

YEREL MEDYADA KADIN YÖNETİCİ OLMAK

BEING A WOMAN MANAGER IN LOCAL MEDIA

Berna ARSLAN ¹, Ayla YUNUSOĞLU ²¹ Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Mersin, Türkiye² Mersin Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi Koordinatörlüğü, Mersin, Türkiye

ÖZET

Medya farklı boyutlarda ele alındığında pek çok sorunu içinde barındıran bir sektördür. Bu sorunların en önemlileri ise kadın istihdamı ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğine ilişkindir. Medya alanında bu konuda yapılan araştırmalar sektörün erkek egemen bir yapılanmaya sahip olduğunu göstermektedir. Kadınların çalışma hayatına ilişkin sorunları elbette medya kuruluşları ile sınırlı değildir. Üretim ve hizmet sektörünün neredeyse her bir dalında kadınlar toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri ile mücadele etmektedirler. Medyanın toplumu etkileme gücü göz önünde bulundurulduğunda, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda halkı bilinçlendirmesi beklenirken, cinsiyet ayrımcılığının bu sektörde yaşanıyor olması kitle iletişimin işlevleri ile çelişkili bir durumu ortaya koymaktadır.

Farklı alanlarda hizmet üreten medya işletmeleri içinde yerel basının ayrı bir önemi vardır. Çünkü yerel basın bulunduğu ildeki tüm kurum ve kuruluşlarla olduğu kadar halk ile de yakın ilişki içindedir. Bu yakınlık yerel basını, bölgede yaşanan sorunlara olan hâkimiyeti ve kamuoyu oluşturma gücü bakımından özel ve önemli kılmaktadır. Bu çalışmada yerel basın kuruluşlarında, yönetici konumunda çalışan kadın gazetecilerin, mesleki anlamda yaşadıkları sorunlara ve fırsatlara odaklanılmıştır. Bu bağlamda çalışma kapsamında nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de farklı illerdeki yerel basın kuruluşlarında, farklı eğitim, yaş ve mesleki deneyime sahip, kartopu örneklem yöntemi ile belirlenen 12 kadın yönetici ile derinlemesine görüşmeler yapılarak, elde edilen veriler betimsel analiz ile yorumlanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlara göre; araştırmaya katılan gazeteciler genç nesli temsil etmektedir ve bir tanesi hariç diğerlerinin tamamı mesleki eğitime sahiptir. Kadın gazetecilerin sorunları ve mücadeleleri görev yaptıkları bölgeye göre farklılık göstermektedir. Üst düzey yönetici olmalarına rağmen kadın gazeteciler sivil toplum kuruluşlarında aktif görev almayı tercih etmemektedir. Halbuki yerel medya da yönetici olarak görev yapan kadın gazetecilerin mesleki başarılarının yanı sıra sivil toplum kuruluşları bünyesinde birlik ve dayanışma göstermeleri bu alanda çalışan ya da çalışmak isteyen kadınlar için bir motivasyon kaynağı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kadın Gazeteciler, Toplumsal Cinsiyet, Yerel Medya.

ABSTRACT

When the media is considered in different dimensions, it is a sector that contains many problems. The most important of these problems are related to women's employment and gender inequality. Researches on this subject in the field of media show that the sector has a male-dominated structure. Of course, women's problems related to working life are not limited to media organizations. Women struggle with gender inequalities in almost every branch of the production and service sector. Considering the power of the media to influence society, it is expected to raise public awareness on gender equality, while the fact that gender discrimination is experienced in this sector presents a situation that contradicts the functions of mass communication.

The local press has a special importance among the media companies that provide services in different areas. Because the local press is in close contact with the public as well as with all the institutions and organizations in the province where it is located. This proximity makes the local press special and important in terms of its dominance over the problems in the region and its power to form public opinion. This study focuses on the problems and opportunities of female journalists working in managerial positions in local press organizations. In this context, a qualitative research was designed within the scope of the study. In-depth interviews were made with 12 female managers, who have different education, age and professional experience, determined by snowball sampling method, in local press organizations in different cities of Turkey. The data obtained were interpreted with the descriptive analysis method. According to the results obtained from the analysis journalist participating in the study represent the younger generation and all but one have vocational training. It is noteworthy that the problems of women journalists differ according to the region they work in. Although they are senior managers, women journalists do not prefer to take active roles in non-governmental organizations. However, it is thought that women journalists who work as managers in the local media, as well as their professional success, showing unity and solidarity within non-governmental organizations would be a source of motivation for women working or wanting to work in this field.

Keywords: Gender, Local Media, Women Journalists.

Sorumlu Yazar / Corresponding Author: Berna ARSLAN, Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Mersin, Türkiye **E-mail:** arslanberna@mersin.edu.tr

Bu makaleye atf yapmak için / Cite this article: Arslan B., & Yunusoğlu A..(2023). Yerel Medyada Kadın Yönetici Olmak. *The Journal of World Women Studies*, 2023; 8(2), 153-170. <http://doi.org/10.5281/zenodo.8429886>

GİRİŞ

Ekonomik hayatta kadınların erkeklerle eşit oranda var olmaları kadınların toplumsal yapıda güçlenmeleri için öncelikli konuların başında gelmektedir. Türkiye’de kadınların istihdama katılım oranları giderek artsa da erkekler ile karşılaştırıldığında ücret farklılıkları ve yönetim kademelerindeki sayıca azlığı toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Toplumsallaşma sürecinde kadın ve erkeğe yüklenen toplumsal cinsiyet rolleri, toplumsal yapının dinamiklerine bağlı olarak, sosyal hayatta bireylerin tutum ve davranışlarını belirlemekle birlikte çalışma hayatında da kendini göstermektedir. Kadın ve erkeğin özel yaşamlarındaki toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile şekillenen davranış biçimleri meslek yaşamlarında istihdama katılım göstermedeki tutumlarını ve meslek seçimlerindeki tercihlerinin doğrudan belirleyicisi olmaktadır (Arabacı, 2015). Kadınlar ilk dönemlerden itibaren günümüz modern hayatın içinde her türlü üretim sektöründe erkeklerle eşit hatta onlardan daha fazla yoğunlukta yer almışlardır. Fakat ataerkil toplum yapısı kadınların iş gücü piyasalarında emeklerini yok sayarak toplumsal cinsiyet rolleri uyarınca onları özel alanlardaki sorumlulukları ile sınırlandırmıştır. Böylelikle kamusal alanların ekonomiden siyasete değin tüm iş kollarında erkekler üretken kimliğiyle var olurken, kadınlar ise “anne ve eş” kimlikleri ön plana çıkarılarak konumlandırılmışlardır. Dolayısıyla ataerkil ideoloji kadınları toplumsal cinsiyet rollerine uygun meslekleri tercih etmelerine ve erkek egemen yapılanmada daha alt kademelerde çalışmalarına neden olmuştur (Urhan, 2016:123).

Erkek egemen bir yapının hakim olduğu diğer bütün sektörler gibi medya sektörünün de yönetim kademesinde, kadınlar çok sınırlı sayıda temsil edilmektedir. Medya genel anlamda işlevleri bakımından değerlendirildiğinde sadece yaşanan olaylara ilişkin topluma haber verme sorumluluğu ile sınırlı değildir. Ürettiği haberler aynı zamanda ideolojik temellidir ve demokratik toplum düzeninin sağlanmasında en önemli kaynaktır. Bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde medya profesyonellerinin toplumsal cinsiyete yönelik algıları eşitlikçi bir çalışma ortamının yaratılmasına katkı sağlarken bir yandan da haber üretim sürecinde ve haber içeriklerinde, söylemlerin de belirleyicisi olmaktadır. Son yıllarda medya sektöründe kadın çalışan sayısının düzenli artış göstermesine rağmen hala medya sektörü erkek egemen bir alandır ve toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri temelinde yaşanan temsiliyet ve izdüşümleri konusundaki sorunlar medya adına çözüme ulaştırılması gereken en önemli ve öncelikli konuların başında gelmektedir.

Dhiman (2023:5) kadınların medya sektöründe toplumsal cinsiyet eşitsizliklerine yönelik yaşadıkları sorunların çözümüne ilişkin son yıllarda uluslararası düzeyde organizasyonların yaptığı çalışmaların hız kazandığını vurgulamaktadır. Uluslararası Kadın Medya Vakfı (International Women’s Media Foundation -IWMF) ve Kadın Medya Merkezi (Women’s Media Center -WMC) kadın gazetecileri güçlendirmek ve daha kapsayıcı haber merkezleri oluşturmak için yoğun çalışmalar gerçekleştirmektedir.

Ulusal ve uluslararası medya kuruluşlarında yaşanan bu sorun yerel medyanın da başlıca sorunları arasında bulunmaktadır. Yerel medya yayımlandığı il ya da bölgede ürettiği haberler ve ilettiği tüm içerikleri ile toplumda katılımcılığı teşvik eden, ortak bir kültürün oluşmasında etkin rol oynayan bir kitle iletişim aracıdır. Dolayısıyla da demokratik bir toplum düzeninin sağlanması ve geliştirilmesinde önemi büyüktür. Bu anlayıştan hareketle yerel medya ve sorunlarına ilişkin farklı perspektiflerde araştırmaların yapılması çözüm önerilerinin tartışılması yerel medyanın güçlenmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gazetecilik pratikleri ve haber medyasında temsiliyet biçimlerine odaklanılmış pek çok araştırma yapılmış ve yapılmaktadır. Bu araştırmaların yanı sıra sektörün toplumsal cinsiyet eşitsizliğiyle nasıl yüzleştiğini de sürekli olarak izlemek önemlidir. Bu konuya ilişkin yapılan araştırmalarda; kadın gazetecilerin yoğun stres altında uzun çalışma saatleri boyunca görev yapmalarının ve toplumsal cinsiyet temelli dikey ve yatay ayrımcılığa uğramalarının sektörden uzaklaşmalarına neden olduğu sonuçlara ulaşılmıştır.

Bu çalışmanın amacı ise yerel medya özelinde, yönetim kademesinde bulunan kadın gazetecilerin mesleki anlamda yaşadıkları sorunları, iş tatminlerini incelemek, yerel medyaya yönelik algılarını analiz etmek, ayrıca yerel medyanın gelişmesine katkı sağlayacak projelerinin neler olduğunu ortaya koymaktır. Bu anlayıştan hareketle Türkiye’de çeşitli illerde görev yapan ve yerel basında yönetici konumunda olan kadın çalışanların meslek hayatlarına ilişkin yaşadıkları sorunları ortaya koymak önem taşımaktadır. Bu bağlamda nitel bir araştırma olarak tasarlanan bu çalışmada kartopu örneklem ile seçilen ve farklı şehirlerde yöneticilik yapan 12 kadın gazeteci ile yapılan derinlemesine görüşmeler betimsel analiz yöntemi yorumlanmıştır.

Cinsiyet Eşitliği ve Medya

Toplumsal cinsiyet kavramı, kadın ve erkeği tanımlayan biyolojik özelliklerinden farklı olarak kadınlık ve erkekliğe yüklenen anlamları ve onlardan beklenen davranışları anlatmak için kullanılmaktadır. Dökmen (2010:20) cinsiyeti, bireyin biyolojik cinsiyetine dayalı olarak belirlenen demografik bir kategori olarak tanımlamaktadır. Toplumsal cinsiyet (gender) terimi ise toplumun kültürel yapısına, gelenek görenek, örf ve adetlerine bağlı olarak değişen ve bu yapı içinde kadınlık ve erkeklik tanımlamaların yapıldığı bir kavramdır. Aynı zamanda toplumsal cinsiyet, bireyi kadınsı ya da erkeksi psikososyal özelliklerin belirleyicisidir. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet, bireylerin doğuştan, genleri ile getirdikleri özellikleri değil, biyolojik cinsiyetlerinden bağımsız, içinde doğup büyüdüğü ve toplum tarafından kadına ve erkeğe yüklenen anlamlar ile biçimlenen rolleri ifade etmektedir (Zinderen vd., 2016:626).

