

# Yerel Basında Kadın İstihdamı: Kocaeli Yerel Gazeteleri Üzerinden Keşifsel Bir Analiz

## Women's Employment in the Local Press: An Exploratory Analysis on Kocaeli Local Newspapers

**Prof. Dr. Ümit ALNIAÇIK**

Kocaeli Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Kocaeli, Türkiye  
umit.alniacik@kocaeli.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-2998-355X

**Doç. Dr. Aysel ÇETİNKAYA**

Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Kocaeli, Türkiye  
aysel.cetinkaya@kocaeli.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-2526-323X

### Öz

Dünya Ekonomik Forumu'nun 2024 yılı Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu'nda Türkiye, toplumsal cinsiyet eşitliği açısından 146 ülke arasında 127. sırada yer almakta ve Türkiye'de kadınların işgücüne katılımı, erkeklere kıyasla düşük seviyelerde kalmaktadır. Bu durum basın ve habercilik sektöründe daha da belirgindir. Bu çalışma, Kocaeli yerel basını üzerinden Türkiye'deki kadın istihdamını ve cinsiyet eşitliği konularını keşifsel bir analizle ele almayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, Kocaeli yerel basını özelinde kadın istihdamının durumu detaylı olarak incelenmiştir. Araştırma kapsamında, Kocaeli ilindeki yerel basın kuruluşlarında kadın çalışanların farklı rol ve sorumluluklarda iş gücüne katılım oranları ve yönetim pozisyonlarındaki temsili analiz edilmiştir. Bulgular, yerel basında kadın çalışan sayısının erkeklere göre belirgin şekilde düşük olduğunu ve kadınların çoğunlukla alt kademelerdeki görevlerde istihdam edildiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, kadın gazetecilerin genellikle sağlık, eğitim gibi alanlarda köşe yazısı yazmaya yönlendirildiği, üst düzey yönetim pozisyonlarında ise erkeklerin baskın olduğu tespit edilmiştir. Çalışma, medya sektöründe kadınların karşılaştığı cam tavan engellerine ve cinsiyet temelli ayrımcılıklara dikkat çekerek, cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına ilişkin uygulamaya dönük öneriler sunmaktadır. Buna ilaveten konu ile ilgili gelecekte yapılacak araştırma konularına ilişkin öneriler de sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel Basın, Kadın, İstihdam, Kocaeli, Medya.

### Abstract

This study aims to explore women's employment and gender equality issues in Turkey through an exploratory analysis of the local press in Kocaeli province. According to the World Economic Forum's 2024 Global Gender Gap Report, Turkey ranks 127th out of 146 countries regarding gender equality, with women's labor force participation remaining lower than that of men. In this context, the study examines the state of women's employment in the media sector and the sexist practices encountered. The research analyzes the participation rates of women working in local media organizations in Kocaeli and their representation in management positions. The findings reveal that the number of female employees in the local press is lower than that of men, with women mostly employed in lower-level positions. Additionally, it was found that female journalists are often directed to report on areas such as health and education, while men dominate senior management positions. The study highlights the glass ceiling barriers and gender-based discrimination women face in the media sector and offers recommendations for achieving gender equality. The study also discusses the future areas of research.

**Keywords:** Local Press, Women, Employment, Kocaeli, Media.

## Giriş

Geçmişten günümüze kadınların cinsiyet temelli olarak ayrımcılığa en çok maruz kaldığı alanların başında iş hayatı gelmektedir. Dünya Ekonomik Forumu'nun 2024 Yılı Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu'na göre Türkiye toplumsal cinsiyet eşitliği açısından 146 ülke arasında 127. sırada yer almaktadır. 2024'te LinkedIn verileri, kadınların işgücü temsilinin neredeyse her sektörde ve ekonomide erkeklerin altında kaldığını göstermektedir. Kadınlar küresel işgücünün yüzde 42'sini ve kıdemli liderlerin yüzde 31,7'sini oluşturmaktadır. Kadınlar giriş seviyesi pozisyonlarının neredeyse yarısında bulunurken, C-Suite (bir şirketteki üst düzey yönetici unvanlarını tanımlamak için kullanılan sıfat) rollerinin sadece dörtte birini temsil etmektedir. 2023 yılında liderlik pozisyonlarındaki kadınların oranı yüzde 36,9 iken, 2024 yılında yüzde 36,4'e gerilemiştir (WEF, 2024). Türkiye'de de kadınların işgücüne katılım oranları dünya genelinde olduğu gibi erkeklerin gerisindedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Hanehalkı İşgücü Araştırması sonuçlarına göre 2022 yılında 15 ve daha yukarı yaştaki nüfusun işgücüne katılma oranının yüzde 53,1 olduğu görülmüştür. Bu oran kadınlarda yüzde 35,1, erkeklerde ise yüzde 71,4'tir (TÜİK, 2023). Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kadınların işgücüne katılım oranları erkeklerin gerisindedir, bu durum yönetim kademelerinde de benzer şekilde seyretmektedir.

Kadınların toplumsal cinsiyet eşitsizliğini en çok deneyimlediği sektörlerden biri de medyadır. Tarihsel süreç içerisinde erkeklerin ev dışında kamusal alana katılmasına karşın kadınların evin özel alanıyla ilişkilendirilmesi, gazeteciliğin kadınlar için uygun olmayan bir meslek olarak görülmesine neden olmuştur. Gazetecilik, kadınların özel alanın dışına çıkmasını gerektirdiğinden erkekler tarafından onaylanmamış, erkek egemen bir meslek olarak değerlendirilmiştir (Chambers, Steiner & Fleming, 2004). Gazeteciliğin kamusal alanda yer alması, bu alanın erkeklere ait olduğu önyargısını da beraberinde getirmiştir.

Kadınların haber medyasına girişinin tarihi, haber merkezlerinde erkekler ve kadınlar arasında süregelen eşitsizliğin nedenlerinden biridir. Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık'ta beyaz, orta sınıf kadınlar 19. yüzyılın ortalarında "kadın haberleri" -kadın okuyucuların ilgisini çekeceği düşünülen konularda kadınlar tarafından yazılan haberler- yazmak üzere haber odalarına girmiştir (Chambers, Steiner & Fleming, 2004). Gazeteler kadın okuyucuları çekmek için kadın sayfaları oluşturmuştur. Bu sayfalar dört F'ye odaklanmıştır: food (yemek), fashion (moda), furniture (mobilya) ve family (aile). Kadın sayfaları gazetelerde kadınlar için bir alan yaratırken, kadın sorunları kadın sayfalarında marjinalleştirilmiş ve kadın gazeteciler sadece "kadın haberleri" yazacak şekilde konumlandırılmıştır. Radyoya gelince, erkekler kadınların sesinin çok tiz olduğunu düşünmüş ve kadınların haber okuma yetkisinden yoksun olduğuna inanmışlardır (Chambers, Steiner ve Fleming, 2004). Kadın muhabirlerin çoğu, onların ev içi sorumluluklarının adeta bir uzantısıymış gibi düşünülen sağlık, çocuk bakımı, moda, güzellik vb. alanlarda haber yazmaya yönlendirilmektedir (Dursun, 2011: 629). Kadın medya çalışanları, gazete ve televizyonlarda genelde yaşam, eğitim ve sağlık gibi alanlara bakarken, buna karşılık dış politika, siyaset, ekonomi gibi alanlar için ise erkek muhabirler tercih edilmektedir (Etike ve Demir, 2017: 126).

Araştırmalar erkeklerin haberin öznesi ve kaynağı olarak haberlerde daha etkin rol oynadığını ortaya koymaktadır. 1995'te başlatılan Küresel Medya İzleme Projesi (The Global Media Monitoring Project - GMMP), beş yıllık aralıklarla küresel ölçekte kadın ve erkeklerin haberlere katılımını incelemektedir. Altıncısı 2020'de gerçekleşen GMMP verileri, kadınların haberlerde dramatik bir şekilde yetersiz temsil edildiğini; haberlerin sadece yüzde 24'ünde haber öznesi ve kaynağı olarak yer aldığını göstermektedir. Araştırmaya göre, 2005-2015 yılları arasındaki durgunluğun ardından, kadınların muhabirlerin görünürlüğü yazılı ve görsel basında toplamda yüzde üç puan artmıştır. Şu anda geleneksel haber medyasında her 10 haberden dördü kadınlar tarafından yapılmaktadır; bu oran 2005'ten bu yana yüzde 37 olarak gerçekleşmiştir. Haber merkezinde daha fazla kadının yer almasının haber içeriğini değiştirip değiştirmeyeceği belirsizdir, ancak GMMP yazılı basında kadın muhabirlerin erkek muhabirlere (yüzde 24) kıyasla daha fazla kadın kaynak (yüzde 31) kullanma eğiliminde olduğunu göstermiştir. Dijital haber platformlarında da kadın muhabirler erkek muhabirlere (yüzde 25) kıyasla daha fazla kadın kaynak (yüzde 34) kullanmaktadır (GMMP, 2020).

Türkiye’de de benzer şekilde yazılı medyada çalışan kadınların sayısı erkeklere oranla daha düşük seviyededir. TÜİK verilerine göre, 2017’de yazılı basın organlarında çalışanların sayısı 2016’ya göre yüzde 7 azalarak, 50 bin 493’ten 47 bin 149’a gerilemiştir. Bu dönemde, gazete ve dergilerde istihdam edilenlerin yüzde 64’ünü erkek, yüzde 36’sını kadın çalışanlar oluşturmuştur (Anadolu Ajansı, 2018). Benzer şekilde Basın İlan Kurumu (BİK) tarafından yayımlanan verilere göre toplam 6.687 fikir işçisinin 4.319’u erkek, 2.368’i kadındır (BİK, 2022).

Son yıllarda, bu sorunları ele almak ve gazetecilikte cinsiyet eşitliğini teşvik etmek üzere adımlar atılmaya başlanmıştır. “International Women’s Media Foundation” (IWMF- Uluslararası Kadın Medya Vakfı) ve “The Women’s Media Center” (WMC- Kadın Medya Merkezi) gibi kuruluşlar, kadın gazetecileri güçlendirmek ve haber merkezlerindeki cinsiyet dağılımını dengeli hale getirmek için çalışmalar yürütmektedir. Ayrıca, kadınların medya sahipliği ve liderlik pozisyonlarındaki temsiliyi artırmak; kadınların ve dezavantajlı grupların deneyim ve bakış açılarını yansıtan daha çeşitli ve kapsayıcı haberciliği yaygınlaştırmaya yönelik çalışmalar da yapılmaktadır (Dhiman, 2023).

Bu çalışmanın amacı Kocaeli yerel basınında çalışan gazetecilerin cinsiyet ve rol dağılımlarının mevcut durumunu ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında, belirli kriterlere göre seçilen yerel basın kuruluşlarının künye bilgileri incelenerek içerik analizi yapılmış, daha sonra ise seçilen yerel basın kuruluşlarının temsilcilerinden çevrimiçi bir anket aracılığıyla toplanan veriler analiz edilmiştir.

## Medya Sektöründe Kadın İşgücü

Medya sektöründe, diğer entelektüel işgücünün bulunduğu alanlarda olduğu gibi, kadınların en üst düzeylere yükselmesini engelleyen belirgin bir ayrımcılık yoktur. Ancak, “cam tavanlar” ve toplumsal cinsiyetin belirlediği genel koşullar mevcuttur. Somersan’a (1997) göre, gazetecilik erkek egemen bir meslek olarak kalmaya devam etmektedir (Tufan-Tanrıöver, 2000). Timisi (1997), kadınların çalışma alanlarının genellikle erkeklerin az bulunduğu alt kademelerde olduğunu ve karar verme noktalarına ulaşmalarının erkekler göre daha zor ve geç olduğunu belirtmektedir. Timisi’ye göre (1997), medyanın cinsiyetçi yapısı çalışanların profesyonel ideolojilerinden kaynaklanmaktadır.

Günümüzde küresel çapta yapılan araştırmalar, kadınların haber kuruluşlarının çeşitli kademelerinde yeterince temsil edilmediğini ve cam tavan nedeniyle kadınların üst pozisyonlara yükselemediğini göstermektedir (Geertsema-Sligh, 2018). Gazetecilik yapan kadınlar, toplumsal cinsiyet önyargısı, ücret eşitsizliği ve kariyer gelişimi için sınırlı fırsatlarla karşı karşıya kalmaktadır (Byerly, 2003; Dhiman, 2023).

Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’nin beşincisi olan “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği” altında yer alan Madde 5.5. kadınların siyasi, ekonomik ve sosyal hayatın karar verme süreçlerine tam ve etkin katılımlarını ve lider olabilmeleri için eşit fırsatlar tanınmasını güvence altına

almaktadır (Küresel Amaçlar, 2023). Ancak medya sektörünün eşitlikçi bir yaklaşım sergileyemediği çeşitli araştırmalarla ortaya konulmuştur. İlk çalışmaları yürüten feminist araştırmacılar, medya ürünleri ve kadın-erkek gazeteciler üzerine odaklanmışlardır. Diğer sektörlerde olduğu gibi medya sektöründe de üst düzey yöneticiler arasında kadınlar az sayıda ve erkek meslektaşlarına göre daha az maaş almaktadırlar (Van Zoonen, 1994).

Uluslararası Kadın Medya Vakfı (International Women’s Media Foundation’s) 59 ülkede yaklaşık 500 medya kuruluşundaki kadın ve erkek dağılımını incelemiştir. Vakıf tarafından ortaya konulan Küresel Rapor’a (Byerly, 2011) göre, çalışmaya dahil edilen ülkelerin çoğunda yönetim kademeleri ve haber merkezlerinde erkekler baskın durumdadır. Raporda erkek ve kadınların haber kuruluşlarında hangi seviyelerde istihdam edildiği incelenmiş ve dikey iş ayrımının devam ettiği tespit edilmiştir. Rapora göre, üst düzey yönetici pozisyonlarındaki erkeklerin oranı yüzde 73, kadınların oranı yüzde 27’dir. Muhabirlerin yaklaşık üçte ikisini erkekler, yüzde 36’sını kadınlar oluşturmaktadır. Ancak, üst düzey profesyoneller arasında kadınlar haber toplama, düzenleme ve yazma işlerinin yüzde 41’ine sahiptir. Rapor ayrıca erkeklerin yüzde 66,7’sinin tam zamanlı ve düzenli olarak istihdam edildiğini, kadınların ise yüzde 33,3’ünün benzer şekilde istihdam edildiğini ortaya koymaktadır (Byerly, 2011). Bu da kadınların haber kuruluşlarındaki istihdamının erkeklerle kıyasla daha güvencesiz olduğu anlamına gelmektedir.

Akademik araştırmalar, medya sektöründeki cinsiyetçi iş bölümünü ortaya koymuştur. 1970'lerden itibaren medyada çalışan kadın sayısı politik bir talep haline gelmiştir. Ancak, kadın sayısındaki artış yeni bir cinsiyetçi iş bölümü yaratmıştır: Üst düzey yöneticiler erkek, düzelticiler ve montajcılar kadınlardır. Tokgöz (1987) tarafından yapılan bir araştırma, kadınların genellikle muhabir, redaktör, teknik sekreter ve montaj işleri gibi alanlarda istihdam edildiğini göstermiştir. Asker (1991) tarafından yapılan bir araştırma, kadın gazetecilerin yüzde 88'inin Türk basınında yönetimde yeterince yer almadıklarını düşündüğünü ortaya koymuştur. Somersan (1997), 20 gazetenin künyelerinde 348 üst düzey yetkiliden sadece 17'sinin kadın olduğunu tespit etmiştir. Barre (1999), Fransa'da yaptığı bir araştırmada, 1990 yılında üst düzey kadın çalışan oranının yüzde 11 olduğunu, 1998'de bu oranın yüzde 14'e çıktığını ancak bu artışın kadınların yönetim kademelerine gelmesinden değil, erkek yöneticilerin azalmasından kaynaklandığını vurgulamıştır. Köker (2000), kadınların yaptığı işlerin genellikle kapalı alanlarda masa başı iş olduğunu belirtmektedir. Tahaoğlu'nun (2014) yaptığı çalışmada, gazete künyelerinin sadece yüzde 19'unun kadınlardan oluştuğu bulunmuştur. Sarışın (2020), gazete künyelerinde yer alan çalışanların yüzde 14'ünün kadın, yüzde 86'sının erkek olduğunu tespit etmiştir. Bu bulgular, kadınların basın sektöründe yeterli düzeyde yönetim kademelerinde bulunmadığını göstermektedir.

## Yerel Medyada Kadın İşgücü

Yerel medyayı konu alan araştırmalarda da erkekler ve kadınların istihdam oranları, çalışma koşulları ve sosyal hakları konusunda farklılıkların olduğu ortaya konulmuştur. Eroğlu ve Arslan (2017) tarafından yapılan araştırmada Mersin ili yerel basınında çalışan kadınların sorunlarına odaklanılmış, kadın gazetecilerin medya ve meslek kuruluşlarının yönetim kademelerinde yeterince temsil edilmedikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Sadece 3 kadın gazetecinin basın kuruluşunda yönetici olması ve meslek kuruluşlarında hiç yöneticinin bulunmaması yönetim kademesinde de erkek egemen yapının hâkim olduğunu göstermiştir. Ayrıca ekonomi, polis-adliye, politika haberleri erkek gazetecilerin işi olarak kabul edilmektedir. Alyakut (2018) Kocaeli medyasındaki kadın gazetecilerin sosyal haklarının uygulanmasına yönelik yaptığı araştırmasında; kadınların ücret, doğum/süt izni hakları ve terfi gibi konularda sorun yaşadıklarını ortaya koymuştur. Ayrıca ataerkil toplum yapısının getirdiği cinsiyet ayrımcılığına maruz kalan kadın gazetecilerin iş doyumu-na ulaşmalarının engellendiği, kariyerlerinin önünün ke-sildiği ve anne-eş görevlerine itildiği sonucuna ulaşılmıştır. İçten ve Erduran (2020) tarafından yapılan araştırmada ise yerel medyada çalışan gazetecilerin işlerini yaparken cinsiyet temelli ayrımcılık ve engellerle karşılaştığı, yerel

medyadaki çalışma koşullarının toplumsal cinsiyet eşitsizliklerine yol açtığı görülmüştür. Yetersiz maaş, kısıtlı kadrolar ve az sayıda kişi ile birçok işin yapılmaya çalışılması, kadınları orantısız iş yükü, fazla mesai ve teknik imkân eksiklikleri gibi pek çok sorunla baş etmek zorunda kalmasına neden olmaktadır (İçten ve Erduran, 2020: 37). Yücebaş (2021) tarafından Gaziantep yerel basınında çalışan kadınlara yönelik yapılan araştırmada kadınların gazetecilik mesleğini sürdürürken erkek egemen bir yapıyla mücadele etmek ve eril davranış kalıplarına uyum göstermek zorunda kaldıkları ayrıca kadınların erkekler tarafından korunması gereken çalışanlar olarak görüldüğü bulgularına ulaşılmıştır. Baykal, Özgökbel-Bilis ve Bilis'in (2023) Çanakkale basınında kadın istihdamına yönelik araştırmalarında ise işe alım süreçlerinde kadınların birçoğunun sorun yaşamadığı ancak iş süreçlerinde erkeklere göre birtakım sorunlar yaşadıkları ortaya koyulmuştur. Bu dezavantajlar, toplumda yer etmiş cinsiyet kodları, kadınların gece haberlerine gitmekte ve kalabalık ortamlara girme durumlarında zorlanmalarıdır. Bu araştırmaya göre Çanakkale yerel basınında çalışan kadınlar, erkek çalışanlar ile eşit ücret aldıklarını ifade etmiştir.

Ayrıca araştırmalar gazetecilik okuyan kadın sayısının yüksek olmasına rağmen, kadınlar haber merkezlerinde yeterince temsil edilmediğini de ortaya koymaktadır (Ross, 2013; York, 2017; Çetinkaya, 2023). Bu tutarsızlığın olası nedenleri arasında; kadınların haber merkezlerini bırakıp başka alanlara yönelmeleri ve gazetelerin kadınlardan daha fazla erkek istihdam etmesi yer almaktadır. Haber merkezi programı genellikle aile hayatıyla uyumsuzdur, çünkü kadınlar çocukların ve diğer aile üyelerinin sorumluluğunu almaya devam etmektedir. Gazetecilik ayrıca muhabirlerin düşük ücretler için düzensiz ve uzun saatler çalıştığı yüksek baskı gerektiren bir meslektir. Bazı gazeteciler iş yükü ve bitkinlik bildirmektedir. Cam tavan nedeniyle haber merkezinde kadın liderliğinin olmaması, kadın rol modellerinin eksikliğine de yol açabilmektedir (Geertsema-Sligh, 2018).

Gülbahar'a (2007) göre medya metinlerinde cinsiyete dayalı ayrımcılık içeren temsillere sıkça rastlanmaktadır. Kadına yönelik mesleki ayrımcılığın en yoğun olduğu alanlardan biri olarak kabul edilen medya sektöründeki cinsiyetçi çıktılar, kadınların bu sektöre geç girmesi, sayılarının az olması ve yönetim mekanizmalarında bulunmaması ile açıklanmaktadır (Tekvar, 2016). Kitle iletişiminde ürünlerin seçiminden tasarımına kadar kadın ve erkek bakış açılarının önemi vardır. İletişim kuramları, bu ürünlerin patriyarkal ideolojiyi yansıttığını savunmaktadır. Bu durumun değişmesi, sektörde kadınların çoğalmasının yanı sıra, kadın bakış açısına sahip ve bunu yansıtmaya kararlı kadınların varlığını gerektirmektedir. Kadınların yönetim ve karar

aşamalarında bulunmaları bu açıdan önem arz etmektedir (Tufan-Tanrıöver,2000).Medya sektöründe kadın istihdamının az olması, kadın bakış açısının medyadan dışlanması ve eril iktidar ilişkilerinin medya çıktılarına yayılmasına yol açmaktadır (Çelenk,2010).Köker (2000) bu durumu şöyle ifade eder: “Eğer medyada daha çok kadın çalışabilseydi ve kadınlar karar mekanizmalarında sorumluluk alabilseylerdi, kadınların dünya tasarımları daha çok seslendirilebilecekti”.

Medya sektörü, insan sermayesi ve ilişkisel sermayenin yoğun olduğu bir sektör olarak öne çıkmaktadır.Edvisson (1997), insan sermayesini çalışanların tecrübeleri, becerileri ve bilgilerinin tümü olarak tanımlar. İlişkisel sermaye ise, bir işletmenin dış çevresi ile kurduğu ilişkileri ifade eder. Medya sektöründe çalışanlar, insan ve ilişkisel sermayelerini aktif olarak ortaya koymaktadır. Bu nedenle, dengeli çeşitlilik politikaları (cinsiyet, yaş, ırk vb.) ile yürütülen istihdam politikaları, medyadaki tek sesliliğin ve kalıplaşmış içerik politikalarının dışına çıkılmasını sağlayacak ön koşullardır. Ancak medya sektörü de dahil olmak üzere birçok sektörde cinsiyet açısından dengeli bir dağılım görülmemektedir.

## Yöntem

### Amaç ve Kapsam

Bu araştırmanın amacı, Kocaeli ilinde yerel medyada kadın istihdamının mevcut durumunu ve kadın medya çalışanlarının karar alma mekanizmalarındaki yerini belirlemektir. Bu amaçla, keşifsel bir saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Saha çalışmasının kapsamı, faaliyetlerini Kocaeli merkezli olarak yürüten ve Basın İlan Kurumu tarafından resmî ilan ve resmî reklam alma yetkisi tanınmış medya kuruluşları ile sınırlandırılmıştır.

### Örnekleme ve Veri Toplama Süreci

Basın İlan Kurumu'nun internet sitesinde yapılan sorgulama sonucunda Temmuz 2024 tarihi itibarıyla, resmî ilan ve reklam alma yetkisine sahip olup Kocaeli ili genelinde

yayın yapan 6 gazete, ilçelerde yayın yapan 8 gazete olmak üzere toplam 14 gazete, 9 adet internet haber sitesi (3 tanesi bekleme süresinde), reklam alan 3 adet basılı yayın (dergi) ve 32 adet internet haber sitesi olmak üzere toplam 58 adet basın yayın kuruluşu olduğu belirlenmiştir (<https://ilanbis.bik.gov.tr/Uygulamalar/AylikListe>). Bu yayın kuruluşlarının tamamı araştırmanın ana kitlesini oluşturmaktadır. Ana kitledeki bu kuruluşların tamamından veri toplanması hedeflenmiştir.

Araştırma kapsamında ihtiyaç duyulan verileri toplamak için, öncelikle belirlenen haber kuruluşlarının resmi internet sitelerinde yer alan künye bilgileri incelenmiştir. Buna ilaveten, çevrimiçi bir anket formu hazırlanarak, söz konusu medya kuruluşlarının yöneticilerinden bazı tanımlayıcı bilgiler toplanmıştır. Anket formunda tanımlayıcı özellikte kapalı uçlu sorular (medya kuruluşunun faaliyete başladığı yıl, ana faaliyet alanı, toplam çalışan sayısı, çalışanların cinsiyet dağılımı, imtiyaz sahibi, genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü ve haber müdürünün cinsiyet bilgileri; kadın muhabir, editör, yazar sayısı vb.) ve kuruluşun kadın haber çalışanı istihdamı konusuna bakış açısını sorgulayan bir adet de açık uçlu soru yer almaktadır. Çevrimiçi anket formu 2024 yılı Ağustos ayı içerisinde medya kuruluşlarının yöneticilerine gönderilmiş ve bir aylık süre içinde toplam 22 medya kuruluşunun temsilcisi anket formunu cevaplamıştır. Toplanan veriler öncelikle bütünlük ve tutarlılık açısından ön incelemeden geçirilmiş ve daha sonra frekans ve içerik analizleri yapılmıştır.

### Verilerin Analizi

Araştırma kapsamına dahil olan 58 yerel basın kuruluşunun internet sitelerinde yer alan künye bilgileri incelenmiştir. Bu 58 kuruluşun 14 tanesi günlük yayın yapan gazete, 3 tanesi aylık dergi ve 32 tanesi de internet haber sitesidir. İncelenen kuruluşların 50 tanesi Kocaeli ili genelinde yayın yaparken 8 tanesi ise ilçelerde (Derince, Gebze ve Gölcük) yayın yapmaktadır. Tablo 1'de araştırma kapsamına dahil olan 58 basın kuruluşuna ilişkin genel bilgiler görülmektedir.

**Tablo 1: Araştırma Kapsamında İncelenen Basın Kuruluşlarına İlişkin Genel Bilgiler**

Sürelili Yayın Adı	Türü	Frekansı	Kapsamı	Yayın Yeri
<i>Bizim Yaka Kocaeli</i>	Gazete	Pazar hariç her gün	İl	Kocaeli
<i>Çağdaş Kocaeli</i>	Gazete	Günlük	İl	Kocaeli
<i>Kocaeli</i>	Gazete	Günlük	İl	Kocaeli
<i>Kocaeli Demokrat</i>	Gazete	Günlük	İl	Kocaeli
<i>Mavi Kocaeli</i>	Gazete	Pazar hariç her gün	İl	Kocaeli
<i>Özgür Kocaeli</i>	Gazete	Günlük	İl	Kocaeli



Sürelî Yayın Adı	Türü	Frekansı	Kapsamı	Yayın Yeri
<b>Derince Ekspres</b>	Gazete	Hafta içi günler	İlçe	Derince
<b>Gazete Gebze</b>	Gazete	Pazar hariç her gün	İlçe	Gebze
<b>Gebze Hürses</b>	Gazete	Pazar hariç her gün	İlçe	Gebze
<b>Gebze Yenigün</b>	Gazete	Pazar hariç her gün	İlçe	Gebze
<b>Mavi Marmara</b>	Gazete	Pazar hariç her gün	İlçe	Gebze
<b>Yeni Haber</b>	Gazete	Pazar hariç her gün	İlçe	Gebze
<b>Gölcük Haber</b>	Gazete	Pazar hariç her gün	İlçe	Gölcük
<b>Gölcük Postası</b>	Gazete	Pazar hariç her gün	İlçe	Gölcük
<b>Finans Kocaeli</b>	Dergi	Aylık	İl	Kocaeli
<b>Kocaeli Life</b>	Dergi	Aylık	İl	Kocaeli
<b>Yeni Tiyatro</b>	Dergi	Aylık	İl	Kocaeli
<b>www.cagdaskocaeli.com.tr</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.demokratkocaeli.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaeligazetesi.com.tr</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.mavikocaeli.com.tr</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.mavimarmaragazetesi.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.ozgurkocaeli.com.tr</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaeligundem.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaelitv.com.tr</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.noktagazetesi.com.tr</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.bagimsizkocaeli.com.tr</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.bizimyaka.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.bugunkocaeli.com.tr</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.enkocaeli.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.flaskocaeli.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.gebzegazetesi.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.gercekkocaeli.com.tr</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.haberpi.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.hedefgazetesi.com.tr</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.ilkekocaeli.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaelibarisgazetesi.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaelibizimsehir.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaelicinar.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaelidenge.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaeliduysun.net</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaelifikir.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaelihaberduyusi.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaelihurkus.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaelikoz.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaelilife.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaeliyenihaber.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.kocaeliyiz.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.mayahaber.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.ozgunkocaeli.com.tr</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.sizinkocaeli.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.sonkalekocaeli.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.sonkocaeli.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.spor41.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.vizyonkocaeli.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.yedikitadahaber.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.yenikocaeli.com</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli
<b>www.yerel.im</b>	İnternet Haber Sitesi	Günlük	İl	Kocaeli

Araştırma kapsamına dahil olan 58 yerel basın kuruluşunun internet sitelerindeki künye bilgilerinde yer alan imtiyaz sahibi ve sorumlu yöneticinin (genel yayın yönetmeni ya da sorumlu yazı işleri müdürü) cinsiyet bilgileri incelenmiştir. Tablo 2’de görüldüğü gibi, bu 58 kuruluşun 43 tanesinde (%74,1) imtiyaz sahibi erkektir. Sorumlu yöneticilerin ise %56,9’u erkektir. Bu bulgular, incelenen yerel basın kuruluşlarında sahiplik ve tepe yöneticisi açısından erkeklerin daha baskın olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

**Tablo II: Künye Bilgilerine Göre Yöneticilerin Cinsiyet Dağılımı**

Cinsiyet	İmtiyaz Sahibi		Sorumlu Yönetici	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
<b>Erkek</b>	43	74,1	33	56,9
<b>Kadın</b>	14	24,1	22	37,9
<b>Bilgi yok</b>	1	1,7	3	5,2
<b>Toplam</b>	<b>58</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

Bir sonraki aşamada ise, basın kuruluşlarının sorumlu yöneticilerine gönderilen anket formuna alınan yanıtlar analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında 22 yerel basın kuruluşundan veri alınabilmektedir. Bu kuruluşların 16 tanesi internet haberciliği, 10 tanesi gazetecilik, 6 tanesi Televizyon ve 2 tanesi dergicilik alanlarında faaliyet göstermektedir. Birden fazla alanda faaliyet gösteren 10 adet medya kuruluşu bulunmaktadır. Araştırma kapsamında veri toplanan yerel basın kuruluşlarının kuruluş yılları 1975 ile 2022 arasında değişmektedir. Bu kuruluşlar ortalama olarak 16 yıldır faaliyet göstermektedirler.

Anketi cevaplayan katılımcıların kuruluş içindeki görevlerine bakıldığında, bunların 4 tanesi imtiyaz sahibi, 5 tanesi genel yayın yönetmeni, 4 tanesi yazı işleri müdürü, 4 tanesi editör 5 tanesi ise diğer görevlerde olduğunu belirtmiştir. Araştırma kapsamında incelenen kuruluşların bünyelerinde kadın çalışan sayıları ile ilgili istatistikler aşağıdaki Tablo III’de sunulmuştur.

**Tablo III: Araştırmaya Katılan Kuruluşların Çalışan Sayılarına İlişkin İstatistikler**

	Toplam Çalışan Sayısı	Kadın çalışan sayısı	Erkek çalışan sayısı	Kadın Muhabir Sayısı	Kadın Editör sayısı	Kadın Köşe Yazarı Sayısı	Kadın Haber Editörü sayısı
<b>N</b>	22	22	22	22	22	22	22
<b>Aritmetik Ortalama</b>	16,82	5,91	10,82	1,86	1,82	2,59	1,05
<b>Std. Sapma</b>	33,167	8,755	24,935	2,077	1,532	2,423	1,327
<b>Minimum</b>	2	1	1	0	0	0	0
<b>Maksimum</b>	160	40	120	9	6	7	4
<b>Toplam</b>	370	130	240	41	40	57	23
<b>Yüzdelik Dağılım</b>	%100	%35	%65	%11	%11	%15	%6

Tabloda görüldüğü gibi, 22 kuruluşta toplam 370 çalışan olduğu, bunlardan 130 (%35) tanesinin kadın çalışan olduğu beyan edilmiştir. Toplam 57 kadın köşe yazarı bulunmakta ve kadın çalışanların en büyük kısmını oluşturmaktadır. Bunu çalışanların %11’lik kısmını oluşturan 41 kadın muhabir ve 40 kadın editör takip etmektedir. Kadın haber editörü sayısı ise toplamda 23 kişidir ve toplam çalışanların %6’lık kısmını oluşturmaktadır. Kadın çalışanların kuruluş içinde birden fazla rol ve görevde çalıştıkları anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan kuruluşların üst yöneticilerinin cinsiyet dağılımını gösteren bilgiler Tablo IV’te yer almaktadır. Buna göre, 22 kuruluştan sadece 5 tanesinin (%22,7) imtiyaz sahibi kadındır. Genel yayın yönetmeni kadın olan yerel basın kuruluşlarının sayısı sadece 4’tür (%18,2). Yazı işleri müdürü açısından bakıldığında ise sadece 5 tane kuruluşta

(%22,7) kadın yazı işleri müdür bulunduğu, 8 tane kuruluşta ise (%36,4) haber müdürünün kadın olduğu görülmektedir.

**Tablo IV: Araştırmaya Katılan Kuruluşların Üst Yöneticilerinin Cinsiyet Dağılımı**

		Kadın	Erkek	Toplam
<b>İmtiyaz Sahibi</b>	Sayı	5	17	22
	Yüzde	22,7	77,3	100,0
<b>Genel Yayın Yönetmeni</b>	Sayı	4	18	22
	Yüzde	18,2	81,8	100,0
<b>Yazı İşleri Müdürü</b>	Sayı	5	17	22
	Yüzde	22,7	77,3	100,0
<b>Haber Müdürü</b>	Sayı	8	14	22
	Yüzde	36,4	63,6	100,0

Araştırmaya katılan yerel basın kuruluşlarında kadınların üst yönetim dışındaki rollerde ne düzeyde görev aldıklarını irdelemek adına, çeşitli görevlerde kadın çalışan olup olmadığı da sorulmuştur. Tablo V'te yer alan bilgilere göre, araştırma kapsamında incelen kuruluşların yarısından fazlasında içerik üretici ve tasarımcı rollerinde kadın çalışan

bulunmaktadır. İdari işlerde kadın çalışan olan kuruluş sayısı 9 (%41), spiker ve sunucu rollerinde kadın çalışan bulunan kuruluşların sayısı ise 7 (%32) olarak görünmektedir. Kat görevlisi ya da hizmetli personel olarak kadın çalışan bulunan kuruluş sayısı 10 (%46), güvenlik görevlisi ve diğer görevlerde kadın çalışan bulunan kuruluş sayısı da sırasıyla 1 ve 6'dır.

**Tablo V: Araştırmaya Katılan Kuruluşlarda Kadın Çalışanların Görev Yerleri**

		Kadın	Kadın
		Çalışan Yok	Çalışan Var
<b>İdari İşler</b>	Sayı	13	9
	Yüzde	59,1	40,9
<b>Spiker</b>	Sayı	15	7
	Yüzde	68,2	31,8
<b>Sunucu</b>	Sayı	15	7
	Yüzde	68,2	31,8
<b>İçerik Üretici</b>	Sayı	11	11
	Yüzde	50,0	50,0
<b>Tasarımcı</b>	Sayı	10	12
	Yüzde	45,5	54,5
<b>Kat Görevlisi/Hizmetli</b>	Sayı	12	10
	Yüzde	54,5	45,5
<b>Güvenlik Görevlisi</b>	Sayı	21	1
	Yüzde	95,5	4,5
<b>Diğer Görevler</b>	Sayı	16	6
	Yüzde	72,7	27,3

Araştırmanın son bölümünde, yerel basın kuruluşlarının kadın haber çalışanı istihdamı konusuna bakış açısını anlamak adına açık uçlu bir soru sorulmuştur. “Şirketinizin kadın haber çalışanı istihdamı konusuna bakış açısını birkaç cümle ile kısaca özetler misiniz? (fırsat eşitliği, pozitif/negatif ayrımcılık,

ücret ve diğer haklara ilişkin politikalar vb.)” sorusuna 15 kuruluşun temsilcisi yanıt vererek görüş beyan etmiştir (Tablo VI). Bu açık uçlu soruya verilen yanıtlar üzerinde bir içerik analizi gerçekleştirilmiştir.

**Tablo VI: Araştırmaya Katılan Kuruluşların Kadın Haber Çalışanı İstihdamına Yaklaşımları**

<b>Yanıt 1:</b>	Cinsiyetler arası eşitlikçi bir politika söz konusu. Cinsiyetten bağımsız olarak iş odaklı bir anlayış var.
<b>Yanıt 2:</b>	Cinsiyetlerinin yanı sıra kabiliyetleri, sahiplenmeleri ve yönetim becerileri onları öne çıkarıyor.
<b>Yanıt 3:</b>	Fırsat eşitliği.
<b>Yanıt 4:</b>	Gazete sahibi tarafından kadın olduğum için herhangi negatif bir durum görmedim çok şükür. Kendisi saygılı, kibar ve kadın erkek fark etmez hakka önem bir insan. Sadece çalışma arkadaşlarımdan kadın olduğum için üzücü, yanlış muameleler gördüm ama bunların altında kalmadım üstesinden geldim.
<b>Yanıt 5:</b>	Kurumumuzun bu konuda herhangi bir politikası yoktur.
<b>Yanıt 6:</b>	Kurumumuzda herkes eşittir.



<b>Yanıt 7:</b>	Kurumumuzda bu konuda hiçbir ayırım yoktur, kaliteli ve tecrübeli elemanlara öncelik verilmektedir.
<b>Yanıt 8:</b>	Kurum olarak istihdam konusunda kadın ya da erkek diye ayırım yapılmamaktadır. Tecrübe ve eğitim konusu daha çok öne çıkmaktadır.
<b>Yanıt 9:</b>	Kadınlara daha çok istihdam sağlanması gerektiği düşünülmektedir.
<b>Yanıt 10:</b>	Kadınlara çalışmaktan çok mutluyuz. İşlerinde titizler ve verilen her görevi yapıyorlar. Onlarla çalışırken gözüm arkada değil. Yeni dönemde büyüyen ekibimize, yeni kadın çalışmaları arkadaşları arıyoruz. Kadın istihdamını artıracamız.
<b>Yanıt 11:</b>	Dergimiz iki kadın tarafından kurulmuştur; kadın istihdamını önemseyen, bununla birlikte kadın girişimcileri destekleyen bir basın kuruluşudur.
<b>Yanıt 12:</b>	Mesleği hep birlikte yok ettik, bundan sonrası çok daha kötü olacak.
<b>Yanıt 13:</b>	Olumlu
<b>Yanıt 14:</b>	Şirketimiz, kadın haber çalışanlarına fırsat eşitliği sunmayı taahhüt etmektedir. Pozitif ayrımcılık yapmaksızın, yetkinliklere dayalı istihdam sağlanmakta ve tüm çalışanlar için eşit ücret ve haklar politikası izlenmektedir. Kadınların kariyer gelişimini destekleyen özel programlar da mevcuttur.
<b>Yanıt 15:</b>	Uzun yıllardan bu yana görüntülü ve yazılı medya içinde yer almaktayım. Bilhassa muhabirlerin haber almak ve yetiştirmek için kendi imkânlarıyla savaş verdiklerine üzülerek şahit oldum. Hele de kadın olunca işleri iki kat zorlaşıyordu. Zaten çok az olan sayıları zor şartlar yüzünden iyice azalmıştı. Şu anda da değişen bir şey olduğunu sanmıyorum. Bu konuda dilerim çözüm üretir, kadınlarımıza medya sektöründe daha olumlu yollar açarsınız.

İçerik analizinde herhangi bir bilgisayar programı kullanılmamıştır. Araştırmacılar, nitel veriyi betimleyebilmek ve veri seti içinde yer alan temaları açığa çıkarabilmek amacıyla bu açık uçlu soruya verilen yanıtları tekrar tekrar gözden geçirmiş ve birbirine benzeyen ya da yineleyen ifadeleri genel başlıklar altında toplamıştır. Böylece veriler genel kavramlar ve temalar altında yer alacak şekilde daraltılmıştır (Creswell, 2018). Yapılan içerik analizi sonucunda, fırsat eşitliği ve cinsiyet eşitliği politikaları, kadınlara yönelik pozitif ayrımcılık ve destekleyici yaklaşımlar, yetkinlik ve tecrübe, eğitim ve yönetim becerileri, negatif ayrımcılık ve cinsiyet temelli sorunlar ve politika belirlemede yetersizlik ve bilinç eksikliği şeklinde altı ana tema belirlenmiştir. Bu ana temalar altında ortaya çıkan bulgular aşağıdaki gibi özetlenmiştir.

### Tema 1: Fırsat Eşitliği ve Cinsiyet Eşitliği Politikaları

Araştırmaya katılan kuruluşlardan bazıları, fırsat eşitliği ve cinsiyetler arası eşitlikçi bir yaklaşımı benimsediklerini belirtmiştir (Yanıt 1, 3, 6, 8, 13). Bu tür yaklaşımlar, kadın ve erkek çalışanlar arasında ayırım yapılmadığını, işe alım ve kariyer gelişim süreçlerinde cinsiyetin değil, yetkinliklerin ön planda olduğunu vurgulamaktadır. Yanıt 14'te belirtildiği üzere, bu şirketlerden biri, yetkinliklere dayalı istihdam sağladığını ve tüm çalışanlar için eşit ücret ve haklar politikasını izlediğini açıkça ifade etmiştir. Bu yanıt, cinsiyet eşitliği konusunda olumlu bir örnek teşkil etmektedir.

### Tema 2: Kadınlara Yönelik Pozitif Ayrımcılık ve Destekleyici Yaklaşımlar

Araştırma sorusuna verilen yanıtlardan bir kısmı,

kuruluşların kadın istihdamını artırma veya kadın çalışanlara pozitif bir yaklaşım geliştirme eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır (Yanıt 9, 10, 11). Bu tür politikalar, kadınların iş gücüne katılımını teşvik ederken, aynı zamanda kadın çalışanların karşılaştıkları engelleri azaltmayı amaçlamaktadır. Özellikle Yanıt 10, kadın çalışanlarla çalışmaktan duyulan memnuniyeti ifade ederek, kadın istihdamını artırma hedefini ortaya koymuştur. Yanıt 11 ise, kuruluşun kadın istihdamına ve girişimciliğine verdiği önemi vurgulamaktadır.

### Tema 3: Yetkinlik ve Tecrübe

Birçok yanıt, çalışan tercihlerinde cinsiyetten ziyade yetkinliklerin, kabiliyetlerin ve tecrübenin ön planda olduğunu vurgulamaktadır (Yanıt 2, 8, 14). Bu durum, işe alım ve terfi süreçlerinde çalışanların sahip oldukları mesleki becerilerin ve deneyimlerin, cinsiyetlerinden daha önemli bir kriter olarak değerlendirildiğini göstermektedir.

### Tema 4: Eğitim ve Yönetim Becerileri

Yanıtlar arasında, eğitim düzeyi ve yönetim becerilerinin de çalışan tercihlerinde önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir (Yanıt 2, 8). Bu kriterler, özellikle üst düzey pozisyonlarda ya da karar verme süreçlerinde yer alan çalışanların seçilmesinde belirleyici olmaktadır.

### Tema 5: Negatif Ayrımcılık ve Cinsiyet Temelli Sorunlar

Araştırma sorusuna olumsuz yanıtların verildiği de görülmektedir. Verilen yanıtlardan ikisi kadın çalışanların hala iş yerlerinde cinsiyet temelli ayrımcılıkla karşılaştığını vurgulamaktadır (Yanıt 4, 15). Yanıt 4, çalışanın gazete sahibi

tarafından eşit muamele gördüğünü belirtirken, çalışma arkadaşlarından cinsiyet temelli olumsuz davranışlar gördüğünü ifade etmektedir. Benzer şekilde, Yanıt 15, kadın muhabirlerin zorlu çalışma koşulları altında dezavantajlı durumda olduğunu ve medya sektöründe cinsiyet temelli zorlukların devam ettiğini belirtmektedir. Bu, sektördeki cinsiyet eşitliği konusunda hala aşılması gereken önemli engeller olduğunu göstermektedir.

### **Tema 6: Politika Belirlemede Yetersizlik ve Bilinç Eksikliği**

Yanıtların bir kısmında, şirketlerin bu konuda belirli bir politika izlemedikleri veya cinsiyet eşitliği konusuna yeterince

odaklanmadıkları anlaşılmaktadır (Yanıt 5,7). Bu durum, cinsiyet eşitliğinin şirket politikalarında yeterince yer bulmadığını ve bu konuda daha fazla farkındalığın gerekli olduğunu göstermektedir.

Yanıtlar, medya sektöründeki kadın istihdamı ve cinsiyet eşitliği konularında karmaşık bir tablo çizmektedir. Bazı kuruluşlar, eşitlikçi politikalar ve pozitif ayrımcılık uygulamalarıyla öne çıkarken, diğerleri bu konuda yetersiz kalmakta veya kadın çalışanların zorluklarla karşılaştığını göstermektedir. Bu bulgular, medya sektöründe cinsiyet eşitliği politikalarının geliştirilmesi ve uygulanmasının önemini vurgulamakta, bu alanda daha kapsayıcı ve destekleyici yaklaşımlara ihtiyaç olduğunu ortaya koymaktadır.

## **Sonuç ve Öneriler**

Bu çalışma, yerel basında kadın istihdamına bakış açısının çeşitli yönlerini incelemiştir. Medyanın kadın istihdamına yönelik tutumu, eşitsizlikler ve iş yaşamında kadınların karşılaştığı engeller gibi konuların nasıl ele alındığını göstermektedir. Çalışma sonucunda, yerel basının kadın istihdamını desteklemenin ötesinde, bazen mevcut cinsiyet kalıplarını pekiştiren bir rol oynayabildiği tespit edilmiştir. Bu durum, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında medyanın oynadığı kritik rolü yeniden değerlendirmeyi gerektirmektedir.

Araştırma sonuçları, yerel basında kadın çalışan sayısının erkeklere göre belirgin bir şekilde düşük olduğunu ve kadınların genellikle alt kademelerde istihdam edildiğini ortaya koymaktadır. Üst düzey yönetim pozisyonlarında erkeklerin ağırlıklı olduğu bir yapı gözlemlenmektedir. Bu durum, kadınların medya sektöründe "cam tavan" olarak adlandırılan bir engelle karşılaştıklarını ve kariyerlerinde ilerlemekte zorluk çektiklerini göstermektedir.

Bunun yanı sıra, bazı yerel basın kuruluşlarının kadın istihdamına yönelik olumlu adımlar attığı ve kadın gazetecileri destekleyen politikalar geliştirdiği de belirlenmiştir. Ancak bu çabalar, sektör genelinde yaygın olmadığından, cinsiyet eşitliği konusunda daha geniş kapsamlı stratejilere ve politikalar geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu sonuçlar, yerel basında kadın istihdamının iyileştirilmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması için acil eylemler gerektiğini göstermektedir. Medyanın kadınlara yönelik tutumu ve temsil biçimleri, toplumda cinsiyet eşitliğinin

sağlanmasında kritik bir role sahiptir. Dolayısıyla, bu alanda yapılacak reformlar, sadece medya sektörüyle sınırlı kalmayacak, aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitliğini geniş bir çerçevede destekleyecektir. Bu bağlamda aşağıdaki öneriler sunulmuştur:

1. Kadınların Medyada Temsili: Yerel basında kadınların istihdamına ve başarılarına daha fazla yer verilmelidir. Kadınların iş gücündeki rolü ve başarıları, sadece haberlerde değil, aynı zamanda röportajlar, başarı öyküleri ve özel dosyalar aracılığıyla vurgulanmalıdır.
2. Politika Geliştirme: Kadın istihdamının medya tarafından daha doğru ve adil bir şekilde ele alınmasını sağlamak için medya politikaları geliştirilmelidir. Bu politikalar, cinsiyet eşitliğini destekleyen içeriklerin teşvik edilmesini ve cinsiyet ayrımcılığı içeren içeriklerin azaltılmasını amaçlamalıdır.
3. Medya Eğitim Programları: Gazeteciler ve medya çalışanları için toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farkındalık artırıcı eğitim programları düzenlenmelidir. Bu programlar, cinsiyetçi söylemlerden kaçınılmasını ve kadın istihdamının doğru ve destekleyici bir şekilde temsil edilmesini teşvik edecektir.
4. Kamuoyu Desteği: Yerel basının kadın istihdamını daha olumlu bir ışık altında göstermesi için kamuoyunun desteği önemlidir. Sivil toplum kuruluşları ve toplumsal cinsiyet eşitliği savunucuları, medyanın kadın istihdamına yönelik tutumunu iyileştirmek için yerel basınla iş birliği yapmalıdır.

Bu öneriler, yerel basının kadın istihdamına yönelik tutumunu

iyileştirmeye ve toplumsal cinsiyet eşitliğini medya aracılığıyla teşvik etmeye katkıda bulunabilir. Bununla birlikte, yukarıdaki öneriler bu kişisel araştırmanın sınırlılıkları çerçevesinde değerlendirilmelidir. Bu araştırmanın en temel sınırlılığı, Kocaeli ilinde faaliyet gösteren ve Basın İlan Kurumu tarafından ilan ve reklam alma yetkisi verilmiş kuruluşlar üzerinde yapılmış olmasıdır. Ancak, araştırma kapsamında belirlenen kuruluşların tümünün araştırmaya katılmayı kabul etmemiş olması çalışmanın önemli bir sınırlılığıdır. Gelecekte yapılacak benzer çalışmalarda bu sorunu aşmak adına basın-yayın meslek kuruluşlarının birleşerek oluşturdukları üst kuruluşlarla işbirliği yapılabilir. Bu şekilde, daha geniş örneklemelerden veri toplanması ve medya sektöründe farklı alt faaliyet alanlarındaki kuruluşlar arasında karşılaştırmalı analizler yapılması mümkün olabilir. Bu araştırmanın bir başka kısıtı da verilerin ikincil kaynaklarda içerik analizi yaparak ve çevrimiçi bir anket formu kullanarak toplanmış olmasıdır. Çevrimiçi anket formu kullanılması veri toplama sürecini kolaylaştırırken, cevaplama oranını azaltmaktadır. Gelecek araştırmalarda yüz yüze anket, derinlemesine mülakat gibi yöntemler

kullanılarak daha geniş kapsamlı ve derinlikli veri toplanması mümkün olabilir.

Bu araştırma kapsamında yerel basın kuruluşlarında kadın işgücü istihdamı ve kadınların medya kuruluşlarının yönetim kademesindeki yeri irdelenmiştir. Bu konu ile ilgili gelecek araştırmalarda, kadın haber çalışanlarının hangi haber temalarında (siyaset, asayiş, moda, spor, sağlık, beslenme vb.) görev yaptığı da incelenmelidir. Böyle bir inceleme, kadınların toplumsal rollerinin iş yaşamına nasıl yansıtıldığını göstermesi açısından önemli olabilir. Gelecekte incelenmesi gereken bir başka konu ise, yerel basında kadın ile ilgili haberlerin ne şekilde ele alındığı, kadına yönelik haberlerin hazırlanması ve sunumunda nasıl bir yaklaşım benimsendiği ve bu yaklaşımın, ilgili basın kuruluşunda kadın çalışan istihdamı ile bir ilişkisi olup olmadığıdır. Yerel basında yer alan haber içeriklerinde kadının temsiline ilişkin bir içerik analizi faydalı içgörüler sağlayacaktır. Kadın medya profesyonellerinin, medya kuruluşlarında karar alma noktalarındaki durumu ve etki gücünün kadın ile ilgili haberler ve içeriklere bir yansımalarının olup olmadığının incelenmesi bu konuda yeni araştırma başlıkları ortaya çıkarabilir.

## Kaynakça

- Alyakut, Ö. (2018). Kadın Gazetecilerin Sosyal Hakları Uygulanmasına Yönelik Görüşleri: Kocaeli Medyası Örneği. 1. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Yeni Ufuklar Kongresi Bildiriler Kitabı. (s.9-11).
- Anadolu Ajansı. (2018) Yazılı Basında Erkekler Çoğunlukta. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/yazili-basinda-erkekler-cogunlukta/1215366>
- Asker, A. (1991). Kadın Gazeteciler: Tezler Dizisi: 5, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Barré, V., Debras, S., Fenry, N., Trancart M., (1999). Ditesle Avec Des Femmes: Le Sexisme Ordinaire Dans Les Médias, CFD/AFJ, Paris: Médialivre.
- BİK. (2022). Basın İlan Kurumu, 2022 Yılı Basın Çalışanları İstatistikleri <https://bik.gov.tr/kurumsal-haberler/2022-yili-basin-calisanlari-istatistikleri-aciklandi/>
- Baykal, K. C., Özgökbel-Bilis, P., Bilis, A. E. (2023). Çanakkale Yerel Basımında Kadın İstihdamı, Ankara: İksad Yayınevi, DOI: <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.10395733>
- Byerly, C.M. (2011). Global report on the status of women in the news media. Washington, D.C.: International Women's Media Foundation.
- Chambers, D., Steiner, L., & Fleming, C. (2004). Women and journalism. New York: Routledge.
- Creswell, J.W. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni (3. Baskıdan Çeviri). Çeviri Editörleri: Bütün, M., Demir S.B., Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Çelenk, S. (2010). Ayrımcılık ve Medya. B. Çaplı ve H. Tuncel (Ed.), Televizyon Haberciliğinde Etik içinde, Ankara: Fersa Matbaacılık, 211-228.
- Çetinkaya, A. (2023). Türkiye Haber Medyasında Kadın ve Liderlik Raporu, <https://www.newslabturkey.org/turkiye-haber-medyasinda-kadin-ve-liderlik/>
- Dhiman, B. (2023) Opportunities and Challenges for Women Journalist in Media Industry: A Critical Review. Global Media Journal, 21 (63), 1-6.
- Edvinsson, L. & Malone, M. (1997). Intellectual Capital, USA: Harper Collins Pub.
- Eroğlu, Y.A., ve Arslan, B. (2017). Current debates in public relations cultural & media studies Volume 9, E. Doğan ve E. Geçkin (Der.) içinde, Women Journalism in Local Press (Mersin local press sample). Londra: IJOPEC Publications.
- Etike, Ş. ve Demir, A. S. (2017). Toplumsal Eşitsizlikler ve Kadın Emegi: Medya Endüstrisi Üzerine Bir Araştırma. Emek Araştırma Dergisi. Sayı: 8 (12), 123-144.
- Geertsema-Sligh, M. (2018). "Gender Issues in News Coverage". Scholarship and Professional Work - Communication. 169. [https://digitalcommons.butler.edu/ccom\\_papers/169](https://digitalcommons.butler.edu/ccom_papers/169)
- Gülbahar, H. (2007). Kadına Yönelik Şiddet Genelgesi ve Medyanın Sorumluluğu. S. Alankuş (Der.), Kadın Odaklı Habercilik içinde. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 85- 116.
- Köker, E. (2000). Medya Çalışmalarının Cinsel Şiddeti Yorumlama Biçimleri. N.B. Çelik (Der.), Televizyon, Kadın ve Şiddet içinde. Ankara: KİV Yayınları, 317-352.
- Somersan, S. (1997). Erkek Şoven Ülkemizin Erkek Mesleği: Gazetecilik, Radikal İki.
- Sürdürülebilir Kalkınma İçin Küresel Amaçlar. (2023). <https://www.kureselamaclar.org/amaclar/toplumsal-cinsiyet-esitligi/>
- Tahaoglu, Ç. (2014). Medyanın Künyesi: Kaç Kadın Kaç Erkek? <https://m.bianet.org/bianet/medya/154466-medyanin-kunyesi-ka-c-kadin-kac-erkek>.
- Tekvar, O.S. (2016). Kadın Gazeteci Olmak: Uçan Haber "Kadın ve Medya" Özel Sayısının İncelenmesi. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (2), 435-445.
- The Global Media Monitoring Project, (2020), [https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP-2020.Highlights\\_FINAL.pdf](https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP-2020.Highlights_FINAL.pdf)
- Timisi, N. (1997). Medyada Cinsiyetçilik. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Tokgöz, O. (1987). Türkiye'de Kitle İletişim Araçlarında Çalışan Olarak Kadının Konumu: Kadın Yönetici Olgusu, A.Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllığı.
- TÜİK. (2024). Türkiye İstatistik Kurumu, İstatistiklerle Kadın, 2023. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2023->
- Van Zoonen, L. (1994). Feminist Media Studies, Londra: Sage Publications.
- WEF. (2024). World Economic Forum, Global Gender Gap Report 2024 <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2024/>
- York, C. (2017, September 18). Women dominate journalism schools, but newsrooms are still a different story. Poynter Institute, <https://www.poynter.org/news/women-dominant-journalism-schools-newsrooms-are-still-different-story>
- Yücebaş, S. (2021). Yerel Basında Kadın Gazeteciler: Gaziantep Örneği. İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi, 9(20), 85-116.