

Medya Söyleminde Başkanlığın Eril İnşası: Hillary Clinton ve Kamala Harris Vakalarının Karşılaştırmalı Analizi

The Masculine Construction of the Presidency in Media Discourse: A Comparative Analysis of the Cases of Hillary Clinton and Kamala Harris

Yusuf FİDAN¹

Öz

Amaç: Bu çalışma, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanlık makamının, tarihsel ve kültürel olarak eril normlar etrafında inşa edilmiş bir alan olduğunu ortaya koymakta ve ABD ana akım medyasının bu eril hegemonyayı nasıl sürdürdüğünü veya sorguladığını incelemektedir.

Tasarım/Yöntem: Çalışma, Hillary Clinton'ın 2016 ve Kamala Harris'in 2024 başkanlık seçimi süreçlerindeki temsillerini, feminist medya kuramı, başkanlığın eril inşası teorisi ve kesişimsellik perspektifini bütünleştiren bir teorik çerçeve ışığında karşılaştırmalı niteliksel söylem analizi yöntemiyle incelemektedir. Analiz, medyanın ve erkek siyasi figürlerin kadın adaylara yönelik söylemsel stratejilerini, toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını ve güç ilişkilerini nasıl yeniden ürettiğini ortaya koymaktadır.

Bulgular: Çalışma, her iki adayın da "çifte açmaz" mekanizmasına maruz kaldığını ortaya koymaktadır. Kadın adaylar, başkanlık makamının gerektirdiği eril liderlik özellikleri (kararlılık, sertlik, rasyonellik) sergilediklerinde medyada "soğuk", "hırslı" ve "sevimsiz" olarak damgalanırken; dişil nitelikler (empati, uzlaşmacılık) gösterdiklerinde "zayıf", "duygusal" ve "yetersiz" kodlamalarıyla karşılaşmaktadır. 2016-2024 zaman aralığında, açık cinsiyetçi söylemlerin azalmasına karşın, örtük ve sofistike stratejilerin belirgin şekilde arttığı tespit edilmiştir. Harris vakası, kesişimsellik teorisinin öngörülerini doğrular nitelikte bulgular sunmaktadır. Nitekim Harris'in Siyahi ve Güney Asyalı kimliği, cinsiyet temelli stereotiplere ırksal nitelendirilmelerin de eklenmesine yol açarak ("DEI adayı", "ırk kartı", vatandaşlık sorgulamaları), Clinton'a kıyasla çok katmanlı ve daha yoğun bir baskı testine maruz kalmıştır. Medya, fiziksel görünüm, "sempati" ve güçlü erkek figürlerle ilişkiler üzerinden kadın adayların özerk liderliklerini sistematik olarak sorgulamış; böylece başkanlığın eril kodlarını aktif biçimde yeniden üretmiştir.

Özgünlük/Değer: Bu çalışma, medyanın toplumsal cinsiyet normlarını şekillendiren aktif bir aktör olduğunu ve kadınların siyasetteki en üst düzey liderlik pozisyonlarına erişiminin önündeki yapısal ve kültürel engellerin karmaşıklığını ve sürekliliğini vurgulamaktadır. Ayrıca, şimdiye kadar hiç kadın ABD başkanı çıkmamasında cinsiyet rollerinin ve yapısal engellerin önemine dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Başkanlığın eril inşası, çifte açmaz, kesişimsellik, Hillary Clinton, Kamala Harris

Abstract

Purpose: This study reveals that the office of the President of the United States of America (USA) is a sphere that is historically and culturally constructed around masculine norms, and it examines how mainstream US media perpetuates or challenges this masculine hegemony.

Design/Methodology: The study conducts a comparative qualitative discourse analysis of the representations of Hillary Clinton in the 2016 and Kamala Harris in the 2024 presidential cycles, within a theoretical framework that integrates feminist media theory, the theory of the masculine construction of the presidency, and an intersectional perspective. The analysis reveals how both the media and male political figures reproduce discursive strategies, gender stereotypes, and power relations toward female candidates.

Findings: The study finds that both candidates are subject to a "double bind" mechanism. When female candidates demonstrate masculine leadership traits (assertiveness, toughness, rationality) required for the presidency, they are labeled "cold," "ambitious," and "unlikable" in the media; when they display feminine qualities (empathy, conciliatoriness), they are coded as "weak," "emotional," and "inadequate." Between 2016 and 2024, despite a decrease in overt sexist rhetoric, a significant increase in covert and sophisticated strategies was observed. The Harris case presents findings that confirm the predictions of intersectionality theory. Indeed, Harris' Black and South Asian identity led to the addition of racial labels to gender-based stereotypes ("DEI candidate," "race card," citizenship questions), subjecting her to a more layered and intense pressure test than Clinton. The media systematically questioned the autonomous leadership of female candidates through their physical appearances, "sympathy," and relationships with powerful male figures, thereby actively reproducing the masculine codes of the presidency.

Originality/Value: This study emphasizes that the media is an active actor in shaping gender norms and highlights the complexity and persistence of structural and cultural barriers to women's access to top leadership positions in politics. It also emphasizes the importance of gender roles and structural barriers in the fact that there has never been a female US president.

Keywords: Masculine construction of the presidency, double bind, intersectionality, Hillary Clinton, Kamala Harris.

¹Dr. Arş. Gör., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler, yusuffidan@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4975-5845

