



KADIN VE MEDYA

Toplumsal Cinsiyet Eşitlikçi Haber Kılavuzu





Konrad
Adenauer
Stiftung

Katkılarıyla basılmıştır



KADIN ve MEDYA

Toplumsal Cinsiyet Eşitlikçi Haber Kılavuzu

TGC **AKADEMİ**
yayıdır

8 Mart 2016 - İstanbul

TÜRKİYE GAZETECİLER CEMİYETİ

Adres : Türkocağı Cad.No:1 34410 Cağaloğlu /İSTANBUL

Tel. : (0212) 513 83 00 (3 hat) Faks: (0212) 526 80 46

web : www.tgc.org.tr

e-posta : tgc@tgc.org.tr



www.facebook.com/TGCTr



www.twitter.com/TGCTr

(Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Bakanlar Kurulu'nun 8/4/1952 tarih ve 14799 sayılı kararı ile kamuya yararlı derneklerdendir.)

Değerli Meslektaşım

Elinizde tuttuğunuz bu kitap aslında medyada çalışan kadın erkek her birey için hazırlandı. Hatta diyebilirim ki yılların alışkanlığı ile kullana geldiğimiz eril dil düşünülüşünde biz erkekleri çok daha fazla ilgilendiriyor.

TGC Kadın Komisyonu'muzda yer alan meslektaşlarımın yoğun ve titiz çabaları ile ortaya çıkan bu kitabın sayfalarını çevirdikçe her satırında ortak emeğin değerli bir ürünü ile karşı karşıya olduğunuzu göreceksiniz.

TGC yönetimi 2007 yılında da British Council, BBC ve Ankara İletişim Fakültesi ile ortak bir projeye başlamış sonuçta " Çeşitlilik Kılavuzu" adlı bir kitapçığı medya çalışanlarına kazandırmıştık. Kitap medyanın haber ve programlarında çocuklara, kadınlara cinsiyet ayrımcılığına ve kökene bakış açılarına ayna tutuyor, örneklerle eleştiri getiriyordu. 2016' da sizlere sunduğumuz çalışma yalnız haber merkezlerine, editörlere değil genel olarak medyanın kullandığı eril dili örnekleriyle belgeliyor. Çalışan kadının eşitlenmediği, ikinci sınıf insan muamelesi gördüğü, mobing uygulamalarına uğratıldığı medya sektöründe yaşanmış tanıklıklarla dile getiriliyor. Kısaca toplumda ezilen, şiddetin hedefi olan, özgürlüğü kısıtlanan kadın çalışanlar için elinizdeki kitabın bu alanda büyük bir boşluğu dolduracağına inanıyorum.

Türkiye Gazeteciler Cemiyetin Kadın Komisyonu üyelerini özverili ve titiz çalışmalarından ötürü içtenlikle kutlamak istiyorum. Komisyonun Koordinatörü Göksel Göksu ve Genel Sekreter Sibel Güneş'in yoğun işleri arasında bu kitap için ne denli uğraş verdiğini yakından bilenlerdenim. Kendilerine şükranlarım var. Bu değerli çalışmanın oluşmasında ciddi katkılarından ötürü Gülseren Güver ve emek veren tüm Kadın Komisyonu üyelerini ortaya koydukları bu değerli çaba için içtenlikle kutlamak isterim. Bu arada bir büyük teşekkürüm de TGC yönetimindeki arkadaşlarıma. Başından beri bu projenin gerçekleşmesi için destek verdiler çaba gösterdiler. Sağolsunlar.

Saygılarımla

Turgay Olcayto

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Başkanı

KADIN VE MEDYA

Toplumsal Cinsiyet Eşitlikçi Haber Kılavuzu

Kadın ve Medya kitabı, TGC Kadın Komisyonu'nda ve Kadın Danışma Grubu'nda yer alan kadın gazetecilerin öneri ve katkılarıyla hazırlanmıştır.

Göksel Göksu

Tülay Şubatlı

Pınar Aktaş

Nuray Özger

Nezahat Alkan Gümüş

Saadet Baykal

Seda Kaya Güler

Sultan Uçar

Semiha Öztürk

Azize Şenbülül

Didem Arslan

Dilhun Gençdal

Emine Açar

Mesude Erşan

Özlem Özdemir

Sergül Keskin

Şükran Özçakmak

Tülay Acar

Ümran Avcı

Gülseren Ergezer Güver

Sibel Güneş

Teşekkür ve Yayınlarından Yararlanılan STK'lar

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği konusundaki kitap ve yazılarından yararlanan;

Prof. Dr. Mutlu Binark,

Prof. Dr. Mine Gencel Bek,

Prof. Dr. Sevda Alankuş,

Prof. Dr. Nilüfer Timisi ile katkılarını esirgemeyen

Selen Doğan'a ve

Emel Armutçu'ya ve karikatürleriyle katkıda bulunan

Nuray Çiftçi'ye teşekkür ederiz.

Bu kitabın hazırlanışında,

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nce hazırlanan "Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı",

Uçan Süpürge Kadın İletişim ve Araştırma Derneği'nce yayınlanan "Haberciler İçin El Kitabı";

Mahmut Çınar, Yonca Poyraz Doğan, Tayfun Ertan, Barış Soydan, Rana Şenol'un hazırladığı "Ayrımcı Dile Karşı Habercilik Kılavuzu;

Filmmor tarafından hazırlanan "Kadın Cinayetlerini Haberleştirme Kılavuzu"

Medya İzleme Grubunca (MEDİZ) hazırlanan ve Bianet'te yayınlanan "Medyada Kadınların Temsil Biçimleri" araştırmasından yararlanmışır.

içindekiler

GİRİŞ

1. BÖLÜM

- Başlarken..... 13
- Haberin mutfağından..... 16

2. BÖLÜM

- Kadın odaklı haber öncesi kendimize sorular..... 35
- Medyada Kadınların Temsili.....39
- Medya ne yapmalı, nasıl yapmalı?..... 43
- Medyada çalışan kadınlar ne istiyor?.....43
- Dünyadan örnekler - Medyayı bir de onlardan dinleyin
 - Angela Castellanos.....46
 - Prof. Peter Gross.....48
 - Sonja Pace.....53

3. BÖLÜM

- Cinsiyetçi dilin söyledikleri.....59
- Dikkat! Kadına yönelik şiddet haberi yaparken.....61
- Dikkat! "Kadın cinayeti" haberi yaparken.....63
- Dikkat! Cinsel şiddet, saldırı, tecavüz haberi yaparken.....67
- Dikkat! Çocuk yaşta evlilik haberi yaparken.....69
- Dikkat! Magazin haberi yaparken.....69
- Örneklerle "Sorun nerde?", "Nasıl olmalı?"71

4. BÖLÜM

- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve British Council'in.....101
Medya ve Çeşitlilik Kılavuzu'nun
Kadın ve Cinsel Yönelim Bölümü
- Dünya cinsiyetçilikle nasıl mücadele ediyor?.....106
- Ulusal ve Uluslararası sözleşmeler.....107

5. BÖLÜM

- Alternatif sözlük.....119

BÖLÜM 1



BAŞLARKEN

TGC Kadın Komisyonu niçin böyle bir kitaba ihtiyaç duydu?

Medya sektörünün çeşitli kademelerinde görev yapan çok sayıda kadın gazeteci, TGC Kadın Komisyonu çatısı altında bir araya geldi; öneri, deneyim ve taleplerini harmanladı; medyada toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması için eldeki veriler aynı potaya konuldu. Ve elinizdeki kitap o bilgi ve deneyimlerin damıtılmasıyla ortaya çıktı.

Medyanın toplumdan bağımsız olmadığına da farkındaydık, sektördeki cinsiyetçi anlayışın toplumun kadına bakışından etkilendiğinin de. Karşılıklı etkileşimden sıyrılıp, toplumun itici gücü konumundaki medyaya toplumsal cinsiyet eşitliğinin yaygınlaşmasında düşen görevler üzerine uzun uzun çalıştık.

Nihai amaç, toplumsal cinsiyet eşitliği odaklı habercilik anlayışını yaygınlaştırmak, eril, cinsiyetçi dilin yerine eşitlikçi bir dil yapısını oturtmak, bu yönde aktif görevler üstlenmek ve gerek medyada yer alan gerek medyaya konu olan kadını ikincil konumdan çıkarıp; kadının beceri, bilgi ve donanımları ile hakettiği biçimde yeniden konumlandırılmasına katkı sunmak.

TGC Kadın Komisyonu olarak, öncelikli beklentimiz ise elinizdeki kitabın tüm meslektaşlarımız için bir "başucu kitabı" olabilmesi. Bu amaçla kitapta toplumsal cinsiyet eşitliğini gözeten haberciliğin olmazsa olmazlarına da yer verdik; örnekleriyle birlikte cinayet tecavüz gibi sorunlu alanlarda haber yaparken dikkat edilmesi gereken kuralları da; çalışırken kadın haberciler olarak karşımıza çıkan-çıkartılan engellemeleri de anlattık, başka kimseye söyleyemediğimiz sırlarımızı da... Kitabın sonuna da cinsi-

yetçi dilden ve kavramlardan kaçınmayı kolaylaştırıcı bir sözlük ekledik.

Kadınıyla erkeğiyle toplumsal cinsiyet eşitliğini savunmakla kalmayıp hayata geçiren bir medya özlemimiz vardı, o özlemi birlikte hayata geçirmek için ilk adımı biz attık.

Çünkü,

- Siz diyorsunuz ki, "Kadınlar muhabir olabilirler". Evet, doğru; ama yeterli mi? Karar mercilerinde çoğunlukla erkekler yer almıyor mu? Gazetelerin hafta sonu ekleri, kültür sanat, magazin servislerinde; televizyonların program bölümlerinde ya da editöryal kadroların bulunduğu ara kademelerde görev yapan kadınların kafasını çarptığı cam tavanı kaç kadın aşabildi?
- Artık haberleri "Kadın muhabirin gideceği ve gidemeyeceği işler" diye tasnif etmekten vazgeçme zamanı gelmedi mi? "Pazardaki soğan-patates fiyatlarındaki artışın mutfakta yol açtığı yangın" haberini yalnızca kadın muhabirler mi yapabilir sizce?
- Köşe yazar, özel röportaj yapan kadın gazeteci sayısındaki görece artış gerçek olsa da; o sayının erkek gazetecilerle kıyaslanamayacak kadar düşük olduğu gerçeğinin farkında mıyız?
- Kadınların son yıllarda karar mekanizmalarında ara kademelerde yer aldıkları da doğru... Ama dürüst olalım, eğer iki adaydan biri erkek biri kadın ise öncelik kime veriliyor? Dahası üzerinde tartışılan konularda fikir yürütse de görüşünü ifade etse de son sözü kim söylüyor?
- Televizyon kanallarında son yıllarda sayıları görece artan kadın yöneticilerin varlığı sevindirirse de; yazılı basında haber, ekonomi gibi servislerin yönetici kadrosundaki kadınların sayısı bir elin parmaklarını geçiyor mi?

- Ve muhabirlikten yöneticilik basamaklarına sıçrayan erkeklerle kıyaslandığında, aynı basamakları kadınların neden tırmanamadığı sorusunu yönelttiniz mi hiç kendinize?

Bundan böyle daha sık görülecek, sorunlara birlikte çözüm arayacağız. Kimi zaman meşlektaşlarımızın ve yöneticilerin kapısını aşındıracak, kimi zaman sistematik takip edeceğimiz tüm yayın organlarının cinsiyetçilik karnesiyle karşınıza çıkacak, hatta doğrusuyla ve yanlışıyla toplumsal cinsiyet eşitliği odaklı haberciliğin neresinde olduğumuzu konuşacağız.

Elinizdeki kitabın hedeflendiği gibi medyada toplumsal cinsiyet eşitliğine giden yolda bir kılavuz olabilmesi umuduyla...

TGC Kadın Komisyonu

BİZİM MUTFAKTAN

Bu bölümde haberin mutfağında kadın olarak var olurken yaşanmış örnekleri bulacaksınız.

Okuyacaklarınız, medyanın çeşitli birimlerinde görev almış ya da halen görevde olan kadınların bizzat yaşadıklarından derlendi.

Onlarca kadın gazeteci ile görüşüldü.

Kimi zaman biz bile hayrete düştük, kimi zaman hepimizi hayrete düşürmesi gerekenlerin nasıl sıradanlaştığına tanık olduk.

İstedik ki medyanın kadına bakış açısının, sorunlu olduğu alanlar su yüzüne çıksın.

İstedik ki sorunları örnekleriyle anlatalım.

İstedik ki, o sorunlara ortak çözüm üretecek bir zemin oluşturalım.

Belirtmek isteriz ki, hikayeleri anlatanları korumak adına, örnekleri zaman, mekan, kurumsal kimlik ve şahıslardan arındırdık. Amacımız cinsiyetçi yaklaşımı teşhir etmek ve bazı soru ve sorunları gündeme getirmek..

Bu yaşanmışlıkların kahramanı olsanız da olmasanız da, 'erkek' ya da 'cinsiyetçi zihniyete' sahip bir kadın olsanız da okurken dinleyebilmeniz dileğiyle...

Buyrun!

SORUNU HALLETMEK İÇİN ETEK Mİ GYİDİN?



Bir haber müdürü anlatıyor:

Yönettiğim bölümde çalışanlarla ilgili halledilmesi gereken bir sorun vardı.

Çözülmesi gerekiyordu, doğal olarak yöneticimle görüşmeye gittim.

Kapıda karşılaştık.

Güzel giyinmeyi severim, o gün de üzerimde çok da kısa olmayan mini bir etek

var.

Gözleriyle beni baştan aşağı süzdü, eteğime baktı...

Sonra kolunu omzuma attı ve gülümseyerek "O eteği sorununun halledilmesi için mi giydin?" dedi...

Utançtan yüzüm kıpkırmızı oldu.

"Aman efendim" dedim,

"Neler söylüyorsunuz?"

Baktım sırtımı sıvazlıyor.

Sorunun ne olduğunu bile söyleyememiştim.

Ama o, "Sorunun her neyse çözüldü bil!" dedi ve gönderdi beni"

KAFAN HIÇ ÇALIŞMIYOR!

Bir gazeteci anlatıyor:

“Önemli bulduğum bir haberin aynı grubun başka bir yayınında da değerlendirilmesini önermek üzere, bağlı bulunduğum yöneticinin kapısını çaldım.

Durumu anlattım ve uygun bulup bulmadığını sordum.

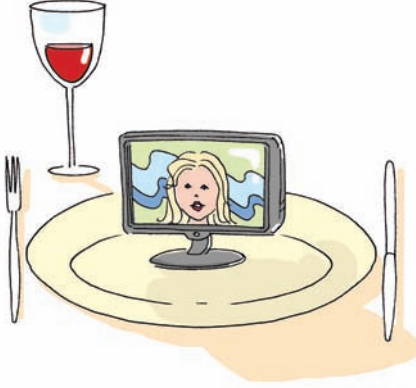
Kafasını kaldırdı ve “Şimdi o adam senin gibi güzel ve çekici bir kadının ricasını mı yerine getirir yoksa benim gibi yaşlı bir adamın ricasını mı?” diye sordu.

“Elbette sizi dinler” dedim, “Patron sizsiniz”

Aldığım cevap, cinsiyetimin meslekteki başarımın nasıl da önüne geçebildiğini görmem açısından ibret vericiydi.

Bana “Hiç kafası çalışmıyor senin gibi feministlerin. Adam beni dinler ama istediğimi yapmaz; oysa sen istersen asla geri çevirmez!” dedi.”

AKŞAM YEMEĞİ YOKSA İŞ DE YOK!



Bir editör anlatıyor:

“Yazılı basında çalışırken acaba televizyonda da program yapabilir miyim diye bir televizyonun yöneticisinin kapısını çaldım.

Kendisiyle bir süre sohbet ettikten sonra

programdan ziyade konuşma benim özel hayatıma ilişkin soruların sorulduğu bir noktaya geldi. Televizyon yöneticisi lafı hiç uzatmadan çok hoş olduğumu, program konusunu akşam yemeğinde değerlendirebileceğimizi söyledi.

'Sağolun, inşallah başka zaman' diyerek izin istedim. Zaten program konusundaki niyetimi anlattığım için telefon beklemeye başladım. Gelmeyince iki kez aradım, telefonuma çıkmadı.

Yıllar sonra bir davette karşılaştık. Beyefendinin insanlar içinde bana söylediği söz aynen şöyleydi: 'Ben seni televizyoncu yapmayı o kadar çok istedim ki ama sen istemedin!'

ŞİDDET EĞİLİMLİ YÖNETİCİ



Bir muhabir anlatıyor:

"Yayın hayatına yeni başlayacak bir gazeteden transfer teklif aldığım da yeni evli genç bir muhabirdim. Çok sevinçliydim. Yeni gazete yalnız doygun ücretiyle değil, kariyerimde yeni ufuklar açacak olmasıyla da heyecan vericiydi. Haber çabuk duyuldu. Tabi çalışmakta olduğum gazetede ki yöneticiler de duydu. Ama gitmemi

istemiyorlardı, gerekirse maaşıma zam da yapacaklarını söylediler. Oysa ben yeni görevime başlamak için can atıyordum. İçim içime sığmaz bir halde olan biteni eşime anlattım. O da beni destekledi, "Karar senin" dedi. Zaten eşlerin aynı kurumda çalışmasına o da ben de sıcak bakmıyorduk ve karşımıza bir fırsat çıkmıştı. Sonunda gittim ve yeni çıkacak gazeteyle sözleşmeyi imzaladım.

Buraya kadar her şey olağan. Ama sonra... Sonrasında kalmam yönünde beni ikna etmek isteyen o yöneticinin eşime, "Sen ne biçim erkeksin, karına iki tokat atıp gitme diyemedin" dediğini öğrendim. Önceleri beni ağzına iki tokat atılarak susturulacak kimliksiz bir kişi olarak görmesi nedeniyle çok kırılmıştım. Sonraki yıllarda ise o cümlenin aslında beni değil, "kadın dünyasını" hedef aldığını gördüm. Meğer ben ve diğer kadın meslektaşlarım birer takım arkadaşısı değil de sırasında susturulacak figüranmışız onun gözünde... Unutmadan... O yönetici de ben de hala aktif olarak gazetecilik yapıyoruz."

GAZETE KAPATTIRAN HABER

Bir muhabir anlatıyor:

"Bir keresinde önemseydiğim bir habere imza atmıştım. Haber şu: Boğaziçi Üniversitesi'ni dereceyle bitiren bir kız öğrenci, Türkiye'de staj yapacak bir işyeri bulamadı; buna karşın Amerika'da Princeton ve Harvard üniversitelerinden tam burslu master daveti aldı. 25 yaşındaki genç kadın Harvard'ı seçti. Sonra da okulun tarihinde bir ilke imza atarak o yaşta yardımcı profesör unvanı aldı. Muazzam bir başarı öyküsüydü. Ben de o öyküyü haberleştirmek üzere röportaj yapmak istedim. Aile eve davet etti. Gittiğimizde genç kız tüm doğallığıyla saçları yarı ıslak üzerinde bir şort bir tişört yanımıza geldi. Ben sordum o anlattı. Soruları da aynı doğallıkla cevapladı. Ben notlarımı alırken foto muhabiri de görüntü alıyor. Her neyse, görüşme bitti ben de döndüm, haberi yazdım. Haber de gazetede güzel yer buldu doğrusu. Gel gelelim aynı gruba ait bulvar gazetesi çekilen fotoğrafların arasından alt açıyla çekilen fotoğrafı seçip, bacak arasına da genç kızın başarısını yazmasını mı... Neye uğradığımı şaşırılmıştım.

Tabi genç kızın babası görür görmez bana ulaştı. Öyle ya sorumluluk bendeydi. Asıl çalıştığım gazetede çıkan şekilde habere sahip çıktım ama diğer gazeteyle hiçbir ilgimin olmadığını; onların haberi ortak havuzdan çekip benden bağımsız olarak kendi bakış açılarıyla yeniden yazdıklarını ve sorumluluğun bana ait olmadığını dilim döndüğünce anlattım.

Sonra ne mi oldu? Harvard'lı genç profesörün babası meğer bizim gazetenin sahibinin borsa danışmanıymış. O bulvar gazetesi kapatıldı!"

"KADINLAR HIÇ MI ADAM ÖLDÜRMÜYOR?"

Bu sayfada yer alanlar da, kadın muhabirlerin kadın hakları konusunda önerdiği haberlere kimi zaman 'şaka', kimi zaman alay konusu yapılarak, kimi zaman da sahip olunan pozisyonun gücünü kullanıp karşı tarafı sindirmeye çalışarak verilen cevaplar.

- "Feminizm" konulu haberlerde gülümsemeyle: "Al bak bu senin haberin"
- Töre cinayeti haberi söz konusu olduğunda: "Bak tam senin ilgi alanın"
- Erkek şiddeti haberlerinde ısrarcı olduğunda: "Erkek düşmanısın sen zaten"
- Erkek şiddeti kurbanı kadın haberleri tartışılırken: "Peki kadınlar hiç mi adam öldürmüyor?"
- Katil erkekleri meşrulaştırmak isterken: "İyi de adam çok seviyormuş, ya isteyerek yapmadıysa!"
- Erkek şiddetini meşrulaştırma çabaları: "Buna da mı kadına yönelik şiddet diyeceğiz? Adam içkiliymiş o sırada... Bu düpedüz alkol sorunu!"

"TACİZCİ YAŞLI ZATEN, TAHLİYE OLSA NE OLUR?"



Bir editör anlatıyor:

"Merkez medyada söz sahibi bir gazetede editör olarak görev yapıyordum.

Her sabah olduğu gibi o gün de gazeteleri okumuş, notlarımı hazırlamış ve yazı işleri toplantısındaki yerimi almıştım.

Hemen tüm gazete ve televizyonlarda gündeme düşen cinsel taciz haberi, elbette bizim toplantımızın gündeminde de yerini aldı.

Haber, çocuğu hatta torunu yaşındaki bir çocuğa cinsel tacizde bulunmuş, o taciz kanıtlanmış ve de hüküm giymiş yaşı geçkin tacizcinin tahliye edilmesi...

Çoğunluk tepki gösterdi:

"Nasıl bırakılır, o çocuk ne olacak?", "Yaşı kaç olursa olsun, yaparken düşünseydi" vs.

Bir meslek büyüğümüz ise durdu, dinledi ve tartışmaya son noktayı koydu: "Ne var bunda?" dedi, "Yaşlı, hasta bir adam. Bu saatten sonra cezaevinden çıksa da artık bir şey yapamaz ki zaten. Tahliye olsa ne olur?"

ÇİFTE STANDART

Bir editör anlatıyor:

“Yazı işleri toplantısındaız.

Gündemde yer bulan bir magazin haberini tartışıyoruz.

Konu, bir kadın sunucunun kendisinden 10 yaş küçük bir erkekle evlenmesi.

Kadını yerden yere vuruyorlar.

Çünkü toplantıda yer alan erkek çoğunluk, bir erkeğin kendisinden 10, hatta 20 yaş ve hatta 30 yaş küçük biriyle evlenmesini oldukça gurur verici bulsa da; bir kadının kendisinden 10 yaş küçük bir erkekle evlenmesini tuhaf buluyor.”

GİZLİ HAYRANLIK!

Bir muhabir anlatıyor:

"İşime gösterdiğim özeni beni tanıyanlar bilir.

Olabildiğince elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışır, her şeyi didik didik ederim.

Yöneticilerim bugüne kadar genelde erkekti. Hepsinin kendine göre cinsiyetçi tutumları olmuştur.

İçlerinden birini anlat desenez, cinsiyetçi tutumunu mobbinge dönüştüreni anlatırım. Bu beyefendi, zekamı küçümser, yaptığım işe ağız burun kıvırırdı.

Herkesle süper muhabbetleyen ben bir şey söyleyince yüzüme bile bakmazdı.

Tabi bütün bunların yanı sıra beni deli gibi takip ettiğini de sonradan fark etmiştim. Başkalarına ne yaptığımı, nelerle uğraştığımı sorup dururmuş.

Olaya tanık olan arkadaşlarım ise adama teşhisi şöyle koymuştu: Gizli hayranlık! Benim teşhisim ise mobbing!"

BANA İDDİALİ KADIN FOTOĞRAFIYLA GELİN!

Bir editör anlatıyor:

“Gazetenin haber toplantısındaydık.

Sayfada kullanılacak fotoğraflar belirliyoruz.

Kadınların açık saçık ya da iddialı kıyafetler giydiği fotoğraflar dakikalarca ekranda kalıyor.

Hoş bu her zaman oluyor da anlat dediniz diye anlatıyorum.

Toplantıda, biri ben olmak üzere üç kadın var, kimsenin al-dırdığı da yok.

Ayrıntılı bir şekilde fotoğraflar tek tek incelendi.

Araya bir kaç kare erkek fotoğrafı girince, fırsat bu fırsat deyip atıldım.

‘Bunu koyalım’ dedim.

Yönetici gergin bir şekilde “Kaldırın şunları” deyip kestirip attı.

Sonra da yarı çıplak kadının fotoğrafını göstererek gülüm-sedi, yan gözle bana bakıp “İşte” dedi “Bana bunlarla gelin”

BANA FEMİNİZM SÖKMEZ



Bir editör anlatıyor:

“Bizim mutfakta haber ham halde gelir, sonra da haber deyimiyle ‘pişirilir’

Haberin pişirilmesi sırasında kullanılan dili belirleyen, habere bakış açısıdır.

Kadın cinayetleri, kadına yönelik şiddet, cinsel taciz gibi vakalar haberleştirilirken kullanılan dil; haberi yazan kişinin toplumsal cinsiyet eşitli-

ğinin neresinde olduğunun da göstergesidir.

O eşitliğe özen göstererek yazdığım haberi mesleki olarak ‘ağabey’ kabul ettiğim bir yöneticinin önüne koydum.

Üstelik ben de şef pozisyonundaydım.

Yılların habercisi ağabeyim, önce habere bir göz attı, ardından ‘erkeksi’ bir gülüşle yanıma yaklaştı: “Feministiz bakıyorum, bana feminizm sökmez” dedi.

Bunları söylerken de sıkıca belime sarıldı.

Sonuç mu? O haber gazetede yer bile bulamadı.”

KADIN GÜZEL Mİ?

Bir adliye muhabiri anlatıyor:

"Bizlerden sürekli konusu güzel kadın olan haberler yapmamız ve bu güzel kadınların portre güzel fotoğraflarını çekmemiz isteniyordu. Adliye koridorlarında güzel kadın ve duruşma listelerinde kadın adı aramaktan kendimi kötü hissettiğim dönemler oldu mesleğimde.

Bu dönemde boşanma davalarının favori davalar olduğunu da eklemeliyim. Zira taraflardan biri zorunlu olarak kadın.

Ancak o davaların ardındaki gerçekten önce, kadının güzel olup olmadığına bakmak zorunda kalıyordum.

Çünkü elimdeki haberi anlatırken cevap vermek zorunda kaldığım "Kadın güzel mi?" sorusuna "Evet" cevabı veremediğim hiçbir haber gazetede yer bulmuyordu."

İMAM NİKAHLI ZORLA EVLENDİRİLEN KIZ ÇOCUĞU GÜZEL Mİ?

Adliye muhabiri anlatıyor:

“Adliyede önüme bir haber düştü, haber şu:

70’ini aşmış bir adam eşi ölünce memleketi Van’dan İstanbul’a gelmiş.

Gelmeden önce de para karşılığı 14 yaşında bir kız çocuğunu nikahına geçirmiş.

Tabi imam nikahı.

Komşuların şikayeti üzerine olay savcılığa intikal etmiş.

Soruşturma başlatılmış.

Haberi duyar duymaz kaleme sarıldım ve yazdım.

Ama malesef yayınlanmadı.

Nedeni, haber değeri olmaması değil, 14 yaşındaki kız çocuğun başı kapalı olması ve fotoğrafını basmaya değer güzellikte bulunmamasıydı.

FAZLA AÇIK (!) BULUNAN BRAD PITT FOTOĞRAFI

Magazin habercisi anlatıyor:

"Bir gün önüme, Brad Pitt'in mayoyla çekilmiş fotoğrafları geldi.

Gazetenin ekini hazırlıyordum.

Fotoğrafları ekte kullanmaya karar verdim.

Fotoğrafı sürmanşete yerleştirip, baskıya gönderdim.

Sabah bir geldim. Sürmanşette Brad Pitt yok! Yerinde başka bir magazin haberi var.

Hemen yazı işlerine indim. Dedim ki 'Ben buraya bir Brad Pitt' fotoğrafı koymuştum. Meğer fazla açık bulunmuş, ben çıktıktan sonra kaldırmışlar.

Kullandıkları kadın fotoğraflarında da bu kadar hassas olmalarını beklerdik tabi. Ama ne yazık ki onlar sadece kendi hemcinslerine karşı duyarlılar!"

"BERABERLİK TEKLİFİNİ REDDETTİM, HAYATIMI MAHVETTİ"



Bir muhabir anlatıyor:

"Çalıştığım televizyon kanalında görev yapan bir editörün beraberlik teklifini reddettim.

Devamında çok ısrarcı davrandı, yine reddettim.

İstemiyordum.

Ayrıca bir ilişkisi olduğunu da biliyordum.

Sonrasında o haber merkezinde barınamadım.

Haber toplantılarında herkesin içinde 'Bu da haber mi be!' diye azarlamaya, çektiğim anonsları beğenmeyerek ısrarla 'Yeteneksiz!' olduğumu söylemeye başladı.

Herkesin içinde küçük düşürülmeye dayanamadım.

Pes etmekten başka çarem kalmamıştı.

İşten ayrılmak zorunda kaldım. Hayatımın bir dönemini mahvetti!"

BÖLÜM 2



Haber yaparken kendimize sorular...

"Klişe ve basmakalıp olmaktan sakınabildik mi?"

"İlgili ve gerekli bütün soruları sorduk mu?"

"İzleyici kitlesine karşı duyarlı olabildik mi?"

"Kullandığımız dilde ölçülü müydük?"

"Fotoğraflar hikayeyi şiddet ve röntgencilğe vardırılmadan anlatıyor mu?"

"Farklı kaynakların ve ilgili kişiler ya da azınlıkların söylediklerine yer verdik mi?"

"Editoryal olarak kullandığımız içerik, başlık ve etik kodlar örtüşüyor mu?"

Kendinize sorduğunuz sorulara eğer Laura Bates'in The Guardian'da yayınladığı gibi, klişe cevaplar veriyor ve şöyle şeyler diyorsanız:

"İyi de kadınlar bilim ve teknolojiyle ilgilenmiyor ki!"

"İyi de kısa etek giyen bir kadın başına geleceklere razı olmalı!"

"İyi de doğum izni alıp aylarca işe gelmeyen kadına işveren niye ücret ödesin ki!"

"İyi de o eleştirdiğiniz kadın dergilerini çıkaranlar da, alıp okuyanlar da kadınlar!"

"İyi de kadınlar başka türlü yaşamak istiyor!"

"İyi de kadınlar da erkekleri nesneleştiriyor!"

"İyi de kadın kadının düşmanı zaten!"

"İyi de kadınlar birbirine çok kötü örnek oluyor!"

"İyi de kadınlar iş yerinde yöneticiliği bilmiyor!"

"İyi de kadın ayrımcılık yaşıyorsa neden işten ayrılmıyor ki!"

Elinizdeki kitabı şimdiden bırakabilirsiniz. Çünkü bu cümlelere verilen her bir "evet" cevabı, toplumsal cinsiyet eşitliğinde henüz kayda değer bir yol alınmadığının çarpıcı birer göstergesi. Hayır diyenlerle yolumuza devam edelim.

T.C Anayasası'nın 10'uncu maddesine göre "Kadınlar ve erkekler eşit haklara sahiptir. Devlet bu eşitliğin yaşama geçmesini sağlamakla yükümlüdür."

Türkiye kadınların eşitlik talebini altına imza koyduğu Uluslararası Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi (CEDAW), İstanbul Sözleşmesi ve taraf olduğu 1995 Pekin Deklarasyonu, Pekin +5, Pekin +10, Pekin +15 ve bunlara ilişkin tüm BM Kadının Statüsü Komisyonu (CSW) kararlarıyla güvence altına almıştır.

Buna karşın, Dünya Ekonomik Forumu'nun "Cinsiyet Eşitsizliği" raporuna göre, Türkiye 142 ülke arasında son sıralarda yer alıyor. Bu karanlık tablodan sıyrılmak, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve o bilincin toplumun çeşitli katmanlarına aşılması mümkün.

Medya, o bilinci aşılacak, toplumu etkileyip Anayasa'nın güvence altına aldığı eşitlik ilkesini yaygınlaştıracak güç ve potansiyele sahip bir mecra. Peki mevcut haliyle medya elindeki bu gücü ne yönde kullanıyor?

Sorunun cevabı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nca 2012 yılında hazırlanan, 2014 yılında güncellenen "Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı"nda net bir dille verilmiş:

"Toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında bakıldığında medya kadın erkek eşitliğinin sağlanmasına önemli bir katkı verme potansiyeline sahiptir. Ancak aynı zamanda eşitsizliği yeniden üreterek kadın erkek eşitliğinin sağlanmasının önünde bir engel de teşkil edebilmektedir. Bu alanda çalışmalar gerçekleştirirken dikkat edilmesi gereken bir husus da, medya profesyonellerinin de toplumun bir parçası olduğudur. Bu nedenle medyadaki cinsiyetçilik, toplumda var olan cinsiyetçi yapıdan bağımsız değildir. Birbirlerini karşılıklı etkileyerek cinsiyetçiliği pekiştirmektedir."

Aynı çalışmanın sonuç bölümünde kadının medyadaki ikincil rolüne vurgu yapılıyor. İçeriğin kadın ve erkeğin eşitlikçi temsili yönünde değişikliğe uğradığına, kadının geleneksel rolü dışında da temsil edildiği tespitine yer verilerek özellikle televizyon programlarındaki değişime dikkat çekiliyor.

Yani "İyi, güzel, anne vb" kendisine biçilen toplumsal rollerle sıkıştırılan kadın giderek "çağdaş, özgüvenli, çalışkan, rasyonel, güçlü ve bağımsız" kimliğiyle görünür kınıyor. Ancak bu durum olumlu bir gelişme olarak görülse de değişimin hızı oldukça yavaş.

Sayılan vasıflara sahip bu kadın imgesini doğuran etmen toplumsal cinsiyet eşitliğinden yana değil; toplumun arzu ettiği var sayılan kadın, erkek temsiline bir ürünü olarak şekilleniyor. Zira bu imge beraberinde her şeyi tek başına yapmak durumunda olan "süper kadın" imgesini de dolaşıma sokarak kadınlar üzerinde baskı yaratabiliyor.

Ve cam tavan . . .

Eylem planında medyanın içeriğindeki kadının ikincil konumuna dikkat çekiliyor; gerek yayınlanan haberlerin kadına bakış açısında, gerek dolaşıma sokulan haber dilinde, gerekse medyada aktif görev yapan kadınların statüsünde kadının ikincil konumunun değişmediği tespiti yapılıyor.

Medyadaki kadın çalışanların içinde bulunduğu kısır döngü toplumun diğer kesimlerindeki kadınlarla da benzeşiyor. Mesleki yükselişlerin önündeki en büyük engel olan "cam tavan" o benzerliklerden biri.

Cam tavan diğer sektörlerde olduğu gibi, medya sektöründe de kadınların kariyer basamaklarını tırmanmasının önündeki görünmez engel. Kadın çalışanların çeşitli nedenlerle ait oldukları alanlara sıkışıp, başarılı oldukları ya da olabilecekleri bir üst kademeye yükselmelerinin önündeki güçlüğü simgeliyor. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı'nda bu gerçeğe de dikkat çekiliyor:

"Geçmişe göre daha fazla sayıda kadın daha yüksek pozisyonlara çıksa da cam tavanların varlığı kadınların en üst mevkilere çıkmalarını engellemektedir. Kadınların medyadaki konumlarını güçlendirmek için yeni stratejilerle program ve projelerin devam ettirilmesine ihtiyaç olduğu açıktır."

Medyada Kadınların Temsili

Medyada kadınların temsili üzerine çalışma yapan akademisyenlerin bulunduğu ortak payda, cinsiyetçi bakış açısının varlığı. Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden Prof. Dr. Mutlu Binark Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü'nce yürütülen çalışma kapsamında hazırlanan "Politika Dökümü, Kadın ve Medya" başlıklı çalışmada bu konuya geniş yer veriyor.

Kadının kitle iletişim araçlarında ya hiç yer almadığına, görmezden gelindiğine ya da ataerkil rollerle karşımıza çıkarıldığına dikkat çekilen çalışma medyanın, haber ve yorumlar aracılığıyla toplumsal önyargıları yeniden ürettiğine, böylelikle geleneksel kadın imgesini pekiştirdiğine dikkat çekiyor.

Gerçekte de yazılı ve görsel basında kadınların ataerkil roller içerisine sıkıştırıldığı, kadının kimliğinin eşi ve çocukları üzerinden tanımlandığı bu durum Binark'ın çalışmasında şöyle tanımlanıyor:

"Erkek egemenliğini pekiştiren, kadını şiddet gören, ihanete uğrayan, kadını cinsel meta olarak kullanan, kadınlara üretici bireylerden çok tüketici birey imajının verildiği programlar yaygın olarak yayınlanmaktadır. Pek çok başarılı işleri icra etmelerine rağmen kadınlar meslekleri ve becerileriyle medyada çok az yer bulmakta, yer aldıklarında ise başarılarından ziyade daha çok kişisel yaşamları, görünüşleri ve aileleri ile öne çıkarılmaktadırlar.

Kurmaca programlarda ise kadın daha çok mağdur olarak temsil edilmekte, kadına yönelik her türlü şiddet genellikle

ya kadının kışkırtması ya da erkeğin kendine hakim olamaması gibi açıklamalarla sunulur, cinsiyetçi bakış açısı meşrulaştırılmaktadır. Gündüz kuşağında gösterilen ve 'Kadın Programları' olarak adlandırılan programlarda ise genellikle yanlış alt mesajlar verilmekte (örneğin resmi nikahın işlendiği bir programda nikahsız olarak bir arada yaşayan kişilerin konuk edilmesi, kadının bu durumuna katlanmasının alkışlanması ve program süresince bu durumun meşrulaştırılması gibi) şiddet, ya istisnai bir vaka gibi sunulmakta ya da 'haklı bir nedene dayandırılarak' meşrulaştırılmakta ve olağanlaştırılmaktadır."

Kadın kimliği değil, mağduriyet ön planda

Kadının medyada nasıl ve ne oranda yer aldığını inceleyen araştırmalar da var : 76 ülkede, yaklaşık 13 bin televizyon, radyo ve gazete haberinin incelendiği ve kadın/ erkeğin hangi oranlarda haberlerde yer aldığını inceleyen Küresel Medya İzleme Projesi, "Medya ve Toplumsal Katılım Araştırması" vs.

Araştırmalar farklı olsa da sonuçlar birbiriyle örtüşüyor. O sonuçlara göre de kadınlar medyada ağırlıklı olarak kimlikleri, icraatı, başarılarıyla değil, bedenleri, mağduriyetleriyle öne çıkıyor.

Kadınlar medyada en çok eğlence ve magazin haberlerinde; ikinci olarak da suç ve şiddet içerikli haberlerde kendilerine yer bulabiliyor. Mağduriyet haberlerinde de teşhir edilen erkek değil kadın oluyor.

Binark'ın çalışmasında detaylı irdedelediği Medya ve Toplum-
sal Katılım Araştırması'nda kadınların teşhir edildiği haber
sayısı 1620 olmasına karşın, bu oran erkeklerde 101'e ini-
yor. Aynı analizde incelenen 1580 haberde kadının teşhiri-
nin cinsel içerikli olduğu, "diğer"lerinin yalnızca 95'te
kaldığı saptaması var.

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Prof.
Dr. Mine Gencil Bek, Prof. Dr. Mutlu Binark ve Kadir Has
Üniversitesi İletişim Bölümü Dekanı Prof. Dr. Sevda Alan-
kuş'u buluşturan şu saptama, medyada kadının hangi özel-
likleriyle öne çıktığına dönük saptamaların da özetini
oluşturuyor:

"Medya metinlerinde kadın çoğu zaman basmakalıp iki tip-
leme içerisinde yer almaktadır; ya 'fettan ve kötü kadın' ya
da 'toplumun atfettiği rollerine uygun olarak anne ve iyi eş
olarak kadın'. Kadınlar, onlar için uygun görülen kalıp yar-
gıların dışına çıktıklarında ise marjinalleştirilmektedir.
Toplumsal dinamiklere koşut olarak kadının yaşamındaki
değişimler ve yeni sorunlar medya metinlerinde ihmal edil-
mektedir. Buna ek olarak kadınlar 'beden'e indirgenmekte,
ilgi çekme, izlenirliği artırma ve sansasyon yaratma kaygı-
larıyla bedenleri üzerinden sömürülmektedir. Ayrıca med-
yada kadınların temsil ediliş biçimine kullanılan cinsiyetçi
dil de büyük ölçüde etkilemektedir. Çok masum gibi görü-
nen sözcük seçimleri ve cümle kurguları cinsiyete dayalı
ayrımcılığı yeniden üretmektedir."

Toplumsal cinsiyet eşitliğine giden yolda medya

Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması, toplumun çeşitli katmanlarında yaygınlaşması, toplumsal algının yeniden inşası için başta Milli Eğitim Bakanlığı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı ve Adalet Bakanlığı olmak üzere resmi kurum ve kuruluşlar, siyasi çevreler, akademisyenler ve sivil toplum kuruluşlarına önemli görevler düşüyor. Ancak cinsiyetçi tutumun yaygınlaşmasında geniş kitlelere ulaşma gücünü elinde bulunduran medya tartışmasız bir role sahip. Medya ne yapmalı?

Medya gerek kendi iç işleyişini, gerek haber anlayışını gözden geçirip, kadın ve erkeğe eşitlikçi bir anlayış ile yer verecek strateji ve hedefler belirleyip, belirlenecek ilkeler doğrultusunda adımlar atabilir. Var olan çabaları sosyal sorumluluk projelerine öncülük etmenin ya da destek vermenin ötesine taşıyacak adımlar atabilir. Medya, eşitlikçi yaklaşımı kendi içinde uygulayacak hedef ve stratejiler belirleyebilir. Bu sayede toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlılığın geliştirilmesine öncülük eder. Medyadaki cinsiyetçi temsillerin dönüştürülmesi için sektörün her kademesinde görev alan ve ilerleyen süreçte çalışma potansiyeline sahip çalışanların konuya ilişkin farkındalıklarını artıracak uygulamalar geliştirebilir.

Hedef ne olmalı?

- Kullanılan haber dili eşitlikçi bir anlayışla standardize edilmeli
- Toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı habercilik yaygınlaştırılmalı
- Kadının haberlerde mağdur, suçlu ya da magazin unsuru olarak değil vasıflarıyla ve kimliğiyle yer alması sağlanmalı; sorunları, talepleri, başarıları görünür kılınmalı
- Kadın cinayeti, cinsel taciz ve tecavüz haberlerinin yayın standartları belirlenmeli
- Kadın çalışanlara yönelik mobbing uygulamalarını denetleyecek sistemler geliştirilmeli
- Kadınların orta ve üst düzey yöneticiliklere katılımının önünü açacak formüller geliştirilmeli; künyelerde eşit oranda yer almaları için kadınların önü açılmalı. Aksi halde kadınlar medyada şimdiye dek olduğu gibi şimdiden sonra da klişe rollerle temsil edilmeye ve medya da toplumdaki mevcut cinsiyetçi bakış açısı ve ayrımcılığın sürdürülmesine katkı sunmaya devam edecek.

Sektörün Kadınları

Sektörde çalışan kadınların durumu da en az kadının medyada yer alışı biçimi kadar önemli. Medya sektörünün kadına yönelik mesleki ayrımcılığın en yoğun yaşandığı sektörlerden biri olduğu, bu sektörde çalışan kadın profesyonellere ödenen ücret ve yapmaları beklenen görevle-

rin erkek çalışanlardan farklılık gösterdiği İstanbul Üniversitesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Nilüfer Timisi tarafından da saptanmış bir gerçek.

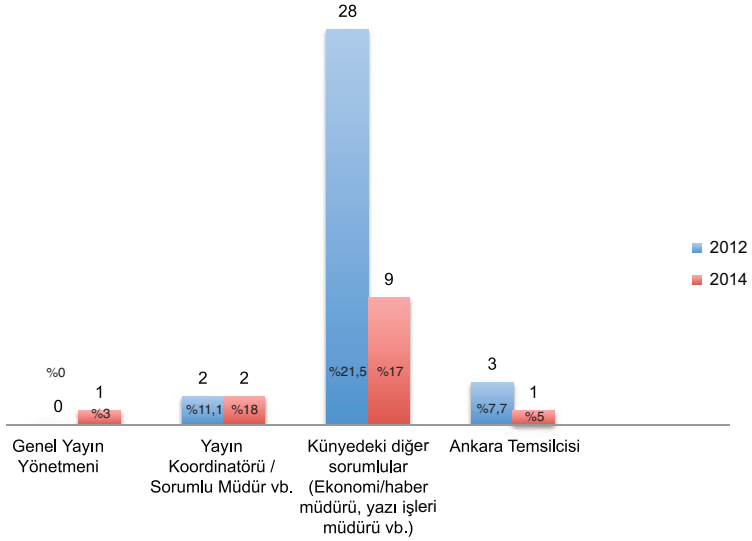
Yine Kadın Statüsü Sorunları Genel Merkezi'nin hazırladığı Ulusal Eylem Planı'na dönersek "Bu sektörde çalışan kadınlar çoğunlukla ya haberin mutfağında ya da vitrinde yer alıyor. Yazılı basında istihdam edilen kadınların çoğu haber muhabiri, magazin yazarı ve kadın sayfası yazarı olarak kurumsal hiyerarşinin daha alt kademelerinde yoğunlaşmaktadır. Çalışan personelin kadroları incelendiğinde ulusal, yerel ve bölgesel yayınları inceleyen 2012 yılı yazılı medya istatistiklerine göre gazete ve dergilerde çalışanların yüzde 34,4'ünü kadınların oluşturduğu görülmektedir. Hatta sarı basın kartı sahipliği üzerinden bir inceleme yapıldığında sarı basın kartı sahibi kadın gazete ve dergi çalışanlarının oranı yüzde 21,8'dir."

Kadınlar medya sektöründe genellikle ara kademelerde görev alabiliyor. 2012 TÜİK verilerine göre yönetici pozisyonundaki kadın çalışanların oranı yüzde 25,4.

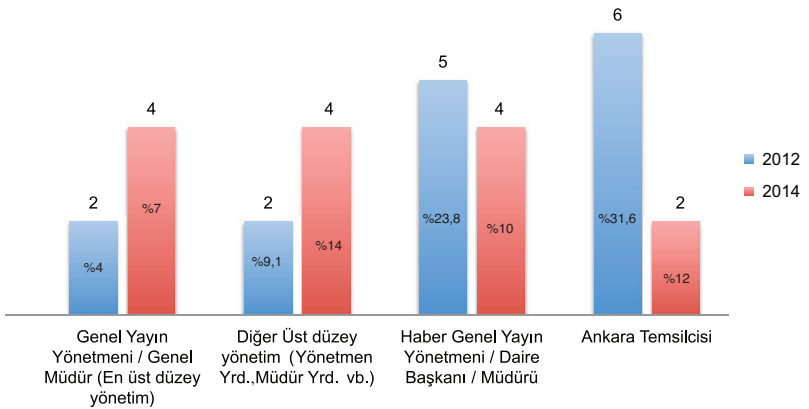
Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün 2012 ve 2014 yıllarında hazırladığı "Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinde Medyanın Rolü Konulu Alt Komisyonu Raporu"nda gazete ve televizyonların üst düzey yönetiminde kadınlar ya hiç yok ya da parmakla sayılabilecek kadar azlar.

Bu gerçeği, 2012 ve 2014 yıllarını kapsayan TÜİK verileri rakamlarla ortaya koyuyor.

GAZETELERDEKİ KADIN YÖNETİCİ SAYISI



TELEVİZYON KANALLARINDAKİ KADIN YÖNETİCİ SAYISI



Medyayı bir de onlardan dinleyelim . . .

Angela Castellanos (Kadın Hakları Aktivisti ve Gazeteci)

Kadın hareketi kadın haklarının medyada yer bulmasına ne kadar yardımcı oldu?

Bunu sadece kadın hareketinin başarısı olarak göremeyiz. Devletin kadın haklarına ilişkin politikalarının da etkisi var. Kadın muhabirlerin de rolü var ama hala haberlerde cinsiyet eşitliği sağlanabilmiş değil. Bu sadece Kolombiya'ya özgü bir durum değil, tüm dünyada geçerli.

Kadınların görünürlüğü artıyor mu?

Evet, özellikle kadına şiddet gibi temel konularda bu görünürlüğün artışından söz edilebilir. Fakat kadın sorunlarını işleyen haber yapmakla kadın perspektifine sahip olup haber yapmak arasında keskin bir ayrım var ve biz hala kadın perspektifiyle haber yapmayı öğrenemedik, henüz medyada bu perspektif oturmadı. Bunun en önemli nedeni kamusal alan ve özel alan arasındaki keskinlik. Kamusal alan hala erkeğe aitken, kadının aidiyeti özel alanda.

Habercilik nasıl değişir de kadın perspektifi yerleşir?

Örneğin gazetecilerin bir köye gidip o köyde yaşanan gelişmelerle ilgili haber yapacaklarını varsayalım. Öncelikle gazeteciler erkeklere soru sorup görüş almayı tercih ediyor. Sordukları sorular "Hayat bu köyde nasıl değişiyor?" türünden sorular oluyor. Kadınlardan görüş almak zorunda kaldıklarında ise "Bu köye de otobüs istasyonu yapılırsa çocuğunuzu okula gönderir misiniz?" türünden 'ev eksenli'

sorular soruyorlar. Uzman görüş meselesine gelirsek uzmanların erkek olduğu doğru. Çünkü uzmanlaşma yolları da erkeklere açık. En azından eğitim sisteminde böyle. Bir kürtaj uzmanı erkek olabiliyor. Niye? Bence gazetecilerin erkek uzmanlardan görüş alıp almamasını değil, kadın uzman sayısının neden az olduğunu sorgulamak daha çözüme yönelik.

Castellanos kimdir?

Castellanos'un uzmanlık alanları gazetecilik, iletişim ve kalkınma üzerine. Muhabir, editör, danışman ve yönetici olarak özellikle ifade özgürlüğü ve kadın hakları üzerine deneyim edindi. Bogota, Kolombiya Üniversitesi'nden mezun olduktan sonra Fransız Basın ve İletişim Bilimleri Enstitüsü'nde çalışmalarını sürdürdü. ORBICOM ve Kalkınmada Kadın Hakları Birliği'nin (AWID) üyesi. Kadın hakları ve toplumsal cinsiyet odaklı bir haber ajansı olan Servicio Especial de la Mujer, IPS, Women's eNews Press Service, Women's Feature Service ve INFOSUD haber ajanslarına çalıştı, IFJ ve birçok başka uluslararası kuruma iletişim danışmanlığı yaptı. Kolombiya Üniversitesi'nde iletişim dersleri de veren Castellanos'un yayınlanmış birçok kitabı ve makalesi var.

"Medya meslek ahlakı oluşturmalı"

Prof. Peter Gross (ABD Oklahoma Üniversitesi'nde kitle iletişim dersleri veriyor)

Güneydoğu Avrupa'da kitle iletişim araçlarının gelişimine ilişkin izlenimleriniz neler? Demokratikleşme yönünde olumlu bir hareket var mı?

Bölgede komünizm sonrası toplumların demokratikleştirilmesine yönelik bazı ilerlemeler var. Fakat bunlar yavaş gerçekleşen ve kültürel olmaktan ziyade aslında kurumsal karakterli olan ilerlemeler. Kültürel değişim, özellikle bir ulusun siyasi kültüründe değişiklik, bir kuşakta gerçekleşebilecek bir şey değil.

Haberciler ve medya, bu bölgede pek çok engelle karşı karşıya kalıyor. Konuşma özgürlüğü, özgür bir toplum ve daha iyi bilgi akışı sağlanmanın en iyi yolu sizce nedir?

Değişim, bu bakımdan hem tabandan hem de tavandan gelmelidir. Yani liderler, medyanın engellenmeden her türlü bilgiye ulaşabildiği, açık bir toplum için; medya, medya yöneticileri, editörler ve gazeteciler de sorumlu, doğru, eksiksiz, adil ve gerçeklere dayalı habercilik için çalışmalıdır. Kitle iletişim araçlarının hedef kitleleri ya da vatandaşların bu açıdan bir rolleri mevcut. Fakat değişime katkıda bulunabilmeleri için demokrasi, demokratik ortam ve demokrasiye yönelik istekler konusunda eğitime ihtiyaçları var.

Soğuk savaşın ardından bölgede bir medya patlamasına tanık olduk. Kitle iletişim araçlarının çoğalması kaliteyi de beraberinde getiriyor mu?

Bölgede her zamankinden fazla sayıda medya kanalı bulunmasının, haberciliğe kalite getirmek adına bir yararı olmadı. Medyanın patlaması sadece komünist sistemin sonunu kesinleştirdi ve zaten sayıları çok olan, önyargılı ve taraflı habercilik yapan, sorumsuz medya kanallarının sayısını daha da artırdı. Bu durum, Batı Avrupa haberciliğinin ve maalesef son 20-30 yılda sorumluluk, etik ve objektiflikten uzaklaşan Amerikan haberciliğinin aşırı ölçüde örnek alınmasıdır.

Komünizmin sona ermesinin ardından haberciler ve medyanın, demokratik siyasi ortamın oluşturulmasına öncülük edeceklerine ilişkin beklentiler vardı. Bu görevi beklenen şekilde yerine getirebiliyorlar mı?

Haberciler ve medya, komünizm sonrası toplumların dönüştürülmesine ve demokratik siyasi ortamların kurulmasına öncülük etme yönündeki beklentileri yerine getiremedi. Yani sürece, faaliyet gösterdikleri yeni otoriter ve totaliter ortamların bir yan ürünü olarak, farkında olmadan katkıda bulundular. Polemikleri ve uzun konuşmaları, yanlış ve sıklıkla önyargılı haberleri, hedef kitlelerine seçenekler sunarak, yeni oluşan demokrasilerde önemli bir kavram olan çoğulculuk ve fikir çeşitliliğini ortaya koydu.

Güneydoğu Avrupa'da medya, etnik savaşlara paralel olarak profesyonel standartlar geliştirdi. Çoğu kez milliyetçiliğin yükselmesine neden oldular. Fakat bir kısım medya da model olarak önyargsız ve objektif haberciliği ortaya koydu. Sizce medyanın bu ikinci kısmı, profesyonel standartlar geliştirmede diğerlerine öncülük edebilir mi?

Medya, meslek ahlakının oluşturulmasında öncü olmalıdır.

Bunu yapamazlarsa, mesleğin hükümetler ve diğer kurumlar tarafından dışarıdan düzenlenmesi yönünde gittikçe artan bir talep olacak. Bu da, liberal demokrasilere gerçekten hizmet edebilecek medya sistemlerinin kurulması açısından zararlı olacak ve zamanı geriye döndürecektir.

Medya, çatışma yaşanan toplumların tipik özelliği olan saldırgan, radikal ve yabancı düşmanı fikirlere nasıl yaklaşmalı? Barış süreci için yararlı mıdır yoksa bunları göz ardı etmek mümkün müdür?

Herhangi bir toplumda saldırgan, radikal ve yabancı düşmanı fikirlere göz ardı etmek asla mümkün olmadığı gibi, ahlaki açıdan ve pratik olarak da doğru değil. Sorumlu medya, bu fikirlere, bunların altında yatan sebeplere ve karşı tezlere geniş ölçüde yer vermeli. Burada anahtar kelime "sorumlu" ve medya bu tür fikirlere doğrudan ya da dolaylı olarak asla körüklememeli.

Medya kendi içinde yolsuzlukla nasıl mücadele edebilir?

Medya kendi kendini denetlemeli, etik kurallar oluşturmalı ve bu kuralların ihlali sonucunda ne olacağını kesin olarak ortaya koymalı. Daha da önemlisi medya, bu kuralları uygulayacak bir mekanizma oluşturmalı ve hedef kitesini, etik habercilik talebinde bulunmaları yönünde eğitmeli. Hedef kitleler, bu tarz habercilik yapmayan medya kanallarını takip etmeyi bırakarak, etik habercilik taleplerinde ısrarcı davranmalı.

Sivil toplumun geliştirilmesinde kitle iletişim araçlarının bir rolü var mı?

Evet. Medya; toplumda görülen olaylar, fikirler, bakış açıları ve örgütlerden oluşan zengin görüntüyü dile getirerek, hedef kitlesine, kendileriyle benzer ilgi ve fikirlere sahip insanlar, kendilerine hizmet edebilecek örgütler ve sıradan ya da önemli pek çok amaç doğrultusunda yeni örgütler ve çıkar grupları oluşturulması için sebepler olduğunun sinyalini vermek gibi yararlı bir etkiye sahip. Kitle iletişim araçları, hem bir toplumda var olan sivil toplumun karakterinin ifadesi, hem de sivil toplumun besleyicileridir.

Güneydoğu Avrupa'da medya, uluslar arasında uzlaşma sağlanması ve herhangi bir siyasi seçeneğe karşı önyargılı olmayan politikaların benimsenmesi konusunda doğru yönde mi ilerliyor?

Kitle iletişim araçları ve bunların, anlaşmazlıkların çözümlenmesindeki rolleri üzerine zengin bir literatür var. Bu, geçtiğimiz birkaç on yılda Atlantik'in her iki yakasında da gelişmiş bir literatür. Bu bağlamda öne sürülenlerin çoğu yeterince geçerli ve uygulanabilir. Yine de medyaya, asıl konusu olan, bilgi ve fikirlerin toplanması ve dağıtılmasının dışında kalan rol ve görevler yüklerken dikkatli olunmalı. Medyaya bu tür rol ve görevler verildiğinde, "uzlaşma" sağlanması ya da diğer sosyokültürel ve siyasi görevlerin yürütülmesi için, ya medyanın merkezi olarak kontrol edilmesi ya da medya çalışanlarının ve kültürel eğilimlerinin izole edilmesi gerekir. Kitle iletişim araçlarının siyasetçi, psikiyatr ya da psikolog olması ya da kültürler ve insanlar arasındaki gedikleri kapatmak için çalışanların

işini yapması beklenemez. Şüphesiz medya; haksızlık, tek taraflılık ve kuvvetli duyguları en olumsuz yönde alevlendirecek türde tartışmalı içeriklerle lekelenmemiş, doğru ve eksiksiz gerçekleri öne çıkararak, "uzlaşma"yı sağlayan bilgi ve ortama katkıda bulunabilir. Kısaca medya, habercilik yaparken sorumlu davranarak, insanların birbirlerini daha iyi anlamalarını kolaylaştırabilir.

Kadın gazeteci olmak...

Sonja Pace (Gazeteci)

Nerelerde görev yaptınız?

"Körfez Savaşı'nı izledim. Altı ay boyunca Suudi Arabistan'da kaldım. Yalnızca savaş sırasında değil, savaştan sonra da bölgedeydim. Körfez Savaşı'ndan sonra ortaya çıkan Kürt mülteci sorunuyla ilgili haberler yaptım. Irak ve Türkiye'ye birçok kez giderek çalıştım. Sonra Washington, ardından Irak savaşı başlayınca tekrar Ortadoğu. Kudüs'ten haber geçtim ama bölgede seyahat edip haber topladım. Pakistan'a, Afganistan'a gittim. Çok olaylı yıllardı, izlenecek çok şey vardı ama başka şeyler de kalıyor insanın aklında. Bir örnek vereyim. Irak'ta Kürt kentlerine gittim, halkla konuştum, Kürt milislerden yardım aldım, İran sınırı yakınındaki Halepçe'yi unutamıyorum. Saddam Hüseyin'in zehirli gaz saldırısından hemen sonraydı. O günlerde Halepçe çok boştu, ölü sayısı yüksekti. Ama ölümden kurtulan halk bana evini açtı, yemeğini paylaştı. Ellerinde çok az şey kalmıştı ve beni ağırlamak için uğraştılar. Onların hikayesini anlatabilmek, benim için büyük olaylardan daha tatmin edici bir deneyim oldu. Bence dünyanın bu büyük olaylarda insanların neler çektiğini öğrenmesi gerçekten çok önemli. Bosna Savaşı'nı, Ruanda katliamını da muhabir olarak izledim. Yunanistan'daki ekonomik krizi de. Yine halkın çektiklerini vurgulayarak. Amerika'da da kaçak bir göçmenin neler çektiği, bir işsiz nasıl yaşadığıyla ilgili hikayeler hepimizin ilgisini çeker. Bir gazeteci olarak olayları yansıtmak kadar insanların çektiklerini anlatmak da önemli. Biz yapmazsak kim yapacak?"

Kadın muhabir, kadın gazeteci olarak büyük tehlikelerle karşılaştınız mı? Kadın olmak bir avantaj ya da dezavantaj oldu mu, olduysa hangi ülkelerde?

"Doğrusu Mısır gibi ülkelerde olayların çok büyüdüğü dönemlerde kadın olmak, kadın haberci olmak bir dezavantaj olabiliyor. Sadece kadın gazetecilerin değil, göstericilerin de taciz edildiğini, saldırıya uğradığını gördük. Ben böyle bir şey yaşamadım. Ancak zaman zaman kadın olduğunuz için gerçekten korumasız olduğunuzu hissediyorsunuz. Kimi zaman da kadın muhabir olmak işe yarıyor. Örneğin Suudi Arabistan'da erkeklerin ulaşamadığı yerlere girmek, kadınlarla konuşmak, kadın olduğum için daha kolay oldu. Ailelere konuk olabildim. Birçok yerde kadın olduğunuz için bir tehdit sayılmıyorsunuz. Elbette her zaman her yerde dikkatli olmak zorundasınız. Genelde yerel halk çok yardımcı oluyor. Polis ve askerlerle sorun yaşayabiliyorsunuz gazeteci olarak. Hangi otelde kalmamanız gerektiğini, hangi bölgelerin tehlikeli olduğunu anlatıyorlar. Yardım etmek istiyorlar."

Hayatınıza yön veren, örnek aldığınız bir kadın var mı?

"Anneannem. Çok farklı bir nesildi kuşkusuz. Ben Almanya'da doğdum, büyüdüm. Orta halli bir aileden geliyorum. Hayatımda gördüğüm en güçlü, en çalışkan kadındı anneannem. Savaş yaşadı, bombardımanlar gördü, açlık çekti, yine de asla hiçbir şeyden vazgeçmedi. Ona hayrandım. O zamanlar bu meslekte çok fazla kadın yoktu, kadın yönetici yok denecek kadar azdı. Kadınlar çok göz önünde değildi. Radyoda, televizyonda haber sunan kadınlar vardı ama çok azdı. Amerika'nın Sesi'ne ilk geldiğim ve muhabirlik yap-

mak için başvurduğum zaman, personel dairesinde bana bu mesleğin kadınlar için uygun olmadığını, başarıya ulaşmanın çok zor olduğunu söylediler çünkü o zaman gerçekten de kadın muhabir yoktu. Beyaz Saray'da ve Dışişleri'nde iki kadın muhabir daha vardı. Ben Batı Afrika'da görevlendirilen ilk kadın muhabir oldum ve bununla gurur duyuyorum. Hiçbir şey kolay değil. Bu meslek de zor ama bu zorluk kimseyi yıldırmmamalı. Bir aileniz, çocuklarınız varsa elbette çok zor ama mümkün. Gazetecilik, habercilik zor meslek, üstelik tehlikeli ama bu mesleğe gönül verenler için zorluklar bu işin güzellikleri sayılabiliyor."

Sonja Pace kimdir?

40 yıl Amerika'nın Sesi'nde önce dünyanın çeşitli bölgelerinde muhabirlik ve sonra da Washington'da haber merkezi müdürlüğü yaptıktan sonra emekli oldu. Yıllarca Amerika'nın Sesi için dünya olaylarını izleyen Sonja Pace'in görev yaptığı ülkeler şunlar:

İlk yurtdışı görevi Batı Afrika'daydı. Fildişi Sahili'nde, Abidjan'da görev yaptı. Oradayken Batı ve Orta Afrika'nın tümünü izledi, gelişmelerle ilgili haberlere imza attı. Sonrasında Kahire'yi merkez alarak Ortadoğu'da görev yaptı. Ardından Avrupa'da Amerika'nın Sesi muhabirliği yaptı. Tekrar Ortadoğu'ya döndüğünde bu kez merkez olarak Kudüs'te bulundu. Batı Avrupa ve Rusya'daki gelişmeleri izledi.

(Deneyimli gazeteci Sonja Pace'in meslektaşısı Hülya Polat'a verdiği röportajdan alınmıştır.)

BÖLÜM 3



'Cinsiyetçi dil'in söyledikleri...

Cinsiyetçiliği pekiştiren en önemli araçların başında haber yazımında kullanılan 'dil' geliyor. Çünkü medyada kullanılan haber dili yazılı ve görsel basın aracılığıyla kitlelere ulaşır, algıya yön verdiğinde de etkisi katlanarak artıyor. Kadına yönelik şiddet haberleri gündemden düşmediği, hemen her gün kadın cinayetlerinin işlendiği bir ortamda o 'dil'in doğru kullanımı daha da önem taşıyor.

Kadınların medyada sahip oldukları nitelik, beceri ve başarılarından ziyade, mağdur kimlikleriyle yer bulabilmeleri, magazin malzemesi olarak görülmeleri ya da "öteki" olduklarında haber değeri taşıyor olabilmeleri de aynı cinsiyetçi yaklaşımın bir başka boyutu.

Bu yaklaşımın oluşturduğu bir cinsiyetçi dil de var: Eril dil. Kurgusunun erillik-erkeklik üzerinden yapıldığı o dil yıllar içinde kelimelere de cinsiyet yüklediği gibi, kanıksanmasına önyak olmuş. Kelimeler zamanla erkeğe ve kadına toplumun biçtiği roller üzerinden şekillenmiş. Kadının kutsal kabul edilen anne kimliğine göndermede bulunulan "anayurt", "anavatan", "anayol", "anamal" kavramlarını üreten eril dil, öteki gördüğü "kötü kadın" üzerinden de küfürlerini biçimlendirmiş.

Başta da belirtildiği gibi medya, cinsiyetçi dili üreten toplumun medyası. Bu nedenle kadına bakışı cinsiyetçi, dili de eril. O bakış açısını da kullanılan dili de görmek için reklamlara, TV dizilerine ve en önemli mecra olan haberlere dikkatli bakmak yeterli.

Pek çok haberde failin kimliği ve fotoğrafı özenle gizlenir-

ken maktul ya da şiddet mağduru kadınların boy boy fotoğrafları, kimlikleri, özel hayatlarına ilişkin detaylar açık açık yayınlanıyor. Failin özel yaşantısına dair ayrıntıya girmekten, varsa kriminal kimliğine değinmekten neredeyse özenle kaçınan haber metinlerinin, aynı özeni mağdur ya da maktul kadına gösterdiğini söylemek pek mümkün değil. Medyada bu tür haberlerin görsellerinde kadın cesetleri veya şiddete maruz kalmış kadının kanlı ya da gözleri morarmış şekilde basılmış fotoğraflarına sıkça rastlamak mümkün.

Haber metinlerindeki bir başka olumsuzluk da taciz, tecavüz, şiddet ve cinayet haberlerinde sıkça kullanılan şiddetin pornografik anlatımı. Bu anlatım biçimi mağdurun, çoğu kez de artık hayatta olmayan ve kendini savunma olanağı bulunmayan maktulun yaşadıklarını, failin ifadesine dayanıyor. Failin ifadesi üzerinden, gerçek gibi sunulan haberlerin algıya yön vermesi nedeniyle okur ve/veya izleyici kitlesi tarafından yargılanıp; kimi zaman toplum nezdinde mahkum bile edilebiliyor. İzleyici ya da okurun algısı işlenen suçun niteliği yerine mağdurun neyi ne kadar hak ettiğine odaklanıyor. Diğer yandan bu pornografik anlatım biçimi, suç işleme potansiyeline sahip kesimlerde özendirici/ tetikleyici etkiye neden oluyor hatta yol gösterici bir rehberle dönüşebiliyor.

"Eriş kadınlar"

Çuvaldızı kendimize de batıralım. Basın sektöründe kadınların basamakları karşı cinsteki meslektaşları kadar kolay tırmanamadığı konuyu detaylı inceleyen bilim insanlarının

da saptadığı bir gerçek.

Medyanın mutfağında yer alan kadınların da cinsiyetçi bakış açısına sahip olduğunu söylemek çok yanlış bir tespit olmaz maalesef. Medyada çalışan kadınların bazen medyadaki eril dilin yaygınlaşmasında ve değişmemesinde hak ve sorumluluk sahibi olduğunu ifade etmek gerekir. Kadınlara cinsiyetçi bir bakış açısıyla bakılmasını sadece polis adliye haberlerinde değil çokça magazin haberlerinde hatta rakamların dilinin kullanıldığı ekonomi haberlerinde de fazlasıyla görmek mümkün. Peki spor haberlerine hiç değinmeden olur mu? Eril dilin belki de en çok kullanıldığı yerin başında spor haberlerinin geldiğini söyleyebiliriz. Özellikle polis adliye haberlerinde kadın kışkırtıcı, aynı zamanda mağdur olarak lanse ediliyor. Cinayeti işleyen ya da şiddeti uygulayan erkek hiçbir şekilde deşifre edilmiyor. Medya eliyle kadınlara aslında "Bak senin de sonun böyle olur" mesajı veriliyor.

Kadına yönelik şiddet haberi nasıl yapılmalı?

- Süslenmemeli. Soslanmamalı. Trajikleştirilmemeli. Dramatikleştirilmemeli. Romantikleştirilmemeli. Magazinleştirilmemeli.
- Önce "kadın cinayeti"ni tanımlayalım. Herhangi biri tarafından "kadın olduğu için" öldürülen, kadınların maktul olduğu cinayetler "kadın cinayeti"dir.
- Her şeyden önce kadın cinayetlerini herhangi bir adli olay olarak haberleştirilmemeli, bunun bir "kadın cinayeti" olduğu haberde mutlaka belirtilmeli.

- Bu kavramı haber başlığında veya üst başlıkta belirtmek, yani "kadın cinayeti"ne bir tür "anahtar kelime" olarak yer vermek, kadın cinayetlerine dair veri toplanmasına ve cinayetlerin görünür kılınmasına destek olmak açısından da önemli.
- Bir cinayetin "kadın cinayeti" olup olmadığını anlamak için "Öldürülen kişi erkek olsaydı, aynı gerekçelerle ve aynı biçimde öldürülür müydü?" sorusunu sormak yeterli. Yani, bir erkek, giydiği giysi, kıskançlık, arkadaşlarıyla sinemaya gitmek, arkadaşıyla telefonda görüşmek, tek başına alışverişe çıkmak gibi nedenlerle şiddete ya da cinayete maruz kalır mı? Başka bir erkekle selamlaştığı veya konuştuğu, yüksek sesle güldüğü veya radyodan şarkı isteğinde bulunduğu için öldürülür mü? Cevap "hayır" ise o cinayet "kadın cinayeti" olarak tanımlanmalı.
- Peki, kadın cinayetleri haber yapılmalı mı? Kadın cinayetleri temel nitelikleri odak alınarak haber yapılmalı. Yani ataerkil söylemden beslendiği, sistematik bir suç olarak öncüllerinin varlığına karşın önlem alınmadığı için gerçekleştiği gibi nedenler göz önüne alınmalı.
- Sürekli gündeme gelmesinin kanıksama yaratacağı da göz önünde bulundurularak kimi zaman haber yapılması da tercih edilebilir. Ancak "olay" odaklı haber yapılması dahi yargı süreçleri, yaşanan gelişmeler, uzman görüşleri, yapılan araştırmalar ve istatistikler veya kampanyalar haberleştirilerek konunun önemi ve önceliği daima gündemde tutulmalı. Bu aşamada haberin mutfağında yer alan herkese görev düşüyor.

Mağduru mağdur etmemek, mağduru değil faili teşhir etmek ilkesinden hareketle yapılması gerekenler...

Dikkat! "Kadın cinayeti" haberi yaparken...

- Haber fail ifadesine dayanarak yazılmamalı, ölen kadının katilin/failin iddialarını yanıtlayacak ve çürütecek durumda olmadığı unutulmamalı.
- Haberin tek kaynağı polis raporları, adli tutanaklar ya da fail/katil olmamalı.
- Haberi yapan kişi, psikolog, yargıç, falcı veya öykü yazarı değil, haberci olduğunu unutmamalı.
- Haber verilirken söylentilerden, yakıştırmalardan, kalıplaşmış söylemlerden ve önyargılardan uzak durulmalı.
- Cinayetin sorumlusu olarak cinnet, kıskançlık, öfke, namus, iflas, psikolojik sorun vb. gibi cinayeti "haklı" gibi gösterecek, cinayeti meşrulaştırmaya çalışan ifadeler kesinlikle kullanılmamalı. Bu bahanelerin kadın cinayetlerini meşrulaştırmasının yanı sıra "haksız tahrik indirimi" talebiyle mahkemeye delil olarak gösterilebildiği unutulmamalı.
- Kadınların -varsa- cinayet öncesi koruma talepleri, mak-tulun -varsa- karakol şikayetleri, hakkında verilmiş savcılık kararı, geçmişte şiddete maruz kalıp kalmadığı, gelenekler, destek olmayan aile vb gibi etkenler mutlaka haberlerde yer almalı.
- Kadın cinayetlerinin tek bir sorumlusu olmadığı unutul-

mamalı, iki "taraf"la sınırlı kalmayıp, tüm sorumlular ve süreç iyice araştırılmalı.

- Melodramdan, sansasyon ve pornografiden kaçınılmalı. Cinayetin ayrıntılarını pornografik olarak resmederek şiddetin pornografisi üretilmemeli.
- Haber metni, cinayeti dramatize eden unsurlar içermemeli.
- Cinselliğe dair gereksiz ayrıntılar ve magazinел yaklaşım-lardan uzak durulmalı, haber yazımında çekici veya heyecanlı hikaye üslubu kullanılmamalı.
- Öldürülen kadının bedeni teşhir edilmemeli. Bunun yerine zanlı ve zihniyeti teşhir edilmeli.
- Şiddeti sıradanlaştıran olay mahalli fotoğrafları kullanılmamalı.
- Fotoğraf ve görsel malzeme seçiminde ve kullanımında dikkatli olunmalı, maktulün fotoğrafı ya hiç kullanılmamalı veya olay sonrası değil öncesinde çekilmiş fotoğrafı, eğer gerek varsa kullanılmalı.
- Katil ve maktule dair "mutlu günler" fotoğrafları da dikkatli kullanılmalı. Bu fotoğraflar ya hiç kullanılmamalı ya da kullanım biçiminin "Sizin de en yakınınız, bir gün katiliniz olabilir" çağrışımı yapmasına özen gösterilmeli.
- Haberde 5 N1K kuralını uygularken, "neden"ın yanıtı katilin sözde gerekçelerinde değil, cinayete giden süreçte yaşanan sorunlar da olmalı.
- Maktulün mesleği, yaşam tarzı, sosyal ilişkileri veya dav-

ranışları ancak haberin anlaşılır kılınması için şartsa açıklanmalı ve yanlış anlamaya, özellikle de ahlaksal yargıya yer vermeyecek şekilde aktarılmalı.

- Meslek, davranış ya da yaşam tarzı kadınların erkekler tarafından öldürülmesinin bahanesi/gerekçesi gibi sunulmamalı.
- Araştırma sonuçları, öldürülen kadınların büyük çoğunluğunun cinayet öncesinde şiddet gördüğünü göstermekte. Şiddet gören bir kadınla ilgili haberde, onu tehlikeye sokacak ve gelecekte öldürülmesine neden olabilecek bilgiler vermekten kaçınılmalı.
- Fikri takip yapılmalı. Cinayet haberinin ardından failin yakalanma, yargılanma süreçleri de takip edilerek haberleştirilmeli.
- Kadın cinayetlerine verilen cezaların yeterince caydırıcı olup olmadığı ve bu durumun yeni cinayetlerin işlenmesinde nasıl bir rol oynadığı da araştırılmalı. Benzer olaylarda yargının verdiği örnek kararlara dikkat çekilmeli.
- Cinayet davalarını izlerken haberde, kadın örgütleri veya herhangi bir kurum/kuruluşun cinayet davalarına müdahil olma talebi, yargı sürecinde maktule destek veren eylem ve görüşlere yer almalı.
- Kadın cinayetleriyle ilgili hukuki süreçlerde, kadın katillerine yaygın olarak verilen "haksız tahrik" ya da "iyi hal" gibi indirimlerin ne kadar hukuki ya da ne kadar "ideolojik/siyasal/ahlaki yaklaşımlarla" verildiği, bu yaklaşımların yeni cinayetleri teşvik edip etmediği sorgulanmalı.

Dikkat! Şiddet haberi yaparken...

- İşsizlik, ekonomik yoksulluk, kültürel yoksunluk kadınlara yönelik şiddette, suçun hafifletici nedeni olarak sunulmamalı.
- Şiddet uygulayan erkeğin "hasta" olduğu ve tedavi edilmesi gerektiği söylenerek suç ve suçlu masumlaştırılmamalı. Şiddetin bir hastalık olarak kabul gördüğü hallerde, öncelikle ve sistematik olarak neden kadınlara yöneldiği sorgulanmalı.
- Şiddetin bir suç olduğu unutulmamalı, geleneklerin bir parçası olarak algılanıp, anlayışla karşılanmasına neden olacak biçimde meşrulaştırılmamalı.
- "Gizli aşk", "yasak aşk", "çılgın aşk" gibi tanımlamalardan kaçınılmalı.
- Sorunun kamusal olduğu, kamu yetkililerinin de sorumluluklarının bulunduğu unutulmamalı.
- Haberi hazırlarken failin gerçekliği kanıtlanmamış, çoğu kez -mağdur hayatta olmadığı için- kanıtlanması mümkün olmayan ifadelere odaklanmak yerine, sorumluluğu bulunan kamu görevlilerinin beyanlarına, Adli Tıp Kurumu raporlarına, failin varsa geçmiş sabıkalарına, varsa şiddetin öteden beri süregeldiğini bilenlerin tanıklığına vs. yer verilmeli.
- Şiddeti öven, çaresizliği öğreten ve şiddete "terbiye aracı" olarak bakan ifadelerden uzak durulmalı, dilden temizlenmeli. Kalıplaşmış sözcükler ve inanışlar dönüştürülmeli; örneğin dayak "yenmez", dayak "hak edilmez", tecavüze

"davetiye çıkaran kadın" diye bir tanım yoktur.

- Şiddet haberlerinin başlıklarına çok dikkat edilmeli; haber metni mağdurdan yana olsa da, düşünmeden atılan bir başlığın muhabirin niyetini belli ettiği unutulmamalı.
- Şiddete uğrayanın değil, şiddeti uygulayanın fotoğrafları yayınlanmalı.
- Mağdurun kişilik haklarına saygı duyulmalı, örneğin yaşadıklarını ayrıntılarıyla anlattırma gayretinde olunmamalı.
- Olabildiğince şiddet mağdurlarına yol gösterecek somut bilgilere yer verilmeli. Şiddete maruz kalındığında neler yapılabileceği, nereye başvurulabileceği, hangi telefon numaralarının aranabileceği vb.

Dikkat! Cinsel saldırı, taciz, tecavüz haberi yaparken . . .

- Saldırıya maruz kalan kadının adı ve görüntüsü -kendisi aksini talep etmediği sürece- kullanılmamalı.
- Cinsel saldırı eyleminin ayrıntıları belirtilmemeli, öykülenmemeli.
- Bu gibi durumlarda ne yapılması ve ilk nereye başvurulması gerektiği gibi bilgiler haberde yer almalı.
- Mağdur kadının yakınlarının da zarar görebileceği göz önünde bulundurularak, adres, mahalle, semt yer bilgisi verilmemeli.
- Benzer biçimde, mağdurun ailesinden erkeklerin failden intikamını ailesindeki kadınlara cinsel saldırıda bulunarak alma riski hesaba katılmalı.

- Faili kesinleşmemiş olaylarda söylentiye üzerinden haber yapılmamalı.
- Görsel medyada cinsel saldırı olayı izleyiciye canlandırma yaparak anlatılmamalı, bu tür yayıncılığın kadının mağduriyetini artırması ihtimalinin yanı sıra aynı suçu işleme potansiyeline sahip olası kişileri özendirici, bu kişilere yol gösterici bir rehberle dönüşebileceği dikkate alınmalı ve bu yayınların şiddetin pornografisini ürettiği unutulmamalı.
- Cinsel saldırı haberleri reyting/tiraj yarışından muaf tutulmalı.
- Bu haberler toplumun belli kesimlerine mal edilmemeli ve her kesimden herkesin başına gelebileceği mesajı verilmeli.
- Bu tür haberlere konu olan kadınların kıyafetleri, davranışları, alışkanlıkları, zevkleri vb. suça zemin oluşturan sebepler gibi gösterilmemeli ve önyargı oluşturabilecek ifadelerden kaçınılmalı.
- İlkeli ve sorumlu yayıncılık gereği, saldırının nasıl gerçekleştiğinden çok saldırganın yasalar çerçevesinde alması gereken ceza ve mağdurun bilmesi gerekenler öne çıkarılmalı.
- Tecavüz haberlerinde kadınlar "telekız", "hayat kadını", "erkeklerle para karşılığı aşk yapan" kadınlar olmakla itham edilmemeli.
- Gazete ve/veya televizyon haberlerinde kullanılan dil ve/veya görsel malzeme titizlikle seçilmeli, kadınların cinsiyetçi ön kabullerle yargılanmasına yol açmaktan kaçınılmalı.

- İzleyici ya da okurun haberdeki detaylar ve görsel malzeme kullanımını nedeniyle tecavüz ve/veya tacizci yerine mağdur kadına odaklanmasına yol açılmamalı. Habercilik anlayışı mağdurun değil, failin teşhir edilmesine dayalı olmalı.

Dikkat! Çocuk yaşta evlilik haberi yaparken...

- Yaşam öyküleri kamuoyunu "zorla evlendirilen kız çocukları" sorununun varlığına (yaygınlığına ve derinliğine) ikna etmede önemlidir. Ancak kadınlara ve kız çocuklarına yaşadıkları bu mağduriyeti tekrar anlattırmak onlara zarar verebilir. Yaşam öykülerine ancak önlenabilir çocuk evliliklerini haberleştirmek söz konusu olduğunda başvurulmalı.
- Çocuk yaşta evlendirilmiş her kadının yaşamının ilerleyen yıllarda başarı öyküleri olmayabilir. Zinciri kırıp kendisi için bir şeyler başarmış zorla evlendirilen kız çocukları hikayelerini yayınlamak başka kadınlara ilham verebilir fakat her zorla evlendirilen kız çocukları bu zinciri kırabileceğini ve yaşamını dönüştürebileceği algısına yol açmaktan kaçınmalı.
- Çocuk yaşta bireylerin evlendirilmesinin "suç" olduğuna vurgu yapılmalı.
- Cinsiyetçilik içeren ya da cinsiyetçi yaklaşımı körükleyecek ifadelerden, klişe cümlelerden uzak durulmalı.

Dikkat! Magazin haberi yaparken...

- Kişisel haklar ihlal edilmemeli. Özel hayata saygı göste-

rilmeli, mahremiyet ihlal edilmemeli.

- Kadın bedeni üzerinden cinsiyetçi söylem inşa edilmemeli.
- Habere konu olan kadınlar ikincilleştirilmemeli.
- Haber uğruna kadının kimliği yok sayılmamalı, simgesel olarak yok edilmemeli.
- Magazin haberi "Kadın bedeninin teşhiri= Kâr" anlayışı üzerinden biçimlenmemeli
- Şiddeti magazinleştirmekten kaçınılmalı. - "Yüreğini hoplattı", "Nefesleri kesti" vb. kalıplaşmış tanımlamalardan uzak durulmalı.

ÖRNEKLERLE DOĞRULAR VE YANLIŞLAR

Üç başlık, üç yanlış!

Bu sayfa üç yanlış haberi aynı anda barındırması nedeniyle çarpıcı. Manşette yer verilen cinayet haberi de sorunlu, başlığın altındaki diğer haberler de.

“Kadına şiddette son nokta”



Sorun nerede?

Bu tür cinayet haberlerinde sıklıkla karşılaşıldığı gibi haberin başlığı, şiddeti normalleştirip sıradanlaştırıyor.

"Son nokta", "Dehşet saçtı", "Öfkeli koca" gibi haberi "çarpıcı" kılmayı hedefleyen, ancak özenle kaçınılması gereken bu tür klişe ifadeler haberde asla yer verilmemeli.

Ayrıca haberde cinayetin nasıl işlendiği, failin beyanına dayanarak anlatılıyor. Maktulün kendisini savunma hakkı bulunmadığından, haber failin anlatımıyla kurgulanmamalı.

Cinayet haberinde öldürülen insanların bedenlerinin por-

nografik bir şekilde teşhiri yapılmamalı, şiddeti sıradanlaştıran görseller kullanılmamalıdır. Haber yazımında cinayetin ayrıntılarını pornografik olarak resmederek şiddet pornografisi üretilmemelidir.

Nasıl olmalı?

Haber öldürülen kadının sırtında bıçakla ve yarı çıplak fotoğrafıyla değil, zanlının fotoğrafıyla verilmeliydi. Fotoğraf seçimi yapılırken öncelikli kriter, hem mağdur ve/veya maktulün hem de mağdur/veya maktulün yakınlarının kişilik haklarının ihlal edilmemesi olmalı. Bu ve benzer haberlerde, kadının olay öncesinde çekilmiş fotoğrafı kullanılmalı, aynı özen o fotoğrafın seçiminde de gösterilmeli. Kadının mahremiyetine saygı gösterilerek, örneğin bikipli bir fotoğraf kullanılmamalı.

“Travesti kardeşe 3 kurşun”

Sorun nerde?

Haberde cinsel tercihin öne çıkarılması, o tercihin saldırı için “haklı” gerekçe oluşturduğu algısını pekiştiriyor.

Yine pek çok haberde olduğu gibi bu haberde failin ifadesi üzerinden kurgulanmış.



“Meclis’te bayan etek devrimi”

Sorun nerde?

Sorun haberin başlığında. Başlık ile haberin içeriği örtüşmüyor ve içerik başlığı tekzip edecek biçimde ve doğru ifadelerle kalemelenmiş.

Öte yandan “Bay” kelimesinin karşılığı olan “Bayan” kelimesi cinsiyet tanımlamaktan çok,

kadınlara yönelik kullanılan bir hitap sözcüğüdür. Bu nedenle “Kadın” kelimesi “Bayan” anlamına gelmediği gibi; “Erkek” kelimesi de “Bay” anlamına gelmez.

Nitekim habere konu olan içtüzük değişikliği de “Bayan” ifadesini “Kadın” olarak düzeltmiş.



“Öfkeli kocanın hayır cinneti”

Sorun Nerede?

Sorun öncelikle başlıkta... Failin kendisine ‘hayır’ denilmesi üzerine öfkelenmesi, cinayetin anlaşılır kılınması algısını pekiştiriyor. Böylelikle dolaylı bir tanımlama ile cinayet meşrulaştırılıyor. Kadına “hayır” dememesi, erkeğe de

Öfkeli kocanın ‘Hayır’ cinneti

3 ölü
1 yaralı



Rıza Dikmen

Gaziosmanpa’da cinnet getiren Rıza Dikmen, barışma teklifini kabul etmeyen eşini, avukat kayınbiraderini ve kayınvalidesini sokak ortasında kurşuna dizip intihar etti.



İki çocuk babası 39 yaşındaki Rıza Dikmen, evi terk ederek AA senesi ve kardeşinin yataına yerleşen eşi İhsan Dikmen’le jörmünük tüzem Tokat’ın İstanbul’a gelki. Gaziosmanpaşa Barışforum Mahallesi’ndeki kayınbiraderinin evinin kapısını çalan Dikmen, eşyete ailesinin akraba zıvartasına girişime öğrenince otomobilinde bakımlama basıldı.

Otomobilde vurdu

Saat 17.00 sıralarında Dikmen, avukat kayınbiraderi İsmail Kaya’nın kulübünde 34 ZK 8423 plakalı otomobilin parkına terk etti. Otomobilde yatan Dikmen, 61 yaşındaki kayınbiraderi Çekir Kaya’yı ileri sürer öldürdü. Kayınbiraderinin kulağındaki dördü ayık sorunu Arda İhsan Kaya’na şunu emeri serresi kurşundan kurtuldu.

Daha sonra eşi İhsan Dikmen’e dikmen öfkeli koca, “İhsan’ın, yaka kardeşinin de vurmasını” diye kıldı etti. “Hayır. Senden benimsenmiş” cevabını alan Dikmen, kaçmakta olan 22 yaşındaki kayınbiraderini yakalayarak kulağından kurşunladı. Kaya amanda hayatını kaybetti.

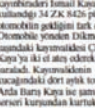
“Daha ölmedin mi”

Dikmen ardından eşini göğüsünden vurarak öldürdü. Talancaşın yaşadığını fark ettiği kayınbiraderine yenden yenden Dikmen, kurşun birliği için silah şunu almış. Dikmen, kulağı kırıkla yatan kayınbiraderini “Daha ölmedin mi?” diyecek kulağındaki. Öfkeli koca, İsmail Kaya’nın eşi Çökür’e dikmenle olan solumasına basılı ve talancaşın akıllanırken sonra kulağına dokunarak intihar etti.

■ Selâ Dinc - Öner ERDİM
Söylenen KAYA / İSTANBUL

Minik Arda katliamdan kurtuldu

Eşi İhsan Dikmen ve avukat kayınbiraderi İsmail Kaya’yı sokak ortasında katleden Rıza Dikmen, kendi kulağına da kurşun sıktı ve intihar etti. Öley anında babasının mezarına kulağındaki ölen 4 ayık Arda’ya anması Gülden Kaya (moe kulağı) şunu emeri kurtuldu. Şöke giren Gülden Kaya’yı yakından yakıtırmaya çalışırken, minik Arda’ya kompüter sahif çekt. Kayınbiraderi Çökür Kaya, kulağındaki hastanede tedavi altına alındı.



İsmail Kaya

“hayır” denilirse öfkelenebileceği ve cinayet işleyebileceği mesajı veriliyor. “Bu tür durumlarda erkek, kadını öldürme hakkına sahiptir” mesajına güçlü bir vurgu yapılıyor.

Haberde şiddet tüm yönleriyle detaylı bir şekilde anlatılıyor, şiddetin pornografisi olarak nitelenen bu durumun, aynı potansiyeli taşıyanlar için yol gösterici nitelikte olabileceği unutulmamalı.

Diğer yandan bu tür başlık ve içeriğe sahip haberlerin, cinayet davalarında haksız tahrik indirim taleplerinde delil olarak gösterildiği de dikkate alınmalı.

Nasıl Olmalı?

Başlıkta ve haberin metninde “öfkeli”, “cinnet getiren” gibi katilin ruh haliyle empati kuran ve yargı bildiren ifadeler yerine, doğrudan “Kadın cinayeti” vurgusu yapılmalı. Uygulanan şiddetin detaylarını yazmak yerine, ilgili kurum, kuruluş ve kişilerin ifadelerine ve varsa belgelere yer verilmeli. Örneğin kadın daha önce şiddete uğradığı için karakola başvurmuş mu, savcılık koruması var mı, daha önce sığınma evinde kalmış mı, katilin mesleği var mı, varsa ne iş yapıyor, o işin gerektirdiği ehliyete sahip mi, katilin sabıkası var mı, varsa sabık olduğu başlıklar ne? Taciz, tecavüz, cinayete teşebbüs, cinayet vb.

“Borçlar bunalttı ailesini katletti”

Sorun nerede?

Sorun öncelikle başlıkta. Haberde borçlardan bunalmak, cinayetlere gerekçe olarak sunuluyor. Ekonomik bunalımın cinayeti meşrulaştırdığı görülüyor. Bu bahanelerin kadın cinayetlerini meşrulaştırmasının yanı sıra “Haksız tahrik indirimi” talebiyle mahkemeye delil olarak gösterilebildiği unutulmamalı

Nasıl olmalı?

Haberi derleyen muhabir, psikolog, yargıç, falcı veya öykü yazarı gibi değil bir haberci olduğunu unutmamalı. İşlenen cinayetin ardında borç, cinnet, kıskançlık, öfke, namus, iflas, psikolojik sorun vb. aramanın ve sonuçları okur ya da izleyiciye sunmanın cinayeti işleyen kişinin ruh hali ile empati kurulmasına aracılık yapmak olacağı unutulmamalı. Haberci nedenlerinden çok doğrudan cinayete odaklanmalı.



“Ayşe katliamı”

Sorun nerede?

Haberin başlığı sorunlu. Ayrıca spotta fail gizlenerek, “Ayşegül adlı genç bir kızın akrabası” denilerek, fail kadının kimliği üzerinden tanımlanıyor. Cinayetin sorumluluğu da “evden kaçtığı için” ifadesi kullanılarak Ayşegül’e yani mak-tule yükleniyor. Haberin olay gerçekleştiğinde yazıldığı dik-kate alındığında, yargılama aşamasına bile gelmemiş bir

AYŞE KATLIAMI

Hatay’da, kaçırılan Ayşegül adlı genç bir kızın akrabası dehşet saçtı. Kaçırmaya yardım ettikleri gerekçesiyle biri 3 yaşında aynı aileden 6 kişiyi vurdu, 4 can aldı.

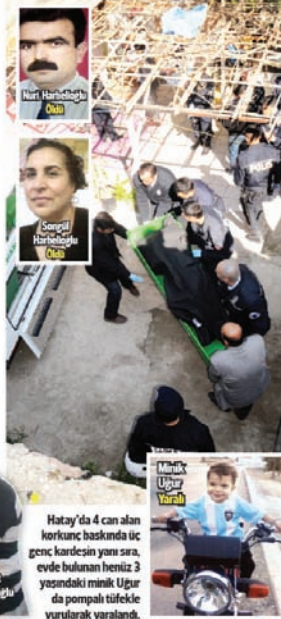
Ufuk AKTUG-vasi KOSE/DHA

HATAY’da bir süre önce kaçırılan Ayşegül E.’nin akrabası H.G., Kırkhan’da yaşayan ve kaçırılma olayına yardım ettiği ileri sürülen kaportacı Nuri Harbelioğlu’nun (47) Mimar Sinan Mahallesi’ndeki evini bastı. H.G., pompalı tüfekte Ayşegül E.’yi kaçırın Ozkan Harbelioğlu’nun amcası Nuri Harbelioğlu, eşi Songül Harbelioğlu (46) ile çocukları Sedat (23), Sinan (16), Gizem (25) ve Uğur Harbelioğlu’na (3) ateş açtı. Nuri, eşi Songül ile çocukları Sedat ve Sinan olay yerinde yaşamını yitirirken, Gizem ve Uğur Harbelioğlu yaralandı. Yaralılardan hayatı tehlikesi bulunan Gizem Harbelioğlu Kırkhan Devlet Hastanesi’nde yapılan ilk müdahalenin ardından Adana’daki Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Balcalı Hastanesi’ne sevk edildi.

BARISMA TEKLİFİNE RET

Yakınlarının anlatığına göre, Ayşegül E. ve Ozkan Harbelioğlu, evlenmek için kaçarak, kaçıplara karıştı. Ozkan Harbelioğlu,

amcası Nuri Harbelioğlu’nun arayarak, kız tarafıyla barışması için arabulucuk yapmasını istedi. Eşi Songül ve çocuklarını da alarak, Ayşegül E.’nin ailesini ziyaret eden Nuri Harbelioğlu, gençlerin birbirlerini sevdiklerini belirterek, sorunu çözmeyi önerdi. Ayşegül E.’nin ailesi, barışma teklifini reddederek, Harbelioğlu’ndan kızlarının yerini söylemesini istedi. Bu konuşmadan bir gün sonra Nuri Harbelioğlu’nun evine gelen Ayşegül E.’nin akrabası H.G., “Ayşegül’ün yerini biliyorsunuz. Eğer yerini söylemezseniz katliam yaparım” tehdidinde bulundu. Bu konuda bir şikayette bulunulmazken, H.G. gece eve gelerek iddia ettiği gibi katliam yaptı.



Hatay’da 4 can alan korkunc baskında üç genç kardinin yanı sıra, evde bulunan henüz 3 yaşındaki minik Uğur da pompalı tüfekte vurularak yaralandı.

cinayetin işlenme gerekçesini muhabir ya da haberi kaleme alan kişi saptıyor, bir başka deyişle yargısız infaz yapmış oluyor. Haberin içeriğinde ise karmaşık bir dil kullanılmış ve görgü tanığının ağzından yazılmış gibi bir üslup kullanılmış

Nasıl olmalı?

Failin kim olduğu başlıkta verilmeli ve -doğruysa bile- bir kadının evden kaçmasının cinayeti anlaşılır kılması algısına yol açılmamalı.

“Aşkım hangi sütyenimi takayım’ı duydum, vurdum”

‘Aşkım hangi sütyenimi takayım?’ı duydum, vurdum

Adana’da eşini ve sevgilisi olduğunu iddia ettiği aile hekimi öldüren Mehmet Neytullah Ok, ilk duruşmada kendini, “Eşim telefondaki adama ‘Hayatım, aşkım şu anda hangi külot ve sütyeni giyeyim?’ dedi. Sonra bana ‘Adam mısın? Adam olsan vurursun’ dedi” diye savundu

Neyzet KARADAĞ / ADANA

ADANA’da kendisini aldığı iddiasıyla eşi Semra Ok (34) ile eşinin gizli aşk yaşadığını öne sürdüğü aile hekimi Dr. Cengiz Ünal’ı (46) öldürdüğü iddia edilen Mehmet Neytullah Ok (40), 2 kez ağırlaştırılmış müebbet hapis cezası istemiyle yargılanmaya başlandı.

Adana 3. Ağır Ceza Mahkemesi’nde hakim karşısına çıkan Ok, eşini ve eşinin sevgilisi olduğunu iddia ettiği doktoru arka arkaya nasıl öldürdüğünü şöyle anlattı: “Olaydan 6 ay önce eşimin yatak odasında



Semra Ok



Cengiz Ünal

telefon konuşmasına tanık oldum. Karşımdakine ‘Hayatım, aşkım’ gibi sözler kullanıyordu. Kapıyı açınca normal konuşmaya başladı. ‘Bu nasıl konuşma?’ deyince, ‘Arkadaşım böyle konuşuyorum’ dedi.

‘KIYAMADIM’

Olay günü de eşim banyoya girdi. Bir erkekke konuşuyordu, ses yankı yapıyordu. Eşim, karanlıkdakine ‘Hayatım, aşkım şu anda hangi külotü, hangi sütyeni giyeyim?’ dedi. Yine tartıştı ve eşim bana doktorla birbirlerine aşık olduklarını söy-

ledi. Bana ‘Adam mısın? Adam olsan vurursun’ dedi. Ben de silahımı alıp evden çıktım. Sağlık ocağının önüne gittim. Doktor çıktı ve önümden geçti. 7-8 metre yürüdü. Yanına koşarak yaklaştım. Silahı ensemine dayadım. Tetiği bastım ve 3 el ates ettim. Eve gittim. Eşim kanepede oturuyordu. Yanına yaklaştım. ‘Sen kimseyi öldüremezsin’ deyince silahı ensemeine dayayıp tetiği bastım. Kansperim önüne yığıldı. 2 tane daha sıktım.”

Ok, olay öncesi kız ve küçük oğlu uyurken başlarına silah dayadığını ancak yapamadığını da söyledi.



Mehmet Neytullah Ok

Sorun nerede?

Sorun nerede? Haberin sayfanın manşetine taşınma nedeni, iç çamaşırını öne çıkaran sansasyonel bir başlık atılması. Üstelik aynı başlıkta failin ifadesi daha doğrusu iddiası gerçekmiş gibi sunuluyor. Haberin içeriğinde de faili haklı çıkaracak, cinyeti meşrulaştıracak dahası gerçekliği ispata muhtaç “sen kimseyi öldüremezsin” gibi tahrik anlamı çıkarılacak ifadelere yer veriliyor.

Nasıl Olmalıydı?

Bu tür haberlerde, failin ifadesinden/iddiasından yola çıkılarak sansasyonel başlık açmaktan kaçınılmalı. “Aşkım hangi sütyenimi takayım?”ı duydum, vurdum yerine, kadın

cinayetine vurgu yapılmalı örneğin “Kadın cinayetinde indirim çarpınışı” ya da benzeri bir başlık kullanılmalı. Ölen kişinin kendisini savunma olanağının bulunmadığı gerçeği, haberdeki hassasiyetin terazisi gibi kullanılabilir; bu terazi sayesinde öldürülmüş bir kadının cinayette kusurlu olduğunu ima eden ifadeler kullanmaktan kaçınmak mümkün

SURİYE'DEKİ
SAVAŞTAN
KAÇMIŞTI

13 yaşındaki kıza halı sahada tecavüz

Antalya'nın Kaş ilçesinde Suriyeli 13 yaşındaki S.J.'yi iş çıkışı kaçırın 20 yaşındaki H.K., kıza halı sahada tecavüz etti. Gözaltında suçunu itiraf eden zanlı çıkarıldığı mahkemece tutuklandı

Antalya'nın Kaş ilçesinde, sebze halinde kaçırın Suriyeli 13 yaşındaki S.J.'yi tecavüz suçuna ettiği iddia edilen 20 yaşındaki H.K. çıkarıldığı mahkemece tutuklandı. Kaş Mahallesi'ndeki olay, 16 Nisan Cuma günü meydana geldi. Akşamüzeri birlikte kaçıp savaştan kaçtıktan sonra Antalya'ya gelen, bir süre önce de Sebze ve Meyve Halı'nda paketlenme servisinde çalışmaya başlayan S.J., iş çıkışı evine dönmüştü. Endişelenen ailesi, durumu jandarmaya bildiren kaçırın yardım istedi. İhbar üzerine harekete geçen jandarma ekipleri, genç kızın çalıştığı sebze halı çevresinde geniş kapsamlı arama çalışması başlattı.

Baygın halde bulundu

Ekipler, kısa süre sonra S.J.'yi Kaş Mahallesi'ndeki halı sahasının yanında baygın halde buldu. Haberi verilmesi üzerine gelen sağlık ekiplerinin müdahale ettiği S.J., ambulansla Kaş Devlet Hastanesi'ne götürüldü. Tedaviye alınan S.J., olayın etkisiyle jaha gördüğü için ifade veremedi. Bunun üzerine jandarma ekipleri kızın çalıştığı sebze halinde ve baygın halde bulunduğu bölgede inceleme yaparak göğü taramaların ifadesine başvurdu.

Şüphelinin evine baskın

S.J.'nin en son H.K. ile görüştiğini belirleyen ekipler, şüphelinin evine baskın yaptı. Gözetilme altındaki H.K., genç kızın muayenesinde tecavüzü uğradığını anlaşıldı. Soruşturmanın sonuna itiraz etmek zorunda kaldı. Soruşturmanın ardından adliyyeye sevk edilen H.K., çıkarıldığı mahkemece tutuklanarak Kaş Cezaevi'ne gönderildi.

“13 yaşındaki kıza halı sahada tecavüz”

Sorun nerede?

Haberin başlığı da içeriği de sorunlu. Öncelikle BM Çocuk Hakları Sözleşmesi'nde, 18 yaşından küçük olan herkes çocuk olarak tanımlanırken, haberde çocuktan “Genç kız” olarak söz ediliyor. “Halı sahada baygın bululundu” ifadeyle, okurun kafasında olay yeri resmediliyor. Bu tür haberlerin pornografik anlatımla sunulması da, -pek çok örnekte olduğu gibi- tecavüzü ve/veya tacizi gerçekleştirme potansiyelini taşıyanlar için rehber niteliği taşıyarak yol gösterici bir örneğe dönüştürmesi nedeniyle yanlış.

Nasıl olmalı?

Haberin başlığı “13 yaşındaki kıza halı sahada tecavüz” yerine “Mülteci çocuğa tecavüz” şeklinde verilmeli. Böyle bir başlıkla çifte mağduriyete ışık tutulduğu gibi, cinsiyete değil, çocuğa yönelmiş bir şiddete vurgu yapılabilir. Tacize uğrayan 13 yaşındaki bir çocuğun, çocuk kimliği cinsiyetinin önünde yer almalı, çocuktan “mağdur çocuk” diye söz edilmeli.



KÖTÜ HATIRA

Nicola R. Öğrenci olarak geldiği ülkelerden kötü anılara aynısı. 3 Türk gençleri suçlayan genç kızın tecavüzüne uğrayıp uğramadığı adli Tıp Kurumu raporu beklenecek.

Barda eğlence marınada tecavüz

Öğrenci değişim programı çerçevesinde ekim ayında Türkiye'ye gelen 22 yaşındaki Amerikalı Nicola R., tecavüze uğradı...

AVRUPA Birliği ülkelerinde uygulanan Öğrenci Değişim Programı (ERASMUS) bünyesinde bir program çerçevesinde Türkiye'ye gelen 22 yaşındaki ABD'li Nicola R. tecavüze uğrandığı iddia etti. 3 Türk gençsi hakkında suçsuz iddiasıyla dosya hazırlandı. İddiaya göre olay şöyle gelişti; Öğrenci değişim programı çerçevesinde ülkemizde bulunan Nicola R. 15 Ekim 2019 gecesi arkadaşlarıyla Taksim'deki bir bara gitti. Genç kız burada G.D., S.K. ve A.R. isimli üç gençle tanıştı. Bardan çıkan gençler daha sonra Ataköy Metrobüsü'ne bindi. S.K. ve A.R. burada cinsel ilişkiye girdikleri öğrenildi. Daha sonra kaldığı yurduuna bıraktı.

SABAHA TAYT YOKTU

Sabah uyanıldığında aşırı midedeki tıyının olduğunu fark eden genç kız hastanelerinde de ağrıları hissetmeye başladı. Genç yaşadıklarına hatırlayan Nicola R. polise giderek 3 Türk gençlerin tecavüzüne uğradığı

iddiasıyla şikayeti yaptı. Nicola R. "Astında o gece çok içtim ve yanlışlıkla da kullanmam. İçeceğime ilaç atılmış olabilir" dedi. Genç kız bir kredi kartı ile parasınında kayıtlı olduğunu da belirtti. Rhodenbeck için ön rapor alındı. Raporda genç kızın vücudundaki iki erkek izinin cinsel eyleme uyumlu olduğu belirtilerek, tecavüze uğrayıp uğramadığının Adli Tıp Kurumu'ndan alınacak kesin rapora ortaya çıkabileceği belirtildi.

ÖLKESİNE GERİ DÖNDÜ

Amerikalı genç kız yaşadığı şok olayın ardından eğitimini yarıda bırakarak ülkesine geri döndü. Soruşturmayı yürüten savcı, genç kızın cinsel saldırıya maruz kaldığını, ancak kesin delil bulunmadığı için suçlamın tabaklıksız aşamasında kaldığını belirtti. 3 genç için 41 yıla kadar hapis cezası istendi. Osman ASILTURK-DEMİR DENİZ

"Erosmus"

Sorun nerede?

Haberin başlığı sansasyon yaratmak amacıyla atılmış. Bu şekilde uluslararası saygınlığı olan ve her yıl binlerce öğrencinin başvurduğu 'Erasmus' öğrenci değişim programı, 'Erosmus' olarak ifade edilerek cinsel çağırışmada bulmuş ve tecavüz olayı sıradanlaştırılmaya çalışılmış. Ayrıca haber kendi içinde tutarsız. Haberin spotunda mağdurun tecavüze uğradığı kesin bir dille anlatılırken, içerikte tecavüz iddiasına dönüşüyor. Yine pek çok örnekte olduğu gibi bu

haberde de tecavüz, pornografik bir dille anlatılıyor. Daha da önemlisi mağdurun kimliği isim, soyadı ve fotoğraf kullanılarak ifşa ediliyor.

Nasıl olmalı?

Başlık da içerik de erotik bir dille verilmemeli.

Bu tür haberlerde mağdurun kimliğinin gizli tutulmasının bir ön şarttır. Mağdurun isim ve soyadı kodlanmalı, bulanmış gibi kullanılsa da yüzü net olarak görülen ve dekolte giyimli fotoğrafı özellikle seçilen mağdur yerine failin fotoğrafı tercih edilmeli. Haberde konuyla ilgisi olmayan diğer kişilerin fotoğrafları ise hiç yer almamalı. Olay sonrası mağdurun ifadesine dayanarak anlatılanlar haber yazımı sırasında ayıklanmalı, olay anı ve sonrasına ilişkin kişilik haklarını ihlal edecek detaylar verilmemeli.

Ekonomi haberleri

“Para Musluğunun Başını Tutan En Güzel 8 Kadın CEO”

CEO nedir? Patron yarısıdır! Erkekleri boş verelim, işte dünyanın en zengin ve güzel kadın CEO'larını tanıyalım.

Alexa Von Tobel: 100 Milyon Dolar



Sorun Nerede?

Bu haber, kadınların mesleki başarılarının, becerilerinin, sosyal sorumluluk ve statülerinin görmezden gelindiğini; kadınların başarılarından çok kişisel yaşamları, görünüşleri ve aileleri ile öne çıkarıldıklarını göz önüne sermesi nedeniyle ilginç; aynı nedenle de sorunlu. O sorun çok ciddi sorumluluklar üstlenmiş bir kadının varlığını “güzellik”e indirgeyen “En güzel CEO” başlığı ile öne çıkıyor. Diğer yandan bu tür haberlerde CEO'nun kadın olmasına vurgu yapılması, iyi niyetli bir yaklaşımla çalışan kadınlara rol model oluşturma amacı taşıyor olabilir. Ancak haberin böyle bir hedefinin olması kadın CEO'nun güzelliğinin değil, başarı öyküsünün ve becerilerinin öne çıkarılmasıyla mümkün.

Oysa bu haberde kadın CEO'nun, en önemli medya değerinin ‘güzelliği’ne yani fiziksel özelliklerine vurgu yapılıyor.

Nasıl olmalıydı?

Yöneticinin fiziki özellikleri yerine haberin asıl unsuru olan güçlü kadın yönetici özellikleri ele alınmalıydı.

“İç çamaşırı tüketimi 10 yılda 3’e katlandı”

İç çamaşırı tüketimi 10 yılda 3’e katlandı

Yüksek çamaşır satışları 2 milyon adedinin üzerinde olan Dağı Giyim’in Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Nedim Koç, Türkiye’de tüketim alışkanlıklarının değiştiğini söyledi. Koç, “10 yıl önce tek seferde 1 çamaşır alırken, bugün 3-4 adet satıyoruz” dedi.

1982’ye tarihlenen ve Türkiye’nin en köklü markaları arasında yer alan Dağı, 18 yılda boyunca İFA katıldı. İlk mağazasını 1989’da İstanbul Şişli’de açan ve 2009’da etki alanını Dağı Giyim’in Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Nedim Koç, 8 mağazaya devirdiklerini Dağı’ya 47 mağazaya ulaştırdıklarını söyledi. Koç, yüzde 30-35’i halihazırda olan markaları 2013’e kadar 20 mağazaya ve 50 mağazaya 71 civarına kopmasını hedeflediklerini belirtti.

Piyasa ve tüketim ortamının çevriliği artarak, kadın tüketim ortamını önem vererek, son yıllarda mağaza devirdiklerini Dağı’ya açıkladıklarını

İstanbul, 2012’de 1,4 milyon adet erkek, 625 bin adet kadın iç çamaşır satıldı” dedi.

Türkiye’de iç çamaşır tüketimi eskiden ve alışkanlıkların da zaman içinde değiştiğini belirtti Koç, “Eskiden mağazalarından yukarıda alıncasına sadece bir parça alırken, bugün 3-4 farklı ürün aynı anda alıyoruz. 10 yıl önce ise

kadınların bu önemli çamaşırda da erkek çamaşırında da benzeri kategorilerinde de benzerlik olduğunu belirtti Koç, “Seçtikleri genelinde de bu yılda bir geleneğe alışkanlıklarını alıyorlar” dedi.

HAFF ATLET ÜRETİYOR

Her gün (saatler) departmanının en başarılı ürünleri arasında olduğunu belirtti Koç, haff atlet üretimlerini ve piyasaya sürmek için son dönemdeki çalışmalarını söyledi. “Normalde bir atlet 20’ye 1 ürettiğimiz türden. Ağır 100-110 gramdır. Bu 20’ye 1 sadece 30 gramlık atlet ürettiği” diyen Koç, “Bu en teknolojik şekilde üretilen atletler” dedi. “Bu atlet bir kişi için 3-4 adet” dedi.

Mahmut Nedim Koç

‘Pamuklunun yerine dantel istiyorlar’

“İç çamaşırı tüketimi 10 yılda 3’e katlandı” başlıklı haberde, Türkiye’de iç çamaşırı tüketimi 10 yılda 3’e katlandı. Bu artışın nedeni, kadınların iç çamaşırında dantel kullanımının artmasıdır. Kadınlar, pamuklu iç çamaşır yerine dantel iç çamaşır tercih ediyor. Bu artışın nedeni, kadınların iç çamaşırında dantel kullanımının artmasıdır. Kadınlar, pamuklu iç çamaşır yerine dantel iç çamaşır tercih ediyor. Bu artışın nedeni, kadınların iç çamaşırında dantel kullanımının artmasıdır. Kadınlar, pamuklu iç çamaşır yerine dantel iç çamaşır tercih ediyor.

5 erkekte biri slip tercih ediyor

İç çamaşırı tüketimi 10 yılda 3’e katlandı. Bu artışın nedeni, kadınların iç çamaşırında dantel kullanımının artmasıdır. Kadınlar, pamuklu iç çamaşır yerine dantel iç çamaşır tercih ediyor. Bu artışın nedeni, kadınların iç çamaşırında dantel kullanımının artmasıdır. Kadınlar, pamuklu iç çamaşır yerine dantel iç çamaşır tercih ediyor.

3 YILDA 30 MAĞAZA İÇİN RUSYA KAPISINDA

Dağı Giyim Genel Müdür Yardımcısı Seray Kılıç, 2012’de 31 mağazaya ulaştıklarını, 10’u kapıda mağazaya ulaştıklarını söyledi. Kılıç, “Rusya pazarı için 2012’de 31 mağazaya ulaştığımızı, 10’u kapıda mağazaya ulaştığımızı söyledi. Kılıç, “Rusya pazarı için 2012’de 31 mağazaya ulaştığımızı, 10’u kapıda mağazaya ulaştığımızı söyledi. Kılıç, “Rusya pazarı için 2012’de 31 mağazaya ulaştığımızı, 10’u kapıda mağazaya ulaştığımızı söyledi.”

Sorun nerede?

Sorun nerede? Sorun haberin görselinde. İç çamaşırılı kadın görseli kullanılarak cinsel çağrışımda bulunuluyor. Her fırsatta kadınların çıplak fotoğrafının kullanılması, medyanın önemli bir açmazı. Ancak bu tür fotoğrafların toplumsal cinsiyetçi yaklaşımın pekiştirilmesindeki etkin rolü unutulmamalı.

Nasıl olmalı?

Haberlerde cinselliği çağrıştıran çıplak kadın görselinin kullanılmamasına özen gösterilmeli. Haberin ‘bilinen anlamda’ satışına bir katkı sunmayacak olsa da, haberin içeriğine uygun olarak demec veren kişinin fotoğrafı yayınlanacağı gibi çıplak kadın olmadan iç çamaşırılarının görseli yayınlanabilir.

“120 milyar dolarlık HP’yi artık kadın CEO yönetecek”

HP, yeni CEO’su ve Başkanı olarak Meg Whitman’ı atadı. eBay’in eski CEO’su olan Whitman, sert eleştiriler alan ve işine son verilen Leo Apotheker’in yerini alacak.



Sorun nerede?

Sorun haberin başlığında. "Artık kadın CEO" yönetecek ifadesiyle cinsiyet ayrımcılığı yapılmış.

Nasıl olmalı?

Haberin başlığında nasıl benzer bir haberlerde "erkek CEO" ifadesi kullanılmıyorsa, kadın kimliğine de vurgu yapılmaması gerekir.

“Tecavüzcü Coşkun”

Sorun nerede?

Sıklıkla kadına yönelik bir şiddet eylemi ve suç olan tecavüz eylemi, haberin başlığında sıradanlaştırılıyor, normalleştiriliyor ve suça teşvik suçu bir kez de basın yoluyla işleniyor. Kadın kimliğine hakaret içeriyor. Yazının konusu her ne kadar “Tecavüzcü Coşkun” ise de sohbetin yanlış algı ve beraberinde yeni suçlara kaynak oluşturabilecek bölümü başlığa çıkarılmış.

Nasıl olmalı?

Kadına şiddeti özendiren, normalleştiren bu başlık yerine insanları suça teşvik etmeyen herhangi bir başlık seçilmeli, sohbetin en vahim bölümü satır arasına gizlenmeli.



“Münevver 2”



Sorun nerede?

Haberde benzerlikler üzerinden atıfta bulunularak daha önce öldürülmüş genç bir kadının fotoğrafının kullanılması önemli bir sorun. Haberde en belirgin fotoğraf konuyla hiçbir ilgisi olmadığı halde Münevver'in fotoğrafı. Vahşice öldürülen genç bir kadının fotoğrafını haberci sansasyonel kaygılarla kullanmamalı.

Nasıl olmalı?

Haberde iki cinayet arasındaki benzerliği vurgulamak kaygısıyla Münevver'in fotoğrafı kullanılmamalı.

“Kilo aldın’ demeyin”

Bilim insanlarının gerçekleştirdiği yeni bir araştırma kilolu olduğunu duymanın insanları strese soktuğunu ve bu nedenle kilo kaybetmelerine değil, aksine daha fazla kilo almalarına neden olduğunu ortaya çıkardı.



İngiltere’deki Liverpool Üniversitesi’nden bilim insanlarının gerçekleştirdiği yeni bir araştırma kilolu olduğunu duymanın insanları strese soktuğunu ve bu nedenle kilo kaybetmelerine değil, aksine daha fazla kilo almalarına neden olduğunu ortaya çıkardı. Birleşik Krallık ve ABD’de yaşayan 14 bin kişiyi çocukluklarından 45 yaşına dek takibe alan araştırmacılar, “kilolu” kategorisine giren kişilerin birinden kiloları ile ilgili bir yorum duyup strese girdiklerinde daha çok yemek yediklerini tespit etti. Araştırma sonuçları International Journal of Obesity dergisinde yayınlandı.

Sorun Nerede?

Sağlık haberlerinde çok sık yapılan hataların başında görsel kullanımı geliyor. Anlatılan konuyla hiçbir ilgisi olmasa bile görsel olarak mutlaka güzel ve iç çamaşırılı/mayolu kadın fotoğrafı kullanılıyor. Bu haberde de aynı yöntem izlenmiş ve haberi daha çarpıcı kılabilmek için kadın bedeni kullanılmış.

Nasıl olmalı?

Haberin sunumunda tartı içeren fotoğraf doğru ve yeterli görseli oluşturuyor.



İtalya böyle bakanlar görmedi

İtalya'nın yeni Başbakanı Matteo Renzi, resmîyetten uzak, rahat tarzının dışında kadın bakanlarının cazibesıyla de çok konuşulacak

İTALYA'DA geçen ay cumhurbaşkanlığına geçecek yeni kabine için Matteo Renzi'nin yeni kabinesinin yeni üyeleri, hükümetin kadın bakanlarının defilesine dönüştü. Tamamen protokol dışı, herkesin kendiliğinden varışına hareketli ve renkli bir defile oldu. Tabii artık demokrasi var. Matteo Renzi çok rahat bir başbakan: Steve Jobs neslinden, her dakika elinde smartphone, tablet, bilgisayar... Bu yüzden hiç kimse Cumhurbaşkanlığına nasıl giyinti giymek lazım? sorusunu kendine derst etmemiştir.

Değişleri Bakanı Mogherini son-
monen rengi ceketli, Bölge İşleri Bakanı



YASEMİN TAŞKIN
yasemin.tasakin@bahar.com.tr

Marin Carmela Lanzetta çizimleriyle kamusal alan-
kullucularına çekirken, sip-
perstar Maria Elena Boschi
de gözden kaçmadı!

Boschi, siyasi kariyeri-
nin başından itibaren
ateşli bir Renzi taraftarı.
Cumhurbaşkanlığındaki
inza töreninde giydiği
elektrik mavimsi ceket-pantolon
takımı gözlerle flaş
gibi patlarken İtalyanlar'ın
yüreği hop indi. İtop kalk-
tı. Daracık mavimsi pantolon-
lu, 12 cm topuklu bey ayakkabıları
ve cazip elitiyle Cumhurbaşkanı
Napolitano'nun önünde bakandan
çok güzel bir hostes edasıyla bu-
küllüp defteri imzalarla İtalyanlar
ekonomik krizi bile unuttu. Bu
fotoğraflar internette de rekor kır-
dı.

Berlusconi'nin "Ko-
münist olmak için
fazla güzel" dediği
Boschi, İtalyanlar'ın
yeni idolu olacağı
benziyor.

"Evde ortalığı
toplayordum, çocu-
ğum emzirip, saçımı
toplayıp inza töre-
nine girdim" diyen

Kamu İdaresi ve Sadeleştirilmesi Ba-
kanı Marianna Madia ise siyah ha-
mle elbisesi, siyah habeleri, derin
dekoltesiyle "Canım bu bakan olma
işini de bu kadar ciddiye almıyın"
tavırındaydı.

Ben bu benzetmeyle abarttığımı
düşünüyordum ama Madia, bakan-
lık teklifini nasıl aldığını şöyle açıkl-
ladı: "Teklifi üç yaşındaki oğlumla
Peppa Pig'ı seyrederken aldım."
Madia'nın sırrı da İtalyan kamuoyu
için meşhul. Babası Demokrat Par-
ti'den eski Roma Belediyesi Meclisi
üyeydi ve 49 yaşında vefat edince,
parti kızına sahip çıktı. Babasının
arkadaşı olan Veltroni seçimi-
Madia'yı liste başı yaptı. Sonrasında
Napolitano'nun oğluyla bir nişan-
lık dönemi geçirdi. Ardından da
yürü ya kulum... Kim olduğunu, ne-
reden geldiğini sorarlara "Politikaya
olağanüstü deneyimsizliğimi çözü-
mlen olarak getiriyorum" dedi. Bir diğer
gafı da çalgıca bakamandan randevu
alıp, ekonomik kalkınma bakanına
gitmesi. Bu yüzden basın, sosyal
medya günlerce onunla dalga geçti.
Veltroni ile doğup, Letta'nın
peşine takılıp, D'Alema ile siyasi
anlamda flört edip, Bersani'den Ren-
zi'ye geçen Madia da artık basının
yakın takibinde...



“İtalya böyle bakanlar görmedi”

Sorun nerede?

Türkiye basınının yabancı siyasetçi kadınlara bakışı da hiç farklı değil. Yine kadın bakanlar seçilen kısa etekli ve bacakların bolca görüldüğü fotoğraf karesi üzerinden ‘cazibeli’ tanımı ile haberleştirilmiş. Bir bakanın cinsel kimliğini geride bırakacak çok farklı meziyetlerini öne çıkarmak mümkün olmasına karşın, salt kadın olması nedeniyle cazibesi öne çıkarılarak cinsiyetçi bir yorum yapılmış.

Nasıl Olmalı?

Siyasette üst basamaklara yükselmiş bir kadının dişiliğini öne çıkaran görüntüsü yerine, haber değeri taşıyan tutum ve uygulamaları öne çıkarılmalı. Cinsiyetçi söylemden uzak durulmalı.

“Susturun Őu Őirreti!”



Susturun Őu Őirreti

►►Yüksekdağ, ‘Kobani saldırırganları Türkiye’den geldi’ yalanı görüntülerle çürütülmesine ve YPG’nin de yalanlamasına rağmen karalamasını sürdürdü. Türkiye yaralılarına kucak açıp tedavilerini görürken, Yüksekdağ, Suroç’a giderek yine aynı yalan üzerinden halkı kışkırtmaya çalıştı. Yüksekdağ, iktidarı da suçlayarak, “Őirretlik yaparak bu kadar kanın, katliamın üzerine oturamazsınız” ifadesiyle provokasyonunu sürdürdü. ►►12

Sorun nerede?

Türk Dil Kurumu ‘Őirret’ sözcüğünü “Kavga çıkarmaktan hoşlanan, edepsiz kişi” olarak tanımlıyor. Habere konu kişinin bu sözcüğü kullanması habercinin de kullanabileceği anlamına gelmez. Suçlama, hakaret, içeren yargı bildiren bir sözcüğün kullanılması ve başlığa çekilmesi hatalı.

Nasıl olmalı?

Başlık tamamen sorunlu. “Susturun” ifadesi tehdit içeriyor, kullanılmamalı.

Kadın vekillerin şıklık karnesi



Sorun nerede?

Sorun kadına yönelik cinsiyetçi bakışta. Milletvekili olan kişileri siyasi söylemi, benimsediği politikalar ve icraatlarıyla gündeme taşıyan medya, söz konusu vekil kadın olunca konuya magazin boyutuyla yaklaşmış; 'şıklık karnesi' başlığıyla da kadınların beceri ve başarılarını görmezden gelmiş. Haber bu haliyle işi ne olursa olsun yazılı/görsel medyada kadına bakışı simgeleyen tipik bir örnek. Siyaset üretmeye soyunmuş kadınlarla ilgili modacıdan karne almak, olması gereken ve beklenen habercilik değil.

Nasıl olmalı?

TBMM'de yer alan kadın vekiller ile ilgili haber yapılacaksa, o vekillerin fiziksel özellikleri, giyimi, kuşamı değil yıllar süren çabalara karşın hala sayılarının istenen seviyeye ulaşmadığına dikkat çekilebilir. Siyasetteki kadın vekillerin sorunları öne çıkarılabilir, siyasette varlık gösterebilmek için eril zihniyetin gereklerini yerine getiren kadınlara dikkat çekilebilir, ortak paydaları üzerinden bilgi, birikim ve becerileri gündeme getirilebilir.

“Erkeksen” diye başlayan haberler

Sorun nerede?

Her iki haberde de, “Erkeksen” ifadesi kullanılıyor ve cinsel üstünlük imasında bulunularak cinsiyet ayrımcılığı yapılıyor.

Nasıl olmalı?

Haberde bu tür ifadelerle kesinlikle yer verilmemesine özen gösterilmeli.



“SKIB bıraktı”



Sorun nerede?

Öncelikle sorun haberin başlığında. Yabancı bir teknik direktörün adı Türkçe cinsel çağrışımında bulunulacak şekilde manşet atılmamalıydı.

Nasıl olmalıydı?

Teknik direktörün adı tam ve doğru yazılarak, böyle bir çağrışımın önüne geçilebilirdi.

“0... çocukları”



Sorun nerede?

Sorun haberin başlığında. Küfür ifadelerinin haberlerde kullanılması hatadır.

Nasıl Olmalıydı?

Habere küfür içermeyen bir başlık seçilmeliydi.

“Foto Şoklu Gülben”

**FOTO ŞOKLU
GÜLBEN**

■ **İKİZLERİ** Ares ve Güney'i babaları Mustafa Erdoğan'a bırakan Gülben Ergen, büyük oğlu Atlas'la Bodrum'da tatil yapıyor. Dün sabah Gündoğan'da denize giren Ergen, havluya saklamaya çalışsa da mayolu görüntülerden kurtulamadı. Bol photoshop'lu fotoğraflarının aksine selülitleri ve göbeği dikkat çeken ünlü şarkıcı, “Çocukları babasıyla paylaştık, Atlas bende kaldı, tatil yapıyoruz” dedi.

HİT GÜNÜN FOTOĞRAFI

Dün sabah denize gire Ergen'in aldığı kilolar dikkat çekti.

BODRUM

HİT Mag

11 HAZİRAN 2012 PAZARTESİ

Sorun nerede?

İnsanların bedenlerinin haber malzemesi yapılması hatırlıdır. Bu kişilik haklarına saldırıdır.

Nasıl olmalıydı?

Bu tarz habercilik hiçbir şekilde yapılmamalı.

BÖLÜM 4



Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve British Council'in Medya ve Çeşitlilik Kılavuzu'nun, Kadın ve Cinsel Yönelim Bölümü

(24 Şubat 2007, İstanbul)

Medyanın üretim süreci ve içeriğini toplumsal cinsiyet eşitliği yararına dönüştürme için kılavuz

Hedefler

Medya sahip olduğu güç ile toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden üreten bir araç olmak yerine, toplumsal cinsiyet eşitliğini gerçekleştirme hedefine katkıda bulunmak için önemli bir mücadele alanı ve aracına dönüştürülmelidir.

Bu doğrultuda, medya kuruluşları, toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama konusunda bugüne kadar sürdürülen iyi niyetli çabaları daha ileri boyutlara taşıyarak, ulusal ve uluslararası düzenlemelerde ifadesini bulan cinsiyetler arası eşitlik idealini hayata geçirmek için alanına giren sorumlulukları büyük bir özen içinde yerine getirmeyi görev bilmelidir.

Bu bağlamda medya kuruluşları ve medya çalışanları, cinsiyet ve cinsel yönelim farklılığına dayalı ayrımcılıkla mücadele etmeyi hedef olarak benimsemelidir.

Medya kuruluşlarına düşen temel görevler

Medya kuruluşları, toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama konusunda ulusal ve uluslararası hedeflerden yola çıkarak, toplumsal cinsiyet duyarlılığıyla kendine özgü özdenetim

politikaları ve kurum içi izleme mekanizmaları oluşturarak bunları kamuoyuna duyurmalıdır. Bu mekanizmalar, medya içeriğinde toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama hedefinden sapmalar söz konusu olduğunda öneri geliştirebilecek danışma organlarını da içermelidir. Çalışanların toplumsal cinsiyet duyarlılığını artırmayı hedefleyen kurum içi eğitim programları oluşturulmalı, ayrıca kurum dışı programlara katılım da teşvik edilmelidir.

Toplumda cinsiyet ve cinsel yönelim ayrımcılığı konusundaki her türlü ihlalin izlenmesi, haber ve diğer içerikler yoluyla topluma yansıtılması bütün medya kuruluşlarının öncelik verdiği bir konu olmalıdır.

Çalışanlar, her tür olay ve olguyu toplumsal cinsiyet eşitliği açısından irdelemeye yönlendirilmelidir.

Medya kuruluşlarındaki istihdam sürecinde ve medya çalışanlarının meslek örgütlerindeki temsilinde farklı cinsiyetlerdeki çalışanlara eşit olanaklar sağlanmalıdır.

Bu çerçevede;

- Çalışanlar arasında kadınların sayısının artmasına önem ve öncelik verilmelidir.
- Eşit işe eşit ücret ilkesi farklı cinsiyetlerdeki medya çalışanları açısından geçerli kılınmalıdır.
- Yönetim kademelerinde kadınların da yükselmesine olanak tanınmalıdır.
- Kadınlar ve cinsel yönelimleri farklı olanların işyerinde ayrımcılık ve tacize uğramalarını önleyici politika ve mekanizmalar oluşturulmalıdır.

Medya profesyonellerine düşen temel görevler

Medya çalışanları, cinsiyet ve cinsel yönelim ayrımcılığına karşı duyarlılığın geniş bir tabana yayılması sürecinde önemli bir rol oynadıklarının farkında olarak;

- Kadınların ve cinsel yönelimleri nedeniyle ayrımcılığa maruz kalanların sorunlarına daha çok ilgi göstermelidir.
- Kadın bedeninin cinsel çağrışımlar yaratacak biçimde, gereksizce görselleştirilmesinin önüne geçmenin yollarını düşünmelidir.
- Dilin içinde yerleşik, bir cinsi ya da cinsel yönelimi diğeri karşısında aşağılayan cinsiyetçi ve homofobik sözcük ve söylemlerin dönüştürülmesi konusunda duyarlı olmalı, yanlı sözcük ve terimlerin yerine eşitlikçi bir söylemi geliştirmek için çaba göstermelidir.
- Cinsiyetleri ve cinsel yönelimleri ne olursa olsun, farklı yaş, görüntü, fikir, görev ve rollere sahip insanların medyadaki her türlü içerikte, gelenekler, alışkanlıklar ve cinsiyetçi ve homofobik kalıp yargılar dışına çıkılarak sunulması konusunda gereken özeni göstermelidir.
- Her türlü içeriğin oluşturulmasında, erkeklerin olduğu kadar, kadınların ve cinsel yönelimleri farklı olanların da görüşlerini, deneyim ve uzmanlıklarından kaynaklanan bilgilerini topluma yansıtmalıdır.
- Kadınlar ve cinsel yönelimleri farklı olanlar arasında olumlu rol modeli olabilecek örneklerin haberleştirilmesi ve programlarda kullanılmasına öncelik vermelidir.

Şiddetin haberleştirilmesi

Medya çalışanları, kadınlar ve cinsel yönelimleri farklı olanların uğradıkları kötü muamele, baskı ve şiddetin haberleştirilmesinde özellikle şu noktalara dikkat etmelidir:

- Cinsiyet ayrımcılığına dayalı şiddet hiçbir biçimde meşru gösterilmemeli, şiddetin toplumsal düzlemdeki önemini azaltacak sansasyonel kullanımlardan ve mizah malzemesine dönüştürme eğilimlerinden uzak durulmalıdır.
- Mağdurun kimliği gizli tutulmalı, kimliğin teşhisine yarayacak diğer bilgiler de verilmemelidir (ad, fotoğraf, adres, yerel odaklı haberler için yerleşim birimi vb.).
- Konuşulacak kişinin rızası önceden alınarak, kişi konuşması sonrasında karşılaşılabileceği olası riskler konusunda bilgilendirilmelidir. Bu bilgilendirme çerçevesinde mağdura teşhis edilip edilmemeye karar verme hakkı tanınmalıdır.
- Cinsiyetleri ve cinsel yönelimleri nedeniyle şiddete uğrayanlarla ilgili haberlerde mağdurların onurunun korunmasına gereken özen gösterilmelidir. Bu ilke özellikle şiddet sonucu yaşamını yitirenlerle ilgili haberlerde daha büyük önem taşımaktadır.
- Mağduru küçük düşürücü durumlarda gösteren fotoğrafların kullanılmasından kaçınılmalıdır.
- Taciz ve tecavüz gibi cinsel suçların haberleştirilmesinde kullanılan dile özen gösterilmelidir. Saldırganın ifadesinden yararlanılarak hazırlanan metinlerin mağdur açısından

yaralayıcı olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu haberlerde kullanılan görsel malzeme ile anlatım biçiminin pornografik ve özendirici çağrışımlar yaratmamasına dikkat edilmelidir.

- Sorumlu bir anlayış benimsenerek şiddete uğrayan ya da risk altında olanlar, çözüm yolları ve yöntemleri konusunda bilgilendirilmeli, var olan kuruluş ve yardım hatlarının erişim bilgileri haberde yer almalıdır.

Dünya cinsiyetçilikle nasıl mücadele ediyor?

Önce uluslararası medyada cinsiyetçilikle mücadele

Güney Kore'de 1995 yılında çıkarılan, toplumsal cinsiyet eşitliğini teşvik eden bir yasa 2005 yılına kadar yayın kuruluşlarında çalışan kadınların oranının yüzde 3'e çıkarılmasını, medyadaki klişe kadın temsillerinin dönüştürülmesini ve kadın sorunlarıyla ilgili kamu reklamlarının üretiminin yayılmasını öngörüyordu.

Çin'de pornografiye karşı çıkarılan birkaç yasayla kadına yönelik ayrımcılık ve kötü muamele engellenmeye çalışıldı, hak ihlali yapan yayınların üretimi ve satışına yasak getirildi. Ayrıca kalkınma programlarında medyada kadının temsili konusunda genel ilkeler sıralandı.

Arjantin'de, kadın politikacıların medyada belli bir oranda temsil edilmesi gerektiğini savunan girişimler var. Buenos Aires il yönetimi de 1999 yılında cinsiyetçi olmayan reklamlara ödül uygulaması başlatmıştı.

Pakistan'da TV kanalları, Birleşmiş Milletler'le işbirliği içinde medya profesyonellerine yönelik toplumsal cinsiyet duyarlılığını geliştirici eğitim programları düzenliyor.

Kanada'da toplumsal cinsiyet ve medya siyaseti arasındaki ilişki, hükümet, medya endüstrisi ve sivil toplum örgütleri arasında oluşan bir ortaklığa bağlı olarak kendi kendini düzenler.

Hırvatistan'da sokaklardaki reklam panolarının cinsiyetçi içerikleri, reklamların üzerine "Durun", "Cinsiyetçilik bu!"

veya "Bu, kadını aşıyor!" yazıları yapıştırılarak protesto edilmişti.

Zambia'da bir kadın örgütü bir deterjan reklamına karşı mücadele verdi ve reklam yayından kaldırıldı. Reklamda bir koca, karısına gömleğini iyi yıkamadığı için kızıyor ve onu annesinin evine çamaşır yıkamaya göndereceğini söylüyordu.

(Mutlu Binark & Mine Gencil Bek'in kitabından alıntılanı)

Ulusal ve Uluslararası Sözleşmeler

Bangkok Bildirisi

80 ülkeden 400'den fazla iletişimci kadın, 1994 yılının şubat ayında Tayland'da bir araya geldi. Bu buluşmada yapılan tartışmalar ve paylaşılan görüşler sonucunda Bangkok Bildirisi hazırlandı. Bildiriye göre, ana akım medya, kuzeyli erkek seçkinlerin elindeydi ve bu nedenle kadınların sözü görünür değildi. Medyada kadınlar basmakalıp rollerde metalaşmıştı. Medyada şiddetin aşırı kullanımı insanlığın duyarlılığını yok etmekteydi. Kadınların yaratıcılığını, bilgisini, aklını teyit edecek, diyalog ve tartışmayı özendirecek sorumlu medya için, insanları medyanın nesnesi ya da hedefi değil öznesi yapmak için, medyanın ataerkil doğasına meydan okuyacak ve onu demokratikleştirecek iletişim biçimlerini teşvik etmek gerekiyordu. Bangkok Bildirgesi'nde sıralanan iletişimi güçlendirecek stratejilerden bazıları şunlardı:

- Kadınların kendi medyasını güçlendirmek. Bu yolla birbirini kollama, sevme gibi insani değerlerle, doğayla uyum ve işbirliği ile özgürlük mücadelesini yürütmek. Bir yandan da yaratılan alternatiflerin hiyerarşik, demokratik olmayan ve seçkin bir hale dönüşmemesini güvence altına almak.
- İletişim alanındaki kadınların teknik eğitimleri için olanakları artırmak.
- İletişim alanında çalışanların eğitiminde toplumsal cinsiyete duyarlılığı, yerel tarihi ve kültürel çeşitliliği bütünlendirmek.
- Resmi ve resmi olmayan eğitimde gelecek kuşakları eleştirel düşünmeye teşvik edecek ulusal ders programı geliştirmek.
- Toplumsal cinsiyete odaklı medya araştırma ve belgelemeleri yaygınlaştırmak.
- Kalkınma ile ilgili sorunların kadını nasıl etkilediği konusunda kamuyu bilgilendiren lobileri ve kampanyaları teşvik etmek.
- Medyanın demokratik bir biçimde işlemlerini garanti altına almak için medyayı takip (izleme) ağlarını güçlendirmek.

Pekin Kadın Konferansı

Kadınların dünya ölçeğinde şimdiye dek yaptığı en büyük uluslararası örgütlenmenin temeli Birleşmiş Milletler'in 1995 yılında Pekin'de gerçekleştirdiği, Dünya Kadın Platformu'nda atıldı.

Pekin platformunda, "Medya ve yeni iletişim teknolojileri içinde kadınların karar alma ve kendilerini ifade etme konularına katılımını ve ulaşabilirliğini artırma" stratejik hedefine ulaşmak için hükümetlerin, medyada karar mekanizmalarında eşit temsil için kadın eğitimi ve istihdamını güçlendirmesini, toplumsal cinsiyet bakış açısını medya politikalarına yerleştirmesi, kadın haber ağlarını desteklemesini ve ifade özgürlüğüyle uyumlu bir biçimde medya özgürlüğünü garanti altına almasını istedi. Platformun sivil toplum örgütleri ve medya çalışanlarının meslek örgütlerine önerileri ise şunlardı: Medya izleme grupları kurulmasını teşvik edin, bilgi teknolojilerinin etkin kullanımı için çalışmalar yapın, sivil toplum kuruluşları, kadın örgütleri ve profesyonel medya dernekleri arasında ağ kurup ortak programlar geliştirin, medyadaki kadının özgül ihtiyaçlarını tanıyın, katılımını artırın, kadın ve erkek arasında eşitliği ve kadının insan haklarını savunun.

Pekin sürecinde "Kadının medyada dengeli ve klişeleşmiş olmayan bir şekilde temsil edilmesini desteklemek" stratejik hedefi içinse hükümetlerden beklentilerin en dikkat çekenini, medya ürünlerinde kadınların temsiline ilişkin önerilerdi. Kadınların arzu nesnesi, kurban, eş, anne vb. olarak kalıplaşmış rol ve yargılarla yansıtılması için önlem alın-

ması gerektiğine dikkat çekiliyor, kadınlara yönelik şiddete karşı yasal düzenlemelere de vurgu yapıyordu.

Bu stratejik hedef için medya ve reklam şirketlerinden beklenen adımlar daha da acildi:

Şiddet ve aşağılama içeren malzemelere karşı meslek ilkeleri geliştirin, kadınların karar süreçlerine katılımını artırın, cinsiyet eşitliğini vurgulamak için kampanyalar yapın, alternatif medyanın gelişmesini ve bütün iletişim araçlarının kullanılmasını destekleyip finanse edin, medya programlarının toplumsal cinsiyet analizini yapacak uzmanlar yetiştirip yaklaşımlar geliştirin.

Pekin Konferansı'ndan sonra hükümet dışı kuruluşlar da ayrıca bir bildirge hazırladı. Bu bildirgedeki iletişimle ilgili önerilerden bazıları şöyleydi:

- Kadınların alternatif medyasını güçlendirmek
- Bilgiye erişim
- İfade araçlarına erişim (özellikle ana akım medyada)
- Koordinasyon için ağ kurma ve bilgi değiş tokuşu

Bunun için yapılması gerekenler şöyle sıralandı:

1. Yerel ihtiyaçlara ve dillere adapte ederek kent ve kırdaki kadının topluluk radyo ve televizyonlarında program yapması
2. Kadının gündelik yaşamını etkileyecek konularda bilgi paylaşmak için görsel basılı malzeme üretmek
3. Toplumsal cinsiyet eşitliğini ve cinsiyetçi olmayan temsilleri sağlamak için medya takibi

4. Kadın ağları için çeşitli iletişim araçlarını kullanmak (geleneksel kanallar, alternatif medya, bilgisayar ağı vb.)
5. Medyada kadınların sorunlarının daha derin ve geniş yer alması için kadın örgütleri ve medya arasındaki ilişkiyi geliştirmek
6. Yurttaşlar arasında medyaya eleştirel bakışı ve analizi geliştirmek.

CEDAW

Türkiye'nin 1985 yılında taraf olduğu Birleşmiş Milletler Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi (CEDAW), medya alanında, taraf devletlere hükümetler tarafından alınmasını istediği önlemlerden bazıları:

- Kadınların medyaya tam ve etkin biçimde katılımı yaygınlaştırılmalı
- Kadınların hazırladığı programların sayılarının artırılması teşvik edilmeli
- TV-Radyo yayınlarında yer alan cinsiyete dayalı ayrımcılık yansıtan tiplemelere engel olacak bir rehberlik hizmeti sunulmasını sağlayacak uzman görüşü getirilmeli
- Medyaya ilişkin mesleklerden olanlara, cinsiyet eşitliğine duyarlılık kazandıracak eğitim verilmeli
- Reklamlarda ve kampanyalarda kadın bedeninin kullanılmaması sağlanmalı
- Tüketici olarak kadın potansiyelinin yönlendirilmesiyle kadın sömürsü yapılmamalı.

Başbakanlık Genelgesi

2006 yılında Başbakanlıkça yayınlanan "Kadınlar ve Çocuklara Yönelik Şiddet Hareketleri ile Töre ve Namus Cinayetlerinin Önlenmesine İlişkin Alınacak Tedbirler"le ilgili genelgenin D maddesinde "medya ve şiddet konusundaki çözüm önerileri"nden bazıları şöyleydi:

- Başta program yapım ve yöneticileri olmak üzere televizyon program üretiminin her aşamasında yer alan medya çalışanlarının şiddete ilişkin duyarlıklarını artırıcı 'toplumsal cinsiyet eşitliği' eğitimi almalarının sağlanması.
- Medyada karar mekanizmalarında cinsiyetçiliğin ortadan kaldırılması ve eşitliğin sağlanması.
- Sivil toplum kuruluşlarının 'medya izleme grupları' oluşturularak medyayı günü gününe izlemesi ve oto kontrolün sağlanması.

Yayıncılık Etik İlkeleri

2007'de RTÜK ile Televizyon Yayıncıları Derneği arasında 'Yayıncılık Etik İlkeleri' imzalandı. Maddelerinden birkaç örnek:

- Yayınlarımızda ırk, renk, dil, din ve cinsiyet ayrımcılığına, aşağılama ve önyargılara yer vermemek.
- Kadınların sorunlarına duyarlı olmak ve kadınları nesneleştirmekten kaçınmak.
- Şiddeti teşvik etmemeye ve meşrulaştırmamaya özen göstermek.
- İnsan onuruna, temel hak ve özgürlüklere saygılı olmak...

Ulusal Eylem Planı: Kadın ve Medya

Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü'nün 'AB Eşleştirme Projesi: Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Geliştirilmesi' çerçevesinde, ilgili kurumlar ve kadın örgütlerinin de desteğiyle 2008 yılında hazırlanan Kadın ve Medya Ulusal Eylem Planı'nda 3 ana hedef belirlendi:

- Medyada toplumsal cinsiyet eşitliği duyarlılığının geliştirilmesi ve medyadaki cinsiyetçiliğin dönüştürülmesi için sektörde çalışan kadınların ve potansiyel çalışanların farkındalıklarını artırmak.
- Medya sektöründe çalışan kadın oranını ve karar alma noktalarında temsiliyetleri artırmak.
- Kadınların internet ve bilgisayar gibi yeni iletişim teknolojilerini de kapsayacak şekilde tüm iletişim araçlarına erişimi ve bu araçları kullanabilirliğini artırmak.

BÖLÜM 5

ALTERNATİF SÖZLÜK



Adam/adamı; bu sözcük ya da eklerin kullanımı kadınları görünmez kılıp, iktidarda erkek olduğu vurgusunu yapabilir. Bu sözcüklere alternatif olarak kişi, insan, erkek kullanılabilir. Örneğin; "devlet adamı" yerine politikacı, yönetici veya lider, "bilim adamı" yerine akademisyen, "adam gibi" ifadesi yerine "doğru düzgün".

Adam öldürmek; argo bir terimdir ve cinayet işlemek yerine kullanılmaktadır. Haber dilinde bu ifade kullanılmamalıdır.

Adam gibi adam olmak; Argoda kullanılan bu deyiş, insanca davranılması gerektiğine işaret etmesine karşın, erkek yerine kullanılan adam kelimesi insanlığın ölçütü olarak sunulmaktadır. Mutlaka kullanılması gereken durumlarda, insan gibi olmak şeklinde kullanılmalıdır.

Ahlaksız; Haberde her türlü sıfat kullanımından kaçınılması gerekir. Ahlak göreceli bir kavramdır; kişi ya da grupların bakış açısına ve değer yargılarına göre değişir. Bu nedenle de haber dilinde tercih edilmemelidir.

AIDS'li/HIV'li; AIDS, HIV etkeni nedeniyle insanlarda bağışıklık sisteminin çökmesine neden olan bulaşıcı bir hastalıktır. Zaman zaman kişileri kötüleme, küçük düşürme, toplumsal normlardan uzak tutma gibi amaçlarla kullanılmaktadır, bundan kaçınmak gerekir.

Anne; bu sözcüğü kullanırken haberin bağlamını iyi düşünmek gerekir. Sözcüğün habere bir katkısı yoksa sadece cinsiyetçi bakışı yansıtıyorsa kullanılmaması gerekir. Nasıl ki haber öznesi baba olduğunda bu vurgulanmıyorsa, anne

sözcüğünün de vurgulanmaması gerekir. Her klişe için geçerli olduğu gibi “cani anne”, “anne vahşeti”, “canavar anne” ve “zalim anne” gibi klişeler de gelişi güzel kullanılmamalıdır.

.... **Babası;** bu tanımlamanın kullanıldığı durumlar kadınları görünmez kılabilir. Örneğin; “Türk turizminin babası”. Bunun yerine “Türk turizminin kurucusu” ifadesi kullanılabilir.

Bayan; “bayan” ile “kadın” sözcükleri eş anlamlı (Tıpkı Bay sözcüğünün ‘erkek’ sözcüğü ile eş anlamlı olmadığı gibi) değildir. Bayan bir hitap şeklidir, kadın ise cinsiyet belirtir. Haber dilinde bayan değil kadın sözcüğü kullanılmalıdır.

Bilim adamı/kadını; cinsiyet belirten bu sözcükler yerine “bilim insanı” kullanılmalı.

Biseksüel; duygusal/cinsel açıdan her iki cinsiyete de ilgi duyan kadın veya erkek. Biseksüellik aynı zamanda hem bir kadına, hem bir erkeğe ilgi duymak, her iki cinsiyetten iki birey ile aynı anda birlikte olmak anlamına gelmez. Haberle direkt bir ilgisi yoksa kişilerin cinsel yönelimi belirtilmemelidir.

Boynuzlama; aldatma sözcüğü yerine kullanılan argo sözcük. Ve her argo sözcük gibi haber dilinde kullanılmamalı. Bir ilişkinin aldatma olup olmadığına ancak onu yaşayan kişiler karar verebilir.

Cinnet getirme; bu hal akıl sağlığı sorunu olabilir. Tanım ve

teşhisi ancak uzmanlar tarafından yapılabilir. Ayrıca şiddet olaylarında bu terim daha ziyade baba ve koca konumundaki kişileri aklama vesilesi olarak kullanılabilirdiğinden cinsiyet ayrımcılığı da içerebilir.

Cinsel sapma; Normal olanın heteroseksüellik olduğu iddiasından yola çıkan bir ifade. Gazeteci heteroseksüellik dışındaki tüm yönelimlerin uygunsuz ve toplumun ahlak ölçülerine aykırı olduğuna karar veremez. Bu gibi önyargı içeren ifadelerin kullanımından kaçınmak gerekir.

Çıtır; genç kadınlara yönelik cinsel çağrışımı olan ifadelerin haber dilinde kullanılmaması gerekir.

Dayak yemek; dayak yemek yerine faili hedef alan dövmek ya da dayak atmak sözcüğü kullanılmalıdır.

Dekolte; haberlerde kadınlara yönelik olarak "dekoltesi yürek hoplattı" gibi klişeler kullanılmamalı.

Dönme; argoda erkek iken kadın olmuş kişi için kullanılır. Haber dilinde yeri olmamalıdır. Eğer haberde kullanmak gerekiyorsa, bu durumdaki bireylerin kendilerini tanımlamak için kullandıkları "trans kadın" ifadesi kullanılabilir.

Dul; dul kadın ve erkek ayrımı olmaksızın eşi ölmüş veya eşinden boşanmış kişiyi tanımlayan bir sözcük. Dul kadın, şen dul gibi kadınlarla bağlantılı olarak kullanılmamalı.

Elinin hamuru . . . ; "elinin hamuruyla erkek işine karışmak" deyiminin bir kadını erkek karşısında ikinci sınıf bir konuma soktuğu, küçümseyici ve had bildirici bir ayrımcılığa

yol açtığı görülmektedir. Bu nedenle haber dilinde kullanmaktan kaçınmak gerekli.

Erkek/Erkeklik; bu sözcükleri cinsel üstünlük imasıyla kullanmak doğru değildir. Örneğin; erkek işi, erkeklik göstermek, erkek sözü, sözünün eri gibi ifadeler bu bağlamda ayrımcıdır.

Eşcinsel; duygusal ve cinsel açıdan hemcinsine ilgi duyan kadın veya erkek. Eşcinsellik ruhsal bozukluk olmadığı gibi bir hastalık da değildir. Haber dilinde kullanmaktan kaçınmak gereklidir.

Ev kadını/hanımı; Ücretli bir işte çalışmayan kadını tanımlamakta kullanılır. Ancak bu tanım son yıllarda tartışılmaktadır. Ücretsiz ev işçiliği statüsü üzerinde yoğunlaşan bu tartışma kadının evdeki çalışmasının karşılığında sosyal güvence edinmesini talep etmekte. Evdeki kadının da çalışmayan kadın gibi gösterilmemesine dikkat edilmelidir.

Gey; erkek eşcinsel. Haberde nasıl ki çoğunluğu oluşturdukları için heteroseksüellerin cinsel yöneliminin ne olduğu belirtilmiyorsa, geyler için de aynı şey geçerlidir.

Hanım; bayan gibi bir unvandır. Sıfat olarak ise kadınlığın bütün iyi niteliklerini taşıyan anlamına gelir. Haber dilinde sıfat olarak kullanılmaması gerekir.

Hayat kadını; para karşılığında erkeklerle cinsel ilişkiye giren ve bu işi meslek edinen kadın. Haberlerde hayat kadını ifadesi yaygın olarak kullanılmakla beraber, bu işi ya-

panlar kendilerine seks işçisi denilmesini tercih ediyor.

Homo; dilimizde homoseksüel sözcüğünün kısaltılması olan homo, homoseksüelleri aşağılamak için kullanılan bir ifadedir. Bu kısaltmanın da haber dilinde yeri yoktur.

İnsanoğlu; insan ve oğul sözcüklerinden türetilmiş bileşik bir sözcüktür. İçindeki cinsiyetçi ifade (oğlu) nedeniyle yerine insanlık, insanlar sözcüklerinden biri tercih edilmelidir.

İnterseks; sadece eğer haberin önemli bir unsuru ise anlamı bilinerek kullanılması gereken bir sözcük. “Biyolojik olarak her iki cinsiyetin özelliklerini de taşıyan, doğumda gerek cinsel anatomisi, gerekse cinsel organları tipik erkek veya kadın tarifine uymayan bireyler için” kullanılır.

İş adamı/iş kadını/iş insanı; “iş adamı” iş dünyasındaki kadınları yok sayan bir tanımlama. Haber öznesi bir kadınsa “iş kadını” hatta daha geniş bir kavram olduğu ve kadın erkek ilişkisini de kapsadığı için “iş insanı” tercih edilmelidir.

Kadın; haberlerde kadın vurgusu yapıldığında bu genelde kadın erkek eşitsizliğine katkı yapar. “Kadın şoför”, “kadın gaspçı”, kadın polis”, “kadın gazeteci” denilen her haberde özne erkek olsa “erkek polis” ya da “erkek gazeteci” denilmez.

Kız/kızlar; zihinlerde ve dilimizde “kadın”dan ayrı anlamlar yüklenen bir sözcük. Karşı cinste karşılığı ise “oğlan”. Kız sözcüğü yerine “kadın” veya “genç kadın” sözcükleri tercih edilmeli.

Koca; “koca katili kadın” gibi kalıplarla kullanıldığında cinsiyetçi bir ayrımcılığa yol açabileceğinden hangi bağlamda kullanıldığına dikkat edilmeli.

LGBT/LGBTT/LGBTİ; haber dilinde kullanılmasında bir sakınca yoktur.

Lezbiyen/lezbiyen ilişki; kadın eşcinsel. Kişinin cinsel yönelimi haberin ana unsuru olmadığı sürece vurgulanmamalıdır.

Liboş; argo bir sözcük. Liberal görüşteki bir kişiyi aşağılamak için kullanılır. Geyler için kullanılan “nonoş”u çağrıştırdığı için aynı zamanda homofobik bir söylemdir.

Marjinal; toplumsal normlara uymayan farklı yaşam tarzları ve bakış açıları “marjinal”olarak tanımlanmamalıdır.

Namus; Toplumda ahlak kurallarına, toplumsal değerlere bağlılık ve iffet. Ahlaki değerler, topluma, zamana, mekana ve kültüre göre değişiklik gösterir. Haberde bir grubun ahlak anlayışını tüm topluma geçerli kılacak bir dil kullanılmasından kaçınmak gerek. Haberlerde “namus cinayeti”, “namus cinneti” ve “namusunu temizledi” gibi ifadeler kullanılmamalı.

Nataşa; Rusya’da kadınlara sıkça verilen Nataşa ismi haber dilinde cinsel çağrışımlı bir şekilde kullanılabilmekte. Haber dilinde yeri yoktur.

Sapık/Sapkın; bu sözcük zaman zaman toplumsal normlardan farklı şekilde davranan kişiler için de kullanılabilmekte

(örn; eşcinseller) ve bu kişiler cinsel saldırganlarla aynı kategoriye konulabilmektedir. Bu tür kullanımlardan kaçınmak gerekli. Anayasa Mahkemesi bir kararında, eşcinsellere “sapkın” demenin fikir özgürlüğü değil, nefret söylemi olduğunu kabul eder.

Töre; bir suçun gerçek failine değil de “töre, örf ve adetler” gibi kuşaktan kuşağa aktarılan ancak hukukta karşılığı olmayan toplumsal davranış kurallarına atfedilmesi eylemi meşrulaştırıcı etkide bulunmaktadır. Örneğin “töre” cinayeti gibi bir ifade kullanırken çok hassas davranmalı, işlenen cinayetin haklı görülebilir ya da kabul edilebilir bir olaymış gibi anlaşılmasına dikkat edilmelidir.

Trans/trans birey/transseksüel; kişinin cinsiyet kimliğinin doğmuş olduğu cinsiyetle eşleşmemesi durumu olarak da tanımlanabilir. 'trans' terimi herhangi bir cinsel yönelimi işaret etmediği gibi, trans kişiler eşcinsel, biseksüel veya aseksüel yönelimlere sahip olabilir. Haberin özünü ilgilendiriyorsa bu sözcüklerin haber dilinde kullanılmasında bir sakınca yoktur.

Travesti; Bu sözcük hem kadın, hem de erkek için geçerlidir. Gerçek anlamı dışında ve tüm eşcinsel erkekleri genelle-yici şekilde bir etiket olarak kullanılması yanlıştır.

Yirmilik/yetmişlik; bu gibi ifadelerin alay edici ve üstten bakan bir dil olabileceğini unutmamak gerekir.

Yuva yıkan kadın/yasak aşk/gayrimeşru ilişki; Bunlar kalıp yargı içeren klişeleşmiş ifadelerdir. Çoğunlukla da kadına

yönelik ayrımcılığı pekiştiren şekilde kullanılır. Haberde bu gibi ifadeleri kullanmaktan kaçınmak gerekir. Çünkü insanların özel hayatlarını yargılayan kalıp yargıların haber dilinde yeri yoktur. Bunların yerine olayın tarafsız bir dille olduğu gibi anlatılması gerekir.

Zina; 2005 yılında çıkarılan kanunla suç olmaktan çıkarılan zina, evlilik dışı cinsel ilişkide bulunmak anlamına gelmektedir. Olumsuz anlam yüklü bu sözcüğün kişileri suçlayıcı ya da karalayıcı bir önyargıyla kullanılmaması gerekir.

Şeytan ayrıntıda gizli

Gündelik dilde farkında olmadan söylediğimiz veya yazdığımız kimi sözler cinsiyetçilik içerir. Dille birlikte yaşayan bazı klişeler kültürel yapıda yerleşiktir ve ilhamını ataerkillikten alır. Toplumsal cinsiyet eşitliği bakış açısıyla haber yazabilmenin ilk adımı bu klişeleri terk etmektir.

"... en mutlu gününde dostları onu yalnız bırakmadı..." Evlilik haberlerinde sıklıkla kullanılan 'en mutlu günü' sözü, kadınlar için tek hedefin evlilik olduğu ön kabulünün ifadesidir. Oysa evlenmek erkek ve kadınlar için, yasaların öngördüğü çerçevede, tam rıza varsa ve eğer istenirse gerçekleşebilir. Kendileri için en mutlu günün ne olduğuna kadınlar karar vermelidir.

"... her genç kızın rüyası, beyaz gelinlik giymek..." Evliliğin kutsandığı toplumlarda bu klişe yaygındır. Bir kadının rüyası önemli bir buluşa imza atmak, bir kitap yazmak, bir şarkı söylemek vb. de olabilir.

"... kadınların korkulu rüyası selülite çare!.." Ataerkil dil ve bakış, kadın bedenini istediği gibi biçimlendirirken o bedeni nasıl yağmaladığını bilemez. Kadınlar 'bakılan' olarak konumlanır, eril normlara uygun bir bedende yaşaması beklenir. Böyle olunca da kendi bedeninde neyi isteyip neyi istemeyeceğine karar vermek de kadına bırakılmaz. O kararı veren de erkek bakışıdır. Üstelik bunu kadınları korkutarak yapar.

"... her kadın gibi Ayşe de evliliği boyunca şiddete uğramış..." Her kadının şiddete mutlaka er ya da geç maruz kalacağını peşinen kabul eden bu cümle ilk bakışta ne kadar da

masum görünüyor değil mi?

"... eşitliğe inanmıyorum; bence kadınlar daha üstün..." İşte bir klişe daha! Aslında eşitliğe inanmayan, bu inançsızlığını karşısındakini güya yücelterek açıklamaya çalışan son derece eril bir cümle. Oysa toplumsal cinsiyet eşitliği, kadın ve erkeklerin hak ve fırsatlardan eşit yararlanması ve her türlü üstünlüğün (tahakkümün) giderilmesi ilkesine dayanır. Kadınlar daha üstün varlıklar değildir. Kadın hakları savunucuları da hiçbir zaman böyle bir cümle kurmamıştır.

"... kadınlar çok güçlü, her şeyi başarabilirler, yeter ki istesinler!.." Keşke her şey istemekle olsaydı! Kadınlar yaşamın her alanında cam tavanlarla karşılaşır, mesleki güçlüklerin yanına bir de cinsiyet kimliklerinden dolayı mücadeleyi eklemek zorunda kalırlar. Engeller yüzünden başarısızlıkları onların isteksiz olmasıyla açıklanamaz. Bakınız: siyasette kadın temsilinin düşüklüğü.

"... kadın eli değen her yer güzelleşir; kadınlar uzlaştırmacı, dengelidir..." Bu klişeye soruyla yaklaşalım: Kadınlara kırılğan, nazik, fedakar, uzlaşmacı vb. olmayı doğuştan getirmiş olabilir mi? Ya erkekler; doğuştan cesur, atak, sağlam, güçlü müdürler? Başka sorumuz yok.

"... o erkek gibi kadındır, kendini korur merak etme!.." Kadınlara, eğer toplumda kabul görmek, cinsiyetlerine yönelik riskleri bertaraf etmek ve hak ettiklerini istiyorlarsa erkekleşmeleri gerektiğini dayatan klişelerden biri. Kaba kuvvetin ve bedensel sağlamlığın kişiyi tehlikeden koruduğuna inanmak, kadınların zayıf ve güçsüz olduğuna onay vermek olur.



TÜRKİYE GAZETECİLER CEMİYETİ

Türkocağı Cad. No: 1 Cağaloğlu - İstanbul
Tel: (0 212) 513 83 00 Faks: (0 212) 526 80 46
e-posta: tgc@tgc.org.tr
www.tgc.org.tr



www.facebook.com/TGCTr



www.twitter.com/TGCTr