Kadının özellikle işgücü piyasasında hangi sorumlulukları üstlendiği, görev tanımları ve yaşadığı problemler farklı disiplinler bağlamında ele alınarak araştırılmış ve bu konuda çözüm yolları tartışılmıştır. Bu alanda yapılan çalışmaların odak noktası sadece iş yaşamında kadın olgusu değil aynı zamanda özel ve sosyal hayatta kadın erkek ilişkileri ve bu ilişkilerin belirleyici faktörlerinin neler olduğudur. Kadın ve erkeklerin farklı özelliklere, yeteneklere ve eğilimlere sahip olduğu düşüncesi cinsiyet temelli iş bölümlerinin oluşmasında etken olmuştur. Bu nedenle de kadın ve erkeklerin çalışma hayatında var olmaları, hiyerarşik yapılanmada üst konumlarda yer almaları cinsiyete dayalı iş bölümü ile doğrudan ilişkilidir. Toplum tarafından içselleştirilmiş olan kadınlık ve erkeklik tanımlamaları, rol ve sorumlulukları kadın ve erkeklerin hareket alanlarını belirlemektedir (Kızıldağ, 2018:49).

Tanrıöver (2000:182) kadınların basında üst düzey yönetimde ya da köşe yazarlığı gibi daha nitelikli alanlara ulaşmasını engelleyen cam tavanların iki grupta incelenmesi gerektiğini ifade etmektedir. Ona göre bunlardan ilki mesleğe yönelik, diğeri ise toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile ilgilidir. Bununla birlikte birinci grup etkenlerin de gerçekte yine toplumsal cinsiyet kaynaklı olduğu söylenebilir. Negiz ve Yemen (2011:200-201) kadınların yöneticilik pozisyonunda yeterince temsil edilmemesinin nedenlerini toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri bağlamında toplumsal ve örgütsel yapıların sorunlu alanlarına odaklanarak açıklamaktadırlar. Toplumun değer yargılarında kadın algısının kadınların eğitim seviyesi veya mesleki kariyerinde gösterdiği başarılar ile bağlantılı olmadığını, toplumdaki “eş ve anne” olarak üstlendiği rolünde ne derecede başarılı olduğu ile biçimlendirildiğini ve bu algının kadınlar tarafından da içselleştirildiğini vurgulamışlardır. Örgütsel yapıda ise yöneticiliğin erkekler için tanımlandığını bu durumun ise kadınların yönetim kademelerinde olmaları için engel oluşturduğunu belirtmişlerdir. Kadınların iş yaşamında karşılaştıkları sorunları Tablo 1’de belirtildiği şekilde sınıflandırmışlardır (Negiz ve Yemen 2011).

Tablo 1. Kadınların Yönetici Olarak İş Yaşamında Karşılaştıkları Sorunlar

Engeller	Kapsam
<i>Ataerkil toplum yapısı ve geleneksel roller</i>	Kadının öncelikle anne ve eş olarak tanımlanması
<i>Cinsiyet ayrımcılığı</i>	Kadının cinsiyetinden dolayı kendi kararı veya toplumsal baskı nedeniyle yönetici olamaması
<i>Ekonomik özgürlüğün faydasına inanmamak</i>	Ekonomik özgürlüğe sahip olmanın sağladığı/sağlayacağı üstünlüklerin yeterince bilincinde olmaması
<i>Özgüven Eksikliği veya zihinsel olgular</i>	Yönetici olarak kendini yeterli görmemesi, Kadının erkeğe oranla özgüveninin yeterli olmaması
<i>Başarı / zirve / yalnızlık korkusu</i>	Başarılı ve zirvede olmasının kadını yalnızlaştıracağını düşünme (ailevi ve iş ortamında)
<i>Cam tavan ve Kraliçe Arı Sendromu</i>	Kadınların yükselmesinde belirgin olmayan engeller ve kadın yöneticilerin sektörde varlık göstermeleri için eril tutumlar sergilemesi
<i>Mobbing’e yenilme</i>	Kadının, çalışma hayatında maruz kaldığı psikolojik şiddete direnç gösterememesi
<i>Analitik bakış ve olayları geniş açı ile değerlendirme</i>	Kadınların mantıksal değil duygusal karar vermeleri ve olayları geniş açıyla değerlendiremeyeceğinin düşünülmesi
<i>Kadınlara yönelik stereotipler</i>	Toplumsal cinsiyet temelli kalıp yargılar. Örneğin, erkeklerin kariyer odaklı, bağımsızlık, kendine güvenen, özsaygı vb. özellikler ile tanımlanırken; kadınların kibar, hoşgörülü, duygusal, narin gibi özelliklerle tanımlanması gibi.

Kaynak: Negiz ve Yemen, 2011: 201-202

Chaudhary ve Kumar (2021:3)'ün Yazılı Medya Sektöründe Kadın Gazetecilerin İş-Yaşam Dengesine odaklandıkları araştırmalarında; “yoğun çalışma saatleri, mesai saatleri dışında evden çalışma, tatillerde çalışmak zorunluluğu, iş seyahatleri, ailece kaliteli vakit geçirmeye zamanın olmaması” gibi faktörleri kadın gazetecilerin karşı karşıya kaldıkları sorunlar olarak tespit etmişlerdir.

Günümüzde artık birçok gelişmiş ulusal ve uluslararası yasa ve yönetmeliklerde kadın erkek tüm çalışanlara çalışma hayatının tüm alanlarında fırsat eşitliği tanınmasına karşılık, yine de kadınlar iş hayatında kesin olarak belirlenemeyen, görünmez engeller ile karşı karşıya kalmakta ve bu anlamda mücadele etmektedirler. Yönetim alanında kadınların resmi olmayan ve somut bir şekilde varlığı kanıtlanamayan engelleri yaşamalarına “Cam Tavan Sendromu” denilmektedir (Korkmaz, 2014:97). Kavram ilk kez 1970’li yıllarda ABD’de ortaya çıkmış, örgütsel yapılardaki basamaklıp düşünceler ile şekillenen, kadınların üst yönetim kadrolarında yer almalarındaki görünmez ve yapay engeller olarak tanımlanmıştır (Wirth, 2001). Cam tavan terimi, mesleki yetersizlik nedeniyle yükselmeyi değil, sadece kadın olmaktan dolayı yükselmelerindeki engellere karşılık gelmektedir. Bu nedenle de hiyerarşi basamakları yükseldikçe kadın sayısı azalır, hatta sıfırlanır. Cam tavanların oluşmasındaki en önemli faktörler meslekteki ve yöneticilik düzeyindeki kadınlara yönelik kalıplaşmış algılardır. Kadınların liderlik yeteneğine sahip olmadıkları inancı, kadınların erkek çalışanlar üzerinde otorite olarak kabul edilmelerini önleyen sosyal değerler, davranışlar ve cinsiyet rolü sosyalleşmeleri, kadınların iyi bir liderlik için gerekli olduğu söylenen erkeksi özelliklere sahip olmadıkları algısı cam tavan etkisi yaratır (Dökmen, 2010:204).

Nitelikli entelektüel mesleki yetkinliğin söz konusu olduğu diğer çalışma alanlarında olduğu gibi, medyada da kadınların yükselmesini, en üst düzey yöneticilik kadrolarına ulaşmalarını engelleyen somut bir ayrımcılık yoktur. Ama bir yandan “cam tavan” ya da “şeffaf çatılar” diğer yandan toplumsal cinsiyeti belirleyen basamaklıp yargılar medyada da etkisini göstermektedir. Bu nedenle medyada kadın gazetecilerin üst yöneticilik görevine ulaşmaları erkeklere göre oranla daha zor gerçekleşmektedir (Kuyucu, 2013:39). Günümüzde medyada kadın çalışanlar sayıca giderek daha fazla yer almaya başlasa da yapılan araştırmalar yine de bu sayının tatmin edecek düzeyde olmadığını kanıtlamaktadır. “*Çalışma hayatında kadının aleyhine erkeğin lehine gelişen toplumsal cinsiyet eşitsizliği cam tavan kavramı etrafında şekillenmiştir*”. Cam tavanlar kadınların yönetim kademelerine yükselmesini engelleyen görünmez bariyerler olarak tanımlanırken, bu bariyerin kadınlara sırf “kadın” oldukları için uygulandığı varsayılmaktadır (Başak, 2009:122).

Dökmen (2010)’e göre kitle iletişim araçları, cinsiyet kalıp yargılarının toplumsal düzlemde yaygınlaşmasında son derece etkin bir rol oynamaktadır. Dökmen bu etkiyi sosyal öğrenme kuramına dayandırmaktadır. “*Sosyal öğrenme kuramında gözlenen modeller örnek alınır ve davranışları taklit edilir; ayrıca ödül aldıkları görülen kişilerin davranışları zamanı gelince tekrarlanarak gözleyerek öğrenme gerçekleşir*”.

Kadın hareketinin medya ile olan ilişkisi 1970’li yıllarda kurulur. Dönemin medya ve toplumsal cinsiyet temelli ilk çalışmaları kadının medyada var olup olmadığına ilişkin yapılan analizler oluşturur. Analizler sonucu kadının medyada yer almasındaki vurgunun geleneksel kadın üzerine yoğunlaştığı ortaya konulmuştur. Bağımsız olmayan kadın vurgusu beraberinde herhangi bir beceriye sahip olmayan, çok yönlü olmayan, erkeklerden daha az temsil edilen ev içinde var olan kadın temsilini de yaratır (Özay, 2018:55). Medyada kadın temsillerine yönelik yapılan araştırmalar kadının çoğunlukla anne/eş cinsel obje ve mağdur kimlikler ile temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Kadınların medya sektöründeki varlığı ile ilgili yapılan araştırmalarda ise kadınlığa atfedilen negatif değerleri yeniden üreten kadın temsillerinin dönüştürülebilmesi için, medya sektöründe çalışan kadınların çoğalmasının önemine vurgu yapılmaktadır. Medya sektöründe yönetim kademelerinde bulunan kadınların çoğalmasının, kadının ve kadın sorunlarının medya metinlerinde “eşit” ve “adilane” bir temsil olanağına kavuşmasında etkili olabileceği savunulmaktadır. Bu bağlamda “kadın çalışmaları” alanında medyada kadın istihdamı temalı araştırmalarda “medyada kadın istihdamı” ve “medyada kadın temsili” çerçevesinde ortaya çıkan *ilişkiseliliğe* vurgu yapılmaktadır (Çelenk, 2010:230).

Medya topluma iletildiği bilgilerin yayılması sürecinde toplumsal dönüşümün ve değişimin gerçekleşmesinde etkin rol oynayan dinamik bir sektördür. Medyanın yoğun, stresli ve uzun çalışma saatleri gerektiren bir işleyişi vardır. Dolayısıyla bu sektörde çalışanlar mesleki yeterlilik ve deneyimin yanı sıra, toplumsal sorumluluk bilinci yüksek ve gazeteciliğe tutku ile bağlanmış kişilerdir. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de mesleğin zorlu şartları bu sektörde erkek egemen bir yapılanmaya neden olmuştur. Sektörde özellikle son yıllarda kadın gazetecilerin oranı ciddi bir artış gösterse de yine

de yönetim kadrolarında eril tahakküm hüküm sürmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğine bağlı olan bu durum medya sektörü için ciddi bir sorundur. Çünkü medya ürettiği içerik ve söylemler ile toplumu yönlendirebilme gücüne sahiptir. Mevcut durumda bu içerikler ve söylemler ile ataerkil ideolojinin yeniden inşa edilerek topluma yansıtılması söz konusudur. Toplumda eşitlikçi anlayışa dayalı bir oluşum için böylesi başat bir rolü olan medya sektöründe kadın gazeteci sayısının artmasına paralel olarak kadınların yönetim kadrolarında da istihdam edilmesi son derece önemlidir.

Söylemler aracılığıyla bir denetim ağı oluşturan medya, izleyici ve okurlar üzerinde etkin bir rol oynamaktadır. Medya, toplumsal gerçekliklerin bir dışı vurumu olarak karşımıza çıkmasının yanı sıra gerçekliğin yeniden üretimi rolünü de üstlenmektedir. Burada asıl sorun, gerçekliğe dair dile getirilen söylemlerin hangi cinsiyeti güçlendirip, hangi cinsiyeti güçsüzleştirmekte oluşudur. Medya, toplumsal yaşama özgü değerlerin yeniden tasarımı ve inşasında önemli bir kilometre taşıdır. Özellikle cinsiyete dayalı ayrımcılığın hüküm sürdüğü toplumlarda medya aracılığıyla kadınların toplumsal statüsünün aşağı konumlandırılmasının sürekliliğinin sağlandığını söyleyebilmemiz mümkündür. Bu açıdan da kadının medya araçlarına erişimi, medya organlarında ele alınış biçimleri (Özay, 2018:51), medyada hangi görev ve sorumluluklarda konumlandırıldıkları son derece önem kazanır. Eyyuboğlu "Basında Kadın" (2010) adlı çalışmasında erkek egemen yapının kadınlar için genelde doğurduğu sorunların, basın gibi özel ve ağır çalışma koşulları gerektiren sektörde katlanarak yansıdığını ve basının çalışanı, tüketicisi ve aynı zamanda malzemesi olarak kadının her üç alanda da sömürüldüğüne vurgu yapmaktadır.

Medya Sektöründe Kadın İstihdamı

Tarihsel süreç içinde kadınlar kamusal hayatta varlık gösterip iş gücüne katılım sağlamış olsalar da cam tavanlar ve duvarlar ile örülmüş olan çevreleri onların erkek egemen bir yapılanmaya sahip olan çalışma hayatında, erkeklerle aynı konumda olmalarına ya da daha üst düzeylerde yönetici olarak yer almalarına engel olmuştur.

Kadınların geçmişe oranla, işgücü piyasasında daha fazla yer almaları kadın-erkek eşitliği konusunda yaşanan sorunları ortadan kaldırmamış aksine kadınlara yönelik ayrımcılığın bu alanda da ortaya çıkmasına alt yapı hazırlamıştır. Medya sektörü de bundan payını almış ve yoğun bir kadın çalışanın olduğu sektörlerden biri olan medya endüstrisi ayrımcılığın en fazla yaşandığı sektörlerden biri olmuştur (Kuyucu,2013:30). Medyanın dördüncü güç olarak tanımlanmasındaki en önemli faktörlerin başında; medyanın toplumsal yaşamı şekillendirmesi, algı ve tutumları belirlemesi, ideolojik anlamda düşünsel yapıyı etkilemesi, davranış ve değer yargılarını oluşturmada yadsınamayacak derecede önemli bir role sahip olmasıdır. Dolayısıyla medya endüstrisinde kadın gazetecilerin aktif görev almaları ile toplumda kadınların güçlendirilmesi arasında pozitif bir ilişki vardır. Medyada kadınların günümüzde tartışılan sorunlu temsilleri ancak kadın gazetecilerin daha fazla etkin olması halinde çözüm bulabilecektir. Pekin'de Eylül 1995'te düzenlenen dördüncü dünya kadın konferansında toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında ve kadınların güçlendirilmesinde medyanın kritik rolü vurgulanmıştır (Pathak vd., 2018:69-70). Uluslararası alanda gerçekleştirilen ve günümüze dek süren birçok iyileştirme çabalarına Türkiye de kayıtsız kalmamıştır. Medyada kadın temsiline yönelik; Anayasada kadın erkek eşitliğine ilişkin yasal düzenlemeler, taraf olunan uluslararası antlaşmalar ve Avrupa Birliği'ne uyum çerçevesinde gerçekleştirilen düzenlemeler ile bu sürece ulusal düzeyde de aktif katılım sağlanmıştır. Günümüzde halen Eylem Planları doğrultusunda iyileştirme çalışmaları devam etmektedir (Arslan, Arslan 2017:221).

Bağımsız İletişim Ağı'ndan Çiçek Tahaoğlu (2014)'nin 2014 yılında medyada kadın-erkek eşitliğini ölçmek için yaptığı bir araştırmaya göre, gazete künyelerinin yüzde 19'u kadın, yüzde 81'i erkeklerden oluşmaktadır. Araştırmada, 30 ulusal gazetenin künyelerinde yer alan yayın yönetmenleri, yazı işleri müdürleri ve haber müdürlerinin kadın-erkek oranları incelendiğinde; künyelerde isimleri yer alan 279 kişinin 53'ü kadın 226'sı erkeklerden oluşmaktadır. Araştırmada en dikkat çekici nokta medya yapılanmasında erkek egemen bir yönetim kadrosunun olduğudur. Araştırmaya dahil edilen 30 yayın yönetmeninden sadece üçü kadın iken 27'si erkek yöneticilerden oluşmaktadır. Sonuç olarak, Türk medyasında genel yayın yönetmenlerinin yüzde 10'u kadın, yüzde 90'ı erkeklerden oluşmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2020 yılında yayınlanan rapora göre gazete ve dergilerde çalışan personelin cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Gazete ve Dergilerde Çalışan Personelin Cinsiyete Göre Dağılımı, 2005-2020

Yıl	Yayın Bölümü		Basım ve dağıtım bölümü	
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın
2005	19 838	9 090	7665	1 462
2010	30 484	14 992	12 274	1 920
2015	30 341	16 021	9 476	2 324
2020	17 129	11 100	3 515	858

Kaynak (TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri, 2020)

Gazete ve dergilerde çalışan personelin cinsiyete göre dağılımı 2005-2020 TÜİK verilerine göre; 2005-2015 yılları arasında her 5 yılda bir yayın bölümünde çalışan kadın sayısında düzenli artış gözlenirken 2020 yılında kadın çalışan sayısı 2015 yılına göre 4 bin 921 kişi azalmıştır. Benzer iş gücü kaybı basım ve dağıtım bölümünde de görülmüştür. 2020 yılında 2015 yılına oranla kadın çalışan sayısında bin 466 kişi azalarak bu sayı 858'e düşmüştür. Basın çalışanlarının sayısındaki azalış erkek çalışanlar için de geçerlidir. Yine TÜİK verilerine göre 2020 yılından itibaren basılı gazete ve dergi sayısında dikkate değer bir azalış görülmektedir. Gazete ve dergi sayısı, 2022 yılında 2021 yılına göre %9,2 azalarak 4 bin 048 oldu. Bu yayınların %53,9'unu dergiler oluşturdu (<https://data.tuik.gov.tr/>). Dolayısıyla basılı yayınlarda yaşanan bu azalış çalışan sayısına da yansımıştır. Özellikle internet gazeteciliği faaliyetlerinin artması, yerel basın kuruluşlarının basılı yayıncılıktan internet yayıncılığına evrilmesinin istihdam oranlarını olumsuz yönde etkilediği söylenebilir. TÜİK yazılı medya istatistiklerinde gazetelerin yayın bölümünde çalışan personelin görev yaptıkları alanlar ve cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3. Gazetelerin Yayın Bölümünde Çalışan Personelin Kadrolarına ve Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Kadro	Erkek	Kadın
Genel Yayın Müdürü	483	106
Genel Yayın Yönetmeni	379	77
Genel Yayın Koordinatörü	110	31
Genel Müdür	130	39
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü	816	287
Yazı İşleri Müdürü	523	208
Yayın Yönetmeni	50	32
Sayfa Editörü	1025	677
Yazı İşleri Müdür Yardımcısı	20	10
Redaktör	51	37
İstihbarat ve Haber Bölüm Şefi	36	14
Haber Müdürü	162	43
Başyazar	543	240
Muhabir/Fotomuhabir	2404	1203
Karikatürist	9	2
Grafiker	125	97
Düzeltilen	38	20
Bölge Temsilcisi	57	16
Diğer	850	406
TOPLAM	7811	3545

Kaynak (TÜİK Yazılı Medya İstatistikleri, 2020)

Gazetelerin Yayın Bölümünde Çalışan Personelin Kadrolarına ve Cinsiyetlerine Göre Dağılımı (Tablo 3) verilerine göre gazetelerde yer alan kadroların tamamında erkek egemen bir yapılanma söz konusudur.

Yerel Medyada Kadın Yöneticiler

Kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşamdaki önemi yadsınamaz bir gerçektir. Yerel basın medya yapılanması içinde ayrı bir önem taşımaktadır. Demokrasi bilincinin yerel halktan başlayarak toplum geneline yayıldığı düşüncesinden hareketle, bu bilincin oluşturulmasında ve yaygınlık kazanmasında yerel medya kuruluşları buldukları il ya da bölgede önemli bir yapı taşı oluşturmaktadır (Yunusoğlu, Arslan, 2020:123-181). Yerel medya; iletişim, ifade ve haber alma/verme özgürlüğünün yerel ölçekte temel uygulayıcıları olarak, yerel bölgelerde demokrasi, insan hakları ve özgürlüklerinin işleyişi ve denetimi açısından kilit bir rol oynamaktadır (Gezgin, 2007). Bilecen (2020:162-163)'e göre yerel medya; "toplumsal, ekonomik, kültürel ve sosyal gelişmeleri" topluma ileten temel kaynak olmasının yanı sıra yerelin sosyo-kültürel özelliklerini yansıtan bir "ayna" işlevi de görmektedir. Yerel medyanın bu önemli görevi yerine getirirken karşı karşıya kaldığı pek çok sorunu mevcuttur. Vural yerel medyanın sorunlarını iç ve dış faktörler olarak belirlemiştir. Vural (1999:140)'a göre iç faktörler teknolojik alt yapı, yönetim organizasyon yapısı ve çalışma koşullarından kaynaklı sorunlar iken, dış faktörler ise ekonomik sorunlar, reklam ve ilan gelirlerindeki yetersizliklerdir. Günümüzde bu sorunlara internet yayıncılığının gerektirdiği teknik bilgi ve donanımına sahip nitelikli personel sorununu ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği nedeniyle yaşanan cinsiyet ayrımcılığı sorununu da eklemek gerekmektedir.

Yerel basın sadece yayımlandığı il ya da bölge ile sınırlı haber üreten bir alan değildir. Aynı zamanda ilettiği tüm içerikleri ile toplumda katılımı teşvik eder, değerlerin paylaşımını sağlar, ortak bir kültürün oluşmasında etkin olur, kent ve kentlilik bilinci bağlamında sorumlu yurttaşlığı pekiştirir ve bireylerin yaşadığı kente dair aidiyet duygusu oluşumuna katkı sağlar. Yerel basın yayıncılığı bölgede ve toplumsal yapı içinde kentlilik bilinci oluşturmaya katkı sağlayan en önemli kitle iletişim aracıdır. İnsanlar yaşadıkları bölgede gelişen ve değişen olaylar, olgular hakkında haberdar olmak, bilgilenecek ve en önemlisi bu sürece dahil olmak isterler. Yerel kamuoyu ile yerel yönetimler arasında karşılıklı etkileşimin sağlanmasında başat rol oynayan yerel basın bu işlevi ile demokrasinin gelişmesi ve yaygınlaşmasına da katkı sağlamaktadır. Yerel Basın; yaptığı haberler, haberleri ele alış biçimi, haber söylemi ve yayıncı politikaları ile demokratik toplumların yaşamsal alışkanlıklarını belirleyen, kamuoyunun oluşmasına ve halkın yaşadığı kente sahip çıkarak aidiyet duygularının gelişmesinde sorumluluğu olan önemli bir yapıdır (Arslan, 2023). Böylesine önemli işlev ve sorumlulukları bulunan yerel medyanın çalışanları ve işleyişi açısından demokratik bir görünüm sergilemesi beklenmektedir. Buna rağmen, MEDAR'ın 2020 Temmuz ayında yerel medyadaki kadın gazeteciler üzerine yürüttüğü nitel saha araştırması kadınlar aleyhine yerel medyada istihdam ve işe alımlarda deneyimlenen toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dair önemli bulgular ortaya koymuştur (MEDAR, 2020). Yerel Medya Veri Tabanı Araştırması kapsamında elde edilen nicel veriler de yerel medya kurumlarındaki çalışan istihdamında ciddi bir cinsiyet eşitsizliği olduğunu göstermektedir. Sonuçlara göre anket gerçekleştirilen 1222 yerel medya kurumunda toplam 4996 çalışan bulunmaktadır. Bu çalışanların %31,3'ünü (toplam 1565 kişi) kadın çalışanlar, %68,7'sini (toplam 3431 kişi) ise erkek çalışanlar oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, yerel medyada çalışan erkek sayısının kadın çalışan sayısının iki katından daha fazla olduğu dikkat çekmektedir (<https://yerelmedyavt.com/>).

Türkiye'de gazeteci kadınlar; mesleki sorumluluklarının yanı sıra hemcinslerinin yaşadıkları sorunları kamuoyu ile paylaşmak, çözüm üretilmesine destek sağlamak, kadınlara yönelik cinsiyetçi algıların yıkılması adına önemli misyon edinmişlerdir. Diğer yandan da gazeteci kimlikleri ile meslek hayatında yaşadıkları başlıca cinsiyetçilik ve mobbing gibi sorunları dile getirerek bu konuda yasal düzlemde politikaların oluşturulması adına mücadele etmişlerdir (Koloğlu, 2019).

Söz konusu bu durum yerel medyada gazetecilik olduğunda ise kadının erkekten fiziksel ve duygusal olarak daha güçsüz olduğuna ilişkin ön yargılar, kadınların mesleği yerine getirmelerinde ciddi bir engel yaratmaktadır. Sürekli güvenlik ve korunma ihtiyacı ve endişesiyle kısıtlanmak istenilen davranışları, kadınların çalışma yaşamlarını zorlaştırmaktadır. Medya kuruluşlarında işten çıkarılma gibi bir konu gündeme geldiğinde ilk olarak akla gelen kadınlar olmaktadır. Erkek meslektaşlarına oranla sektörde tutunmak için daha fazla çaba harcamak zorunda kalan kadın gazeteciler üst kademelerde yeteri kadar yer alamamakta, uzun çalışma saatlerine ve zorlu koşullara maruz kalmaktadır (Köseoğlu, 2023:16). Köseoğlu'nun, Ağrı, Erzincan, Erzurum, Hakkâri ve Van illerinde gazetecilik

yapan veya yapmış olan sekiz kadın gazeteci örneğinde gerçekleştirdiği çalışmada, kadın gazetecilerin habere ulaşmada güçlük yaşadıkları, eril bakış açısı, toplumsal rollerin baskısı vb. konularda sorun yaşadıkları gibi benzer sonuçlar elde edilmiştir. Yirmibeşoğlu (2010:130-137) ise yapmış olduğu çalışmada yaşanan sorunların yanı sıra kadın gazetecilerin sürekli işten atılma tehdidi ile karşı karşıya kalması nedeniyle erkeklere göre çok daha fazla çalışmak durumunda olduklarını vurgulamaktadır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Medyanın organizasyonel yapılanması içinde üst düzey yöneticiler, hem gazeteciliğin nasıl uygulandığı hem de medyanın toplum tarafından nasıl algılandığını belirleme açısından başat bir rol oynamaktadırlar.. Bu nedenle, üst düzey yöneticilerin çalışma prensiplerini, meslekte karşılaştıkları sorunları irdelemek önem taşımaktadır. Söz konusu medya olunca kadın yöneticilerin sektörde yaşadıkları istihdam sorunları ve özellikle de yönetici olarak erkek egemen bir yapı içinde neredeyse yok denecek kadar az sayıda olmaları bu konunun araştırılmasını daha da öncelikli ve önemli kılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı yerel medya özelinde editoryal liderlik rollerinde temsil edilme konusunda yaşanan kadın istihdamındaki sorunları, medya sektöründe kadın yönetici olmanın sağladığı üstünlükleri ve dezavantajlarını bizzat kadın yöneticilerin perspektifinden ele alarak tartışma platformu oluşturmaktır. Bu amaç doğrultusunda erkek egemen haber endüstrisinde kadın gazetecilerin yükselmelerinin önündeki engellerin neler olduğunu, Türkiye’de yerel basında çalışan kadın yöneticiler ile derinlemesine görüşmeler yaparak yaşadıkları sorunları ve çözüm önerilerini ortaya koymak hedeflenmektedir.

Bu amaç çerçevesinde aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1. Yerel medyada kadın yöneticilerin karşılaştıkları zorluklar nelerdir?
2. Yerel medyada kadın yönetici olmanın sağladığı üstünlükler nelerdir?
3. Kadın medya mensuplarının erkek gazetecilere oranla medya sahipleri, haber kaynakları veya meslektaşları tarafından olumlu/olumsuz ayrımcılığa tabii tutulmakta mı?
4. Kadın yöneticiler açısından yerel medyanın sorunları nelerdir?
5. Kadın yöneticilerin yerel medyanın gelecek projeksiyonu için projeleri nelerdir?

Bu çalışma kapsamında öncelikle kuramsal ve kavramsal yapının oluşturulması açısından bu alanda yapılmış araştırmalar ile ilgili kapsamlı bir literatür çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın uygulama aşamasında ise yüz yüze/çevrim içi derinlemesine görüşmeler yapılmış ve nitel analiz yöntemi kullanılmıştır. Nitel veri, belirli amaçlar doğrultusunda, doğal ortamda, gözlem ve görüşme gibi çeşitli teknikler yoluyla elde edilen ve kişilerin olaylara ilişkin algı ve düşüncelerini içeren her türlü bilgidir. Bu haliyle nitel verinin nicel araştırmalarda yapıldığı gibi sayılara indirgenmesi amaçlanmaz. Nitel veri ile araştırmacı, araştırılan konu hakkında okuyucuya betimsel ve gerçekçi bir resim sunmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle nitel verinin ayrıntılı ve belirli bir derinliğe sahip olması büyük önem taşımaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005)

Araştırma yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Görüşme, bir soru hakkında görüşülen kişilerden bilgi alma tekniği olarak adlandırılmaktadır. Diğer araştırma teknikleri içerisinde bu yöntem görüşme yapılan kişiye esneklik, derinlik gibi imkânlar sağlamaktadır (Aziz, 2014: 85). Araştırma yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemde araştırmacı, hazırladığı sorular konusunda daha ayrıntılı bilgi almak amacıyla ek sorular sorma, soruların sırasını değiştirebilme, ihtiyaç durumunda bazı konuların ayrıntısına girebilme özgürlüğüne sahip olduğu sohbet tarzı bir yöntem benimseyebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Derinlemesine mülakat; denek sayısının sınırlı tutularak az sayıda katılımcıya çok sayıda soru yöneltilmesiyle yürütülen bir tekniktir. Görüşmenin karşılıklı sohbet havasına dayanan biçimde gerçekleştiği derinlemesine mülakat tekniğinde araştırmanın başarılı sonuç ortaya koyabilmesi için ön hazırlık yapılması, hangi sorunun hangi sırayla tartışılacağı görüşme öncesinde biçimlendirilmesi, yeterli sayıda denekle görüşülmesi ve gerçeklerin ortaya çıkartılması gerekliliklerine dayanır (Arıkan, 2017: 65)

Nitel araştırma yöntemi kullanılan çalışmada, Türkiye’nin farklı illerindeki yerel medya kuruluşlarında yönetici olarak çalışan kadınlar “kartopu örnekleme” yöntemiyle belirlenmiştir. Bu yöntemde çalışmanın konusu ile ilgili olarak referans bir kişi seçilmekte ve bu kişi aracılığı ile diğer kişilere ulaşılmaktadır. Süreç zorunlu olarak tekrarlayıcıdır. Katılımcılar araştırmacıları yönlendirir ve

örneklem büyür. Bu sebeple “kartopu etkisi” olarak ifade edilmektedir (Yağar, Dökme, 2018). Dolayısıyla kartopu örnekleme yönteminin konu açısından uygunluğuna karar verilerek bilgi vericiler araştırılmaya başlanmıştır. Derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak araştırmanın yürütülmesi ise konunun kavramsal olarak daha net bir şekilde etkisini arttıracığından hareketle seçilmiştir.

Araştırmada elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile yorumlanmıştır. Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Bu analiz türünde araştırmacı görüştüğü ya da gözlemiş olduğu bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtabilmek amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verebilmektedir. Bu analiz türünde temel amaç elde edilmiş olan bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

Bu bağlamda çalışma kapsamında yerel medyada yönetici kadrolarında yer alan 12 kadın yönetici ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Yerel medyada kadın yönetici olmanın sağladığı avantajlar ve dezavantajlara odaklanan bu çalışmada görüşme soruları yöneticilerin demografik yapılarını ortaya koymak adına 8 sorudan oluşan anket soruları ile 10 sorudan oluşan açık uçlu sorular olarak tasarlanmıştır. Bu çalışma kapsamında konu ile ilgili hazırlanan sorulara ve uygulamaya ilişkin pilot bir çalışma yapılması amacıyla, Mersin yerel basınında çalışan kadın yöneticiler ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan sorular bu pilot uygulama ile sınanmış ve revize edilmiştir. Araştırmanın gerçekleştirilmesi için Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler etik kurulundan 04.07.2023 tarih ve 165 sayılı ile etik kurul onayı alınmıştır. Görüşmeler araştırmacılar tarafından 2023 yılı Haziran ve Temmuz aylarında yüz yüze, katılımcıların tercihine göre çevrimiçi yada telefon görüşmeleri ile kayıt altına alınarak gerçekleştirilmiştir. Her bir görüşme yaklaşık 45 dak. sürmüştür. Deşifresi yapılan görüşmelerin yazılı metinleri kuramsal kısımda ele alınan konular bağlamında betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir.

BULGULAR

Kadın gazeteciler ile gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen bulgular iki başlık altında değerlendirilmiştir. İlk başlıkta katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, ikinci başlıkta ise derinlemesine görüşmeden elde edilen sonuçlar ortaya koyulmuştur.

Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan yerel medyada yönetici konumundaki 12 kadın gazeteci Türkiye'nin yedi farklı ilinde (Eskişehir, İzmir, Mersin, Tekirdağ, Trabzon, Şanlıurfa, Çanakkale) görev yapmaktadır. Katılımcılara ait demografik özellikler Tablo 4'de sunulmuştur.

Tablo 4. Kadın Yöneticilerin Demografik Özellikleri ve Mesleki Bilgileri

Katılımcı	Yaş	Eğitim Durumu	Görevi	Mesleki Deneyim
Katılımcı 1	33	Lisans (Gazetecilik)	Sorumlu Yazı İşleri Müdürü	8 yıl
Katılımcı 2	33	Lisans (Gazetecilik)	Haber Müdürü	10 yıl
Katılımcı 3	41	Lise	Sorumlu Yazı İşleri Müdürü	22 yıl
Katılımcı 4	52	Lise	İmtiyaz Sahibi	33 yıl
Katılımcı 5	25	Lisans (Gazetecilik)	Editör	3 yıl
Katılımcı 6	29	Lisans (Gazetecilik)	Sorumlu Yazı İşleri Müdürü	8 yıl
Katılımcı 7	35	Lisans (Gazetecilik)	Sorumlu Yazı İşleri Müdürü	12 yıl
Katılımcı 8	34	Lisans (Gazetecilik)	Sorumlu Yazı İşleri Müdürü	6 yıl
Katılımcı 9	29	Lisans (Gazetecilik)	Sorumlu Yazı İşleri Müdürü	7 yıl
Katılımcı 10	34	Lisans (Gazetecilik)	Haber Müdürü	12 yıl
Katılımcı 11	35	Lisans (Gazetecilik)	Haber Müdürü	12 yıl
Katılımcı 12	30	Lisans (Gazetecilik)	Sorumlu Yazı İşleri Müdürü	6 yıl

Araştırmaya katılan kadın yöneticilerin 9'u 31-40 yaş aralığında, biri 20-30 yaş ve diğer ikisi ise 41-60 yaş aralığındadır. Eğitim durumları değerlendirildiğinde; 10 kadın yönetici İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü mezundur. Bir kadın yönetici Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın eğitimlerine katıldığını ve bu yıl üniversite sınavına girerek uzaktan eğitim ile gazetecilik bölümüne kayıt olduğunu belirtmiştir. Bir kadın yönetici meslekte "alaylı" olduğunu dede mesleği olması nedeniyle gazeteciliği tercih ettiğini ve mesleği 33 yıldır yaptığını ifade etmiştir.

Yaş ve eğitim durumlarına ait veriler kadın yöneticilerin genç ve alanda eğitilmiş gazetecileri temsil ettiği göstermektedir. Gazeteciler kamuoyunu bilgilendirme görevini yerine getirme işlevini üstlenmektedir. Gazetecilik mesleğinin temeli, doğru ve objektif bir habercilik anlayışına dayanmaktadır. Bu açıdan gazetecilik eğitimi, haberlerin toplumsal sorumluluk ve gazetecilik etik kurallarına uygun nitelikte yapılmasını sağlamaktadır. Ayrıca İletişim fakültelerinde verilen toplumsal cinsiyet ve medya dersleri fakülte mezunu çalışanların toplumsal cinsiyet algılarının şekillenmesine doğrudan katkı sunmaktadır.

Yerel medyada kadın yöneticilerin mesleki tecrübelerine bakıldığında meslekte uzun yıllar görev yapan gazetecilerin olduğu görülmektedir. Özellikle gazetecilik mesleğinin erkek egemen bir yapıya sahip olduğu düşünüldüğünde bir kadın yöneticinin 22 yıl, diğer bir kadın yöneticinin ise 33 yıldır bu mesleği sürdürmesi dikkat çekicidir. 3 kadın gazeteci 20, 7 kadın gazeteci ise 10 yıldır sektörde çalıştıklarını ifade etmiştir. Yerel medya yöneticilerinin meslekte geçen süreleri tecrübe sahibi olduklarının bir göstergesidir. Kadın yöneticilerin yerine getirdikleri görevleri bakımından 7 gazeteci sorumlu yazı işleri müdürü, 3 gazeteci haber müdürü, bir gazeteci editör ve diğer bir gazeteci ise imtiyaz sahibi olduğunu belirtmiştir.

Bir gazetede sorumlu yazı işleri müdürünün hukuksal sorumluluğu taşımasının önemi düşünüldüğünde; araştırmaya katılan 12 kadın yöneticiden 7'sinin bu görevi üstlenmiş olması altı çizilmesi gereken bir durumdur. Söz konusu rakamlar kadın yöneticiler açısından son derece önemli bir görevi de üstlendiklerini göstermektedir. Kadınların yönetici konumunda yer almaları kamuoyu oluşturma ve toplumsal sorunların ifade edilmesinde eril bakış açısına karşı alternatif bir söylemin oluşmasında son derece önem kazanmaktadır.

Tablo 5. Kadın Yöneticilerin Mesleğe Başladıkları Günden İtibaren Yerine Getirdikleri Görevler

Görev	Sayı*
Muhabir	11
Editör	9
Haber Müdürü	1
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü	2
Genel Yayın Yönetmeni	1
Kameraman	1
Köşe Yazarı	1
Spiker	2
Sayfa Sekreteri	1
İnternet Editörü	1

*Çalışanlar birden fazla ve farklı görevler yürütmüşlerdir.

Yerel medyada görev yapan kadın yöneticilerin mesleğe "muhabir" olarak başladıkları görülmektedir. Gazetecilik mesleği denildiğinde ilk akla gelen muhabirliktir. Muhabirlik kamusal alanda olmayı ayrıca haber takibini gerektiren son derece aktif bir görevdir. Kadın yöneticilerin geçmişte muhabirlik yapmaları onları sahada da görünür kılmıştır. Bu da toplumsal cinsiyet eşitliği açısından son derece önemli bir noktadır. Haberi destekleyen unsurlardan bir diğeri de video haberlerdir. Kameramanlık medya sektörü içerisinde genel itibarıyla erkek gazetecilerin yaptıkları bir işdir. Araştırmaya katılan kadın gazeteciler içinde sadece bir tanesinin geçmişte kameramanlık görevi üstlenmesi toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin de göstergesidir. Kadınların kameraman olarak tercih edilmemesindeki en büyük neden kameraların ağır olması ve bu işin fiziksel güç istemesidir. Dolayısıyla yöneticiler de bu görev için kadınlar yerine erkekleri tercih etmektedirler. Kadınların fiziksel olarak "güçsüz" olarak görülmesi ayrıca ataerkil toplum yapısının bir göstergesidir. Günümüzde teknolojinin de gelişmesiyle kameraların herkesin kullanabileceği şekilde ergonomik, hafif ve küçük boyutlarda tasarlanması, mobil haberciliğin başlaması kadın kameraman sayısının artmasını sağlamıştır. Ancak bu sayı yeterli ölçüde değildir. Aktif bir görev olan kameramanlık mesleği halen ağırlıklı olarak erkekler

tarafından yapılmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre kadın yöneticilerin editör, sorumlu yazı işleri müdürü, haber müdürü gibi gazetecilik mesleğinde önemli görevler yürütmüş olmaları da olumlu olarak değerlendirilmektedir.

Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bir diğer göstergesi emeğin karşılığı ödenen ücretlerdeki eşit ve adil olmayan dağılımdır. Araştırmaya katılan 12 kadının yarısı asgari ücret aldığını ifade etmiştir. 3 kadın yönetici asgari ücretin bin TL üstünde ücret aldığını belirtmiştir. Araştırmaya katılan kadın yöneticilerden sadece 2'si 15 bin TL'nin üstünde maaş aldıkları ifade etmişlerdir. Yerel medyanın en önemli sorunlarının başında gelen ekonomik sorunlarının olması kadın yöneticilerin aldıklarını ifade ettikleri maaşlarda ortaya çıkmaktadır. Çalışma yılları ve yönetici konumunda olmaları göz önünde bulundurulduğunda kadın gazetecilerin yerel medyada ekonomik sorunlar ile karşı karşıya oldukları söylenebilir.

Katılımcılar ile Gerçekleştirilen Derinlemesine Görüşmeden Elde Edilen Sonuçlar

Çalışma kapsamında yapılan derinlemesine görüşmeler yerel medyada görev yapan 12 kadın yönetici ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların kimliklerinin saklı kalması amacıyla görüşmelerdeki ifadeler her bir yönetici için K1'den K12'e kadar kodlanarak verilmiştir. Yerel medyada kadın yönetici olmanın sağladığı üstünlükler ve zorluklarına odaklanan bu çalışmada katılımcılara yöneltilen sorular verilen cevaplar uyarınca betimsel analiz ile yorumlanmıştır.

Kadın Gazetecilerin Mesleği Seçmelerinde Etken Olan Nedenler

Gazetecilik mesleği yüksek toplumsal sorumluluk gerektiren ve çalışma şartlarının tüm zorlu koşullarına rağmen mesleki bağlılık ile yerine getirilmesi gereken bir iştir. Bu nedenle kadın gazetecilerin halen daha günümüzde "erkek işi" olarak nitelendirilen bu mesleği seçme nedenlerini ortaya koymak önem taşımaktadır.

Mesleği seçmelerinde etken olan nedenler değerlendirildiğinde

K1 çevresinde gelişen olaylara hep duyarlı olduğunu ve kayıtsız kalmamak adına gazetecilik mesleğini seçtiğini belirtmiştir. "...ben gazeteciliği bir nevi aktivistlik olarak görüyorum. Mesleğim aracılığıyla dert edindiğim problemleri herkese duyurabilirim ve kendim de bir şey yapmış olabilirim diye bu mesleği seçtim."

K2, "...Yardıma ihtiyacı olan insanların seslerini duyurma isteği..." nedeniyle gazetecilik mesleğini seçtiğini ifade etmiştir.

K3, mesleği "tesadüfi" seçtiğini, K4 ise gazeteciliği "dede mesleği" olduğu için yaptığını ifade etmiştir.

Diğer kadın yöneticiler gazeteciliği "kendisine uygun olması", "aktüel ve sosyal bir meslek olması", "meraklı ve araştırmacı olması", "saygınlığı olan bir meslek olması", gibi nedenlerle tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Verilen yanıtlara göre; katılımcıların gazetecilik mesleğini isteyerek, mesleğin gereklerinin bilincinde ve farkında olarak seçtikleri söylenebilir. Kadın gazetecilerin mesleklerine dair idealist tutuma sahip olmaları da ayrıca dikkat çekici ve önemli bir konudur.

Kadın Gazetecilerin Medya Sektöründe Yer Alış Durumları

"Kadınlar medya sektöründe yeterince yer alıyorlar mı? Bulduğunuz ildeki medya kuruluşlarında kadın çalışanların istihdam durumları ne düzeydedir?" sorusuna kadınların verdiği cevaplar değerlendirildiğinde; 7 katılımcı buldukları illerde yerel medyada çalışan kadın sayısının bazı kuruluşlarda erkeklerden daha fazla, bazılarında ise eşit oranda olduğunu ifade etmiştir. Kadınların medya sektöründe olması gerektiği şekilde erkeklerle eşit oranda yer almaları toplumsal cinsiyet eşitliği açısından olumlu bir gelişmedir. Ancak bu yanıtı veren katılımcıların Türkiye'nin batı illerinde görev yapanlar olması nedeniyle bu sonucun geneli yansıtamayacağı göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Nitekim diğer 5 katılımcı kadın gazetecilerin medya sektöründe yeterince yer almadıklarını, erkek çalışan sayısının daha fazla olduğunu vurgulamaktadır.

K5: "...Kadınların her habere gidemeyeceğine inanılması ya da evlilik, çocuk gibi durumlar göz önünde bulundurularak çalıştırılmak istenmiyorlar..."

K1: "Açıkçası kendimi hep yalnız hissettim bir kadın olarak çünkü kadınlar çok fazla gazeteciliğe uygunmuş gibi görülüyorlar. Çünkü bu meslek kadınlara uygun değilmiş gibi mesaisi yok gecesi gündüzü yok gibi. Bu nedenle daha çok kadınlar sektörde var olsalar bile daha çok masa başında görevlendiriliyorlar. Sahaya çok fazla gönderilmediklerini gözlemledim. Dolayısıyla da sayıları da az kadınların. Bu işi yapmak isteyenler bile bir iki sene içerisinde başka sektöre yöneliyor."

K3: "...En büyük nedenlerden biri geçmişten günümüze erkek egemen bir sektör olması. Hala tam olarak bu durum dünyada kırılabilmiş değil. Ülkemizle ilgili bir sorun değil, dünyada da böyle."

Bulduğum kentte 16 günlük gazete varken bile sadece bir tanesinin editörü kadındı. Şimdi 8 günlük gazete var. Kadın editör sayısı neredeyse sayılmayacak kadar az. Bir tane sorumlu yazı işleri müdürü ben varım. Onun dışında iki gazete sahibi kadın var. Ama yönetim, editör, sorumlu yazı işleri müdürü kadrosunda personel az. Yeni mecralarda bu sayı biraz artıyor. İnternet sitelerinde hem sitenin sahibi olarak hem editörlük yapan hem de yazı işleri müdürlüğü yapan kadınlar var. Bunlar da şu anda 5'e yakın diyebiliriz..."

Beş kadın yöneticinin söylemleri ataerkil toplum yapısıyla ile örtüşmektedir. Gazeteciliğin gecesi gündüzü olmayan bir meslek olarak görülmesi nedeniyle birinci katılımcının belirttiği üzere kadınların -masa başında ya da gazete içinde- görevlendirilmesi devam etmektedir. Ayrıca katılımcılar "evlilik" ve "annelik" gibi gerekçelerle kadınların bu meslekte tercih edilmediğini ya da meslekten ayrılmak zorunda bırakıldıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum toplumsal cinsiyet eşitsizliğinde kadınların yaşadıkları cam tavan sendromuna işaret etmektedir.

Yerel Medyada Kadın Yöneticilerin Karşılaştığı Zorluklar

Yerel medyada kadın yöneticilerin karşılaştığı zorluklar değerlendirildiğinde bu konuda görüş bildiren dört katılımcı sorun yaşamadığını belirtmiştir. Diğer katılımcıların yaşadıkları sorunlara yönelik ifadeleri ise şu şekildedir:

K3 yönetici olarak ciddiye alınmadığını ifade etmektedir: "...Haber kaynaklarınızdan tutun da katıldığınız etkinliklere kadar erkek bir yönetici arama sendromu halâ var. Böyle bir bakış açısı var. Ya da kadın olduğunuz için konuyu anlayamayacağınız, aktaramayacağınız düşüncesi de hâkim. Bunlar kırılabilmiş değil toplumda maalesef..."

K5: "...Bazı erkek çalışanlar tarafından dışlanmak ve fikirlerinin önemsenmemesi."

K1: "...Kesinlikle cinsiyetçiliğe maruz kalıyorsunuz. Yaşınız biraz gençse ciddiye alınmama durumu var. Hem cinsiyetiniz hem yaşınızdan dolayı."

K6: "Hiyerarşide kadın üst konumda bile olsa ataerkil toplumda bunun nesnel karşılığını bulmak oldukça zor. Ülkemizde cinsiyete yakıştırılan meslekler dışında kadının halâ ikinci cins olduğunu düşünüyorum".

K7: "...bir kadın yönetici olarak erkek çalışanla iletişim kurmak daha zor..."

Araştırmaya katılan dört katılımcının yönetici olarak cinsiyetleriyle ilgili bir zorluk yaşamadıklarını belirtmeleri son derece önem taşımaktadır. Bu durum 4 kadın yönetici özelinde mesleki anlamda toplumsal cinsiyet eşitsizliğine uğramadıklarının önemli bir göstergesi sayılabilir. Ancak diğer illerde görev yapanlar için cinsiyet temelli ayrımcılık kadın gazeteciler için bir mücadele alanı olarak varlık göstermektedir.

Yerel Medyada Kadın Yönetici Olmanın Sağladığı Üstünlükler

Yerel medyada kadın yönetici olmanın sağladığı üstünlükler sorgulandığında;

K8, "kadın gazetecilere halkın nezaket kurallarına uygun davranışlar sergilediği" yanıtını vermiştir.

K4 yönetici olmanın sağladığı üstünlüklerin cinsiyet temelli olmadığını belirterek işini iyi yapan gazetecilerin her zaman güzel karşılandığını ifade etmiştir. "...Haber konusunda kimseyi tehdit etmeyiz, bunaltmayız. Bu kalitede gittiğiniz zaman üstün oluyorsunuz..."

K1 kadın yönetici olmanın sivil toplum kuruluşlarıyla ve kadın dernekleriyle ilişkileri kolaylaştırdığını, bu durumun haber kaynağı oluşturma açısından daha avantajlı olduğu belirtmiştir. Mesleki anlamda da kadın olmanın üstünlük sağladığını belirten K1 "...Kadın olmamdan dolayı meslekteki diğer kadın arkadaşlarla daha yakın ilişkiler kurabiliyorum. Bu da dayanışmayı büyütme sebepten oluyor." vurgusu yapmıştır.

K3, kadın yönetici olmanın çok büyük bir üstünlüğü olmadığını, kadın ve erkek ayrımının yapılmasını çok doğru bulmadığını belirtmiştir: "...Kişisel gelişiminizi ne kadar yaptığınız, işinize ne kadar bağlı olduğunuz ne kadar tutkulu olduğunuzla ilgili bir durum. Yerel medyada böyle ayrışıyor. Kişi ne kadar başarılıysa işi o kadar iyi oluyor, ön plana çıkıyor. Yöneticinin kadın ve erkek olması yerelde biraz daha aşılabiliyor. Yaygın medyada çalışırsanız kendinizi göstermeniz biraz daha zor. Yerelde biraz daha kolay olabiliyor. Yaptığınız işin farkı ortaya çıkabiliyor..."

Katılımcıların vermiş oldukları bu yanıtlar, gazetecilik mesleğinin cinsiyetinin olmadığını ve mesleğin gerektirdiği etik kurallar ve sorumluluklar doğrultusunda gerçekleştirildiğinde kadın ve erkek tüm medya çalışanlarının mesleki üstünlüğe sahip olabileceğini kanıtlar durumdadır.

Kadın Medya Mensuplarının Ayrımcılıkla İlgili Görüşleri

Kadın medya mensuplarının erkek gazetecilere oranla, medya sahipleri, haber kaynakları veya meslektaşları tarafından olumlu/olumsuz ayrımcılığa tabii tutulduğunu düşünüyor musunuz? sorusuna verilen yanıtlar değerlendirildiğinde altı katılımcı herhangi bir ayrımcılığa uğramadığını vurgulamaktadır. Araştırmaya katılan bu görüşteki yönetici kadınlar buldukları iller bağlamında değerlendirildiğinde batı illerinde görev yaptıkları görülmektedir.

K8 ise kendi çalıştığı kurumda kadınlara pozitif ayrımcılık yapıldığını ifade etmektedir: “...Kadın çalışanın çalışma saatleri, izinleri, erkek çalışanlara göre daha esnektir. Kadın çalışan yorucu programlara pek gönderilmez. Geç saatte takip edilmesi gereken programlara, erkek çalışanlar görevlendirilir.” Bu durum değerlendirildiğinde de aslında burada erkekler aleyhine bir toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin olduğu görülmektedir.

K7: “...Evet. Mesela kadın köşe yazarlarının kentte çok fazla etkisi yoktu. Kadın yazarların erkek köşe yazarları kadar düşünceleri ne ciddiye alınır ne de önemsenirdi. Hatta siyaset, kent gündemine dair erkek köşe yazarları gibi günlük yazan köşe yazarları bile yoktu. Ben bu konuda tabuları yıkmaya çalıştım. Olumsuz ayrımcılığa çok da maruz kaldım. Kadın gazetecilere baskı çok daha kolay uygulanabiliyor. Öte yandan asayiş alanında da kadın gazeteci yoktur mesela. Erkek meslektaşlarının olumsuz ayrımcılığına uğrarlar. Sen kadınsın gece dışarda ne işin var gibi mobbingler sık rastlanan durumlardır...”

K3 ayrımcılığın yaşandığını, sektörde asayiş, deprem gibi haberleri kadın gazetecilerin takip etmesiyle ilgili “bilinçaltında kadınların yetersiz kalabilme ihtimali”nin olduğu yönünde bir tutum sergilendiğini ifade etmiştir. “...Kadının görev ve sorumluluğunun altından tam olarak kalkamayacağına dair bir engellenme, gözle görülmeyen bir durum var. Bu düşünce son yıllarda biraz daha kırıldı ama hala kadınlara sorumluluk verme aşamasında sıkıntı var. Tam bir emin olamama havası hissettiriliyor size ve bu şevk kırılıyor. Bu durum biraz kendinizi kötü hissetmenize neden oluyor. Meslektaşlarınız arasında bunu aşabiliyorsunuz daha kolay çünkü yereldesiniz. Hem dostsunuz hem arkadaşsınız. Yüz yüze baktıyorsunuz ilişkileriniz, bağlarınız daha kuvvetli. Meslektaşlarınız ile bunu yenebiliyorsunuz rekabette. Çünkü yaptığınız iş konuşur orada. Ama haber kaynakları ve yöneticilerle daha mesafeli bir ilişkiniz olduğu için bunu kırmak daha zor oluyor...”

K1 erkek gazeteciler ile aynı işi yapmalarına rağmen kadınların daha fazla iş yükü olduğunu belirtmektedir. “...Erkeklerin işe geliş gidiş saatleri daha esnek. Kadınlar mesai saatine takılıyor. Çok ciddi bir cinsiyetçilik olduğunu düşünüyorum. Kendi yaşitlarım için bunu söyleyemesem bile belli bir yaşın üstündeki erkek meslektaşlardan bunu yoğun olarak görüyorum...”

Katılımcılar siyaset, ekonomi, spor alanlarındaki haberlere erkek gazetecilerin görevlendirildiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcılardan bazıları erkek meslektaşları tarafından ayrımcılığa uğramasalar da haber kaynakları ve yöneticilerin cinsiyet temelli ayrımcılık yaptıklarını vurgulamışlardır. Kadın gazetecilerin haber kategorilerine göre görevlendirilmeleri meslekte yatay ayrımcılığın olduğuna işaret etmektedir.

Yerel Medyada Kadın Yöneticilerle Erkek Yöneticilerin Ücret Durumları

Katılımcıların yedisi erkeklerle eşit ücret aldığını bu konuda cinsiyet temelli bir ayrımcılığın yaşanmadığını belirtmişlerdir. Ancak diğer katılımcılar erkek yöneticilere oranla daha düşük maaş aldıklarını, ifade etmişlerdir.

K7: “...Kadın- erkek ayrımı olmaksızın gazetecilerin çok fazla maaş aldığı söylenemez...”

K11: “...kadınlar daha çok emek harcayıp daha çok çalışmalarına rağmen emeklerinin karşılığını alamıyorlar...”

K3: “...Tek düze bir maaş dayatması da var. Sorumlu yazı işleri müdürü de olsanız asgari ücrete maruz kalabiliyorsunuz. Bu zaten başlı başına bir sorunken, kadın olmanız dezavantaj gibi gösterilip size daha az maaş da teklif edilebiliyor. Çoğunlukla bu durum artık kabul edilmediği için kırılıyor...”

Yerel Medyada Kadın Yöneticilerin Haber Üretim Sürecinde Erkek Gazetecilerle Uyuşmazlık Yaşadığı Durumlar

Katılımcılara özellikle haber üretim sürecinde erkek meslektaşları ile bir uyuşmazlık yaşayıp yaşamadıkları sorulmuştur. K6 haber üretim sürecinde erkek gazetecilerle uyuşmazlık yaşamadığını ifade etmiştir. Bu konuda sorun yaşayan katılımcıların ifadeleri ise şu şekildedir:

K8 “...Her gazetecinin haber dili farklılık gösterebilir. Bunun kadın – erkek ayrımından ziyade, eğitim ve mesleki beceri ile alakalı bir durum olduğunu düşünüyorum. Buna ek olarak kurumumuzun yayın politikası dışında bir haber dili kullanmamaya her çalışan özen gösterir.”

K4: “Kadın gazetecilerin yazım dilleri bence erkek gazetecilere oranla daha naif oluyor.”

K7: “Bizler cinsiyetçilik olmaksızın haber dili kullanmaya çalışırken erkeklerin çok fazla önemsemediğini görüyoruz”.

K3: “Ben kadının gazeteciliğe daha uygun olduğunu düşünüyorum. Düşünce yapısı nedeniyle de böyle düşünüyorum. Kadın daha detaycıdır, meraklıdır daha sorgulayıcıdır ve daha insancıldır. Erkek biraz daha düz mantık işleyişe bakar. İşi kurtarmaya bakar. Kadın biraz daha detaya inebilir. Burada çatışıyoruz zaten. İşi kurtarmaktan ziyade işinin hakkını vermede kadınların daha çok çaba sarf ettiğini düşünüyorum. Kadınlar daha detaylandırmaya, estetik katmaya içeriği doldurmaya dönük uğraş veriyor. Erkekler sadece işi kurtarmaya odaklı bakıyor. Burada meslektaşlarımızla, muhabirlerimizle çatışma oluyor. Ben kadın gözüyle bakıyorum ama muhabirim erkek gözüyle bakıyor. Her seferinde bunun çatışmasını yaşıyoruz. Kadınlar sahada bir nevi daha avantajlı. Daha kolay iletişim kurabiliyor. Kadına daha kolay kapılar da açılabilir, yardımcı olunmaya da çalışılıyor.”

K1: “...yayın politikası nedeniyle buna açık olup değiştiremeyen arkadaşlar da var. Genelde bu konuda olumlu bir durum var. Uyuşmuyoruz ama uyarıda bulunduğumda bunu düzeltilemeye yatkınlar. Erkek arkadaşlar kadınlarla ilgili bir haber yaptıklarında “Bir bakar mısın? Bunun dilinde sıkıntı var mı? diye soruyorlar.”

Araştırmaya katılan 5 kadın yönetici haber üretim sürecinde kadınların özellikle cinsiyet temelli bir dil kullanmadığını söylerken, bazı katılımcılar erkeklerin haber dilinde eril söylemleri bulunduğunu belirtmektedir. Kadınların “naif” olarak nitelendirilmesi, toplumsal cinsiyet temelinde “kadınlık” tanımlamalarının içselleştirildiğinin bir göstergesi sayılabilir. Aynı zamanda kadınların düşünce yapıları nedeniyle gazeteciliğe daha uygun bulunduğunun ifade edilmesi ise kadınlar açısından pozitif ayrımcılığa işaret etmektedir. Bunun yanı sıra bazı erkek gazetecilerin kadın konulu haberlerde kullandıkları dile özen göstermesi ve bu konuda kadın yöneticilerin görüşlerine başvurması medyada kadın temsillerinde yaşanan sorunsalın giderilmesi yönünde olumlu gelişmeler olarak değerlendirilebilir.

Kadın Yöneticiler Gözünden Yerel Medyanın Sorunları

Yerel medya ile ilgili yapılan araştırmalarda tespit edilen sorunlar temelde aynıdır. Yönetim organizasyon yapısından kaynaklı sorunlar, etik sorunlar, teknolojik ve cinsiyet ayrımcılığı ile ilgili sorunlar tartışılabilen sorunlar içerisinde ön sıralarda yer almaktadır. Bu çalışmada kadın yöneticilerin perspektifinden yerel medyanın başlıca sorunlarının neler olduğu da sorgulanmıştır. Katılımcılar temel sorunlara ilaveten teknolojik gelişmelere bağlı olarak gelişen internet gazeteciliğinin yazılı basın üzerinde baskı oluşturduğunu ve halkın basılı gazetelere olan ilgisinin giderek azaldığını bu durumun ise ekonomik anlamda basını daha da zor bir duruma sürüklediğini vurgulamışlardır.

K1: “Yerel medyanın sorunlarından bir tanesi az kişiye çok iş yaptırmak. Gazetecilerin asgari ücrete mahkûm ettirilmesi. Asgari ücretin üstünde alan çok çok az muhabir var. Asgari ücretin üstünde alan da ya erkektir ya da çok uzun yıllar çalıştığı için alıyordur. Ekonomik anlamda böyle bir sıkıntı var. Onun dışında cinsiyetçilik var. Cinsiyetçilikle beraber kadın muhabirler tacize uğruyorlar. Habere giderken bile adres sorduğunuz herhangi bir kişi tarafından kadın gazeteci tacize maruz kalabiliyor. Medyada yerelde biraz da görülme problemi var. Ulusal ile aynı düzey haber yaptığınız zaman görülüyor ama ulusalda biri aynı değerde haber yaptığında bu çok görülebiliyor, yayılabiliyor ve ödüle bile gidebiliyor.”

K7: “En büyük sorun ekonomik bağımlılık. Gazetelerin gelir bağımlılığı özgür gazetecilik yapmanın önündeki en önemli engelle arasında yer almaktadır.”

K2: “...Maaşların düşüklüğü, istihdamın az olması ve özgür haberciliğin kısıtlanması...”

K3 kadın yöneticilerin desteklenmesi ve kadınlara bu konuda özgüven kazandırılması gerektiğini vurgulamıştır.

K4: “Yerel medyanın çok sorunu var. Öncelikle basına uygulanan tasarruf tedbirlerinin ardından, özellikle belediyeden gelen ilanlar ile ayakta durmaya çalışan yerel gazeteler bitme noktasına gelmiştir. Yapılan son düzenleme ile çalışan kişi sayısının artırılması, baskı masraflarının yükselmesi, basın ilan kurumundan gazetelerin düşmesine daha çok internet medyasına geçişi artırmıştır. Siyasiler artık kendi reklamlarını sosyal medya platformu Facebook, Instagram ve Twitter gibi sosyal medya platformlarında sponsorlu olarak yayınlamakta, yerel basını görmezden gelmektedir.”

K8: “Yazılı basın yerini dijital medyaya bırakıyor. Yereldeki en büyük sıkıntı bu değişime ayak uyduracak kurumsal bir altyapının bulunmaması. Medya kurumlarının birçoğunun sektör dışı yatırımlarının olması. Yerel medya mensuplarının eğitimsiz olması ve gazetecilik mesleğini ek iş olarak

kabullenmesi. Bu tip çalışanların, İletişim Fakültelerinden mezun olan ve işini hakkıyla icra eden gazetecilerin itibarını zedelemesi.”

K6: Ulusal medyadaki sorunlarla paralel sorunlar yaşadıklarını belirterek maaşların düşüklüğü, istihdamın az olması ve özgür haberciliğin kısıtlanması gibi konulara dikkat çekmiştir.

K5: “*Yerel medyada hak edilen ücretler verilmiyor. Fazla mesai uygulanmasına rağmen mesai karşılığı verilmiyor. Az elemanla çok iş yapılması beklendiği için herkes kendi görevi dışında başka görevlerle de ilgilenmek durumunda kalıyor.”*

K9 Yerel medyadaki sorunları sendikasızlık, ücret yetersizlikleri, basın sigortası, basın kartı alamama, zaman zaman yoğun çalışma olarak ifade etmektedir.

K10: “*Teknoloji ile birlikte yükselen internet haberciliği yerel medyada da büyük sıkıntı yarattı. Gazete tirajının bir önemi kalmadığı herkes tarafından bilinmektedir. Bu yüzden internete yönelim arttı. Yalnızca özel haberler yerel medyanın ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Ayrıca yerel medya ekonomik olarak da birçok problem yaşamaktadır. Reklam gelirlerinin çok az olması, yalnızca basın ilan gelirleriyle gazetenin ekonomik döngüsünü sürdürmek zor hale gelmiştir.”*

K11: “*Öncelikle insanlar okumuyor. Vatandaş kitap okumuyor ki gazete okusun. Ancak kentinden haberdar olmak isteyenler de var ama bu rakam çok kısıtlı. Gazetenin vatandaşa ulaşımı çok güç dağıtım ağları yetersiz. Yerel medyanın diğer bir sorunu ise tarafsızlık. Yereldeki iktidar ile bağlantılarınız güçlü değilse belediyelerden destek göremiyorsunuz. Desteğin yetersiz olması gazetede istihdam oranlarını bile etkiliyor.”*

K12: “*...asgari ücret, resmi ilan gelirlerinin azalması ve sigorta ücretleri nedeniyle yerel medyada küçülmeye gidiliyor...”*

Yerel medyanın sorunları konusunda 12 katılımcı da benzer görüşler bildirmişlerdir. Kadın yöneticilere göre en önemli sorun, ekonomik açıdan yaşanan sıkıntılardır. Gelirlerinin resmi ilanla sınırlı kalması, halkın yerel gazete okumaması dolayısıyla bayi satışının olmaması yerel medyayı ekonomik olarak bazı kaynaklara bağımlı hale getirmekte ve bu da katılımcıların da belirttiği üzere tarafsız ve özgür bir haberciliğin yapılmasının önünde engel yaratmaktadır. Oysa ki yerel basın, özgür ve bağımsız haberleri ile yerel demokrasinin oluşması ve yaygınlık kazanması adına bir güvencedir.

Kadın yöneticilerin gözünden yerel medyada yaşanan diğer bir sorun ise asgari ücret ve altında maaş verilmesidir. Yerel medyada az sayıda çalışan ile çok fazla iş beklentisi ve nitelikli eleman bulmadaki sorunlar da yine yerel medyanın güçlenmesinin önündeki en büyük engellerden biridir. Yerel medyadaki bir diğer sorun ise gazetelerin teknolojiye ayak uyduramaması, teknolojik gelişmelere uyum sağlayamamasıdır. Bu sorunların kaynağı genellikle ekonomik temelli olduğu için yerel gazeteler teknoloji konusunda yenileme ve iyileştirme konusunda sorun yaşamaktadır.

Yerel Medyadaki Kadın Yöneticilerin Meslek Örgütlerine Üye Olması Durumu

Yerel medyada görev yapan kadın yöneticilerden 10'u buldukları ildeki cemiyet ya da mesleki derneklere üye olduklarını ancak “vakit ayıramama”, “meslek örgütlerinin tabanın sesine kulak verememe” gibi nedenlerden dolayı yönetimde bulunmadıklarını ifade etmiştir.

K7 bulunduğu ilin gazeteciler derneğinin yönetiminde uzun yıllar görev yaptığını, başkan yardımcılığı görevinde bulunduğunu “Dernek ve cemiyetlerin medya üzerinden hiçbir etkisi olmadığı düşüncesi” nedeniyle dernek üyeliğinden istifa ettiğini belirtmiştir.

K4 ise dernek yönetim kurulu üyeliği ve başkan yardımcı görevinde bulunduğunu vurgulamıştır ve geçtiğimiz dönemlerde Türkiye Gazeteciler Federasyonu Yüksek İstişare Kurulu Üyeliğine Türkiye’den tek kadın olarak seçildiğini belirtmiştir.

Bu durum toplumsal cinsiyet temelli düşünüldüğünde olumlu bir gelişme olmasına rağmen federasyonda bu konuda tek kadın gazetecinin olması ise iyileştirilmesi gereken alanlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Kadınların mesleki dernek ve cemiyetlerin yönetim kademesinde olması aynı zamanda cinsiyet temelli sorunların çözümüne de katkı sağlayacaktır. Ne yazık ki gazetecilikteki cam tavanlar kadınların yönetim kademesine yükselmesine engel olduğu gibi 2 katılımcının en fazla başkan yardımcılığı görevini yapmış olmaları da toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bir göstergesidir. Bu durum erkek egemen yapının ve yönetim kademelerinin erkeklerden oluştuğunun bir sonucudur.

Yerel Medyadaki Kadın Yöneticilerin Yerel Medyanın Geleceği ile İlgili Düşünceleri

Kadın yöneticilerin görev yaptıkları kuruluşlardaki misyonlarının yanı sıra sorunlar ile mücadele eden yerel medyanın geleceğine yönelik düşüncelerinin neler olduğu sorgulanmıştır.

K4 yerel medyanın her zaman bir güç olduğunu ve asla yok sayılamayacağını ifade etmiştir.

K3: “Yerel medya için yereldeki eğitim kurumları ile birlikte çalışmak çok önemli. Bizim bölgemizde özel ve devlet üniversiteleri bünyelerinde iletişim fakülteleri var. Ama maalesef bir kopukluk var. Arada yeteri kadar diyalog kurulamıyor. Veri ve bilgi akışı transferi sağlanamıyor. Çalışmalar ortak yürütülemiyor. Bu konuda bir masa etrafında buluşturulmaya ihtiyacımız var. Burada da cemiyet bir köprü görevi görebilir. Cemiyet de bu görevi yerine getirmeyince akademi ile buluşmamız çok zor oluyor. Öncelikle bunu sağlamamız gerekiyor. İkinci olarak da yerelde mali sorunlarımız var. Yerel gazeteler küçük ölçekte aile işletmelerinden ibaret. Bunların şu anki ekonomik yükü kaldırmaları çok zor. Bu nedenle ya küçülmeye gidiyor ya kapanıyor. Bunun da aşılması gerekiyor. Eğitimin ve ekonomik desteğin teşviklerin biraz daha denetim mekanizması güçlü hak edene verilen şekilde işletilmesi lazım ki doğru insanlarla doğru iş yapılsın. Üniversiteden yeni mezun bir genci ben işe almak istiyorsam üniversite o genci stajında da bana yönlendirmeli, okula başladığında da benimle tanıştırmalı. Ben de ona maaş yemek ve yol ücreti verecek şekilde çalıştırabilirim ve iki gün sonra “bu meslekte para kazanamam evlenemem araba alamam” gibi düşünüp başka mesleklere geçiş yapmayı hesap etmemeli. Biz bunu aşamadığımız için arkadan gelen nesli besleyemiyoruz. Çünkü gazete ya da yayın kuruluşunun varlığı bile tehlikede. O bile kapanabilir bırakın yeni bir istihdam sağlamayı. Nicelik ve niteliği öngöremiyorsun. Geleceğe dair bir vizyon katamıyorsun kuruma, bu aşılmalı.”

K5 yerel medyanın geleceği konusunda hiç umutlu olmadığını ifade etmiştir. “İnsanlar genel anlamda zaten çok haber okumuyor. Okumak istemiyorlar. Sadece başlığı ve spotu okuyup geçiyorlar. Yerel medyanın geleceğini çok parlak görmüyorum”.

K1 kadın meslektaşları ile kolektif bir gazete çıkardıklarını ancak bu durumun da zorluklarını yaşadıklarını söylemiştir.

K12 yerel medyanın internet gazetesine doğru evrildiğini söylemiştir.

K11: “Genel olarak yazılı basın geleceğini çok parlak görmesem de ne yerel basının ne de gazetelerin son bulacağını düşünmüyorum. Evet internet çağındayız her şey bir tık kadar yakın ama arşivcilik yazılı basınla mümkün ve gerçeğe ulaşmak da öyle. Bizler gazetecilik ilkeleri çerçevesinde çalışan kişiler olarak halka doğru bilgiyi vermekle yükümlüüz insanlar da doğru bilgiye ulaşma çabası içinde bu bir kazan kazan yöntemi. Dezenformasyona maruz kalmak istemeyen insanlar gerçeğin peşinde olanlar elbette gerçek habercilerin de farkındadır diye düşünüyorum.”

K8 yakın zamanda yerel medya kurumlarının varlıklarını devam ettiremeyeceklerini ifade etmiştir. Gazetelerin basın ilan kurumunun gelirleriyle ayakta kaldığını ancak günümüzde bu gelirin ancak çalışanların sigortalarını karşıladığını belirtmektedir. Buldukları ilde abone, reklam kültürünün olmayışı, gelir kaynaklarının çeşitlendirilememesi gibi sorunlar yaşadıklarını belirten yerel medya yöneticisi medya kurumlarının birleşmesiyle bu sorunların aşılabileceğini ifade etmektedir.

K5 yerel medyanın tamamen yok olacağını yerini sosyal medyaya bırakacağını düşünmektedir.

K9 yerel medyanın artık yavaş yavaş dijitalleşmeye başladığını, dijitalleşmenin sunduğu imkânlar ile medya sektörünün yenilenme fırsatı yakaladığını belirtmiştir: “Yeni iş kollarını da ortaya çıkaran internet, aynı zamanda yazılı basını da tehdit eder hale geldi. Yerel medyanın en temel yapı taşı olduğunu düşünüyorum. Yerel basın temsilcileri, çalışanları ile geniş kapsamlı sorunların ve önerilerin konuşulduğu toplantılar düzenleyebilir”

K10 ise basılı medyanın tamamen biteceğini ancak yerel medyanın, internet gazeteciği ile yoluna devam edeceğini düşünmektedir.

Yerel medyada yönetici olarak görev yapan kadın gazeteciler yerel medyanın gelecekte dijital mecra da yayın hayatına devam edeceği görüşündeler. Mevcut durumda yaşanan sorunların ise yerel dinamiklerin etkisi ve desteğiyle çözüm bulunabileceğini ifade etmişlerdir. Yerel halkın da bilinçli bir okuyucu olarak yerel medyaya destek olması gerektiğini vurgulamışlardır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Özellikle ataerkil toplumlarda tüm kadın çalışanlarda olduğu gibi kadın gazeteciler için de özel hayat ve iş hayatı arasındaki dengeyi kurabilmek ve yönetmek oldukça zordur. Bu zor durum kadınların evlenip çocuk sahibi olmaları ile daha da katlanarak artmaktadır. Birçok araştırma kadın gazetecilerin bu durumda yaşadıkları sorunlar ile mücadeleye yenik düşerek meslekten kopmalarına neden olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla kadın gazetecilerin mesleki yeterliliklerini kanıtlayabilecekleri çalışma ortamı ve düzenin sağlanması için yeni politika ve düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır.

— Kadınların tüm örgütsel düzeylerde, özellikle de medya yönetiminde temsil edilmesini güvence altına alacak istihdam fırsatlarının yaratılması sağlanmalı.

— Medyada kadın ve erkek gazetecilerin görev dağılımında ve maaş yapısında cinsiyet ayrımı yapılmamalı ve her koşulda fırsat eşitliği sağlanmalıdır.

— Kadın gazeteciler medyadaki cinsiyet eşitsizliğine karşı politikalar üretebilmek adına bir araya gelerek örgütlenmeli ve yerel medyanın gelecek projeksiyonu için somut uygulanabilir hedefler belirlemeli ve bu hedeflere ulaşmak adına kısa, orta ve uzun vadeli stratejiler oluşturmalıdırlar.

— Kadın yöneticiler kendi kurumlarındaki misyonlarını yerine getirmede gösterdikleri duyarlılığı ve özveriye mevcut gazetecilik alanındaki sivil toplum kuruluşlarında daha fazla sayıda ve aktif görevlerde rol alarak devam ettirmelidir. Bu konuda yaşanan temsiliyet sorununun çözümünde erkek katılımı ve desteğinin sağlanması son derece önemlidir. Erkek çalışanların, kadın çalışanlara eşit hak ve olanakların sağlanması konusunda gerekli iş birliği ortamlarını oluşturmaları konusu son derece önemli ve önceliklidir.

— Kadınların yerel medyadaki statüsüne ilişkin veri bankalarının oluşturulması ve bu tür bilgilerin gelecekteki araştırmalara temel oluşturmak üzere medya uzmanlarına ve ilgili hükümet ve özel kuruluşlara dağıtılmasına yönelik ağların kurulması gerekmektedir.

— Yerel yönetimler ve mesleki sivil toplum örgütleri iş birliğinde yerel medya kuruluşlarına nitelik kazandırabilmek ve güçlenmelerini sağlamak adına alanda uzman akademisyenlerin katkıları ile gazetecilere yönelik mesleki ve kişisel gelişime yönelik periyodik eğitim seminerleri organize edilmelidir. Bu seminerlerde habercilik pratiklerinin yanı sıra toplumsal cinsiyet eşitliğine önem ve öncelik verilmelidir.

Medyada kadın gazetecilerin sayısının artması ve yönetim kademesinde daha fazla yer almaları; medyadaki kadın sorunsalı kapsamındaki temsiliyet, haber söylemi ve içeriklerindeki problemin çözümüne de katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gazeteciliğin de diğer tüm meslek dallarında olduğu gibi cinsiyeti yoktur. Toplumsal sorumluluk anlayışı çerçevesinde; toplumu bilgilendirmek, haberdar etmek, eğitmek, kamuoyu oluşturmak ve yansıtmak vb. temel işlevlerin yerine getirilmesinde etik kurallardan ödün vermeden, mesleğin gerekliliklerini yerine getirmek tüm gazetecilerin cinsiyet ayrımı yapmaksızın sorumluluğudur. Bu anlayıştan hareketle, medya alanında cinsiyet temelli akademik çalışmaların farklı yaklaşımlar ve yöntemlerle gerçekleştirilmesi bu konuda yaşanan sorunlara çözüm üretecek platformların oluşturulması adına önem taşımaktadır.

Çıkar Çatışması

Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

Yazar Katkıları

Plan, tasarım:.BA; **Gereç, yöntem ve veri toplama:** BA, AY; **Veri analizi ve yorumlar:** BA, AY; **Yazım ve düzeltmeler:** BA, AY.

KAYNAKLAR

- Arabacı, B. (2015). Toplumsal Cinsiyet Rollerini Bağlamında Cinsiyete Dayalı İş Bölümü ve Çalışan Kadın, G. Ağrıdağ (Edt.), Türkiye’de ve Dünyada Kadın Araştırmaları içinde (ss,1-560). Adana: Çukurova Üniversitesi Basımevi ISBN: 978-975-487-207-1
- Arıkan, R. (2017). Araştırma Yöntem ve Teknikleri. İstanbul: Nobel Yayıncılık
- Arslan, E., Arslan, B. (2017). Local Press And Women Workers In The Context Of Gender Inequality. Current Debates In Public Relations Cultural & Media Studies, 9, 217-238.
- Arslan, B. (2023). Yerel Basın Yöneticilerinin Perspektifinden İnternet Gazeteciliği: Avantajlar ve Tehditler, Türkiye Medya Akademisi Dergisi, Cilt 1, 1-40.
- Aziz, A. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım
- Başak, S. (2009). Cam Tavanlar. KÖK Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi, XI (2), 119-132
- Pathak, B., Bhawalkar, A., Sharma, A., Saxena D. (2018). A Study on Challenges and Opportunities for Women Journalists in Media Industry of Bhopal Region, IJRAR, 5 (3) www.ijrar.org E-ISSN 2348-1269, P-ISSN 2349-5138. 68-79.
- Bilecen, N. (2020). Yerel Basında Kadın Çalışanların Konumu ve Sorunları: Giresun Yerel Basın Örneği. Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi. 12 (22), 159-172.doi: 10.38155/ksbd.691952

- Chaudhary, G., Kumar, A. (2021). Study of Work-Life Balance of Women Journalists in Print Media Industry, Technoarete Transactions on Advances in Social Sciences and Humanities,1(2), e-ISSN: 2583-1127, 1-4.
- Çelenk, S. (2010) Kadınların Medyada Temsili ve Etik Sorunlar. B. Çaplı ve H. Tuncel (Ed.). Televizyon Haberciliğinde Etik içinde (211-228). Ankara: Fersa Matbaacılık.
- Gezgin, S. (2007) Türkiye’de Yerel Basın, Türkiye’de Yerel Basın, Ed. Suat Gezgin, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları ISBN: 978-975-404-785-1, s.177-178.
- Dhiman, B. (2023) Opportunities and Challenges for Women Journalist in Media Industry: A Critical Review. Global Media Journal, 21(63), 1-6. ISSN:1550-7521
- Dökmen, Z. (2010). Toplumsal Cinsiyet. Remzi Kitabevi, (2) 1-240 ISBN: 978-975-14-1384-0.
- Eyyuboğlu, H. (2010). Basında Kadın, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul. 1-145
- Kızıldağ, D. (2018). Yönetimde Kadın Sorunsalı, Yönetim Araştırmaları Dergisi, Cilt 14, Sayı.1-2 49-69
- Koloğlu, H. (2019). Yerel Yazılı Basında Çalışan Kadın Gazetecilere Yönelik Mobbing ve Mücadele Yöntemleri: Antalya Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Ana Bilim Dalı. 1-123
- Korkmaz, H. (2014). Yönetim Kademelerinde Kadına Yönelik Cinsiyet Ayrımcılığı ve Cam Tavan Sendromu, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2 (5), 1-14
- Köseoğlu, A. (2023). Yerel Medyada Kadın Gazeteci Olmak: Ağrı, Erzincan, Erzurum, Hakkâri ve Van İlleri Özelinde Bir Araştırma. Communicata, (25), 15-21. DOI: 10.5152/communicata.2023.23028
- Kuyucu, M. (2013). Medyada Kadın Olmak: Medya İşletmelerinde Çalışan Kadınların Sorunları, Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi (UHBAB), 2(6),ISSN:2147-4168,29-64
- MEDAR (2021), Yerel Medya Veri Tabanı Araştırması, 10 Eylül 2022 tarihinde <https://yerelmedyavt.com/> adresinden erişildi.
- Negiz, N., Yemen, A. (2011). Kamu Örgütlerinde Kadın Yöneticiler: Yönetici ve Çalışan Açısından Yönetimde Kadın Sorunsalı, SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 2011 (24). 195-214.
- Özay, E.N. (2018). Yerel Medyada Çalışan Yönetici Kadınlar: Aydın İli Örneği, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.1-146.
- Urhan, B. (2016) Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları. F. Saygılıgil, (Edt.) Kadın Emeği ve Toplumsal Cinsiyet içinde, (ss.119-149). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Tahaoğlu, Ç. (2014). Medyanın Künyesi: Kaç Kadın Kaç Erkek? 21.Nisan 2015 tarihinde, <https://m.bianet.org/cocuk/medya/154466-medyanin-kunyesi-kac-kadin-kac-erkek>. adresinden erişildi.
- Tanrıöver, H. (2000). Medya Sektöründe Kadın İşgücü, Toplum ve Bilim Dergisi, 86 (güz), İstanbul: Birikim Yayınları, ISSN 1300-9354, 171-193.
- TUIK (2020). Yazılı Medya İstatistikleri, 2020 12 Haziran 2023 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Wirth, L., (2001), Breaking Through The Glass Ceiling: Women in Management, Geneva: International Labour Office).
- Vural, A. M., (1999), Yerel Basın ve Kamuoyu, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları No. 1141.
- Yağar, F. & Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlik. Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi, 3 (3), 1-9.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2005). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınları
- Yirmibeşoğlu, G. (2010), Medya Alanında Çalışan Kadınlar ve Karşılaştıkları Zorluklar, 21. Yüzyılın Eşiğinde Kadınlar Değişim ve Güçlenme, Editör: F. ÇOBAN DÖŞKAYA (Edt.), Uluslararası Multidisipliner Kadın Kongresi (13-16 Ekim 2009), Bildiri Kitabı Cilt 3, İzmir: Dinç Ofset, ISBN: 978-975-441-282-6 (3.C) 1-862
- Yunusoğlu, Eroğlu, A., Arslan, B. (2020). Yerel Basında Toplumsal Cinsiyet Algısı, E. Arslan (Edt.) İletişim Çalışmaları ve Kadın içinde (123-181). Konya: Literatürk Academia. ISBN: 978-605-337-252-3.
- Zinderen, İ.E, Alanka, Ö.,Cezik, A.,(2016). Yerel Basın ve Toplumsal Cinsiyet (Erzurum Yerel Basımında Kadın Köşe Yazarlığı), Tarih Okulu Dergisi, 9 (28), 623-639.