1. GİRİŞ

ABD, demokrasinin ve özgürlüklerin küresel bir sembolü olarak sıkça anılsa da, siyasi liderliğin en üst kademesinde toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda dikkat çekici bir anomali sergilemektedir (Norris & Inglehart, 2000; UN Women, 2024). Ülkenin 250 yıllık başkanlık makamının sahibi şimdiye dek sadece erkek başkanlar olmuştur (Council on Foreign Relations, 2025). Bu durum, Almanya'da Angela Merkel'in uzun süreli başbakanlığı, Yeni Zelanda'da Jacinda Ardern'in kriz liderliği, Birleşik Krallık'ta Margaret Thatcher veya Liberya'da Ellen Johnson Sirleaf gibi küresel ölçekteki sayısız kadın lider örneğiyle bir tezat oluşturmaktadır (Council on Foreign Relations, 2019; Statista, 2024). Pew Araştırma Merkezi'nin (2024a) verilerine göre, Birleşmiş Milletler'e (BM) üye devletlerin yaklaşık üçte biri tarihleri boyunca en az bir kadın lider tarafından yönetilmişken, ABD bu istatistiğin belirgin bir şekilde dışında kalmaktadır (Pew Research Center, 2024a). Gelişmiş bir demokrasi iddiasına ve diğer siyasi kademelerde kadınların artan temsiline rağmen (Pew Research Center, 2023), ABD başkanlığı kadınlar için hala aşılammış bir "cam tavan" (glass ceiling) olarak varlığını sürdürmektedir (Bindu & Kumari, 2025). Bu olgu, kadınların liderlik pozisyonlarına erişiminin önündeki engellerin yalnızca yasal veya formel olmadığını; aynı zamanda derinlere kök salmış kültürel, sembolik ve söylemsel dinamiklerle de ilişkili olduğunu düşündürmektedir (Norris & Inglehart, 2000; Ibarra vd., 2013). Bu bağlamda, kadınların liderlik pozisyonlarına erişiminin önündeki engellerin yalnızca yasal veya formel düzeyde kalmayıp, toplumsal beklentiler, algılar ve medyanın bu algıları şekillendirme gücüyle de yakından ilişkili olduğu anlaşılmaktadır (Lawless & Fox, 2010; UN Women, 2024; Teele vd., 2022; Dursun, 2010, s. 62-64).

Bu çalışma, söz konusu sembolik engellerin en önemli araçlarından ve taşıyıcılarından biri olan medyanın rolünü sorgulamaktadır (Carlin & Winfrey, 2009, s. 74-75; Sorrentino vd., 2022). Bu çerçevede, Hillary Clinton'ın 2016'da Demokratik Parti'nin ilk kadın başkan adayı olması ve Kamala Harris'in Biden Dönemi başkan yardımcılığı göreviyle, 2024 seçim sürecindeki merkezi konumu, sadece kişisel siyasi kariyerlerin ötesinde, ABD siyasi tarihindeki kritik dönüm noktalarından biridir (Jalalzai, 2018, s. 1; Venkatraman, 2024a). Bu adaylıklar, toplumsal cinsiyet, siyaset ve medya arasındaki karmaşık ve çoğu zaman çelişkili ilişkinin dinamiklerini bize gösteren canlı birer laboratuvar işlevi niteliğindedir (Katz, 2024). Haber metinleri, köşe yazıları, televizyon tartışmaları ve sosyal medya paylaşımları aracılığıyla medya, adayların imajlarını, yetkinliklerini ve liderlik vasıflarını belirli çerçeveler içine oturtarak, toplumsal cinsiyet kodlarının ve kalıp yargılarının yeniden üretilmesinde veya sorgulanmasında merkezi bir rol oynamaktadır (Lawrence & Rose, 2010; Sorrentino vd., 2022). Medyanın bu aktif rolü, siyasi sonuçları ve kamuoyu algısını doğrudan etkileyen güçlü, çoğu zaman göz ardı edilen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Carlin & Winfrey, 2009, s. 65; Jalalzai, 2018).

Amerikan başkanlığı, yalnızca bir yürütme makamı olmanın ötesinde, ulusal kimliğin, liderliğin ve toplumsal cinsiyet rollerinin sembolik bir temsili olarak tarih boyunca şekillenmiştir (Lombard vd., 2021, s. 107-108; Koenig vd. 2011; Conroy, 2015). "Başkanlığın Eril İnşası" yaklaşımı ile ABD'de başkanlık makamının tarihsel olarak "erkeksi" kabul edilen özelliklerle (güç, kararlılık, rasyonellik, askeri yetkinlik, agresiflik) yoğrulduğu savunulmaktadır (Costigan, 2024). Bu durum, kadın adayları temel bir meşruiyet sorunuyla karşı karşıya bırakmaktadır (Lombard vd., 2021). Kathleen Hall Jamieson'ın (1995) detaylıca incelediği "çifte açmaz" (double bind) kavramı, kadın adayların karşılaştığı bu çözümsüz paradoksu ifade etmektedir. Kadınlar, bu "eril kodlara" uyduklarında "doğal olmayan", "sert", "ciddi", "hırslı" veya "sevimsiz" olarak etiketlenirken, bu kodlara uymayıp geleneksel "dişil" özellikleri (empati, iş birliği, duygusallık) sergilediklerinde ise "zayıf", "yetersiz" veya "liderliğe uygun değil" şeklinde damgalanmaktadırlar (Costigan, 2024). Bu paradoks, kadınların siyasi liderlikte ilerlemesini engelleyen temel bir söylemsel bariyer oluşturmaktadır (Jalalzai, 2018; Costigan, 2024; Lombard vd., 2021).

Çalışma şu dört soruya odaklanmaktadır: (1) Medya, Clinton ve Harris'e atfedilen "eril" ve "dişil" özellikleri nasıl bir ikilik içinde ve hangi değer yargılarıyla sunmaktadır? (2) Harris'in siyahi ve Güney Asyalı kesişimsel kimliği, onun medya temsillerini, beyaz bir kadın olan Clinton'a kıyasla nasıl farklılaştırmakta ve karmaşıklştırmaktadır? (3) Adayların Bill Clinton ve Joe Biden gibi güçlü erkek siyasetçilerle ilişkileri, medya anlatılarında onların özerk liderliklerini nasıl ve ne şekilde

etkilemektedir? (4) 2016 ve 2024 arasında kadın adaylara yönelik medya söyleminde ne tür değişimler ve süreklilikler gözlemlenmektedir; örneğin cinsiyetçi söylemler daha mı örtük hale gelmiştir? Bu sorular, feminist medya teorisi, başkanlığın eril inşası yaklaşımı ve kesişimsellik perspektifini bütünleştiren çok katmanlı bir kuramsal çerçeveye sistematik biçimde eşleştirilmektedir: (1) ve kısmen (3) numaralı sorular, “başkanlığın eril kodları” ve feminist medya kuramı üzerinden, haber başlıkları, sıfatlar, metaforlar ile akıl/duygu-güç/zayıflık gibi ikili karşıtıklarda “eril/dişil” atıfların dilsel ve çerçevesel göstergeleriyle ortaya koyacaktır; (2) numaralı soru, kesişimsellik perspektifiyle ırk/etnisite ve cinsiyetin birlikte kodlanma biçimlerini, beyazlığın normatif referans olarak kurulup kurulmadığını ve buna karşı geliştirilen anlatı stratejilerini ortaya koyacaktır; (3) numaralı soru için Bill Clinton/Joe Biden referanslarının çerçeve kurucu rolü, adayın özerk faaliyetine atıf düzeyi ve “vekil-eş-yardımcı” konumlandırmaları değerlendirilecektir; (4) numaralı soru ise 2016–2024 ekseninde açık/örtük cinsiyetçilik göstergeleri, örtükleşme derecesi ve tekrar eden söylemsel kalıplar üzerinden zamansal değişim ve süreklilikler incelenecektir. Veri seti, internet üzerinden erişilebilen Amerikan haber sitelerinde yayımlanan ve Hillary Clinton’ın 2016 ile Kamala Harris’in 2024 başkanlık döngülerine ilişkin haber ve yorum metinlerinden oluşmaktadır. Örneklem, ulusal erişimi olan ve farklılaşan mecralardan amaçlı olarak seçilecek temsil değeri yüksek metinlerle sınırlandırılacak; böylece analiz derinliği korunacaktır. Yöntem, iki aşamalı karşılaştırmalı niteliksel söylem analizidir: İlk olarak her aday için vaka-içi analiz yapılarak ve kuramsal perspektiften de yararlanılarak söz konusu metinlerde yer alan ifadeler (çerçeveler, dilsel stratejiler, metaforlar, gizli varsayımlar) tekrar eden örüntüler saptanacaktır. İkinci aşamada adaylar arası karşılaştırma ve 2016–2024 zaman kesitleri arasında eksenler arası eşleştirme gerçekleştirilecek; böylece kuramsal kategorilerle en tutarlı ve sık tekrarlanan çekirdek çerçeveler odak alınacaktır. Çalışmanın amacı, ABD gibi demokrasiyi başka ülkelere yaymayı kendine şiar edinmiş bir ülkede yüzlerce yıllık tarihinde hiç kadın başkan çıkaramamış olmasını sorunsallaştırmaktır. Nitekim, bir ülkenin kadın yöneticilerinin olması veya kadınların siyasette aktör olarak görünürlüğü demokratik niteliğe yakından ilintilidir. Medya söz konusu sürecin yaratılmasında ve yeniden üretilmesinde önemli roller üstlenmektedir. Bu çerçevede bu çalışma medyanın siyasi gerçekliği ve iktidar ilişkilerini pasifçe yansıtmaktan ziyade aktif biçimde inşa eden bir güç olduğunu vurgulamakta ve kadınların siyasetin en üst düzey liderlik pozisyonlarına erişimindeki yapısal ve kültürel engellerin hem sürekliliğini hem de dönüşümünü ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

2. TARİHSEL SÜREÇ: AMERİKAN SİYASETİNDE KADININ GÖRÜNMEZLİĞİNDEN BAŞKANLIK ADAYLIĞINA

ABD’de bir kadının başkanlık koltuğuna oturma ihtimalinin tartışılması, görece yeni bir olgu gibi görünse de bu hedefin kökleri 19. yüzyılın ortalarına, kadınların oy hakkı (suffrage) mücadelesine kadar uzanmaktadır (Baker, 2002). Kadınların ulusal siyasetteki en üst makama giden yolu, yasal, kültürel ve toplumsal engellerin olduğu bir mücadele tarihini de yansıtmaktadır. Bu tarihsel arka planı anlamak, Hillary Clinton ve Kamala Harris gibi modern adayların karşılaştığı zorlukların ve medya temsillerinin kökenlerini kavramak açısından elzemdir. Kadınların siyasi arenadaki görünmezliği, oy hakkından mahrum bırakılmalarıyla başlamış ve bu hak kazanıldıktan sonra bile, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin derinlere kök salmış önyargılarla devam etmiştir (Evans, 2006; Freeman, 1975; Söğüt ve İlhan, 2021, s. 515). Eleanor Flexner ve Fitzpatrick’in (1996) "Century of Struggle" adlı klasik eserinde detaylandığı gibi, kadınların oy hakkı mücadelesi, sadece siyasi bir hak talebi değil, aynı zamanda kadının kamusal alandaki varlığına ve entelektüel kapasitesine ilişkin ataerkil varsayımlara da karşı verilen bir savaştır (Sneider, 1994). Bu mücadele, kadınların "doğal" yerinin ev olduğu ve siyasetin "kirli", "agresif" ve "erkeksi" dünyasının onlara uygun olmadığı yönündeki yaygın kaniya meydan okumuştur (Cott, 1987, s. 3-12).

Bu uzun yoldaki ilk ve belki de en önemli adım, 1872 yılında Eşit Haklar Partisi’nin adayı olarak başkanlık için yarışan Victoria Woodhull tarafından atılmıştır (Friskin, 2004). Woodhull, kadınların oy hakkına sahip olmadığı bir dönemde adaylığını koyarak, dönemin toplumsal normlarına radikal bir şekilde meydan okumuştur (Gabriel, 1998). Meade’nin (1976) biyografisinde anlattığı gibi, Woodhull’un adaylığı, dönem medyası tarafından ciddiye alınmaktan çok, bir skandal ve sansasyon

olarak çerçevelenmiştir. Medya, Woodhull'un politika önerilerinden ziyade "özgür aşk" savunuculuğu gibi kişisel hayatına ve radikal görüşlerine odaklanarak onu "ahlaksız" ve "tehlikeli" bir figür olarak şeytanlaştırmıştır (Goldsmith, 1998). Bu ilk deneyim, kadın adayların medya tarafından nasıl kolayca siyasi bağlamdan koparılıp kişisel ve ahlaki bir çerçeveye hapsedilebileceğinin bir örneğini ortaya koymaktadır (Underhill, 1995). Bu durum, kadınların siyasi yetkinliklerinin göz ardı edilerek, toplumsal cinsiyet beklentileri ve ahlaki yargılar üzerinden değerlendirilmesi eğiliminin tarihsel kökenlerini ortaya koyması bakımından önemlidir (DuBois, 1978).

Woodhull'un ardından, ulusal düzeyde başkanlık veya başkan yardımcılığı için yarışan kadınların sayısı neredeyse bir asır boyunca son derece sınırlı kalmıştır (Freeman, 2008; Dolan, 2014, s. 48-52). Bu sessizlik, kadınların oy hakkını kazanmasından sonra bile, siyasi partilerin ve kamuoyunun kadınları en üst düzey liderlik rolleri için "seçilebilir" görmediğini göstermektedir (Carroll, 2009, s. 11-12). 20. yüzyılın ikinci yarısında, kadınların siyasetteki varlığı yavaş yavaş artmaya başlasa da, başkanlık seviyesindeki "cam tavan" sağlam kalmıştır (Lawless & Fox, 2010). 1964 yılında Cumhuriyetçi Parti'den başkan adaylığı için yarışan Margaret Chase Smith, bu sessizliği bozan önemli bir figür olmuştur (Sherman, 2000). Smith, tecrübeli bir senatör olmasına rağmen, adaylığı büyük ölçüde sembolik olarak görülmüş ve medya tarafından "ciddi bir rakip" olarak değil, "ilginç bir istisna" olarak ele alınmıştır (Wallace, 1995). Bu durum, kadınların siyasi deneyimlerinin bile, toplumsal cinsiyet normları nedeniyle yeterince ciddiye alınmadığını ortaya koymaktadır (Falk, 2008).

Asıl kırılma noktalarından biri ise, 1972 yılında Shirley Chisholm'un Demokratik Parti'den başkan adaylığı için yarışmasıyla yaşanmıştır (Gallagher, 2007; Winslow, 2014). Chisholm'un adaylığı kesişimsellik kavramının somut bir örneği olmuştur. O, sadece bir kadın değil, aynı zamanda ilk siyahi başkan adayıydı (Smooth, 2006). Chisholm'un kampanyası, hem cinsiyetçilikle hem de ırkçılıkla mücadele etmek zorunda kalmıştır (Prestage, 1977; Levine, 1992). Medya ve siyasi çevreler, onu sık sık "kimlik adayı" olarak etiketleyerek, evrensel bir lider olma potansiyelini göz ardı etmişlerdir (Chisholm, 1973, s. 101-115). Bu durum, Kamala Harris'in yıllar sonra karşılaşacağı zorlukların bir habercisi şeklinde yorumlanabilir (Smooth, 2006). 1984'te Geraldine Ferraro'nun Demokratik Parti'den ilk büyük parti başkan yardımcısı adayı olması, bir başka önemli kilometre taşıdır (Ferraro, 1985). Ferraro'nun adaylığı, kadınların ulusal düzeyde bir seçim pusulasında yer alabileceğini göstermesi açısından oldukça önemli olmuştur (Watson, 2003). Ancak medya, Ferraro'nun siyasi deneyiminden çok, eşinin mali işlerine ve onun bir kadın olarak "yeterince sert" olup olmadığına odaklanmıştır (Norris, 1997, s. 149-163). Bu, kadın adayların yetkinliklerinin, ailevi bağları ve cinsiyet stereotipleri üzerinden nasıl sorgulandığının bir başka kanıtıydı (Dolan, 2014, s. 50-51). Bu türden medya odaklanmaları, kadınların siyasi arenadaki meşruiyetini zayıflatma ve onları kişisel yaşamları üzerinden değerlendirme eğilimini pekiştirmektedir (Carroll, 2009, s. 14-16). Bu tarihsel figürlerin her biri, kendilerinden sonra gelen Hillary Clinton ve Kamala Harris'in yürüyeceği yolu açmış, ancak aynı zamanda onlara miras kalacak olan söylemsel engellerin ve medya çerçevelerinin de temellerini atmıştır (Lawrence & Rose, 2010). Bu tarihsel bağlam, kadınların başkanlık adaylığının neden sadece siyasi bir olay değil, aynı zamanda derin kültürel ve sembolik anlamlar taşıyan bir mücadele olduğunu açıkça göstermektedir (Dolan, 2014, s. 20-22). "Cam tavan" metaforu, kadınların siyasi liderlikte karşılaştığı görünmez ama aşılabilir engelleri ifade ederken, bu engellerin sadece hukuki değil, aynı zamanda toplumsal bilinçaltına yerleşmiş cinsiyetlendirilmiş beklentilerden kaynaklandığı bu tarihsel süreçle daha iyi anlaşılmaktadır (Lawless & Fox, 2010; Carroll, 2009).

Feminist kesişimsellik kuramı, bir bireyin cinsiyet, ırk, sınıf gibi birden fazla kimlik ekseninin birbirini keserek ayrımcılığın daha katlı şekilde yani birikimli ve özgül biçimlerde üretildiğini vurgulamaktadır (Crenshaw, 1989). Bu çerçeve, ABD başkanlık siyasetindeki dönüm noktalarını anlamak için de önemlidir. Nitekim 1972'de Shirley Chisholm'un Demokratik Parti'den başkan adaylığı için yarışması, kesişimselliğin bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır: Chisholm hem kadın hem de siyahi bir siyasetçi olarak eşzamanlı cinsiyetçilik ve ırkçılıkla mücadele etmiştir (Gallagher, 2007; Winslow, 2014; Prestage, 1977; Levine, 1992). Medya ve siyasi çevrelerin onu "kimlik adayı" olarak etiketlemesi, evrensel bir lider olma potansiyelini gölgeleyerek, yıllar sonra Kamala Harris'in karşılaşacağı benzer çerçevelerin de habercisi olmuştur (Smooth, 2006; Chisholm, 1973, s. 101-115). 1984'te Geraldine Ferraro'nun büyük bir partiden ilk kadın başkan yardımcısı adayı olarak ulusal

pusulada yer alması ise bir diğer kritik eşiktir. Ancak medya Ferraro'nun siyasal yeterlik ve politika gündeminden ziyade eşinin mali işleri ile onun "yeterince sert" olup olmadığına odaklanmış, böylece kadın adayların yeterliklerini aile bağları ve cinsiyetçi stereotipler üzerinden oluşturmaya kalkmıştır (Ferraro, 1985; Watson, 2003; s. 149-163; Dolan, 2014, s. 18-27). Kadın siyasetçiler, seçim ve iktidar dönemlerinde orantısız biçimde "namus", kıyafet ve eşleriyle ilgili söylemlerle sınanmaktadır. Eşlerine yönelik yolsuzluk iddiaları, asılsız olduğunda dahi "kocasının hakimiyetindeki aciz kadın" algısını pekiştirerek siyasi meşruiyetlerini sorgulatmaktadır. (Carroll, 2009; Falk, 2008; Dolan, 2014). Böylece kadınların başkanlık adaylığı, yalnızca siyasal bir olgu olmaktan öte, derin kültürel ve sembolik anlamlar taşıyan bir mücadele alanı olarak belirginleşmektedir. Tam da bu hususta "cam tavan" metaforu, Amerikan siyaset sisteminde, toplumsal bilinçaltına yerleşmiş cinsiyetlendirilmiş beklentilerin ürettiği görünmez ama dirençli bariyerlerin varlığına işaret etmektedir (Lawless & Fox, 2010; Carroll, 2009).

3. ARAŞTIRMA TASARIMI VE YÖNTEM

Niteliksel söylem analizi, dilin toplumsal inşadaki rolünü vurgulayan bir araştırma yöntemidir. Bu yöntem, metin ve konuşmaların, belirli bir bağlamda nasıl anlam ürettiğini, iktidar ilişkilerini nasıl yansıttığını ve toplumsal kategorileri (örneğin cinsiyet, ırk) nasıl inşa ettiğini incelemeye odaklanmaktadır (Fairclough, 1992, s. 3-15). Bu çalışmada söylem analizi, medyanın kadın başkan adaylarını çevreleyen anlatıları, kullanılan kelime seçimleri, çerçeveler ve imgeler aracılığıyla nasıl inşa ettiğini ve bu anlatıların "başkanlığın eril kodu" ile nasıl etkileşime girdiğini ortaya koymayı hedeflemektedir.

Çalışmanın karşılaştırmalı tasarımı, iki temel eksen üzerine kurulmuştur: (1) **Zaman karşılaştırması**: 2016 (Hillary Clinton) ve 2024 başkanlık döngüsü (Kamala Harris) arasında medya söylemindeki değişim ve süreklilikleri inceleyerek "eril başkanlık" idealinin zaman içindeki evrimine/direncinin ortaya konulması hedeflenmiştir. Bu çerçevede amaç, baştan "değişimin yaşanmadığı" varsayımını doğrulamak değil; farklı dönemlerde gözlemlenen benzerlik ve farklılıkları, döneme özgü siyasal-toplumsal bağlamın (metinlerde görünür hale gelen gündemler ve olay örgüleri) eşliğinde anlamlandırmaktır. (2) **Vaka karşılaştırması**, Hillary Clinton ve Kamala Harris gibi farklı demografik (beyaz kadın vs. siyahi/Asyalı kadın) ve siyasi özelliklere sahip iki kadın adayın medya tarafından nasıl farklı veya benzer şekillerde temsil edildiğini ortaya koyarak, kesişimsellik dinamiklerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu yaklaşım, sadece tek bir vaka incelemesinin sunamayacağı derinlikte genellenebilir çıkarımlar yapma potansiyeli sunar ve medya söyleminin, toplumsal cinsiyet kodlarının inşasındaki rolünü ve bu kodların siyasi liderlik algısını nasıl etkilediğini derinlemesine incelemek için ideal bir araçtır.

Veri toplama zaman aralığı ise her iki seçim dönemi için de kampanyaların en yoğun olduğu ve medyanın adaylara odaklandığı dönemler olarak belirlenmiştir. Bu durum Hillary Clinton için Mart 2016 - Kasım 2016 arası; Kamala Harris için ise Ocak 2023 - Haziran 2025 arası döneme tekabül etmektedir. Örneklem belirleme sürecinde, ilgili anahtar kelimelerin ("Hillary Clinton", "Kamala Harris", "kadın lider", "başkanlık", "cinsiyet", "ırk", "aday", "seçim", "liderlik", "yeterlilik", "çifte açmaz") kombinasyonları kullanılmıştır. Elde edilen metinler arasından, içeriğin makalenin araştırma sorularına doğrudan uygunluğu gözetilerek farklı temaları, çerçeveleri ve yorumları temsil edici nitelikte olanlar seçilmiştir.

4. BULGULAR: MEDYA SÖYLEMİNDE ERİLLİK

Yapılan analiz, ABD ana akım medyasının başkanlık makamını çevreleyen eril kodları hem Hillary Clinton hem de Kamala Harris vakalarında yeniden ürettiğini; ancak bu yeniden üretimin tekil bir "kadına bakış" meselesine indirgenemeyecek biçimde, başkanlık kurumunun tarihsel olarak maskülen inşası, medyanın kurumsal/ekonomik mantığı, kamuoyundaki örtük cinsiyetçi eğilimler ve adayın kesişimsel kimliği gibi birbirini besleyen dinamiklerden kaynaklandığını ortaya koymaktadır (Whicker & Areson, 1989; Conroy, 2015; Koenig vd., 2011, s. 112-113; Lombard vd., 2021; Jamieson, 1995; Van der Pas & Aaldering, 2020; Crenshaw, 1989; Collins, 1990; Glenn, 2024). ABD siyasi kültüründe başkanlık hâlâ "güç, sertlik, rasyonellik" gibi maskülen liderlik kalıplarıyla özdeşleştiğinden, kadın adaylar, medyada sistematik biçimde "çifte açmaz" içine yerleştirilmekte; güçlü ve kararlı göründüklerinde "ciddi/hesapçı", uzlaşmacı ve ilişkisel göründüklerinde ise

“zayıf/yetersiz” olarak kodlanmaktadır (Jamieson, 1995; Costigan, 2024). Medyanın kişiselleştirme ve negatiflik yönelimli haber değerleri, kadın adaylarda görünüş, “sempati” ve “otantiklik” gibi cinsiyetlendirilmiş ölçütlere aşırı vurgu yaparak bu kodları pekiştirmekte; böylece yetkinlik/liyakat tartışmalarını ikincilleştirmektedir (Heldman vd., 2005; Patterson, 2016). Harris örneğinde ise cinsiyet ile ırk/etnisitenin kesişimi, cinsiyetçi çerçevelere ırksal stereotiplerin eklenmesiyle yeniden üretim süreçlerini daha da karmaşıktırlandırmakta; “güçlü Siyah kadın” gibi imajlarla adayın meşruiyeti eşzamanlı olarak hem yüceltilmekte hem de sorgulanmaktadır (Harris vd., 2024; Glenn, 2024). Dolayısıyla, Amerikan medyasının kadın başkan adaylarına yönelik negatif tutumu yalnızca “Amerikan kültürünün ataerkilliği” ile değil; bu kültürel kodların kurumsal medya pratikleri ve toplumsal algılardaki açık olmayan önyargılarla (modern cinsiyetçilik) etkileşimi ile birlikte açıklanabilir (Norris & Inglehart, 2000; Han & Heith, 2013, s. 126-128; Jalalzai, 2010, s. 155-158).

Medyadaki metinlerin incelenmesi durumunda, sadece adayların siyasi yetkinliklerinin değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet performanslarının da yargılandığını göstermektedir. Bulgular, medyanın bu süreçte nasıl aktif bir rol oynadığını, belirli çerçeveler ve dilsel stratejiler aracılığıyla kadın adayların meşruiyetini nasıl aşındırdığını ortaya koymaktadır (Merrefield, 2024).

Hem Clinton hem de Harris, Amerikan medyasında “başkanlık görünümü” olarak adlandırılan, beyaz, erkek ve heteronormatif standartlara göre değerlendirilmiştir (Jalalzai, 2018, s. 8-9). Medyada, Amerika’nın “kadın başkana hazır olup olmadığı” sıkça tartışılmış; bu tartışmalar, başkanlık makamının eril kodlarla özdeşleştiğini bir kez daha göstermiştir (Bauer, 2015; Dittmar, 2015). Kadın adayların liderlik iddiaları, sıklıkla “duygusal”, “fazla hassas” veya “fazla sert” olmakla eleştirilmiş; bu eleştiriler, kadınların liderlikte karşılaştığı çifte standartların medya söylemiyle nasıl üretildiğini ortaya koymuştur (Heldman vd. 2005, s. 324-329; Kahn, 1996).

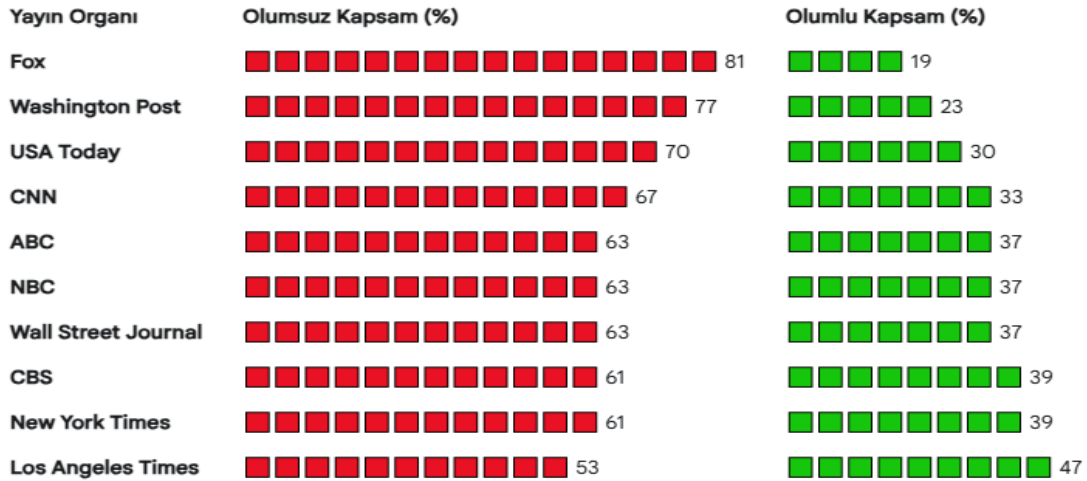
Hillary Clinton’ın 2016 başkanlık kampanyası, büyük bir partiden aday gösterilen ilk kadın olması nedeniyle, başkanlığın eril kodunun bir kadın aday üzerindeki etkilerini açıkça gözler önüne seren bir örnektir (Jalalzai, 2018, s. 1). Medya söyleminde en belirgin tema, Clinton’ın liderlik vasıflarının ve karakterinin sürekli olarak bir “çifte açmaz” içinde sunulmasıydı (Carpinella vd. 2016). Harvard Shoren Stein Center’ın kapsamlı analizi, Clinton’ın 2016 seçim döneminde 327 ana akım medya haberinin %62’sinin olumsuz tonda olduğunu, aynı dönemde Bernie Sanders’ın %83 olumlu kapsama aldığını göstermiştir. Medya bir yandan Clinton’ın Dışişleri Bakanlığı deneyimini, siyasi bilgisini ve kararlılığını vurgularken, diğer yandan bu “eril” nitelikleri “ciddi”, “hesapçılık”, “hırs” ve “samimiyetsizlik” gibi olumsuz çerçevelerle ilişkilendirmiştir (Falk, 2008; Jones, 2016, s. 636-637). Clinton medyada “aşırı hırslı” ve “güç düşkünü” olarak çerçevelenmiş, bu durum onun liderlik kapasitesinin değil, kişisel motivasyonlarının sorgulanmasına yol açmıştır (Lawrence & Rose, 2010, s. 245-268). Bu çerçeveleme, “başkanlığın eril kodu”na uygun olarak güçlü ve kararlı bir lider imajı çizmeye çalışan bir kadının, bu “eril” nitelikleri sergilemesi durumunda “itici” olarak algılanabileceği “çifte açmaz”ını somutlaştırmıştır (Jamieson, 1995, s. 4-10; Lawless, 2009, s. 71-79).

Clinton’un medya temsilindeki “çifte açmaz” yaklaşımı, Jamieson’ın (1995) kavramsallaştırdığı teorik çerçevenin somut bir tezahürüdür. Jamieson, kadın liderlerin “feminenlik” ve “yetkinlik” arasında sıkışıp kaldıklarını ve bu iki kutuptan birine yaklaştıklarında mutlaka cezalandırıldıklarını kuramsallaştırmıştır (Jamieson, 1995, s. 4-16). Clinton örneğinde bu açmaz, medyanın onun “agresif”, “hesapçı” ve “samimiyetsiz” olarak kodlamasıyla belirginleşmiştir (Patterson, 2016). Feminist iletişim kuramcıları, bu tür kodlamaların tesadüfi olmadığını; aksine toplumsal cinsiyet normlarının medya rutinlerine yerleşik biçimde entegre olduğunu vurgulamaktadır (Gessler vd., 2024). Özellikle Van der Pas ve Aaldering’in (2020) birçok ülkede yaptıkları meta-analiz, kadın politikacıların medyada sistematik olarak daha az ve daha olumsuz temsil edildiğini; ayrıca politika yerine kişilik, görünüm ve aile ilişkilerine odaklanıldığını kanıtlamıştır. Bu bulgu, Clinton’ın dış görünüşüne, ses tonuna ve “sevimsizlik” (likability) kriterine aşırı vurgunun, evrensel bir medya yanlılığının ABD’deki yansıması şeklinde ifade edilebilir (Fisher, 2016; Flegenheimer, 2016; Özdemir ve Koçer, 2025, s. 24-25). Sonuç olarak, Clinton’un karşılaştığı söylemsel engeller, bireysel bir önyargıdan ziyade, başkanlığın eril inşası ve çifte açmaz mekanizmasının yapısal bir çıktısı olarak karşımıza çıkmaktadır (Jamieson, 1995; Whicker & Areson, 1989; Conroy, 2015).

Clinton'ın uzun siyasi kariyeri ve Dışişleri Bakanlığı deneyimi, onu “güçlü” ve “yetkin” bir lider olarak konumlandırırsa da, ana akım medya bu yetkinliği sıklıkla “maskülenlik/hesapçılık” ve “yakıcı hırs” çerçeveleriyle yeniden kodlayarak çifte açmazı pekiştirmiştir. Örneğin New York Times, ulusal güvenlik forumundaki duruşunu “yeterince gülümsememek” üzerinden eleştiren bir haberle kişisel ifade ve “sempati” ölçütlerine odaklanmıştır (Flegenheimer, 2016). Nitekim 2016 yılında Shorenstein verileri, Clinton’a ilişkin kapsamanın belirgin biçimde negatifleştiğini ve değerlendirmelerin liyakatten çok “samimi-yetsizlik/sempatiklik” eksenine kaydığını göstermektedir (Patterson, 2016; NDTV, 2016; Bean, 2019). Clinton'un dışişleri bakanlığı dönemine ilişkin kriz yönetimi ve çok taraflı yaptırım koalisyonları gibi olumlu performansı haber gündeminde kalıcı görünürlük kazanamazken, 11 saatlik Benghazi oturumu ve özel e-posta sunucusuna dair soruşturmalar gündemi fazlasıyla meşgul etmiştir. (Stein, 2016; Patterson, 2016). Clinton'ın kamu iletişimindeki stratejik “sert/kararlı” tonunun (maskülen liderlik normlarına yakınsama) medya tarafından “robotik/duygusuz” bir imajla eklemlendiğini ortaya koyarken, aynı strateji erkek adaylar için “başkanlık ölçütü” sayılabilmektedir (Jones, 2016; Taylor & Pye, 2019). Böylece Clinton'ın yetkinlik anlatısı, “başkanlığın eril kodu” içinde, kişisel özelliklere indirgenmiş ve kriz-odaklı olumsuz gündem yaratılarak gölgelenmiştir (Patterson, 2016; Stein, 2016).

Hillary Clinton'ın 2008 ve özellikle 2016'daki başkanlık kampanyaları, Amerikan siyasal tarihinde kadınların yürütme gücüne erişiminde bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir (Jalalzai, 2010, s. 134). Clinton'ın adaylığı, medyada sıklıkla “fazla erkeksi” (ciddi, hırslı vb) veya “yeterince kadınsı değil” ikilemiyle temsil edilmiştir (Fox & Oxley, 2003). Bu ikilem, feminist literatürde “çifte açmaz” (double bind) olarak tanımlanmaktadır (Jamieson, 1995). Kadın liderler, geleneksel erkek liderlik kodlarını benimsediklerinde “doğal olmayan”, kadınsı özellikleri öne çıkardıklarında ise “yetersiz” olarak algılanmaktadırlar (Bauer, 2015). Clinton'ın medya temsillerinde, dış görünüşü, giyimi, saç stili ve hatta kahkahası, somurtkanlığı dahi haber konusu olmuş; liderlik nitelikleri ve politika önerileri ise çoğu zaman arka planda kalmıştır (Heldman vd. 2005; Carlin & Winfrey, 2009, s. 73-76).

Şekil 1: Başkanlık Yarıışı Süresince Clinton ile İlgili Haberlerin Oranları



Kaynak: Patterson, 2016.

NBC, CBS ve ABC'nin akşam haberlerinde Ocak-Kasım 2016 döneminde Trump'a 234 dakika, Clinton'ın kampanyasına 113 dakika, Clinton tartışmalarına ise 117 dakika ayrılmıştır. Buna göre, Trump'ın toplamda Clinton'ın aldığı sürenin 1.02 katı medya kapsamı aldığını göstermektedir. (Stelter ve Olshansky, 2015; Bean, 2019, Stein, 2016).

2024 seçim döngüsünde Harris hakkında yayınlanan 290 haberin %41'inde, "saldırgan", "düşmanca", "sahte" ve "hırslı" gibi hem cinsiyetçi hem de ırkçı stereotiplere doğrudan veya dolaylı atıf yapılmıştır (Harris vd., 2024). Sosyal medya analizleri, Harris'e yönelik olumsuz etiketleri cinsiyet ve ırk temelli kodlamalar içerdiğini göstermiştir (İbrahim vd., 2024; Center for American Women and Politics, 2024; Pew Research Center, 2024b). Harris'in savcılık geçmişi de medya tarafından çifte

standartla değerlendirilmiştir. Harris'in San Francisco Bölge Savcısı ve Kaliforniya Başsavcısı olarak görev yaptığı dönemde, suç oranlarının %10 oranında düştüğü ve şiddet suçlarından kaynaklanan davaların çözüm oranının %24 arttığı objektif veriler bulunmasına rağmen, medya bu başarıları genellikle "aşırı sert" savcılık yaklaşımı çerçevesinde eleştirmiştir (O'Keefe, 2019; Habeshian & Contreras, 2024).

Ayrıca medyada ve sosyal medyada Harris'in başarısının yalnızca güçlü erkeklerle olan geçmiş ilişkilerinden kaynaklandığına dair iddialar da yer almıştır. Hatta bazıları, cinsel tacizle defalarca suçlanan hip-hop müziğinin ünlü ismi Sean “Diddy” Combs ile Harris'i yanlış bir şekilde ilişkilendirmiştir. Sağcı komplo teorisyeni olarak nitelendirilen Laura Loomer bir adım daha ileri giderek Harris'i “eskort” olmakla suçlamış ve aynı zamanda San Francisco'nun eski belediye başkanı Willie Brown ile olan geçmiş ilişkisine dikkat çekmiştir. Kadın düşmanı saldırıların yanı sıra, ırksal kimliği ile ilgili şüpheli iddialar da ortaya atılmıştır. X (eski adıyla Twitter) üzerinde yaygın olarak paylaşılan bir gönderide yanlış bir şekilde “Kamala Harris siyah değildir. O Hintli Amerikalı. Demokratların DEI kotası² kapsamında hayalperest bir şekilde siyahi gibi davranıyor” ifadeleri yer almıştır. Başka bir paylaşımda ise “Kamala Harris başkanlık seçimlerine aday olmaya uygun değildir. Doğduğunda ebeveynlerinin hiçbiri doğal Amerikan vatandaşı değildi.” şeklinde iddia yer almıştır (Iyer, 2024).

İncelenen içeriklerde seçim kampanyası dönemimde Harris'e yönelik eleştiriler ve ötekileştirme üç çekirdek söylem çerçevesinde belirginleşmiştir: (1) “ilişkisel/bağımlılık” çerçevesi, (2) cinsiyetlendirilmiş ahlâk ve cinsiyetçi çerçevesi ve (3) ırksal ve yurttaşlık yeterliği üzerinden “hakikilik/uygunluk” tartışması. Birinci kümede, Harris'in başarısının yalnızca güçlü erkek figürlerle geçmiş ilişkilerine bağlanmış ve Willie Brown ile geçmişte yaşadığı ilişki ısrarla gündeme getirilmiştir (Rascouët-Paz, 2024; Nava, 2025). Ataerkil varsayımlar, kadın liderliği “başka bir erkeğin uzantısı” olarak konumlandırmaktadır. Bu söylemler yeniden üretilerek kadın adayın özerk liderlik kapasitesi sistematik biçimde gölgelenmektedir. (Conroy, 2015). İkinci çerçeve, komplo teorisyeni Laura Loomer'ın “eskort” ithamı gibi açıkça cinsiyetçi ve onur kırıcı iddialar ile hip-hop yapımcısı Sean “Diddy” Combs'la kurulan yanlış bağlantılar (Klee, 2024), siyah kadınların tarihsel olarak maruz bırakıldığı cinsiyet-ırk kesişimli stereotiplerin güncel olarak yeniden üretimin göstermektedir. Bu söylemsel strateji, kadın adayın liyakat ve yetkinliğini “ahlâk” üzerinden tartışmaya açarak çifte açmazı keskinleştirmektedir (Jamieson, 1995; Collins, 1990; Van der Pas & Aaldering, 2020). Üçüncü çerçevede ise, “Harris siyah değildir, Hintli Amerikalıdır, ‘DEI kotası’ ile siyahi gibi davranıyor” ve “doğduğunda ebeveynlerinin hiçbiri doğal doğumlu ABD vatandaşı değildi, bu yüzden aday olmaya uygun değil” gibi paylaşımlar, Obama döneminde de görülen “birtherizm” çizgisindeki³ ırksallaştırılmış meşruiyet ve yurttaşlık tartışmalarının güncellenmiş biçimleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu üç söylem çerçevesi Harris'in başkanlık için “uygun” olmadığı algısının yaratılması sonucuna hizmet etmektedir. Kadın adaylar (özellikle Harris gibi siyah/Güney Asyalı kökenli olanlar) başkanlık için “doğal” bir profil olarak görülmemekte ve başkanlığın maskülen normu ile “uyumsuz” olarak kodlanmaktadır (Whicker & Areson, 1989; Anderson, 2017, s. 133-134). Dolayısıyla bu örnekler, çalışmanın teorik çerçevesinde ortaya konulan üç temel mekanizmanın somut tezahürleridir. Harris vakası, cinsiyet ve ırkın kesişiminin söylemsel saldırıları hem niceliksel hem de niteliksel olarak yoğunlaştırdığını ortaya koymaktadır. Başka bir deyişle, kadın adayların karşılaştığı çifte açmaz, kesişimsellik ekseninde Clinton örneğine kıyasla daha karmaşık ve “yapışkan” bir hal almaktadır (Collins, 1990; Harris vd., 2024).

²DEI kotası, ABD’de son yıllarda yaygınlaşan çeşitlilik (Diversity), eşitlik (Equity) ve kapsayıcılık (Inclusion) programlarının belirli demografik grupların temsiline yönelik “hedef” veya “kota” koyulduğunu ifade etmektedir. Akademik literatürde bu kavram genellikle pozitif ayrımcılık veya çeşitlilik yönetimi çerçevelerde ele alınmaktadır. Öte yandan resmi hukuk metinlerinde “DEI kotası” net bir şekilde yer almamaktadır. Ancak kurumlar, tarihsel olarak dışlanmış grupların (ör. siyahlar, kadınlar, engelliler) temsilini artırmak için belirli temsil hedefleri ve gönüllü kotalar koyduğunu ifade etmektedir (Arsel vd., s. 920-921).

³Seçim kapmayası süresince Trump’ın Harris aleyhine yürütmüş olduğu Harris’in Amerikan vatandaşı olmadığı, yasal olarak, Harris’in Amerikan başkanı olmasının önünde engellerin olduğu şeklinde sosyal medya paylaşımları mevcuttur. Harris’in ABD’de değil Jamaika’da doğduğu, bu yüzden de aday olamayacağı yönündeki iddialar, sosyal medyada viral olmuştur (Cercione, 2024).

5. KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ: CLINTON VE HARRIS MEDYA TEMSİLLERİ

Hillary Clinton'ın 2016 başkanlık kampanyası ve Kamala Harris'in 2024 başkanlık döngüsü (başkan yardımcılığı ve potansiyel başkanlık adaylığı tartışmaları), Amerika Birleşik Devletleri'nde kadınların en üst düzey siyasi makama ulaşma mücadelesinin iki farklı, ancak birbiriyle ilişkili aşamasını temsil etmektedir. