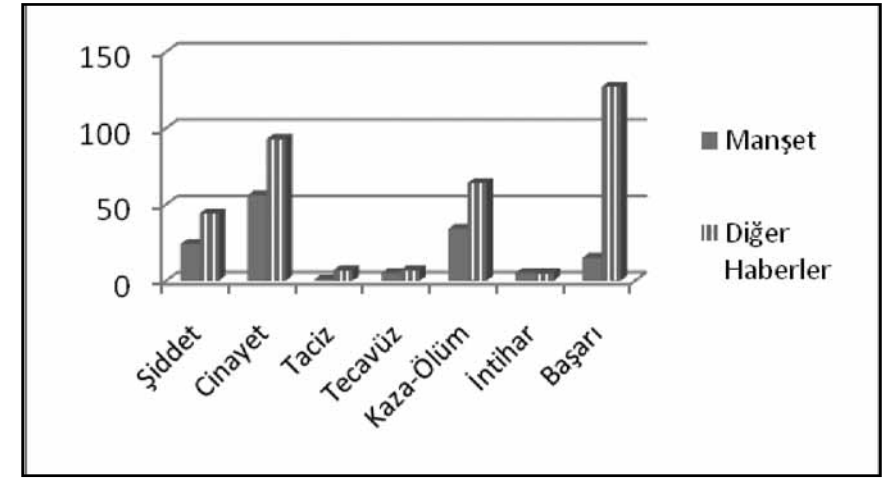
Grafik-2: Kadınlarla ilgili haberlerin konularına göre dağılımı



Analiz sonucunda aldatılan, aldatan, tecavüze uğrayan, şiddet gören, kısaca başına çeşitli felaketler gelen kadınların medyanın manşetlerinde en sık kullandığı malzemeler olduğu

bulgulanmıştır. Bu anlamda iyi bir mağduriyet haberi ya da öznesi kadın olan “cinsel içerikli” bir haber, gazeteler için daha yüksek tiraj anlamına gelmektedir (Doğan, 2008:117). Burada dikkat çeken nokta ise kadınların en fazla mağduriyetleriyle manşet olurken başarılarının ancak küçük bir haber olarak baş sayfalarda yer bulabilmesidir. Bu bağlamda kadınların başarılarının değil yaşadıkları felaketlerin ve mağduriyetlerinin daha fazla haber değeri taşıdığı sonucuna ulaşmak mümkündür.

Grafik-2: Manşet ve diğer haberlerin konularına göre birbirlerine oranı



Nitekim cinayet (frekans 40), kaza-ölüm (frekans 24) ve şiddet (15) konulu haberleri sık sık manşetine ve baş sayfasına taşıyan Posta gazetesinin Türkiye’nin en çok satan gazetesi olması da kadının mağduriyetinin çok okutan bir konu olduğu saptanmıştır. Nitekim Cumhuriyet, kadınları genelde olduğu gibi mağduriyetleri ile değil, başarıları ile (yüzde 74) baş sayfasına taşımayı tercih etmiştir. Kadınları kamusal yaşamda ve iş hayatında aktif bireyler olarak konumlandırılan Cumhuriyet gazetesi kadınların uğradıkları fiili eşitsizlikleri de sayfalarına taşımak suretiyle sosyal hak ihlallerine de gönderme yapmaktadır.

Manşetlerde sınırlı sayıda yer bulabilmekle birlikte baş sayfadaki haberlerde en sık işlenen konulardan biri de kadınların şaşırtıcı başarıların örneği olarak haber öznesine dönüşmeleridir. Bu tür haberlerde özellikle kadınların aldıkları eğitime ve çalışma hayatındaki üstün başarılarına gönderme yapılmak suretiyle insani gelişim ve temel hak ve özgürlüklere sahip olmak için gerekli olan koşullara işaret edilmektedir. Ancak başarılarıyla, mücadeleleriyle, yükselen sesleri ve sözleriyle kadınların medyada görünebilmesinin belli kuralları vardır. Bu kuralların başında ise, bu başarının beklenmedik ve şaşırtıcı olduğuna vurgu yapmak suretiyle kadınların toplumdaki ikincil konumuna gönderme yapılması gelir. Aşağıdaki örnekler, başarılarıyla haberleştirilen kadınların sunumunda kullanılan kalıpları ortaya koyması açısından anlamlıdır.



Resim-1:18 Nisan 2010



Resim-1: 20 Nisan 2010



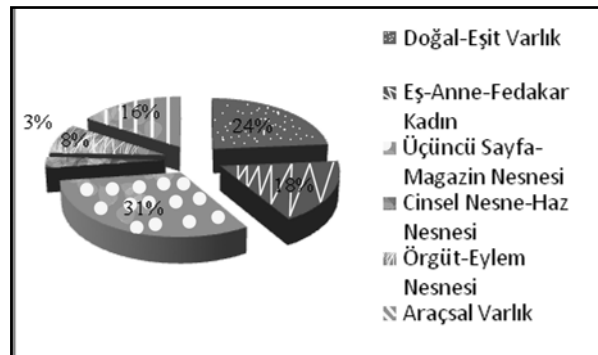
Resim-1: 9 Mart 2010

Radikal, “Genç profesör Feryal Özel aşksızın dedirtiyor” üst başlığıyla ve spotunda yer alan “...İki de çocuk büyütüyor” ifadesiyle bu beklenmeyen başarımın şaşırtıcılığını, profesyonel bir bilim insanı bile olsa kadın ve annelik rolüne gönderme yaparak belirginleştirilmektedir. Bu bağlamda gazeteler genelde değişik alanlara ve kadınlara dair konuları işlerken, bilgi, deneyim ve birikime sahip kadınları muhatap almayarak ve sınırlı olarak görüşlerine ya da uzmanlıklarına başvurarak aslında kadınlara yönelik cinsiyetçi kalıplarla hareket etmektedir (Tanrıöver, 2008: 115). Ancak haberlerdeki sözcük seçimleri ve cümle yapılarının cinsiyetçiliği gizleyecek şekilde örgütlenmesi nedeniyle bu temsil şeklini fark etmek kolay değildir.

2- Gazetelerde Kadınların Temsil Biçimleri

Medyada temsil ve sunuluş biçimleri birbirini destekler ve toplumsal algıya katkıda bulunur niteliktedir. İnsan hakları, eşitlik ve sosyal haklar açısından bakıldığında kadının medyadaki temsil şekli ve sunuluş biçiminin cinsiyetçi kalıplara sahip olduğu gözlenmektedir. Medya, her gün kullandığı cinsiyet ayrımcılığını pekiştiren ifadeler, yorumlar, görüntüler, alıntılar ile kadın bedeni üzerinden cinsiyetçi bir söylem inşa etmektedir. Bu noktada kadınların temsilinde kullanılan kategorilerin özelliklerine değinmek medyanın tavrını ortaya koymak açısından yararlı olacaktır.

Grafik-5: Baş sayfalarda kadınların temsil biçimleri



Kadınlara ilişkin haberlerin yüzde 31'i, kadınların kurban, mağdur ya da canı olarak konumlandırıldıkları cinayet, şiddet, ölüm, tecavüz, taciz gibi üçüncü sayfa haberlerinden ya da gösteri dünyasındaki popüler kadınların özel hayatları, giyim tarzları, yaptıkları ya da söyledikleri gibi magazin içerikli haberlerden oluşmaktadır. Bu noktada görsellik, kadınların cinsel nesne ya da üçüncü sayfa-magazin amaçlı temsilini pekiştirici bir etkiye sahiptir. Gazeteler bazen de kadınları ve kadınlara yönelik işlenen suçları magazinleştirerek ve bu suçları erotik röntgenciliği besleyecek şekilde reyting malzemesine dönüştürerek kullanmaktadır (Tanrıöver, 2008:116). Bu bağlamda “hayatın esası kabul edilen alanlarda” yani politikada, ekonomide, hatta magazinde fotoğraflarıyla, görüntüleriyle erkekler konuşurken, kadına bu “ciddiyet dünyası”nda “mağdur”, “kurban”, “vitrin malzemesi”, “namus taşıyıcılığı” gibi roller düşmekte ve bu roller sürekli yeniden üretilmektedir. Bu yaygın temsil biçiminden hareketle “kadınlar ne zaman haber olur?” sorusuna verilebilecek yanıtlardan biri “kadınlar mağdur ya da kurban olunca haberleştirilir” şeklinde olacaktır (Mater ve Çalışlar, 2007:175). Kadınların haberlerde temsilinde kullanılan diğer kalıplar ise sırayla hayatın içinde “doğal ve eşit bir varlık” (yüzde 24), bireysel varlığı olmayan “eş ve anne” (yüzde 18) ya da vitrin malzemesi olarak “araçsal varlık” (yüzde 16) şeklindedir. Siyaset söz konusu olduğunda ya da teknolojik gelişmelerle ilgili haberlerde, yani içerikle doğrudan ilgili olmayan durumlarda kadınlar, genellikle konu mankeni olarak haberin görselinde yer almaktadır. Ancak haberin içine dahil edilmeyerek bir anlamda yok sayılmaktadır. Gazetelerin baş sayfalarında yer alan haber ve fotoğrafları incelemek bu yaklaşımı görmek açısından yeterlidir.



Resim-3: 30 Ocak 2010



Resim-4: 12 Ağustos 2010

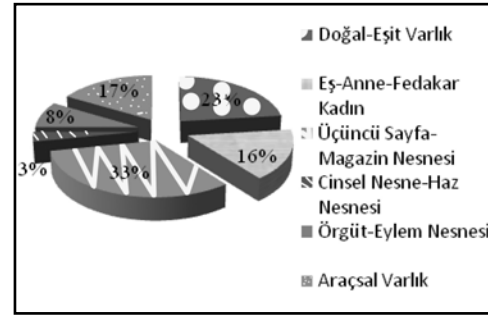
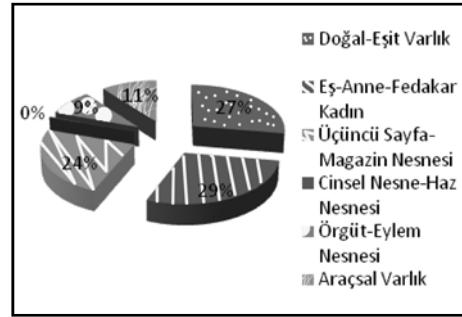


Resim-4: 9 Şubat 2010

Radikal Gazetesi “Açlık, yoksulluk, dayak, taciz, tecavüz...” üst başlığıyla kadınların en çok yaşadıkları sorunları sıraladıktan sonra “Memleketimden kadın manzaraları” manşetiyle ülkenin kadın hakları açısından profilini ortaya koymaktadır. Böylece insanca yaşam için gerekli olan temel hak ve özgürlüklerden olan eğitim, çalışma, sosyal güvence, barınma gibi sosyal haklara ilişkin bir Türkiye tablosu çizmektedir. Burada bir parantez açarak özellikle namus ve töre cinayetleri konusunda eleştirel bir yayıncılık anlayışı benimseyen Radikal gazetesinin kişilik hakları ve sosyal haklar bağlamında sorumlu bir yayıncılık gerçekleştirdiğini ifade etmek gerekmektedir. Benzer şekilde “Suikast kurbanlarının yakınlarından ortak çağrı” üst başlığı ve “Çoğalmak istemiyoruz” manşetinde ve haber metninde olduğu gibi kadınlar, genelde şiddetin nesnesi, savaş, çatışma, doğal olaylar ve ailevi dramlarda acının simgesi ol-

duklarında haber öznesine dönüşebilmektedir (Mater ve Çalışlar, 2007: 178). Bu haberlerde kadınların temsil edilme biçimleri olabildiğince şiddet içerikli ve duygu sömürsü odaklıdır.

Genel olarak haber başlıklarında ve metinlerinde temsil edilen, kadınların çaresizliği, zavallılığı, hatta kimi zamanda bu durumu “hak etmiş” olmalarıdır (Tanrıöver, 2007: 159). Zira doğal felaketlerden siyasi skandallara ve bireysel facialara kadar uzanan yelpaze içinde haber, gizli ve açık biçimde toplumsal suçun failine bir beden inşa etmektedir. Bu şekilde özellikle manşetlerde kadın bedeni suçlu ya da kurban olarak seçilerek eril bilinçdışının dile dökülmesine aracılık edilmektedir. Böylece haber, olup bitenin bir aktarım aracı olmaktan çok, mevcut iktidar güçlerinin inşa ettiği gerçeklik kurgusunun güvenilir bir aktarım aracına dönüşmektedir (Köker, 2007: 136). Buna bağlı olarak kadınların işsizlik, eğitimsizlik, sağlık ve sosyal güvencelerden yoksunluk gibi gerçek sorunları üçüncü sayfa ya da magazin malzemesi olarak kullanılarak bir anlamda önemsizleştirilmektedir. Toplumsal cinsiyete dayalı cinsel rol ayırılmasını belirginleştiren ve dolayısıyla kadın ve erkek eşitsizliğini derinleştiren bu sunum şekli sosyal açıdan kadınların haklarının ihlal edilmesini de beraberinde getirmektedir. Zira karşılaştığı şiddet sonrası hırpalanan kadınları, saldırı kurbanı mağdur kadınları, açlık ve yoksulluk içindeki kadınları ya da ölü kadın bedenlerini sergileyen haber medyası, aslında kadınların insanlık onuruyla temellenen haklarını ihlal etmektedir (Köker, 2007: 140). Bu noktada kadınları manşet ya da sürmanşette haberleştirirken kullanılan temsil biçimleri arasındaki farklılıklara işaret etmek medyanın kadına bakışını ortaya koymak açısından önemlidir.



Grafik-5: Manşetlerde kadınların temsil biçimleri oranları **Grafik-6: Baş sayfadaki diğer haberlerde kadınların temsil biçimleri ve oranları**

Manşetlerde kadınlar genelde dünyanın bütününden kopmuşçasına “iyi eş”, “iyi anne”, “fedakar kadın” olarak hem “anne-eş” hem de “zavallı-merhamet dilenen” nitelikleriyle bir arada haberleştirilmektedir. Bu bağlamda özellikle şehit haberleri sunulurken acı içindeki annelere, eşlere geniş yer verilmektedir. Öyle ki sıkça kullanılan bir konumlandırma olarak eş ve annelik rolü çerçevesinde, çocuğu ya da eşi için fedakarlıkta bulunan anneler, günlük gazetelerin “baş tacı”dır (Tanrıöver, 2007: 157). Ancak medya, kadının insan hakları ihlalleri açısından en kötü notu “geleneksel rollerde kadın temsili” konusunda almaktadır. Zira medya metinlerinde kadınlar, haberlerde kadın adlarının önüne getirilen “iyi eş”, “fedakar anne”,

“becerikli ev kadını”, “şahane aşçı” gibi nitelermelerle sunulmaktadır (Doğan, 2008:117). Buna karşın bu kadınların kişisel özelliklerine ilişkin herhangi bir bilgiye rastlamak mümkün değildir.



Resim-3: 21 Aralık 2010



Resim-4: 9 Mayıs 2010



Resim-4: 21 Haziran 2010

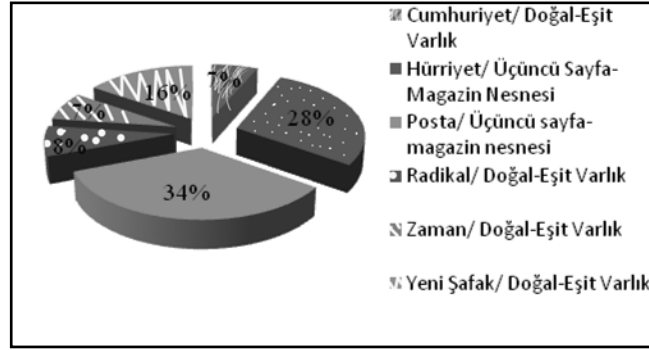


Resim-5: 16 Eylül 2010

Söz konusu “üçüncü sayfa” haberleri olduğunda ise bu listeye “canavar anne”, “vicdansız anne”, “aldatan eş”, “sapık sevgili” gibi nitelermeler eklenmektedir. Bu bağlamda öfke, empati, şefkat, sempati veya merhamet duyguları uyandıran sıfatlar veya kişisel portreler kadınların temsilinde yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu adlandırmalar ve kurulan bu duygu dili üzerinden kadından “beklenen” ve “beklenmeyen” davranışlarla ilgili zihinlerdeki toplumsal kalıplar yeniden üretilmektedir. Bu tür haberlerde ayrıca olayı skandalize edip magazinleştirilmeye ve böylece reytingi artırmaya yardımcı olacak fotoğraflar seçilmektedir. Nitekim Posta gazetesi, evrensel ve etik değerlere atıfla “Vahşet” olarak nitelendirdiği olayı haberleştirirken kullandığı fotoğrafla aslında, hem bu vahşete kendisi de ortaklık etmekte hem de kişilik haklarına zarar vermektedir. Oysa ki bu tarz haberlerin başlıklarında ve spotlarında

yargı ifadelerindense olayın toplumsal, hukuki ve psikolojik nedenlerine ve sonuçlarına vurgu yapan bir dil kullanmak ve böylece kamusal bir farkındalık yaratmak gerekmektedir. Bu haberler ayrıca, kadınların yaşadıkları sosyal eşitsizliklere dikkat çekmek ve bu eşitsizlikleri gidermeye yönelik toplumsal bir hassasiyet yaratmak açısından da işlevseldir.

Bu noktada kadınları ağırlıklı olarak hangi kategorilerle haberleştirdiklerini incelemek, gazetelerin kadın konusuna yaklaşımıyla ilgili bir çerçeve çizmek açısından yararlı olacaktır



Grafik-6: Gazetelerde kadınların temsil biçimleri ve oranları

Genel olarak baş sayfada kadınların temsil biçimleri açısından gazeteler arasında anlamlı farklılıklar olduğu gözlenmektedir. Hürriyet ve Posta gazetelerinin kadınları genelde "üçüncü sayfa-magazin nesnesi" olarak (yüzde 62) tanımlanan haber türleri kapsamında canı, suçlu ya da tersine kurban olarak ya da gösteri dünyasındaki yıldızların, aşkları, kıyafetleri, sözlerinden hareketle magazin nesnesi olarak sundukları bulgulanmıştır. Bu haber sunumu, kadınların çağdaş bireyler olarak eşit bir şekilde yaşama haklarına karşı mesafeli duruşu ve kadınların özel hayatını teşhir etmesi açısından sosyal ve kişilik haklarına zarar vermektedir. Cumhuriyet, Radikal, Zaman ve Yeni Şafak gazeteleri ise kadınları, yaşamın siyaset, ekonomi, iş hayatı gibi farklı alanlarında erkekler ile eşit biçimde, haberin temel öznesi olarak konumlandırmayı tercih etmişlerdir. Buna rağmen kadınlar genel olarak gazetelerde üçüncü sayfa haberi ya da magazin malzemesi olarak sunulmaktadır çünkü kadına baş sayfada en fazla yer veren Posta ve Hürriyet gazetelerindeki yaygın temsil şekli bu yöndedir.



Resim-6: 16 Şubat 2010



Resim-7: 23 Eylül 2010

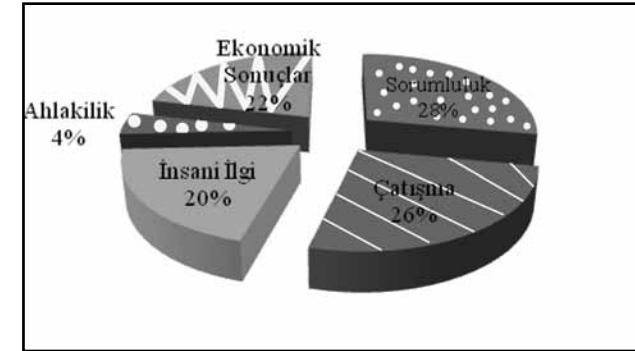


Resim-8: 14 Şubat 2010

Yukarıdaki haberlerde kadınlar hayatın içinde erkeklerle eşit bir şekilde haberin konusu, öznesi, kaynağı, yorumcusu ya da görüntüsü kısaca sosyal haklara sahip asli unsuru konumundadır. Kadının doğal-eşit varlık olarak temsil edildiği bu tür haberleri, kadını merkeze alması ve habercilik anlayışını kadını güçlendirecek, görünür kılacak, sözünü aktaracak ve kişisel kalifikasyonuna yer verecek şekilde kurması açısından "kadın odaklı" olarak değerlendirilmek mümkündür.

3- Kadınları Haberleştirirken Kullanılan Çerçeveler

Haber kurgularında ve içeriklerinde hangi öykülerin ele alınacağına yönelik tercih, kamunun algılayışı üzerinde etkili olması açısından önemlidir. Nitekim Tuchman'a göre kitle medyası, okuyucuların veya izleyicilerin kamusal olayları yorumlamakta kullandıkları referans çerçevelerinin önemli bir belirleyicisidir (Tuchman'dan akt. Scheufele, 1999: 105; Severin ve Tankard, 1994: 536). Çünkü medya çerçeveleri, olaylar hakkında belli yönde bir anlayış oluşturmaya yönelik algı ve düşünmeyi teşvik eden belli haber anlatıdır. Bu çerçeveler, bir haber metninde öne çıkarılan anahtar sözcükler, kavramlar, semboller ve nitelermelerde gizlidir. Bu yüzden, olayların ve haberlerin kitle iletişim medyasında çerçevelenmesi ve sunumu, haberi izleyenlerin bunları anlayışlarını sistemli biçimde etkilemektedir (Price ve ark. 1997: 489; Entman, 1993: 52; Scheufele, 1999: 107). Bu bağlamda medya söylemlerine hakim olan "habercilik kalıplarının" kadınlar açısından nasıl kullanıldığı incelendiğinde şöyle bir sonuç ortaya çıkmıştır.



Grafik-7: İncelenen gazetelerde kullanılan haber çerçeveleri

Kadınları baş sayfada haberleştirirken en fazla sorumluluk (yüzde 28) ve çatışma (yüzde 26) çerçeveleri kullanılmaktadır. Haber kurgusu içinde bireyler, gruplar ve kurumlar arasındaki çatışmalar öne çıkarılarak ya da bir meseleye veya soruna neden olma ve çözme sorumluluğunu bir gruba, kuruma veya hükümete yüklemeye yoluyla haber sunulmaktadır. Bu iki çerçevenin yoğun olarak kullanılması, kadınları baş sayfalara taşıyan haber konuları ve temsil biçimleri ile birlikte değerlendirildiğinde anlamlı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Zira kadınlar baş sayfalarda yüzde 70 oranında cinayet, şiddet, tecavüz, kıskançlık ya da ihanet gibi nedenlerle kocaları, nişanlıları ya da sevgilileri tarafından katledildiklerine ilişkin "üçüncü sayfa" haberleriyle temsil edilmektedir. Dolayısıyla da ağırlıklı olarak çatışma ve yaşananlar sonrasında bir çözüme ulaşma çabası bağlamında sorumluluk çerçevesinde sunulmaktadır.

Özellikle aile içi şiddet ve töre gibi sorumluluk çerçevesinde sunulan haberlerde kadınların mağdur oldukları durumlardan hareketle sosyal eşitsizliklere gönderme yapılmakta ve toplumsal anlamda farkındalık yaratılmaya çalışılmaktadır.

Burada dikkat çeken diğer önemli nokta ise haberlerin, bir yandan çatışma çerçevesi açısından kurgulanırken bir yandan da “failin suçunu mazur gösterip hafifletecek, mağdurun da suçlu olduğunu düşündürecek” (Mater ve Çalışlar, 2007: 185) şekilde sorumluluk çerçevesinin belirsizleştirilerek sunulmasıdır. Böylece cinsel suçlara ve şiddete maruz kalan kadınlar cinsiyetçi yargılar eşliğinde sunularak tecavüz ya da şiddete maruz kalanın “ahlakı” ve “yaşam biçimi” ahlaki çerçeveler bağlamında sorgulanarak, aslında suçlu ya da suç değil, suça maruz kalan kadın yargılanmaktadır (Mater, 2008:111). Bu sunum şekli ile yaygın medya, kadınları haberleştirirken yeni bir hak ihlali yapmaktadır. Gazetelerin kadınlarla ilgili haber çerçevelerine ilişkin genel tavrı incelendiğinde ise aşağıdaki tablo ortaya çıkmaktadır.

Tablo-1: Kadınlarla ilgili haberlerde kullanılan çerçevelerin dağılımı

Çerçeveleme	Cumhuriyet	Hürriyet	Posta	Radikal	Yeni Safak	Zaman	Toplam
Sorumluluk	105	125	79	86	136	87	618
Çatışma	56	132	182	68	106	35	579
İnsani İlgi	37	95	147	51	72	43	445
Ahlakilik	5	17	57	6	7	4	96
Ekonomik Sonuçlar	60	121	67	55	102	67	472
Toplam	263	490	532	266	423	266	2240

Posta ve Hürriyet gazeteleri kadınlarla ilgili haberleri en çok çatışma çerçevesinde kurgularken, Cumhuriyet, Radikal, Zaman ve Yeni Şafak gazeteleri sorumluluk çerçevesinde sunmayı tercih etmiştir. Bu durumu, Posta ve Hürriyet’in kadınlarla ilgili olarak en fazla cinayet ve şiddet konulu üçüncü sayfa haberlerine yer vermesi ve bu haberleri de güç ve uyumsuzluk açılarından ele almasıyla açıklamak mümkündür. Örnekleme içerisindeki diğer gazeteler değerlendirildiğinde ise; Cumhuriyet gazetesinin genelde kadınları başarı haberleri ile hayatın içindeki doğal bir varlık olarak sorumluluk ve ekonomik sonuçlar çerçevesinde ele aldığı saptanmıştır. Bu haberlerde sosyal haklarının bilincinde olan bir birey, hayatın içinde aktif bir özne olarak konumlandırılan kadınlara yer verilmektedir. Radikal gazetesi, kadınların haberin konusu, öznesi olduğu ve erkeklerle eşit şekilde temsil edildiği haberlere (yüzde 26) ve mağduriyetleri ile ilgili üçüncü sayfa haberlerine (yüzde 26) daha çok yer vermekle birlikte bu haberleri toplumsal sorumluluk açısından ele almakta ve neler yapılabileceğiyle ilgili sorumlu bir yayıncılık anlayışı ortaya koymaktadır. Yeni Şafak Gazetesi yüzde 47, Zaman Gazetesi ise yüzde 77 oranında kadınları başarıları ile baş sayfasına taşımakta ve hayatın içindeki doğal-eşit varlıklar olarak taşıdıkları sorumluluklara vurgu yapan çerçevelerle sunmaktadır.

SONUÇ

Medyada kadınların sosyal haklar açısından nasıl temsil edildikleri üzerine odaklanan bu araştırmanın sonucunda; Türkiye’de kadınların gazetelerde genelde dramatik ya da trajik

üçüncü sayfa haberlerinde şiddet eyleminin nesnesi ya da öznesi ve baş sayfaları renklendirilen, dolayısıyla okunurluğunu artıran magazin malzemesi olarak temsil edildiği saptanmıştır. Bunun yanı sıra kadınların hayatın içinde doğal ve eşit varlık; fedakar anne ve eş ya da herhangi bir haberi görselleştirmede araç olarak kullanılmasının yaygın temsil biçimleri olduğu bulgulanmıştır.

Kadınları baş sayfalarına ağırlıklı olarak hangi konularla taşıdıkları, hangi temsil biçimleriyle haberleştirdikleri ve tercih ettikleri sunum kalıpları birlikte değerlendirildiğinde incelenen gazetelerin kadın odaklı habercilik açısından sahip oldukları profil net olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede bir değerlendirme yapıldığında; kadınların Hürriyet ve Posta gazetelerinde genelde yaşadıkları sorunlar ve maruz kaldıkları hak ihlalleri ile yani çeşitli “şiddet” biçimlerinin nesnesi kimi zaman da öznesi olarak, kısaca “üçüncü sayfa haberi”nin mağduru olarak temsil edildikleri bulgulanmıştır. Bu tarz haberlerde çatışma çerçevesinin öne çıkarıldığı saptanmıştır. Bu haberler, her bireyin toplumsal risklere karşı korunma ve insanca yaşam için gerekli koşullara sahip olma noktasında eşit olduğu düşüncesine dayanan sosyal haklar açısından ele alındığında, yaşanan fiili eşitsizlikleri tek boyutlu olarak ele alması ve klişeleşmiş haber kalıpları ile sorunlu bir yapıya sahiptir. Gazetelerde yaygın olarak kullanılan bir diğer temsil şekli ise kadınlarla ilgili herhangi bir bilginin yer almadığı, salt güvenirlikten ibaret olan “vitrin” rolüdür. Bu tarz haberlerde ise kadınlar bir birey olarak değil sadece görsel bir unsur olarak sayfada yer almaktadır.

Cumhuriyet, Radikal, Yeni Şafak ve Zaman gazetelerinde ise kadınların mücadele, başarı, görüş, eleştiri ve değerlendirmeleri ile de haber konusu olabildikleri; bu tür haberlerde kadınların genelde hayatın içinde eşit bir varlık olarak konumlandırıldıkları ve bu eşitlikten hareketle de çeşitli sorumluluklarına vurgu yapan çerçevelerle sunuldukları saptanmıştır. Başta Cumhuriyet gazetesi olmak üzere incelenen diğer gazeteler de rastlanan bu haberlerde sosyal haklarının bilincinde olan bir birey, hayatın içinde aktif bir özne olarak konumlandırılan kadınlara yer verilmektedir.

Gazeteler arasındaki sunum farklılıklarına ilişkin bu kısa özeti ardından şu sonuç değerlendirmelerini yapmak mümkündür: Popüler basın en önemli temsilcileri olarak Hürriyet ve Posta gazetelerinin kadınları mağdur ve kurban konumunda, sansasyonel bir dille haberleştirdikleri ve bunu yaparken kişisel ve sosyal haklarını ihlal ettikleri saptanmıştır. Buna karşın Cumhuriyet, Radikal, Yeni Şafak ve Zaman gazetelerinin kadınları, daha duyarlı ve sansasyonellikten uzak bir dille haberleştirdikleri tespit edilmiştir. Ancak kadınlar ağırlıklı olarak Posta ve Hürriyet gazetelerinin baş sayfalarında yer bulabildikleri için kadının medyadaki temsili genel olarak üçüncü sayfa haberi ve magazin malzemesi şeklindedir. Tüm bunların sonucunda ise gazetelerin her gün kullandığı cinsiyet ayrımcılığını pekiştiren ifadeler, yorumlar, görüntüler, alıntılar ile kadın bedeni üzerinden cinsiyetçi bir söylem inşa ettiği tespit edilmiştir.

KAYNAKLAR**Kitaplar**

Bilgin Nuri (2000), *İçerik Analizi*, No: 109, İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.

Butler Matilda, William Paisley (1980), *Women and the Mass Media*, Sourcebook for Research and Action, New York: Human Sciences Press.

Connell Robert William (1998), *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Fowler Roger (1991), *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*, London&New York: Routledge.

Gencil Bek Mine ve Mutlu Binark (2000), *Medyada Kadın*, Ankara: Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi.

Kaboğlu İbrahim Ö. (1989), *Kolektif Özgürlükler*, Diyarbakır: Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.

Marshall Thomas H. ve Tom Bottomore (2006), *Yurttaşlık ve Toplumsal Sınıflar*,

İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Severin Werner J. ve Tankard James W. (1994), *İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları*, Çev. Ali Atıf Bir ve Serdar Sever, Eskişehir: Kibebe Sanat Merkezi.

Tanör Bülent (1978), *Anayasa Hukukunda Sosyal Haklar*, İstanbul: May Yayınları.

Tanör Bülent ve Necmi Yüzbaşıoğlu (2002), *1982 Anayasasına Göre Türk Anayasa Hukuku*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Uzak Ahmet ve Mehmet Altunışık (2007), *İnsan Hakları Nedir?*, Ankara: Başbakanlık İnsan Hakları Başkanlığı.

Makaleler

Danacı Yüce Özlem (2008), “Siyasal Kimlikli Gazetelerde Kadın Kimlikleri”, *Sen Benim Kim Olduğumu Biliyor musun? Toplumsal Yaşamda Kimlik İzdüşümleri*, İstanbul: Hil Yayınları.

Doğan Selen (2008), “Daha Çok ‘Tık’, Daha Yüksek Tiraj, Daha Fazla Reyting İçin...”, *Başka Bir İletişim Mümkün*, Haz. Sevilay Çelenk, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Durfee Jessica L. (2006), “ ‘Social Change’ and ‘Status Quo’ Fraing Effects on Risk Perception: An Exploratory Experiment”, *Science Communication*, Vol.27, No.4, June.

El Bakri Zeinap Bashir- El Watig Mohamed Kameir (1986), “Sudan’da Kadınların Siyasal Katılımlarının Yönleri” Çev: Saime Tuğrul, *Toplumsal, Ekonomik, Siyasal Yaşamda Kadın, Ülkelerden Örnekler*, Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisinden Seçmeler:3, Türk Sosyal Bilimler Derneği, Ankara: Maya Yayıncılık.

Entman Robert M. (1993), “Framing: Toward Clarification of a Fractural Paradigm”, *Journal of Communication*, Vol. 43, No.4, Autumn.

Hall Stuart (1993), “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”, *Medya İktidar İdeoloji*, Çeviren: Mehmet Küçük, Ankara: Ark Yayınları.

Iyengar Shanto (1997), “Siyasette Erişim Yanlılığı: Televizyon Haberleri ve Kamuoyu”, *Medya Kültür Siyaset*, Çev: Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınları.

Köker Eser (2007), “Kadınların Medyadaki Hak İhlalleriyle Baş Etme Stratejileri”, *Kadın Odaklı Habercilik*, Haz: Sevdal Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Mater Nadire (2008), “Kadın Odaklı Habercilik ve bianet”, *Başka Bir İletişim Mümkün*, Haz: Sevilay Çelenk, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Mater Nadire ve İpek Çalışlar (2007), “Medyadaki Durumu Tersine Çevirmek”, *Kadın Odaklı Habercilik*, Haz: Sevdal Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

McLeod Jack M., Gerald M. Kosicki, Zhongdang Pan (2003), “Medya Etkilerinin Anlaşılması ve Yanlış Anlaşılması; Medya Etki Araştırmaları”, *Mass Media and Society*, Çev: Murat S. Çebi, Ankara: Alternatif Yayınları.

Price Vincent, David Tewksbury, Elizabeth Power (1997), “Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Reader’s Cognition Respoonses”, *Communication Research*, Vol. 24, No.5.

Saktanber Ayşe (1993), “Türkiye’de Medyada Kadın: Serbest-Müsait Kadın veya İyi Eş, Fedakar Anne”, *1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar*, Haz. Şirin Tekeli, İstanbul: İletişim Yayınları.

Scheufele Dietram A. (1999), “Framing as a Theory of Media Effects”, *Journal of Communication*, Vol. 49, Issue 1, Winter.

Tanrıöver Hülya Uğur (2007), “Medyada Kadınların Temsil Biçimleri ve Kadın Hakları İhlalleri”, *Kadın Odaklı Habercilik*, Haz: Sevdal Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Tanrıöver Uğur Hülya (2007), “Medyada İdeolojik Söylem ve Kadınların Araçsallaştırılması”, *Medya ve Siyaset Uluslararası Sempozyumu*, Cilt 2, İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.

Tanrıöver Hülya Uğur (2008), “Medyada Kadın Hakları İhlallerine Son!: MEDİZ”, *Başka Bir İletişim Mümkün*, Haz. Sevilay Çelenk, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Uygun Oktay (2000), “İnsan Hakları Kuramı”, *İnsan Hakları*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Valkenburg Patti M., Holli A. Semetko, Claes H. De Vreese (1999), “The Effects of News Frames on Readers’ Thought and Recall”, *Communication Research*, Vol. 26, No.5, October.

Yüksel Erkan (2009), “Sizce Bugün Ülkeyi İlgilendiren En Önemli Sorun Nedir?”, *Siyasetin İletişimi*, Ed: Abdullah Özkan, İstanbul: TASAM Yayınları.