

Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Bağlamında Kadın Foto Muhabirleri: Deneyimler ve Sorunlar

Melis ÖZDEMİR*

Öz

Günümüzde ekonomik ve toplumsal yaşamın yarısını kadınlar oluşturmaktadır. Ancak kadınların ekonomik ve toplumsal yaşama yaptıkları katkı ile bu imkanlardan yararlanma düzeyleri doğru orantılı değildir. Kamusal alan ve özel alan ayrımının görünür olmaya başladığı dönemde, kadınların medya endüstrisinde aktif faaliyet gösterdiği saptanmıştır. Özellikle bu süreçte kadınlar, medya sektörünün çoğunlukla yayın bölümlerinde faaliyet göstermektedir. Bunda kadına ve erkeğe dayatılan toplumsal cinsiyet rollerinin payı büyüktür. İşgücü piyasasında bu roller sonucunda meydana gelen kadın işi ve erkek işi ayrımı, medya sektöründe de kadınların ve erkeklerin sayısal olarak yığıldığı cinsiyetleşmiş mesleklere neden olmuştur. Bu mesleklerden biriyse foto muhabirliğidir. Bu çalışmada, medyada aktif faaliyet gösteren kadın foto muhabirlerin sektörde ve alanda uğradıkları ayrımcılıklar, sayısal olarak az olmalarının dezavantajları, avantajları ve toplumsal cinsiyet rollerinin meslekleri üzerindeki etkileri gibi konular incelenecektir. Bu kapsamda sektörde faaliyet gösteren 6 kadın foto muhabirle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmeler literatürde yer alan araştırma ve raporlar ışığında değerlendirilip, bulgular kategorize edilmiştir. Araştırma sonucunda kadın foto muhabirlerin cinsiyetleri nedeniyle medya sektöründe ayrımcılığa uğradığı saptanmıştır. Özellikle kadınların uğradığı ayrımcılık ve ev içi sorumluluklar foto muhabirlik mesleğinin önünde engel teşkil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, Kadın, Medya Endüstrisi, Ayrımcılık, Foto Muhabiri.

Received/Gönderim: 14.01.2024 – Accepted/Kabul: 09.04.2024

* Bağımsız Araştırmacı, E- mail: melsodemir1@gmail.com, ORCID: 0009-0001-3163-3068.

Women Photojournalists in the Context of Gender Inequality: Experiences and Problems

Melis ÖZDEMİR

Abstract

Today, women constitute half of the economic and social life. However, women's contribution to economic and social life is not directly proportional to their level of utilization of these opportunities. In the period when the distinction between public and private spheres started to become visible, women were found to be active in the media industry. Especially in this process, women are mostly active in the broadcasting departments of the media sector. Gender roles imposed on men and women play a major role in this. The distinction between women's work and men's work in the labor market, which emerged as a result of these roles, has led to gendered professions in the media sector where women and men are concentrated numerically. One of these professions is photojournalism. In this study, issues such as the discrimination faced by women photojournalists active in the media in the sector and in the field, the disadvantages and advantages of their numerical scarcity, and the effects of gender roles on their profession will be examined. In this context, in-depth interviews were conducted with 6 female photojournalists operating in the sector. The interviews were evaluated in the light of research and reports in the literature and the findings were categorized. As a result of the research, it was determined that women photojournalists are discriminated against in the media sector due to their gender. Especially discrimination against women and domestic responsibilities constitute an obstacle to the photojournalism profession.

Keywords: Gender, Women, Media Industry, Discrimination, Photojournalist

Giriş

Kadınlara yüklenen anne, eş ve ev hanımlığı gibi toplumsal roller, aile içi ev sorumluluğunun erkekten çok kadına dayatılmasına sebep olmaktadır. Bu durum kadının emek piyasasına katılamamasına, katılmak istediğinde ise cinsiyet ayrımcılığına uğramasına neden olmaktadır. Ev içi emeğinin karşılığını alamayan kadın, günümüzde gelişen çeşitli iş kollarında da hâlâ emeğinin karşılığını bulamamaktadır. Yetersiz iş güvenliği, elverişsiz alanlar ve koşullar kadınların iş yaşamını zorlaştıran ve iş piyasasına katılımını sınırlayan sebepler olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadınların iş hayatına katılımını etkileyen ve iş hayatında yaşamış olduğu bu zorluklar, medya sektörü başta olmak üzere çoğu sektörde kadına karşı cinsiyetçi bakış açısı ve cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan uygulamaların sonucudur.

Medya sektörü kadınları; eş, anne, ev kadını gibi geleneksel rollerin arkasına sığınarak belli mesleki alanlara sıkıştırmaktadır. Kadınlar sansasyon ve en çok izlenme gibi kadın bedeninin teşhir edilmesi şeklinde belli kalıplar içine sokulmaktadır. Medya alanında çalışan kadınlar ya ekran önünde ya da masa başında istihdam edilmektedir. Bu durum da kadının mesleğinde ilerlemesini ve farklı medya alanlarında faaliyet göstermesini engellemektedir. Bunun yanı sıra medya sektörü, cinsiyet ayrımcılığının yapıldığı alanların başında gelmektedir. Kadın çalışanlar aynı alanda erkeklerle ortak işi yapsalar dahi karşılaştıkları toplumsal cinsiyet yargılarını aşamamaktadır. Böylelikle medya sektörü, erkeklerin tekeline bırakılmış bir cinsiyetçi alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Foto muhabirlik de çalışma şartlarının zorluğu ve sayısal olarak erkek egemen bir alan olması nedeniyle, kadın çalışanların ayrımcılığa uğradığı bir meslek olarak görülmektedir. Özellikle bu mesleği yapmaları nedeniyle pek çok kadın foto muhabiri sektörde ve alanda cinsiyetçi ifadelerle karşılaşmaktadır. Ayrıca kadınlara yüklenen ev içi sorumluluklarla beraber, çalışma şartları oldukça ağır foto muhabirlik mesleğini bir arada yürütmek oldukça zorlayıcı olmaktadır. Ancak foto muhabiri kadınlar hem erkek egemen bir alanda çalışmalarına, hem de iki kat fazla sorumluluklarına rağmen mücadelelerini devam ettirmektedir.

Bu araştırma da, kadın foto muhabirlerin alanda ve sektörde toplumsal cinsiyet eşitsizliğine uğradıklarını iddia etmektedir. Bu eksen de çalışmanın temel sorunsalı kadın foto muhabirlerin deneyimlerinden yola çıkarak, bu alanda toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin devamlılığının varlığını saptamaktır. Dolayısıyla, kadın foto muhabirlerin kadın olmaları nedeniyle karşılarına çıkan engellerin neler olduğu tespit edilerek cinsiyet ayrımcılığa uğramalarının meslek edimleri ve tercihleri üzerindeki etkileri araştırılacak, varsa cinsiyet ayrımcılığının yarattığı sonuçlar analiz edilecek, foto muhabirlik mesleğinde kadın olmanın önündeki ön yargılar ve ayrımcılıkların nelerden kaynaklandığı ortaya konulacaktır. Çalışmanın en dikkat çeken tarafıysa, literatürde neredeyse hiç ele alınmayan foto muhabirlik mesleğinin sektörde ve alanda çalışan kadın foto muhabirlerin deneyimleri ışığında analizi gerçekleştirilecektir. Bunlar ışığında literatürde sıkça karşılaştığımız medya sektöründe çalışan kadınların sorunlarının yanı sıra, kadın foto muhabirlerin

de sektörde ve alanda uğradıkları toplumsal cinsiyet eşitsizliğine ayrı bir parantez açılacaktır.*

Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği ve Kadın Emeği

Toplum içinde yaşanan cinsiyet eşitsizliğini anlayabilmek için cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları arasında bulunan temel farkın ne olduğunu bilmek önemlidir. Literatürde yer alan pek çok araştırmaya göre, cinsiyet terimi kadın ve erkek olmanın biyolojik yönüne vurgu yaparken, toplumsal cinsiyet terimi ise kültürel bir perspektiften ele alınmaktadır. Ann Oakley'in de değindiği üzere, cinsiyet biyolojik bir terimken toplumsal cinsiyet kültürel ve psikolojik bir terimdir. Oakley, kadın ve erkek arasındaki cinsiyet ayrımlarının başlangıç noktasının biyolojik farklar olduğunu söylemektedir. Toplumsal cinsiyet kavramının açıklanmasında ise, basit bir şekilde cinsiyet kavramının referans olarak kullanılmasının yetersiz olacağını vurgulamıştır. Ona göre toplumsal cinsiyet kavramı karmaşık yapıdaki toplumsal ilişki ağı içerisinde açıklanabilmektedir. "Cinsiyet, erkek ve kadın arasındaki biyolojik farklılıklara atıfta bulunan bir kelimedir: cinsel organlardaki görünür farklılık, üreme işlevindeki ilgili farklılık. Toplumsal cinsiyet ise bir kültür meselesidir: 'eril' ve 'dişil' olarak yapılan sosyal sınıflandırmayı ifade eder. Bir yanda 'erkek' ve 'dişi', diğer yanda 'eril' ve 'dişil' arasındaki ayrım, cinsiyet farklılıkları hakkındaki tartışmaların çoğunu açıklığa kavuşturmayı mümkün kılar"

* Lisans eğitimim boyunca öğrendiklerimi paylaşmaya fırsat tanıyan bu çalışma, dayanışmayı hissettiğim ve aktardığım bir süreci temsil etmektedir. Bu araştırmanın başından sonuna pek çok aşamasında desteğini hissettiğim değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Çağrı Kaderoğlu Bulut'a teşekkür ederim. Ayrıca, bu çalışmayı sektörde ve alanda kadın oldukları için ayrımcılığa maruz kalan ve bununla mücadele etmek zorunda bırakılan tüm kadın foto muhabirlere adıyorum.

(Oakley, 1972: 16). Bu açıklamadan yola çıkarak toplumsal cinsiyetin, kültürel olarak kadını ve erkeği toplumsal kadına ve erkeğe dönüştüren bir terim olduğunu söyleyebiliriz. Toplumsal cinsiyet, hem eşitsiz, baskıcı ve ayrımcı bir toplumsal düzenin yansıması, hem de bu toplumsal düzeni oluşturan grupları kategorize eden bir kavramdır.

Nicole-Claude Mathieu'ya göre (2015: 83) toplumsal cinsiyet; ilk olarak toplumsal cinsiyetli iş bölümü ve üretim araçlarının toplumsal cinsiyetli bölünmesi, ikinci olarak üreme emeğinin toplumsal örgütlenişi olmak üzere iki temel alanda maddi olarak kendini göstermektedir. Bu noktada cinsiyete dayalı iş bölümü üzerinde durulması gereken önemli bir konudur. Cinsiyete bağlı iş bölümü cinsiyet rollerinin temel dayanağını oluşturmaktadır. Cinsiyet rolleri "kadın rolü" ve "erkek rolü" olmak üzere iki terim üzerinden incelenmektedir. Özel alan ve kamusal alan ayrımı bu toplumsal rolleri görünür kılan ve yeniden inşa eden kritik iki toplumsal alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal cinsiyet; kadın ve erkeği ekonomik bakımdan farklı konumlandırmakta, ücret eşitsizliğine tabi tutmakta, toplumsal alan içindeki hiyerarşinin ve bu alandaki eşitsizliğin temel dayanağını oluşturmaktadır.

Feminist sosyolog Charlotte Perkins Gilman, toplumun kamusal piyasa ekonomisi ve özel ev ekonomisi arasında anlaşılabilirliğini söylemektedir. Kamusal alan-özel alan ayrımlarını ev ve piyasa kavramları üzerinden açıklamaktadır. Ona göre ev, kadına zarar veren, eğitimsiz ve profesyonel olmayan emeğin, çoğu zaman düzenlenmemiş tüketimin alanıdır. Başka bir ifadeyle; kadınların emeğinin, erkeğin ekonomik iktidarına bağımlı olduğu emeğin alanıdır. Piyasa ise, erkeğin toplumsal cinsiyet iktidarının, evinin kumanyasını karşılaması için baskıcı bir ekonomik sorumluluk haline

geldiği alandır. Yani erkekçe eylemin alanıdır, kadınlar bu alanın kıyasındadır (akt. Ritzer ve Stepnisky, 2018: 319-320). Dolayısıyla, kadınların temel rolünün ev ve aile olduğu ön kabulüne dayanan cinsiyete dayalı iş bölümü profesyonel bir iş bölümünden çok, evin içinde ve dışında ayrıcalık ve ayrımcılık yapılarını yaratan baskıcı bir olgudur.

Kadın rol modelinin maruz kaldığı cinsiyete dayalı ayrımcılığın kaynağının cinsiyete bağlı iş bölümünün temeli olduğu görülebilmektedir. Cinsiyete dayalı iş bölümü toplumsal alanda cinsiyet ayrımcılığının korunmasının ve tekrardan inşa edilmesinin temel yapı taşı oluşturmaktadır. Atauz'un da değindiği gibi (1999: 4), toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü; aleni olarak erkekler ve kadınların birbirinden farklı vazifeleri kendi içlerinde basit biçimde bölündüğü düşüncesini savunuyor gibi dursa da, erkeklerin üstlenmiş oldukları görevler çoğunlukla "gerçek" insan vazifeleri olarak görülmekte; kadınlar, doğalarına bahşedildiği iddia edilen ve ayrımcılığın saklandığı "ikincil" vazifeleri üstlenmektedir. Böylece kadın ve erkek arasında bulunan tahakküm ilişkisinin gizlendiği görülmektedir.

1970'lerden itibaren yapılan toplumsal cinsiyet çalışmalarında üç önemli aşama kaydedilmiştir: Birinci aşamada, cinsiyet farklılıklarının, bireylerin biyolojik özelliklerinden kaynaklandığı konusunda görüş birliği vardır. İkinci aşamada öğrenilen cinsiyet rollerine ve toplumsallaşmaya vurgu yapılmaktadır. Bu araştırmanın ana konusunu oluşturan üçüncü aşamada ise, toplumsal cinsiyet olgusunun bütün sosyal sistemlerde merkezi bir rolünün olduğu fark edilmiştir. Böylelikle toplumsal cinsiyet kavramı; ücretli çalışma, aile, politika, gündelik yaşam, ekonomik kalkınma, hukuk, eğitim ve daha birçok sosyolojik alan analizlere dahil edilmiştir.

Emek Piyasasında Toplumsal Cinsiyet Temelli Sorunlar

Kadınlar tarihin her döneminde üretim ve yeniden üretim alanlarında yaşamın devamını sağlamıştır. Hatta erkeklerden aşağı kalmayıp onları aşan üretici ve yeniden üretici rolleriyle faaliyet göstermiştir. Özellikle sosyologlar, çalışan kadınların ev içinde, tarımda, sanayide ve hizmet işlerinde iş yapma biçimleriyle ve uğradıkları toplumsal cinsiyet eşitsizlikleriyle ilgilenmiştir. Ancak yakın zamanda araştırmacıların ilgisinin, kadınların ücret karşılığında çalışmasına yönelik olduğu anlaşılabilmektedir. Bunun esas nedeni ise kapitalist toplumlarda emeğin, kamusal alana katılımın ilk koşullarından biri haline gelmesidir. Kadınların ücret karşılığı emek piyasasına katılımı, kadınların toplumdaki yerini anlamak için önemli bir ipucu sunmaktadır. Toplumsal bir yapı haline gelen cinsel iş bölümü, en basit anlamıyla belirli iş tiplerinin belirli insan kategorilerine bölüştürülmesidir. Bir firmaya giren işçiye, kadınsa X işi, erkekse Y işi verilmektedir.

Kadınların tarih boyunca işgücüne katılım oranının hemen hemen her ülkede ve bölgede düşük olduğu görülmektedir. Örneğin 2022 yılında dünya genelinde erkeklerin işgücüne katılım oranı yüzde 72,3 iken, kadınlar için bu oran yüzde 47,4'tür. Fakat, bölgeler ve ülkeler arasında işgücüne katılım oranında ciddi farklılıklar olduğunu da söylemek mümkündür. ILO'nun (2023, s.30) 2022 verilerine göre gelişmiş ve AB üyesi ülkelerde işgücüne katılım oranı erkeklerde yüzde 68 iken, kadınlarda yüzde 54,6'dır. Kadınların işgücüne katılım oranının en yüksek olduğu bölge ise Sahra Altı Afrika'dır. Bu bölgede ortalama olarak erkeklerin işgücüne katılım oranı yüzde 72,9 iken kadınlar arasında bu oran, yüzde 62,2'dir. Veriler sonucunda Orta Doğu Bölgesi'nin ise işgücüne katılım oranları bakımından cinsiyet farkının en yüksek bölge olduğu

görülmektedir. Nitekim bölgede erkeklerin ortalama işgücüne katılım oranı yüzde 71,5, kadınların işgücüne katılım oranı yüzde 19,5'tir

Türkiye'de ise, TÜİK Ekim 2023 Hanehalkı İşgücü Araştırması Sonuçlarına göre, 2023 yılında kadınların işgücüne katılım oranı yüzde 35,7 iken, bu oran erkeklerde yüzde 70,8'dir. Her 100 kadından sadece 36'sının işgücüne katılıyor olması, Türkiye ekonomisi açısından oldukça dezavantajlı bir durumdur. Ancak bu sorun, kadınlar açısından bakıldığında daha da dezavantajlıdır. Çünkü erkeklere bu kadar yüksek bağımlılık, kadın erkek eşitliğinin önünde ciddi bir engel oluşturmaktadır.

Kadınların işgücü piyasasına katılımına dair mevcut durum, kadın işgücü talebi ve arzını belirleyen ekonomik, sosyal ve kültürel faktörlerin bileşiminin bir sonucudur. Özellikle işverenlerin kadın istihdam etme eğilimlerinin toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü ve bu iş bölümü üzerinden şekillenen cinsiyet rollerinden oldukça etkilendiği gözlemlenmektedir. Ayrıca kadınların işgücü piyasasına katılmalarını engelleyen diğer önemli faktör de kadınların işgüçlerini sunmasının önündeki engellerdir. Örneğin çoğu kadının evdeki bakım sorumlulukları, emek piyasasına çıkmalarını ve iş aramalarını engellemektedir. Bu durumda kamusal bakım hizmetlerinin yetersiz olması etkilidir. Kamunun bakım hizmetleri sunan kurumlarının olmaması, bakım hizmetlerini yerine getirecek ücretli birini çalıştırma veya bakımı özel kurumlardan satın almayı zorunlu kılabilmektedir. Ancak bakım hizmetleri çoğu düşük gelirli çalışan kadın için pahalıdır. Bu nedenle bakım hizmetlerine erişemeyeceğini düşünen pek çok kadın ya emek piyasasına katılamamakta ya da çocuk sahibi olduklarında emek piyasasını terk etmek zorunda kalmaktadır. TÜİK'in 2022 Toplumsal Cinsiyet İstatistiklerine göre (s.113), 2022 yılında ev

işleriyle meşgul olması nedeniyle işgücü piyasasına katılmayan kadın sayısı 9.982 iken, erkek sayısı 0'dır. Araştırma sonuçları 2015-2022 yılları arasındaki işgücüne dahil olma nedenlerini kapsamaktadır. Kadınların ev işleriyle meşgul olma nedeniyle işgücü piyasasına katılım oranı azalma göstermektedir, ancak bu oran erkekler için her yıl aynıdır. Hiçbir dönem erkekler ev işleri nedeniyle işgücü piyasasını terk etmek zorunda kalmamıştır.

Kadınların ücretli bir işte çalıştırılmamasının en büyük engellerinden biri, kadınlara yüklenen ev ve aile sorumluluklarının iş hayatındaki devamlılığı engelleyeceği düşüncesidir. Bu durum işverenlerin kadınlara yönelik istihdam eğilimlerini de önemli düzeyde etkilemektedir. İşverenerlere göre evli kadınlar, aile içi sorunları nedeniyle güvenilir ve gerçek işçiler değildir. Urhan'a (2022: 137) göre, işverenlerin bu iddiası iki nedene dayanmaktadır: Biricisi, kadınların işe devamsızlık oranları erkeklere göre yüksektir; ikincisi, kadınların işlerini terk etme ve çalışmaya ara verme olasılıkları erkeklere göre yüksektir. Dolayısıyla kadınlar işe alınırken veya hangi iş tanımlarına bağlı olarak çalışacağı belirlenirken bu varsayımlar üzerinden hareket edilmektedir. Ayrıca çalışan kadınların sahip olduğu yasal haklar sonucunda doğum izinleri ve kreş, bakımevi gibi mekanizmalarla desteklenme talebi işvereni olumsuz etkilemektedir. Bu yasalara uyma yükümlülüğü sonucunda işveren, üretim ilişkilerini riske attığı gerekçesiyle kadın çalıştırmak istememektedir.

Mesleklere sinen cinsiyetçi kimlikler, kadının özel alanda olduğu kadar kamusal alanda da erkek egemen zihniyet altında ötekileştirilmesine neden olmaktadır. Toplumsal cinsiyet temelli yapılan çalışmalar sonucunda ise işgücü piyasasında mesleklerin hem yatay hem de dikey olarak ayrıştığı

görülmektedir. Sektörel ayrışma veya mesleksi ayrışma olarak da ifade edilen yatay ayrışma, sektörlerdeki bazı işlerin kadın işi ve erkek işi olarak ayrımını temsil etmektedir. Meslekleri cinsiyet temelinde değerlendiren bu ayrım, erkek işlerinin kadın işlerinden daha değerli olduğuna vurgu yapmaktadır. Emek sektöründe, kültürel ön kabuller ve inançlar doğrultusunda kadınlar geleneksel olarak kendilerine düşen sorumlulukların uzantısı olan kadın işlerinde yoğunlaşmaktadır. Örneğin, tarım ve tekstil gibi hizmet işlerinde kadın çalışan sayısı erkeklere göre daha fazladır. Erkekler ise daha çok inşaat ve sanayi sektöründe istihdam edilmektedir. TÜİK'in 2023 İşgücü İstatistiklerine göre, inşaat sektöründe istihdam edilen erkek sayısı 1,933 iken, kadın sayısı sadece 95'tir. Aynı şekilde sanayi sektöründe 4,885 erkek çalışırken, bu sayı kadınlar için 1,717'dir.

	III. Çeyrek, 2023			Bir önceki çeyrek			Bir önceki çeyreğe göre fark		
	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
Toplam	31 724	21 346	10 378	31 600	21 313	10 287	124	33	91
Tarım	4 682	2 755	1 926	4 652	2 744	1 907	30	11	19
Sanayi	6 602	4 885	1 717	6 828	5 041	1 786	- 226	- 156	-69
İnşaat	2 027	1 933	95	1 985	1 881	104	42	52	- 9
Hizmet	18 413	11 773	6 640	18 135	11 646	6 489	278	127	151

Tablo 1: (TÜİK İş Gücü İstatistikleri Sektöre Göre İstihdam 2023)

Kadınlar ve erkekler sadece meslekler arası ayrıştırılmamaktadır, aynı zamanda iş yerinde bu defa dikey olarak ayrıştırılmaktadır. Bu, bir iş yerinde kadınların vasıf gerektirmeyen veya pek az gerektiren, dolayısıyla statüsü ve ücretleri düşük işlerde, erkeklerin de vasıflı ve statülü işlerde yığılmaları demektir (Ecevit, 2011: 30). Bu ayrışmayı, kadınların ve erkeklerin iş yeri

hierarchy içindeki konumları da belirlemektedir. Hierarchyde yukarı doğru çıkıldıkça yapılan işler daha değerli hale gelmektedir. Dikey ayrışma sonucunda, kadınlar genellikle yönetici ve karar verici pozisyonlara gelememektedir. Çoğu ülkede ve sektörde erkekler kadınlara göre daha kolay ve sık terfi edebilmektedir. Ancak kadınların mesleklere sinen toplumsal cinsiyet ayrımcılığı nedeniyle yükselmeleri ve terfi etmeleri engellenmektedir. Literatürde cam tavan olarak da bilinen bu kavram kadınların vasıflı ve statülü işlerde yüksek ücret karşılığı istihdam edilmesini engellemektedir. TÜİK, İstatistiklerle Kadın, 2022 Araştırması sonuçlarına göre; şirketlerde üst düzey ve orta kademe yönetici pozisyonundaki kadın oranı 2021 yılında yüzde 20,7'dir. Dışişleri Bakanlığı verilerine göre, kadın büyükelçi oranı 2022 yılında yüzde 27,2 iken, erkek büyükelçi oranı yüzde 72,8'dir. Rapordaki TBMM verilerine göre ise, 2022 yıl sonu itibarıyla 579 milletvekili içerisinde kadın milletvekili temsil oranının yüzde 17,3; erkek milletvekili temsil oranının ise 82,7 olduğu görünmektedir. Yükseköğretim istatistiklerine göre de yükseköğretimde görevli profesörler içinde kadın profesör oranı, 2021-2022 öğretim yılında yüzde 33,2; doçent kadrosunda görev yapan kadın oranı yüzde 40,2; öğretim görevlisi kadrosunda görev yapan kadın oranı ise yüzde 50,8 olarak raporda yerini almıştır. TÜİK verilerinden de anlaşılacağı üzere, yöneticiler ve profesyonel meslek gruplarının büyük bir çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır.

İşgücü piyasasına giren kadınların karşılaştığı ayrımcılık türlerinden bir diğeri de kadınların erkekler ile aynı eğitim düzeyi, tecrübe, mesleki yeterlilik ve kariyerde olmasına rağmen daha az ücret almasıdır. En eşitlikçi refah ülkelerinde dahi kadınlar cinsiyete dayalı ücret farklarına maruz

kalmaktadır. Örneğin İsveç'te aynı şartlarda ve statüde çalışan kadınlar erkeklerden yüzde 18 az ücret kazanmaktadır. Ecevit, kadınlara hak ettiklerinden daha az ücret ödenmesinin bazı durumlarda açığa çıktığını söylemektedir. Bunlardan ilki, kadınların erkeklerle aynı verimlilikte çalışmalarına rağmen düşük ücret almalarıdır. İş yerlerindeki bu uygulama doğrudan ayrımcılık olarak da tanımlanabilmektedir. Bu durum yasa dışı olmasına rağmen pek çok iş yerinde hala varlığını korumaktadır. İkinci olarak, kadınların emekleri ev hizmeti ve bakım gibi durumlarda çok düşük karşılık bulmaktadır. Çünkü bu işlerin kadınlar tarafından her zaman yapıldığı ve kadınların doğal bir uzantısı olan işler olarak görülmesi düşük ücret almalarına neden olmaktadır. Son olarak ise, kadınların yoğunlaştığı mesleklerde ücretler 'kadın işi'nin karşılığı olarak düşük ödenmektedir (Ecevit, 2011: 31). TÜİK ve ILO tarafından 2020 yılında yayımlanan Cinsiyete Dayalı Ücret Farkının Ölçümü raporunda 2018 yılında dünya genelinde kadınlar erkeklerden yüzde 20, OECD ülkelerinde ise yüzde 12,9 daha az ücret almaktadır. Rapora göre Türkiye'de cinsiyete dayalı ücret farkı yüzde 15,6 olarak tespit edilmiştir. Çocuğu olan ve olmayan kadınlar arasında ücret farkı yüzde 11; annelerin ücret düzeyi babalar ile kıyaslandığında ise ücret farkı, annelerin aleyhine yüzde 19 düzeyindedir.

İşgücü piyasasında gerekmediğinde kolayca saf dışı edilen esnek çalışma gibi işçi-işveren ayrımını belirsizleştiren ve işin görünürlüğünü değersizleştiren esnek üretim biçimi özellikle kadınları olumsuz etkilemiştir. Yapılan araştırmalara göre çoğu ülkede esnek çalışma biçimlerine uygun çalışanların oranını en çok kadınların oluşturduğu görülmektedir. Kadınların kabul ettiği esnek istihdam biçimlerinden en göze çarpanı ise kısmi zamanlı ve

evden çalışmadır. Çalışan kadınlar ev içi sorumluluklarını da aksatmamak için çoğu zaman kısmi çalışma koşullarını ve evden çalışmayı kabul etmektedir. TÜİK'in 2022 İstatistiklerle Kadın Araştırması sonuçlarına göre; yarı zamanlı çalışanların istihdam içindeki oranı 2021 yılında toplam yüzde 9,9 iken, kadınlarda bu oran yüzde 16,4, erkeklerde ise yüzde 7'dir. Aynı zamanda 2022 Toplumsal Cinsiyet İstatistiklerine göre, 2022 yılında 164 erkek evden çalışırken, bu oran kadınlar için 1063'tür. Esnek istihdam biçimlerinin yanı sıra kadın emeğini erkek emeğinden ayıran bir diğer çalışma biçimi de kayıt dışı çalışmanın kadınlar arasında yaygın olmasıdır. Çoğu kadın düzenli ve güvenceli iş bulamadığı taktirde kayıt dışı işleri kabul etmek zorunda kalmaktadır. Özellikle ev hizmetlileri ve çocuk bakıcıları kayıt dışı çalıştırılmaktadır. Aynı şekilde ev eksenli çalışan çoğu kadın kayıt dışıdır. Ancak kayıt dışı çalışan kadınlar hakkında çok az istatistiksel bilgiye ulaşabilmektedir.

Medya Endüstrisinde Kadın İstihdamı

Kadınların işgücü piyasasına katılması ve işgücü piyasasındaki payının artması 20. yüzyıldan itibaren yaygınlaşmıştır. Bunda kadının kamusal alandaki konumu, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve neoliberal politikalar gibi ekonomik ve toplumsal pek çok neden etkili olmuştur. Bu dönemlerde kadınların katılım sağladığı önemli piyasa alanlarından biri de medya endüstrisidir. Ancak medya endüstrisinde kadın istihdamı medyanın belli alanlarında artış göstermektedir. Bu nedenle yönetici istihdamı bakımından kadın ve erkek çalışanlar arasında büyük bir fark vardır. Bu yaşanan ayırım da medya temelinde toplumsal cinsiyet tartışmalarını beraberinde getirmiştir.

Kamu yayıncılığında özel sermayeli medya yatırımlarına geçişin yaşandığı son yirmi yıl içinde medya endüstrisinde kadın istihdamı için yeni fırsatlar doğmuştur. Medya endüstrisinde yaşanan bu istihdam kadın çalışanlar için avantaj yaratsa da, medya piyasası içinde kadın ve erkek arasındaki eşit olmayan çalışma şartlarının artmasına da neden olmuştur. Özel yayıncılık şirketlerinin çoğalmasıyla medya sektöründe çalışan kadın sayısının yükseldiği gözlemlenmiştir. Ancak, sektörde çalışan kadınlar genellikle orta düzeydeki pozisyonlarda faaliyet gösterirken yönetim kademesinde erkeklerin olduğu görülmektedir. Medya sektöründe yaşanan bu ayrımcılıkta ataerkil zihniyetin yanı sıra holdinglerin egemen yapısı da etkili olmuştur. Özelleşme sonucunda radyo ve televizyonların sahiplik yapısı ve kontrolünün el değiştirmesiyle, kitle iletişim araçlarının çok büyük bir kısmı özel sektörün, özellikle de belli başlı sermaye sahiplerinin tekeline girmiştir. Dolayısıyla, sermaye sahibi büyük holdinglerin medyaya yatırım yapması ve basın, yayın ve reklamcılık gibi farklı medya sektörlerinin birkaç büyük grubun elinde toplanması medya endüstrisinde yaşanan eşitsizliği de beraberinde getirmiştir. Medya sektöründe yaşanan bu yoğunlaşma, sektörde istihdamı daraltmıştır ve kadın medya çalışanlarını olumsuz etkilemiştir. “1990’larda yatay ve dikey tekellerin¹ büyümesiyle, kadın çalışanların iş değiştirmeleri ya da aynı kurum içinde başka bir yere transfer olmaları güçleşmiş, medyada her geçen gün ortaya çıkan popüler kişilerin çeşitli pozisyonlar arasında yer değiştirmeleri kolaylaşmış iken, daha alt kademelerde çalışan kadınların pozisyon

¹ Yatay tekelleşme aynı türdeki medya şirketlerinin sadece bir alanda genişlemesini ifade etmektedir. Aynı veya benzer türdeki birden fazla medya şirketi aynı sahiplikte toplanmaktadır. Dikey tekelleşme ise, medya sektöründe basım ve dağıtım gibi farklı etkinlik dallarının tek bir yapı içinde bütünleşmesidir.

değiştirmeleri zorlaşmıştır” (KSGM, 2008: 11). Medya endüstrisinde “Cam Tavan” olarak da adlandırılan bu ayrımcılık türü, kadınların meslekte yükselememesini ve alt kademelerde yığılmasını ifade etmektedir. Günümüzde medya sektöründe kadın yönetici sayısı geçmiş yıllara oranla daha fazla olsa dahi, kadın yönetici sayısı erkeklere göre hâlâ oldukça azdır.

	Gazete Newspapers		Dergi Magazines	
	Erkek Male	Kadın Female	Erkek Male	Kadın Female
Toplam-Total	7 606	3 617	8 942	6 788
Genel yayın müdürü-Editor in chief	472	111	658	210
Genel yayın yönetmeni-Executive chief	349	64	621	271
Genel yayın koordinatörü-Chief coordinators	97	28	357	182
Genel müdür/müessesese müdürü/idare müdürü General director/institutional managers/administrative managers	127	31	192	68
Sorumlu yazı işleri müdürü-Responsible editorial department chief	735	296	617	304
Yazı işleri müdürü-Editorial department chief	482	194	360	214
Yayın yönetmeni-Editorial director	60	27	263	389
Sayfa editörü-Page editors	1 105	723	992	991
Yazı işleri müdür yardımcısı-Co-editor	24	12	160	118
Redaktör-Redactors	39	27	428	657
İstihbarat ve haber bölüm şefi-Chiefs of intelligence and news	38	16	17	18
Haber müdürü-News manager	149	57	64	67
Başyazar/yazar-Editorial writers/writers	561	278	1 308	848
Muhabir/foto muhabiri-News reporters/photojournalist	2 308	1 226	288	175
Karikatürist-Caricaturists	10	2	24	24
Ressam/grafiker-Painters/graphic artists	129	85	493	448
Düzeltilen-Revisers	41	18	479	398
Bölge/il temsilcisi-Representatives of regions/provinces	186	32	75	17
Diğer-Others	694	390	1 546	1 389

Tablo 2: (TÜİK Gazetelerin/Dergilerin Yayın Bölümünde Çalışan Personelin Kadrolarına ve Cinsiyete Göre Dağılımı, 2021.)

TÜİK'in 2021 yılı Yazılı Medya İstatistiklerine göre, gazete ve dergilerde çalışanların yüzde 40'ını kadınlar oluşturmaktadır. Sayfa editörü, ressam, grafiker, düzeltmen ve yazı işleri müdür yardımcılığı gibi mesleklerde görev yapan kadın sayısı bu mesleklerde çalışan erkek sayısına yakındır. İstatistik sonuçlarında; genel yayın müdürü, yazı işleri müdürü ve haber müdürü gibi yöneticilik gerektiren mesleklerde çalışan kadın sayısı erkek sayısına kıyasla çok daha azdır. Ayrıca, muhabirlik ve foto muhabirlik gibi

alandaki çalışmayı ve ağır ekipmanlar taşımayı zorunlu kılan mesleklerde de kadın çalışan sayısı, bu görevlerde yer alan erkek sayısına hayli uzaktır. "Bu sektörde çalışan kadınlar çoğunlukla ya haberin mutfağında ya da vitrininde yer alıyor. Yazılı basında istihdam edilen kadınların çoğu haber muhabiri, magazin yazarı ve kadın sayfası yazarı olarak kurumsal hiyerarşinin daha alt kademelerinde yoğunlaşmaktadır" (TGC, 2016: 44). Anlaşılacağı üzere kadınlar yazılı medyanın basın ve dağıtım bölümlerine kıyasla, yayın bölümlerinde çalıştırılmaktadır ve yayım bölümlerinde çalışan kadın sayısı, erkek sayısına yakındır.

Timisi bu durumu, iletişim endüstrisindeki ataerkil ideolojinin yanı sıra medya endüstrisinin ilgi çekicilik ve sansasyon kaygıları doğrultusunda kadın bedenini kullanmasıyla açıklamaktadır. İletişim sektörü kadını iki kalıp yargı içinde kullanmaktadır. Birincisi ataerkil yapı içinde kadının anne, eş, ev kadını gibi geleneksel roller içine alınması, ikincisi ise ilgi çekicilik, en çok izlenme ve sansasyon kaygılarına boyun eğmiş şekliyle kadın bedeninin teşhir edilmesi (Timisi'den aktaran Tekvar, 2016: 435). Özellikle yazılı medyanın yanı sıra radyo ve televizyon kanallarında kadın sayısının fazla olması medya sektöründe kadın bedeni ve sesinin bir sansasyon aracı olarak kullanıldığını kanıtlamaktadır. Çünkü kadınlar çoğunlukla yönetici pozisyonunun aksine, göze ve kulağa hitap eden alanlarda istihdam edilmektedir. Kamera önünde ve radyo programlarında kadın sunucuların ön planda olması, medya endüstrisinin cinsiyetçi bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

Medya sektöründe kadın çalışanların istihdam oranının az olmasının bir diğer önemli nedeni ise, alanın zor çalışma şartlarıdır. Medya endüstrisinin uzun ve yorucu çalışma saatleri ve ağır çalışma koşulları nedeniyle bu alan

kadınlar için uygun görülmemektedir. Çünkü, bu mesleki faaliyetlere sahip işgücü kolları, erkek işi olarak nitelendirilmektedir. Bu nedenle kadınlar editörlük gibi masa başı ve spikerlik gibi ekran önü işlerde daha çok tercih edilirken, savaş ve çatışma alanlarındaki foto muhabirlik ve kameramanlık gibi işlerde daha az tercih edilmektedir.

Ayrıca medya endüstrisinde evli ve çocuklu olan kadın çalışanlar, ağır çalışma şartları nedeniyle kariyerlerinde de yükselmemektedir. Çünkü çalışan kadınlardan, meslek hayatlarındaki iş yükümlülüklerinin en iyi şekilde üstesinden gelme beklentisinin yanı sıra, özel alandaki eş ve anne sorumluluklarını da tam olarak yapmaları beklendiği araştırmalar sonucunda kanıtlanmıştır. “Bu mesleğin çalışma saatlerinin belirsiz ve uzun olması, seyahat gerektirmesi ve çalışma şartlarının zorluğu da kadın çalışanlar için olumsuzluk teşkil etmektedir. Yoğun çalışma saatlerinden dolayı kadının ailesine ve evine gerekli vakti ve özeni ayıramayacağı düşünülmüştür” (Yazıcı’dan akt. Kuyucu, 2013: 42). Sonuç olarak, medya sektöründe çalışan kadınların zor çalışma şartları nedeniyle özel ve kamusal alandaki sorumluluklarını bir arada devam ettirmesi oldukça zordur. Dolayısıyla pek çok kadın evlendikten ve çocuk sahibi olduktan sonra mesleklerine ara vermektedir. Bu durumun medya alanında çalışan kadınların üst kademelere gelmelerini engellediği görülmektedir.

Medya alanındaki cinsiyet ayrımcılığının en önemli sonuçlarından bir diğeri de kadına yönelik taciz ve şiddetin medya sektöründe çarpıcı biçimde yaşanmasıdır. Kadınların bedeninin sansasyon amacıyla teşhir edilmesine yönelik yaklaşım, işe alımlarda kadınların eğitimlerine veya deneyimlerine göre değil, dış görünüşlerine göre değerlendirilmesine neden olmaktadır. Bu

sebeple pek çok kadın medya çalışanı ya işe alım esnasında ya da çalıştığı süre boyunca tacize uğradığını söylemektedir. Özellikle medyadaki kadın çalışanların, erkek meslektaşları tarafından sözel olarak mobbinge uğradıkları araştırmalar sonucunda kanıtlanmıştır. Kadınların başarılı oldukları işlerde dahi taktir görmek yerine küçümsendiği anlaşılmaktadır.

Medya sektörü güvencesizliğin ve esnek çalışmanın yoğun olarak yaşandığı sektörler arasındadır. Bu durum tüm medya çalışanları için zorlayıcı olmaktadır. Ancak ev içi sorumlulukları nedeniyle kadın çalışanları daha fazla zorlamaktadır. “Toplumda kadınların esas işinin ev işleri ve annelik olması, ancak erkek aile ferdi işgücü dışında kaldığında işgücü piyasasına dahil olacak bir ‘yedek işgücü’ konumunda olmasıdır. Buna yol açan düşünce ise, ‘aileye eklemek getirenin erkekler olduğu, kadınların yalnızca ek gelir sağlayanlar oldukları miti’dir (Witchterich’ten akt. Elike ve Demir, 2017: 125). Kadınların “asıl işgücü” olmadığına dayanan yaklaşım medya sektöründe işverenlerin de işe alma politikalarını etkilemektedir. Kadın çalışanların bir gün evlenmeleri veya çocuk yapmaları durumunda işi bırakacaklarına yönelik ön yargı, işverenlerin güvencesiz ve esnek çalıştırmada kadınları erkeklere göre daha fazla tercih etmelerine neden olabilmektedir. Bu nedenle medya sektöründe kadınlar vazgeçilmesi kolay ve piyasa dışına atılma olasılığı yüksek çalışanlardır.

Kadınların medya çalışanı olarak bu denli azınlıkta ve ikincil konumda olmaları, doğrudan kadın çalışanların ücretlerini de etkilemektedir. Kadınların değersiz çalışanlar olarak görülmesi emeklerinin de ucuza satılmasına neden olmaktadır. Pek çok medya çalışanı kadın ve erkek meslektaşlarıyla aynı işi yapmasına rağmen daha az ücrete tabi tutulmaktadır. “Gazeteci kadınlar

meslek hayatlarında; erkeklere göre daha fazla emek ve yetenek sergileme zorunluluğu, buna rağmen bazı çıtaların aşılammaması (...), eşit görev karşılığı meslektaşlarından çok daha düşük ücret almaları gibi tutum ve engellerle karşılaşmaktadır. Bunun nedeni de en başta erkek meslektaşlarının onları gazeteci kadın değil, kadın-gazeteci olarak görüyor olmalarıdır” (Tekvar, 2016: 438). Kadın çalışanların verdikleri emeğin, “kolay iş” ya da “rutin iş” gibi söylemler üzerine kurulması, medya sektöründe ücret eşitsizliğinin temel sebeplerinden biri haline gelmiştir. Ayrıca kadınların, evlendikleri ve çocuk sahibi oldukları durumda işi bırakacaklarına dair ön yargı, işverenlerin kadınlara düşük ücret vermesine neden olabilmektedir.

Kadın Foto Muhabirler Üzerine Bir Araştırma

Dünyada ve Türkiye’de Kadın Foto Muhabirleri: Veriler

Geçmiş yıllarda; World Press Photo Foundation, Stirling Üniversitesi ve Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü’nün ortak çalışmasıyla, dijital çağda fotoğraf çekerek geçimini sağlayanların durumu ortaya koymak amacıyla 2015 ve 2018 yılları arasını kapsayan Haber Fotoğrafçılığının Durumu başlıklı bir rapor yayımlanmıştır. Oxford Üniversitesi’nin Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü’nden World Press Photo katılımcıları arasında 2015 yılında başlatılan çevrimiçi anketin sonuçlarının yayımlandığı rapora göre, katılımcıların yüzde 80’inden fazlası erkek iken, yalnızca yüzde 15’i kadındır. 2017’de yapılan ankete katılan kadınların yaklaşık yüzde 72’si foto muhabiri olarak yaptıkları işlerde ayrımcılığa uğradıklarını dile getirirken, 2018’deki ankette katılımcı kadınların yaklaşık yüzde 68’i meslekleri nedeniyle ayrımcılığa uğradıklarını vurgulamıştır. Bu oran 1 yıl içinde azalmış olsa dahi kadın foto muhabirlerin

meslekleri nedeniyle ayrımcılığa uğradıkları yönünde saptanan veri yüksektir. Yaşanan bu ayrımcılığın (yüzde 61) cinsiyet temelli gerçekleştiği de raporda ortaya konmaktadır.

Foto muhabirlik mesleği dünya genelinde sayısal olarak erkek egemen bir çalışma alanı olması nedeniyle cinsiyet dengesizliğinin yaşandığı meslekler arasındadır. Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün yayımladığı rapora göre kadın foto muhabiri sayısının, erkek foto muhabiri sayısına kıyasla ne kadar az olduğunu anlamak mümkündür. Ancak, dünyada toplam foto muhabiri sayısının cinsiyet ayrımına göre sayısal oranına ulaşmak mümkün değildir. Çünkü buna dair yayımlanmış herhangi bir rapor ve araştırma bulunmamaktadır. Ayrıca, çoğu istatistik kurumunun sonuçlarına göre veriler, muhabir ve foto muhabiri ayrımı yapılmadan değerlendirilmiştir.

TÜİK'in Yazılı Medya İstatistiklere göre, 2021 yılında Türkiye'de gazete ve dergide çalışan 2596 erkek; 1401 kadın muhabiri ve foto muhabiri bulunmaktadır. Ancak bunların kaçının muhabir, kaçının ise foto muhabiri olduğu araştırma sonuçlarında belirtilmemiştir.² Bu nedenle Türkiye'de kaç kadın ve kaç erkek foto muhabiri olduğunu kesin sayısal rakamlarla saptamak imkansızlaşmaktadır.³ Fakat, alan araştırması esnasında görüşülen kişilerden

² Muhabir, gazete ve haber ajanslarında haberi yazan ve bildiren kimsedir. Foto muhabiri ise haber değeri olabilecek olay, durum ve kişilerin fotoğrafını çekip, gerektiğinde haberi yazan ve gerekli yerlere bildiren kimse olarak bilinmektedir. Bu nedenle muhabir ve foto muhabiri farklı meslek tanımı altında ele alınmaktadır.

³ Bu doğrultuda şu belirtilmelidir ki, Türkiye'de medya endüstrisi üzerine çalışma yapmak oldukça zordur. Bunun iki nedeni vardır; İlk olarak medyada kayıt dışı çalışma oldukça yaygındır. Dolayısıyla medya alanında sağlıklı veriye ulaşmak sıkıntılıdır. İkinci ve tuhaf olanı ise, kayıtlı medya çalışanlarına dair verilere ulaşmanın da zor ve sıkıntılı olmasıdır. Medya sektörünün bu durumunu TSK'ya benzeten Mustafa Sönmez, tıpkı silahlı kuvvetler gibi medyanın da verilerine (karlılık, çalışma ilişkilerine dair kayıtlar vs.) ulaşmanın mümkünsüzlüğü ve durumun karanlıklığına dikkat çeker (akt. Kaderoğlu, 2017: 215). Sonuç olarak, bu çalışmada da kayıtlı ve

edinilen bilgiler ve gözlemler doğrultusunda yaklaşık 30 Türk kadın foto muhabiri olduğu tahmin edilmektedir.⁴ Çünkü Anadolu Ajansı (AA), Agence France-Presse (AFP), European Pressphoto Agency (EPA), Associated Press (AP) ve Reuters gibi uluslararası haber ajanslarının fotoğraf birimleri bulunmakta ve bu ajanslarda faaliyet gösteren medya çalışanları sadece foto muhabiri adı altında istihdam edilmektedir. Bu ajansların kiminde hiç Türk kadın foto muhabiri istihdam edilmezken, kiminde en fazla 2 ila 10 Türk kadın foto muhabiri istihdam edilmektedir. Bunun dışında Türkiye’de faaliyet gösteren İhlas Haber Ajansı (İHA), Demirören Haber Ajansı (DHA), Milliyet Gazetesi, Hürriyet Gazetesi ve Sabah Gazetesi gibi gazetelerdeki ve ajanslardaki muhabirler, çalıştıkları kurumun hem muhabirlik hem de foto muhabirlik alanlarını ortak yürütmektedir. Bu kurumlarda foto muhabiri mesleğinde baskın olan çalışanlar ise erkektir. Dolayısıyla araştırmada foto muhabirlik meslek tanımına uyan ve sadece foto muhabiri olarak istihdam edilen medya çalışanları tahmin yürütülen verilere dahil edilmiştir. Foto muhabirlik mesleğinde en çok tercih edilen serbest ve freelance çalışma biçimlerinde faaliyet gösteren foto muhabirlerin verilerine ise alan araştırması sonucu ulaşılamamıştır.⁵ Ancak yapılan araştırmalar sonucunda serbest ve

kayıt dışı foto muhabiri verileri kesin olarak paylaşılammıştır. Araştırmaya, görüşmecilerden edinilen bilgiler ve saha gözlemleri doğrultusunda tahmini veriler dahil edilmiştir.

⁴ Görüşmecilerden edinilen bilgiler ve saha gözlemleri sonucunda yaklaşık 70 ila 80 Türk erkek foto muhabiri olduğu tahmin edilmektedir. Bu doğrultuda foto muhabirlik meslek alanında istihdam edilen kadın sayısı yüzde 20 civarında iken, erkek sayısı yüzde 80 civarındadır.

⁵ Teknolojik, ekonomik ve kültürel gelişmeler sonucu meydana gelen yeni gazetecilik türlerinden freelance ve serbest çalışma, foto muhabirlik mesleğinde en çok tercih edilen çalışma biçimlerinden ikisidir. Freelance gazetecilik, herhangi bir medya kuruluşunda istihdam edilmeyen bağımsız gazetecilerin mesleki faaliyet alanıdır. Serbest gazetecilik ise, herhangi bir medya kuruluşuna sözleşme ile bağlı olmadan birden çok işveren için üretim yapan gazetecilerin mesleki faaliyet alanı olarak bilinmektedir. Türkiye’de foto muhabirlik mesleğinin istihdam alanının dar olması ve bağımsız çalışma isteği gibi nedenlerden dolayı pek çok foto muhabiri bu mesleki faaliyet

freelance çalışan Türk kadın foto muhabiri olmadığı tahmin edilmektedir. Ayrıca foto muhabirlik meslek tanımına uymayan fotoğrafçılık mesleğinde istihdam edilen kadınlar da araştırma verileri dışında tutulmuştur.

Araştırma kapsamında, sektördeki farklı haber ajanslarında çalışan kadın foto muhabirlerle yapılan derinlemesine görüşmelerde yukarıdaki verilerle benzer sonuçlar elde edilmiştir. Görüşme yapılan kadın foto muhabirlerin paylaştıkları bilgilere göre, kadınların foto muhabirliği mesleğini erkek egemen bir alan olması nedeniyle bilmedikleri, bu nedenle alanda kadın foto muhabiri sayısının oldukça az olduğu tespit edilmiştir. Sayısal olarak erkeklerin egemen olduğu foto muhabirliği mesleğinde faaliyet gösteren kadınların, neden bu mesleği tercih ettikleri de merak edilen konular arasındadır.

Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Bu araştırma nitel araştırma desenine yaslanmaktadır. Bu kapsamda vaka analizi yöntemi uygulanmış ve çalışmanın verileri derinlemesine görüşmeler ekseninde incelenmiştir. Araştırma ışığında ulaşılan bulgular; derinlemesine görüşme, katılımlı gözlem ve sistematik olmayan veri toplama teknikleriyle toplanmıştır.

Görüşmeci havuzu Türkiye’de faaliyet gösteren uluslararası 2 haber ajansında aktif çalışan toplam 6 kadın foto muhabirinden oluşmaktadır. Her bir görüşme ortalama 1 saat sürmüştür ve önceden hazırlanmış bir görüşme formu aracılığıyla yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat tekniğiyle uygulanmıştır.

alanlarına yönelmektedir. Dolayısıyla günümüzde, freelance ve serbest çalışan foto muhabiri sayısı gün geçtikçe artmaktadır.

Görüşmecilerin görüşleri birebir aktarılmış, ancak görüşmecilerin isteği doğrultusunda isimleri ve çalıştıkları kurumlar araştırmada belirtilmemiştir. Bunun yerine katılımcı isimleri değiştirilerek; Sena, Gizem, Zeynep, Merve, Beyza ve Dilan gibi geçici isimler kullanılmıştır.

Görüşmeciler, Ankara ve İstanbul merkezli haber ajanslarında aktif foto muhabiri olarak çalışmaktadır. Bu mesleği en uzun yapan görüşmeci 9 yıldır, en kısa yapan görüşmeci ise 2 yıldır yapmaktadır. Yaşa göre dağılımlarına bakıldığında, 20-40 yaş aralığında oldukları bilinmektedir. Foto muhabirlerden beşi üniversite, biri ise lise mezunudur. Medeni durumlarına bakıldığında da üç foto muhabiri bekar iken, üç foto muhabiri evlidir. Görüşmecilerden hiçbirinin çocuğu yoktur.

Görüşme formunda araştırmanın kapsamı itibariyle temel olarak kadın foto muhabirlerin sektörde ve alandaki deneyimleri, çalışma koşulları ve ayrımcılığa uğrayıp uğramadıklarına yönelik sorulara yer verilmiştir. Görüşmenin seyrine göre bazı sorularda kimi farklılıklara gidilmiştir. Bu nedenle görüşme formu, görüşmenin seyrine göre yer yer değişime uğrayan bir hatırlatıcı görevi görmüştür. Görüşmelerde, görüşmecilerin izni dahilinde ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Bazı durumlarda görüşmecilerle 'off the record' sohbetler de yapılmıştır. Bu sohbetler sahadan toplanan veriler arasında özel bir yere sahiptir. Görüşmelere dair ses kayıtlarının deşifresi ise kırk sayfalık bir hacme karşılık gelmektedir.

Çalışmanın saha kısmı yaklaşık 2 ay sürmüştür. Katılımcıların bir kısmıyla kafelerde ve çalıştığı kurumlarda yüz yüze görüşülmüştür. Bu süre içinde görüşmecilerin yoğunluğu nedeniyle görüşmelerin bir kısmı ilk seferde sözleşilen saat ve yerde gerçekleşmemiştir. Görüşmecilerin bir kısmıyla ise

yoğun olmaları sonucu yüz yüze görüşme yapılamamış, bunun yerine online görüşme tercih edilmiştir.

Araştırmada görüşme dışında başvuru alan bir başka veri toplama yöntemi sistematik olmayan gözlemler olmuştur. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde geçen 4 yıllık eğitim süresince gazetecilerle kimi tesadüfi kimi kişisel ilişkiler sonucunda yapılan sohbetler ve gözlemler, araştırmacıya kaynaklık eden bir başka yöntem haline dönüşmüştür. Ayrıca, eğitim döneminde medya endüstrisinin durumunu araştırma fırsatı da konu hakkında birikim yapmaya olanak tanımıştır.

Bulgular

John Berger, nadiren de olsa görüntünün bir şeyler anlatmak için kendi kendine yettiğini söyler. Sosyoloji ve fotoğrafın paralellliğini tanımlarken ise, "toplumun çözümlenmesi, tipolojilerin oluşturulması, karakteristiklerinin ortaya çıkarılması ve görsel veri halini getirilmesi" gibi kavramların üzerinde durmaktadır (Mohr ve Berger, 2007: 90). Aslında fotoğrafın bu anlatım gücü, foto muhabirlik mesleğinin de tercih edilme nedenlerinin başında gelmektedir. Görüşmeciler, foto muhabirlik mesleğinin insanların hikayelerini anlatabilmek için çok önemli bir alan olduğunu vurgulamaktadır:

Bu mesleği seçmekteki amacım sesini duyurmak isteyen insanların sesi olmaktır. Yaptığımız işin ne kadar güçlü olduğunu ve neleri değiştirebildiğini biliyorum. Bazen bir fotoğrafla sayfalarca anlatamayacağın şeyi anlatabiliyorsun. Bunun farkındayım ve bu farkındalığım yüklediği, faydalı işler yapmaya yönelik bir bilince sahibim.

(Sena)

Yazarak bir şeyin bu kadar etkili olabileceğini düşünmediğim için bu mesleği yapıyorum. Yazarak çok etkili bir haberi de aktarabilirsiniz, ama fotoğraf sayesinde tek bir kare ile bir sürü şeyi anlatabiliyorsunuz. Galiba o anlatım dilini herkes kişisel tercihlerine göre seçiyor, ben de anlatım dilimi fotoğraf olarak tercih ettim. (Beyza)

Foto muhabirlik mesleğinin adrenali yüksek ve hareketli bir meslek olması nedeniyle tercih edilmesi de başka görüşmeciler tarafından şöyle açıklanmaktadır:

Haber fotoğrafçılığında biraz daha adrenalini yüksek olur. Öğrenciyken gittiğim bir törende o anı kaçırmama duygusu beni çok diri tuttu ve bu mesleği yapacağıma o an orada karar vermiştim. (Gizem)

İşimizin monoton olmaması, oldukça dinamik olması ve bize hayatın her alanından deneyim sunması, bizi o farklı alanlardaki insanlarla tanıştırmayı beni cezbediyor. (Merve)

Haber ve olay benim ilgimi çeken şey. Benim için damat bey yakarız düzeltir misiniz demek yerine, haber çekmek ve anı yakalamak çok daha keyifli. Ayrıca bir fotoğrafın altında ismini gördüğünde ki his çok güzel. (Zeynep)

Lawless ve Fox, "Geleneksel olarak cinsiyetçi profesyonel ortamlarda bulunmak, birçok kadın adayın eşit rekabet edebilmek için erkeklerden daha nitelikli olmaları gerektiği sonucuna varmalarına yol açar" demektedir. Araştırmaları siyasi makamlara aday olan kadınları tartışıyor olsa da bu yaklaşım foto muhabirlik mesleği için de geçerli olabilmektedir. Eğer alan erkeklerle doluyorsa, kadınlar sayısal olarak az olmanın hissettirdikleriyle

mesleklerinde başarısız olduğunu düşünebilmektedir. Bu alanda çalışan kadınların çoğu, erkek meslektaşlarından daha nitelikli olmaları gerektiğini hissedebilmektedir ya da işe alındıkları pozisyon için yeterince iyi olup olmadıklarını sorgulayabilmektedir (Lawless ve Fox'tan aktaran Briscoe, 2014: 18). Araştırma sonucunda da bu çalışmayla benzer sonuçlar elde edilmiştir. Kadın foto muhabiri olmanın zoru başarmak olduğunu söyleyen görüşmeciler, bu zorlukta sektörde ve alanda eril iktidarla mücadele etmek zorunda kalmalarının payı olduğunu vurgulamaktadır. Katılımcılar, erkek egemen bir alanda mesleklerini yapabilmek ve meslekleriyle tanınabilmek için kendilerini erkeklere kıyasla daha fazla kanıtlamak zorunda kaldıklarını dile getirmektedir. Meslekte cinsiyet fark etmeksizin fiziken ve ruhen güçlü olmak gerektiğini vurgulayan görüşmeciler, bu meslekteki kadınların eril zihniyetle baş edebilmek için daha fazla emek sarf etmek zorunda kaldıklarının da altını çizmektedir:

Öncelikle erkek bir foto muhabiri olmak için ne gibi şartlar gerekiyorsa onların hepsine mümkünse daha iyisine, sonra da karşı cins meslektaşlarınızdan daha sağlam bir sinir sistemine ve mücadeleye azmine sahip olmanız gerekiyor. Maalesef her meslekte olduğu gibi bu meslekte de bir kadının kendini kabul ettirebilmesi ve görünür hale gelebilmesi için hep daha fazla çalışması ve hep daha fazla mücadele etmesi gerekiyor.
(Dilan)

Her sektörde erkek egemen. Kadın foto muhabirleri olarak, tüm erkek meslektaşlarımıza kıyasla şöyle bir psikolojide oluyoruz; daha çok çalışmam gerek. Çünkü bize bazı şeyler altın tepsiyle sunulmuyor. Ben de böyle hissediyor olabilirim, bilmiyorum. Benim kendimi daha çok ispat

*etmem lazım, ki çoğundan daha fazla vakit ayırdığımı biliyorum.
(Gizem)*

Bu mesleği yaparken sahip olmamız gereken mesleki özelliklerimiz var; zorlu koşullarda çalışmaya ayak uydurmak ve ağır ekipmanlar taşımak gibi. Ben bazen ekipman taşıma konusunda bu kadın neden burada çalışıyor acaba dediklerini hissedebiliyorum. Belki bir erkek foto muhabiri taşıdığı ekipmanlardan şikayetçi olurken bir sorun yok, ama bir kadın foto muhabiri bunun hakkında bir şikayette bulunursa sanki sorun olacakmış düşüncesinde oluyorum. (Beyza)

Kadınlara ve erkeklere toplumsal yapı içinde atfedilen ana roller, kamusal alan içindeki mesleklerde de tezahür edebilmektedir. Bu sebeple pek çok meslek grubunda kadın işi ve erkek işi ayrımını görebilmek mümkündür. Ağır ekipmanlar taşımak, zor çalışma saatleri ve savaş-çatışma alanlarında çalışma gibi mesleğe özgü faaliyetler nedeniyle foto muhabirlik, çoğunlukla erkeklerin yapabileceği bir meslek olarak ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla bu meslekte istihdam edilen kadınlar sektörde ve alanda cinsiyet eşitsizliğine maruz kalmaktadır. Bu durum kadınların foto muhabirlik mesleğine yönelmelerini de engelleyebilmektedir:

Yağmur yağan bir günde fotoğraf çekmek için bir maça gitmiştim. Bir erkek meslektaşım bana; niye seni gönderdiler erkek yok muydu, yazık sana, bu iş kadınlara göre değil demişti. Bazı haberlerde sen ver makineyi ben çekeyim diyen bile oluyor. Kadın olarak bizden beklentilerinin düşük olduğunu gördüm. Yaptığım küçük başarılı işte bile fazla alkış kopmasının sebebi bu. (Sena)

Havanın çok soğuk olduğu bir gün futbol maçına gitmiştim. O gün orada bir erkek foto muhabiri bana; ya bu soğukta geliyorsun, bu maçı çekiyorsun yazık ediyorsun kendine demişti. Sanki o benden daha az üşüyor. Kadın her zaman daha çok korunması ve evde olması gereken, soğuk hava şartlarında dışarıda işi ne olan şeklinde muamele görüyor.
(Gizem)

Geçen sene bir haberde birlikte çalışmak zorunda kaldığım biri, beni ne kadar ciddiye almadığını göstermek için sen 70-200 objektifle şuradan çekersin dedi. Bana hangi objektifle nereden çekmem gerektiğini söyleyemez. Erkekler bu meslekte ne kadar zorlanıyorsa, kadınlar da o kadar zorlanıyor. Hatta bu mesleğe başladığım ilk zamanlar bir meslektaşımın bırakın kızcağız da çeksin dediğini bile hatırlıyorum.
(Beyza)

Sektörel ayrımcılık da kadınların foto muhabirlik mesleğini tercih etmesinin önünde engel teşkil eden önemli sebeplerden bir başkasıdır. İlk olarak Türkiye’de medya sektörünün küçülme yönündeki adımları, pek çok ajansın ve gazetenin fotoğraf birimini kapatmasına neden olmuştur.⁶ Bu nedenle, fotoğraf birimi kapatılan çoğu medya kurumunda çalışan muhabirler haberin hem yazı hem fotoğraf hem de video kısmından sorumlu kimseler haline gelmiştir. Ancak AA, Reuters, AFP, AP, EPA gibi haber fotoğrafından sorumlu ajanslar, foto muhabirlere istihdam alanı sağlayan kurumlardır.

⁶ Ekonomik şartların zorlaştığı durumlarda belli bir alanda tutunamama, rakipleriyle baş edememe, pazardan yeterli payı alamama, büyüyememe, ileriye görememe gibi nedenlerden dolayı işletmeler küçülme yoluna gitmektedir. İşletmelerin kapanması ve el değiştirmesi sektörel bazda küçülme stratejisi iken, bazı birimlerini kapatması ise kurumsal bazda küçülme stratejisi olarak bilinmektedir.

Görüşmeciler söyleşi esnasında uluslararası haber ajanslarının dünya çapında kadın çalıştırma zorunlulukları olduğunu da altını çizmiştir. Bu nedenle fotoğraf birimi olan haber ajanslarında da kadın sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Ancak medya sektöründe devam eden kadın işi ve erkek işi ayrımının yansımaları, çalışanları işe alırken etkisini sürdürmektedir. Bu nedenle uluslararası haber ajanslarında da erkek foto muhabiri sayısı, kadınlara göre çok daha fazladır.

Kadınlar bu mesleği tercih etmemiş. Aslında kadınların kendinin farkına varmasıyla ve kadın hareketlerinin artmasıyla, bu alana girmeye cesaret edebildiğimizi düşünüyorum. Biz bunu yapmaya karar verinceye kadar piyasa giderek küçülmüş ve o alana giriş yapmak için bir yer bulamayacak duruma gelmişiz. Çünkü, gördüğüm kadarıyla mesleğe 20 yılını vermiş insanlar şu an bir yerde çalışmıyor. Ajanslar kapanıyor, kişi sayılarını azaltıyor ve kadınlar piyasaya sokulmayıp, dışarıda bırakılıyor. (Beyza)

Yapılan görüşmeler sonucunda kadın foto muhabirler sık sık pozitif ayrımcılığa da maruz kaldıklarını dile getirmektedir. Pozitif ayrımcılık literatürde, dezavantajlı gruplara verilen ekstra haklar olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla alanda ve sektörde kadın oldukları gerekçesiyle pozitif ayrımcılıkla karşılaşan kadın foto muhabirler, bu meslekte erkek meslektaşları tarafından dezavantajlı gruplar olarak görülmektedir. Bu nedenle kadın foto muhabirler pozitif ayrımcılıkla karşılaştıklarında dahi bu meslekte erkek meslektaşlarının cinsiyetçi yaklaşımına uğramaktadır. Sektörde de kadın olmaları gerekçesiyle sıcak ve tehlikeli bölgelere gönderilmeyen kadın foto muhabirler, pozitif ayrımcılık gerekçesiyle cinsiyete dayalı iş bölümüne

maruz kalmaktadır. Sahada negatif ayrımcılığın aksine genellikle pozitif ayrımcılıkla karşılaştığını söyleyen başka bir görüşmeci, sorunun sektörde yaşadığı pozitif ayrımcılık olduğunu vurgulamaktadır:

Aslında sahada çalışırken çoğunlukla pozitif yanları olduğunu düşünüyorum, sıkıntı aslen sahaya inene kadar yaşadıklarımız oluyor. Meslektaşlarımızla çoğunlukla sahada problem de yaşamıyoruz, hatta bana göre saha 'pozitif ayrımcılık'ın sanırım tek yararlı olduğu alan. Daha öne geçmek, itiş kakış esnasında etrafınızdakilerin çok az da olsa daha dikkatli davranması gibi avantajları olabiliyor. Sektörde ise özellikle sıcak ve tehlikeli denebilecek bölgelerde çalışmamıza engel olarak cinsiyetimiz öne sürülüyor. Buna savaşlar, afetler ve toplumsal olayları örnek verebilirim. Neden? Çünkü biz onlara göre korunmaya muhtaç canlılarız. (Dilan)

Ben çok fazla negatif ayrımcılığa değil de, son zamanlarda daha çok pozitif ayrımcılığa maruz kaldım. Bir yandan baktığında sana öncelik veriyorlar, çünkü çok sıkışık bir ortam. En azından kadınlar geçsin, erkeklerin arasında sıkışmasın, fotoğrafını çeksin diyorlar. Erkekler bunu bize acıdıkları için mi, yoksa gerçekten önemsedikleri için mi söylüyor, asla karar veremiyorum. (Zeynep)

Benzerlik çekiciliği paradigması, benzer düşünen bireylerle çevrili olmanın getirdiği öngörülebilirlik nedeniyle insanların kendilerine benzer kişilerle birlikte olmaktan hoşlandıklarını öne sürmektedir (Berscheid and Walster 1969; Byrne 1971'den akt. Briscoe, 2014: 20). Medya endüstrisinde özellikle erkek çalışanların sayısal olarak üstün olmasının sebeplerinden biri de bu olabilmektedir. Çünkü haber merkezlerinin ağırlıklı olarak erkeklerden

oluşması, erkek yöneticilerin erkekleri işe almaya devam etmesini tetikleyebilmektedir. Çünkü bu durumun haber merkezi kültürüne ne gibi bir katkısı olabileceği düşünülmektedir. Sürekli erkekleri işe almak, haber merkezlerinin rahat ve aşına olduğu sosyal ortamda daha homojen bir grup yaratmaktadır. Bu sebeple, erkek çoğunluğun fazla olduğu çalışma alanlarında erkek çalışanlar vakit geçirebilecekleri veya sohbet edebilecekleri erkek meslektaşlarının varlığına alışıktır. Dolayısıyla erkeklerin kadın çalışanların çoğaldığı durumlarda rahatsızlık hissedebilme ihtimalleri yüksektir. Kadın meslektaşlarına karşı ayrımcı tutumlarının sebeplerinden biri olarak da bu gösterilebilmektedir. Görüşmeler sonucunda da erkek foto muhabirlerin, ortamda kadın olduğu gerekçesiyle rahat konuşamadıkları ve bu sebeple kadın meslektaşlarından rahatsız oldukları anlaşılmaktadır.

Sektörde sayısal olarak az olmaları nedeniyle kendilerini yalnız hissettiğini söyleyen görüşmeciler, sık sık alanda erkek muhabbetine maruz kaldıklarını ve sohbet edebilecekleri kadın meslektaşlarının yokluğunu hissettiklerini belirtmektedir:

Eril hakimiyetin hakim olduğu bir alan olması nedeniyle bazen girdiğim ortamlarda onlarca erkek oluyor, tek kadın ben oluyorum. Ben hemcinslerini seven birisi olarak böyle anlarda kendimi yalnız hissedebiliyorum. (Merve)

Erkek meslektaşlarının argo muhabbetleri olduğunu gözlemliyorum. Diyorlar ki, şimdi Gizem olmasaydı bir şey derdim. Çok rahat konuşamadıkları için de bazen seni aralarında istemiyorlar. Gidiyorsun 5 saat beklemeli bir işe, canın sıkılıyor. O an kadın meslektaşlarının yanında olmasını ve onlarla muhabbet etmeyi istiyorum. Açıkçası bazen

yalnızlık çekiyorum. Alanda daha fazla kadın foto muhabiri görmek istiyorum. (Gizem)

Görüşmeciler foto muhabirlik mesleğinde kadın olmanın dezavantajlarının yanı sıra avantajları olduğunu da altını çizmektedir. Kadın foto muhabirler özellikle savaş ve afet gibi toplumsal olaylarda, kadın oldukları için dezavantajlı gruplarla daha iyi iletişim kurabildiklerini söylemektedir. Toplumsal olayların yaşandığı bölgelerde dezavantajlı grupların, kadınlar ve çocuklar gibi, kadın foto muhabirlere daha çok güvendiği ve bu sebeple sorunlarını onlarla paylaşmak istediği görüşmeciler tarafından gözlemlenmiştir. Ayrıca bunda, kadın foto muhabirlerin toplumsal olaylarda görünenin ardındaki hikayelere daha fazla önem vermelerinin etkili olduğu da söylenebilmektedir. Genel olarak, erkekler ve kadınlar haber toplamaya farklı yaklaşmaktadır. Erkekler haber hikayelerinde objektifliğe daha çok öznelerinden uzaklaşma duygusuyla yaklaşırken, kadın muhabirlerin öznelerinin duygularına ilgi gösterme olasılığı daha yüksektir (Beam ve Cicco 2010; Van Zoonen 1998). Yapılan görüşmeler sonucunda da kadın foto muhabirlerin haber öznelerinin duygularına daha çok önem verdiği ve erkek meslektaşlarına göre dezavantajlı bölgelerde daha avantajlı olduğu anlaşılmaktadır:

Kadın kadınlığını bu işte de gösteriyor. Kadınlar daha detaycı ve ayrıntıları fark edebilen canlılar. Bu nedenle bazı dezavantajlı gruplarla daha rahat iletişim kurabiliyor. Deprem bölgesindeki bir aile benim yanımdaki erkek meslektaşımı enkaza almadı, beni aldı. Hatta bana teşekkür ederiz diye sarıldılar. Halbuki benim yaptığım tek şey onları telkin etmek, bir yandan da fotoğraf çekmekti. Burada kadın olmanın

avantajını fark ettim. Tabii ki davranış, tutum ve yaklaşım biçimi çok önemli, ama aslında kadın olmak bu işte her ne kadar dezavantajlı olsa da bir o kadar da avantajlı. Bu avantaj sayesinde yaptığımız işle erkek meslektaşlarımızdan daha ön plana çıkabiliyoruz. (Sena)

Elbette çalıştığınız ortamda da konunuzun öznelere göre değişebilen problemler yaşayabiliyorsunuz. Bazıları kadın olmanızdan rahatsızlık duyarken, bazıları daha rahat iletişim kurabiliyor. Kimileri sizi daha kolay bastırabileceğini düşündüğünden hedef haline getiriyor, kimileri de aslında yine koruma içgüdüğü ile sizi sahipleniyor. (Dilan)

Foto muhabirlik gibi çalışma saatleri belirsiz ve uzun, seyahat zorunluluğu ve çalışma şartları zor olan meslekler kadın çalışanları olumsuz etkilemektedir. Çünkü, çalışma koşullarının zorluğu nedeniyle kadının özel alandaki sorumluluklarına gerekli vakti ayıramayacağı düşünülmektedir. Özel alan içinde kadınlara yüklenen toplumsal roller kadınların emek sektörüne katılımını etkilemektedir. Bu nedenle kadınların toplumsal rolleri aksatacağı gerekçesiyle çalışması engellenmektedir. Hatta çoğu kadın eş ve annelik gibi toplumsal rollerini aksatmamak amacıyla çalışmayı tercih etmemektedir. Dolayısıyla medya sektöründeki gibi çalışma şartları ağır mesleklerde kadın çalışan sayısı oldukça azdır. Ancak toplumsal gelişmelere paralel olarak kadınların medya sektöründeki mesleklere yatkınlığının görülmesi, zaman içinde bu alanda kadın çalışan sayısının artmasına neden olmuştur. Uzun ve esnek çalışma saatleri şüphesiz medya endüstrisinde çalışan kadınları olumsuz etkilediği kadar erkek çalışanları da olumsuz etkilemektedir. Ancak, çalışan kadınların ev içi sorumluluklarını da düşündüğümüzde, kadınların harcadığı emek erkeklere göre daha fazladır. TÜİK'in Zaman Kullanım Araştırması,

2006, 2014-2015 sonuçlarına göre çalışan kadınların aile bakımına erkeklerden daha çok zaman ayırdığı tespit edilmiştir. Rapora göre çalışan kadınlar çalışan erkeklerden 5 kat fazla zamanını ev ve bakım işlerine harcamaktadır. Medya sektöründe uzun çalışma saatlerine ek olarak ev içi sorumlulukları ve çocuk bakımı da eklenince, medyada kadın olarak çalışmanın erkek olarak çalışmaya göre daha dezavantajlı bir durum oluşturduğunu söylemek mümkündür. Etike ve Demir'in medya sektöründe çalışan kadın gazeteciler üzerine yaptığı araştırmada, görüşmecilerin hepsinin izinli oldukları tek günde ev ve çocuk sorumlulukları ile meşgul oldukları ve dinlenmeden işe döndükleri vurgulanmaktadır. İş yerindeki çalışma koşulları kadınların iş dışındaki hayatını şekillendirirken, diyalektik bir biçimde iş dışındaki koşullar da kadının mesleki hayatını belirlemektedir (Etike ve Demir, 2017: 135-136). Dolayısıyla çalışan birçok kadın bu nedenlerle ya evliliği ve çocuk sahibi olmayı ertelemekte ya da evlenmeyi ve çocuk sahibi olmayı tercih etmemektedir.

Asker, Türkiye'deki kadın gazetecilerin de evlilik ve aile sorumluluğunu mesleki kariyerleri için ciddi bir engel olarak gördüğünü söylemektedir. Gazeteci olmak için gereken mesleki bilgi ve yeteneklerin dışında toplumsal sorumluluklar kadınların önünde aşılması gereken bir problem oluştururken, erkek çalışanlar için böyle bir problem söz konusu değildir (Asker'den aktaran Timisi, 1996: 23). Kadın foto muhabirlerle yapılan görüşmeler sonucunda da buna benzer durumlarla karşılaşmıştır. Araştırma dahilindeki 6 kadın foto muhabirden 3'ü evli iken, 3'ü evli değildir. Evli olan kadın foto muhabirlerin evdeki rollerini eşleri yardımıyla idare edebildiği anlaşılmaktadır. Evli olmayan kadın foto muhabirler ise evlenmeyi,

kariyerlerinde yükselmek istedikleri ve mesleklerini devam ettirememekten çekindikleri için tercih etmemektedir:

Evli değilim fakat bu üzerine çokça düşündüğüm bir konu. Çünkü evlilikle birlikte foto muhabirliğinin daha da zorlaşacağını düşünüyorum. Kesinlikle foto muhabirlik mesleğini yürütürken evli olmanın zorlukları oluyordur. (Merve)

Özel hayatımda biri yok, ama özel hayatıma biri girdiği durumlarda hep söylediğim şey; programımız her an iptal olabilir, ben gelemeyebilirim, belki birkaç gün ya da bir süre sonra görüşebiliriz oluyor. Benim önceliğim her zaman işim oldu, bu sebeple ilişkilerimde mesleğimin zorluklarını her zaman ilk başta belirtirim. Ayrıca bir erkeğe harcamayacağım zamanı işime harcamayı tercih ediyorum, belki Pulitzer ödülü filan kazanırım diye düşünüyorum. En azından elimde bir şey olur. (Beyza)

Medeni durum, bir kadının iş bulma sürecinde karşılaşılabileceği ayrımcılık biçimlerinden biridir. Birçok medya şirketi kadınların, işe alım sürecindeki medeni durumlarını dikkate almaktadır. Medya endüstrisinde evli kadın çalışanların ev içi sorumlulukları nedeniyle çalışma hayatına gerekli vakti ayıramayacağı ve gerekli özveriyi gösteremeyeceği düşüncesi vardır. Dolayısıyla medeni durum, kadınların medya sektöründe iş bulma sürecini etkilemektedir. Evli görüşmeciler ise, foto muhabirlik mesleğine başlarken evli olmalarının bir sorun yaratmadığını, ancak bu meslekte bekar olmanın daha avantajlı olduğunu söylemektedir. Görüşmecilerden Zeynep medya sektöründe çalışırken evliliğinin mesleğini olumsuz etkilemediğini

söylemektedir, fakat buna dair sektörde yaşadığı garip bir hikayeyi de şöyle anlatmaktadır:

Sektörde evli olmama yönelik bir önyargıyla karşılaşmadım, ama bununla ilgili yaşadığım garip bir olay var. Ben evlenmeden bir hafta önce martıdan düşüp bileğimi kırdım, kolum alçıya alınmıştı. Evlendiğimde kolum 2-3 ay kadar alçıda kaldı, sonra makinem bozuldu falan derken benim çalıştığım kurumla bir süre iletişiminim kesildi. Sonra beni aradıklarında, sen evlenince işi bıraktın sandık, dediler. Çok şaşırđım böyle demelerine. Niye evlenince çalışmıyor muyum? (Zeynep)

Görüşmeci Zeynep'in de deneyimlediği üzere, kadın evli ya da çocuk sahibi olmasa bile var olan ön yargı onların zaman içerisinde bir gün bu nedenlerle geçici ya da uzun süreli işten ayrılacakları yönündedir. Kadınların evli olduğu kadar çocuk sahibi olması da medya endüstrisinde istihdam edilmesinin önündeki büyük engellerden biridir. Nilüfer Timisi'nin de değindiği gibi (1996: 22), kadının çalışma yaşamının bir evresinde doğurabileceği yargısı iş güvenliğinin önünde gizli bir engel oluşturmaktadır. Evli ve çocuk sahibi kadınların çalışma yaşamını kolaylaştıracak önlemler ise ciddi müdahaleleri gerektirmektedir. İş yerlerinde kreş ve çocuk bakım merkezleri ve süt izni yok denecek kadar azdır. Yapılan görüşmeler ise bu durumu doğrular niteliktedir. Görüşme yapılan 6 kadın foto muhabiri de çocuk sahibi değildir. Görüşmeciler bunda mesleklerinin zorlu çalışma şartları nedeniyle çocuk sahibi olmaya hazır olmadıklarının etkili olduğunu söylemektedir:

Ben şu an hiç hazır hissetmiyorum. Evlenmekten hiçbir zaman kaçmadım, ama çocuk konusunda iki kere düşünüyorum. En azından birkaç sene daha beklemeyi planlıyorum, ama çevredeki baskılardan da ister istemez etkileniyorsunuz. Çocuk sahibi olmayı düşünüyorum elbette, ama şu anda mesleğimi yapamayacağım düşüncesi nedeniyle korkutuyor beni. Örneğin bizim meslekte çekime gidemediğin bir işte, için içini yer. Şimdi kaç ay hamilelik olacak, bir şeyler çekemeyebilirsiniz. O yüzden psikolojik olarak şu an bu durumun beni olumsuz etkileyeceğini düşünüyorum. (Sena)

Birçok toplumda, kadınların anne rolüne sahip olmaları ve iş hayatı arasında denge kurmaları beklenirken, erkeklerden bu konuda benzer bir beklenti yoktur. Bu durum, çalışan kadınların annelik rolü ile iş hayatı arasında denge kurmakta zorlanmalarına ve toplumsal baskıya maruz kalmalarına neden olabilmektedir. Çalışan kadınlar genellikle, iş hayatındaki performanslarına ek olarak, anne olmaları ve çocuklarına zaman ayırmaları konusunda da baskı altındadır. Ayrıca, anne olmayı ertelemek veya anne olmayı tercih etmemek gibi seçenekler kadınları, toplumsal baskı ve eleştirilerle karşı karşıya bırakmaktadır:

Herkes ne zaman çocuk doğuracağını soruyor. Benim eşime bu soru çok rahat sorulamazken, bana çok rahat sorulabiliyor. Belki benim çocuğum olmuyor, belki ben çocuk düşünmüyorum, belki kendimi anneliğe uygun hissetmiyorum. Ama ısrarla evlenmeden önce ne zaman evleneceksin, evlendikten sonra da ne zaman çocuk yapacaksın diye soruyorlar. Bunu sektördeki arkadaşlarımdan da rahat duyabiliyorum. Ulaştırmayla görevli şoför arkadaş bile bunu çok rahat sorabiliyor, ki ben ondan daha

kıdemliyim. Çünkü sonuç itibariyle onlara göre kadının görevi; evlenecek, çocuk yapacak ve evde çocuklarını büyütüp, belki bir yerden erken emekli olacak. (Gizem)

Sonuç

Foto muhabirlik mesleği sayısal çoğunluğu nedeniyle erkek egemen bir alandır. Türkiye’de sayılı ajansta foto muhabiri adı altında kadın çalıştırılmaktadır. Ancak aktif çalışan kadın foto muhabiri sayısı buna rağmen oldukça azdır. Alan araştırması esnasında da sayılı Türk kadın foto muhabirine ulaşılabilmektedir. Bunda medya endüstrisinin cinsiyetçi yapısının etkili olduğunu söylemek mümkündür. Mesleki faaliyetleri nedeniyle erkek işi olduğu düşünülen foto muhabirlik mesleğindeki bu önyargı, kadınların mesleğe yönelimini de etkilemektedir.

Öncelikle pek çok kadın, erkek egemen bir alan olması ve yaşanan cinsiyetçi baskı nedeniyle foto muhabirlik mesleğine yönelmemekte ya da bu mesleğin varlığını bilmemektedir. Ayrıca, kadın foto muhabirler sektörde ve alanda erkek meslektaşlarına göre kendilerini daha fazla kanıtlama ihtiyacı duymaktadır. Kadınların foto muhabirlik mesleğinde sayısal olarak az olmaları; yalnızlaşmalarına, erkek meslektaşlarının kaba sohbetlerine maruz kalmalarına ve kendilerini yetersiz hissetmelerine neden olabilmektedir.

Kadın foto muhabirler, mesleğin ağır çalışma koşulları nedeniyle, kadın olduğu için bu mesleğe uygun olmadıklarına dair söylemlerle karşılaşmaktadır. Kadınlar için foto muhabirlik mesleğindeki en büyük engellerden biri ise, ev ve aile sorumlulukları nedeniyle mesleklerini ilerletememeleridir. Bu nedenle çoğu kadın foto muhabiri ya evlenmeyi ya da

çocuk sahibi olmayı tercih etmemektedir. Mesleğin zorlu çalışma şartları, seyahat zorunluluğu ve esnek çalışma saatleri nedeniyle, kadın foto muhabirler hem iş hem de ev içi sorumluluklarını bir arada yürütmekte zorlanmaktadır. Bu nedenle, mesleğin devamlılığı için evli olan kadın foto muhabirlerin, ev içi sorumluluklarını eşleriyle ortak yürüttükleri gözlemlenmektedir.

Sonuç olarak, kadın foto muhabirler cinsiyetleri nedeniyle medya sektöründe ayrımcılığa maruz kalmaktadır. Kadınların medya sektöründe özgürce istihdam edilebilmelerinin önündeki en büyük engellerden birincisi cinsiyetlerine yönelik ön yargı, ikincisi ise cinsiyetleri sonucunda yüklenen toplumsal rollerdir. Bu engeller nedeniyle kadın foto muhabiri sayısı medya sektöründe oldukça azdır. Ayrıca bu engeller, mesleğin devamlılığını da zorlaştırmaktadır.

Kaynakça

Atauz, A.; Kardam, F., Saktanber, A. ve Yalın, H.İ. (1999). Toplumsal Cinsiyet Eğitimi El Kitabı. Kadın İstihdamını Geliştirme Projesi T.C Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.

Beam, R. ve Cicco, D. (2010). "When women run the newsroom: Management change, gender, and the news." *Journal & Mass Communication Quarterly*. 87(2): 393 – 411.

Berger, J. ve Mohr, J. (2007). *Anlatmanın Başka Bir Biçimi*. İstanbul: Agora Kitaplığı.

Berktaş, F., Ecevit, Y. ve ark. (2011). *Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Briscoe, A. (2014). *Exploring Influences on Gender Equality in Photojournalism: Is the Field Picture-perfect?*. ABD: Louisiana State University Master's Theses.

Ecevit, Y., Ayata, A. ve ark. (2011). *Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Etike, Ş.; Demir, S.A. (2017). "Toplumsal Eşitsizlikler ve Kadın Emegi: Medya Endüstrisi Üzerine Bir Araştırma". *Emek Araştırma Dergisi (GEAD)*, Cilt 8, Sayı 12, Aralık 2017, s.123-144.

Hadland, A.; Barnett, C. (2018). *The State Of News Photography: Photojournalists' Attitudes Toward Work Practices*. World Press Photo.

Hadland A.; Campbell, D.; Lambert, P. (2015). *The State Of News Photography: The Lives and Livelihoods of Photojournalists in the Digital Age*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford and World Press Photo.

International Labour Organization, (2023). *World Employment and Social Outlook Trends 2023*. Geneva: International Labour Office.

ILO ve TÜİK, Cinsiyete Dayalı Ücret Farkının Ölçümü: Türkiye Uygulaması, 2020.

Kaderoğlu, Bulut, Ç. (2019). Sınıfın Sınırında: Gazeteciler ve Proleterleşme. Notabene Yayınları

Kuyucu, M. (2013). "Medyada Kadın Olmak: Medya İşletmelerinde Çalışan Kadınların Sorunları". Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi, Ekim/Kasım/Aralık, Güz Dönemi, Cilt 7, Sayı 6, s.123-144.

Hirata, H.; Laborie, F.; Doare, H. Ve Senotier D. (2015). Eleştirel Feminizm Sözlüğü. (çev. Gülnur Acar Savran). İstanbul: Dipnot Yayınları.

Oakley, A. (1972). Sex, Gender and Society. London: Temple Smith.

Ritzer, G. ve Stepnisty, J. (2019). Klasik Sosyoloji Kuramları. (çev. Himmet Hülür). Ankara: De Ki Basım Yayım.

Tekvar, O, S. (2016). "Kadın Gazeteci Olmak: Uçan Haber 'Kadın ve Medya' Özel Sayısının İncelenmesi". Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 6, Sayı 2, s. 435-445.

Timisi, N. (1996). Medyada Cinsiyetçilik. T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü. (2008). Politika Dökümanı: Kadın ve Medya. Ankara.

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, (2016). Kadın ve Medya: Toplumsal Cinsiyet Eşitlikçi Haber Kılavuzu. İstanbul: TGC Akademi Yayınları.

TÜİK. (2023). Hanehalkı İş Gücü İstatistikleri, Ekim 2023.

TÜİK. (2023). İstatistiklerle Kadın, 2022.

TÜİK Toplumsal Cinsiyet İstatistikleri (2022), Zaman Kullanım Araştırması. 2016, 2014-2015.

TÜİK Toplumsal Cinsiyet İstatistikleri. (2022). Yazılı Medya ve Uluslararası Standart Kitap Numarası İstatistikleri, 2005-2021.

Urhan, B. (2022). Kadın Emeği ve Toplumsal Cinsiyet: Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları (yay. haz. Feryal Saygılıgil). Ankara: Dipnot Yayınları.

Zoonen, V, L. (1998). News, Gender, and Power: (ed. Cynthia Carter, Gill Branston, and Stuart Allan). London and New York: Routledge, 33 – 46.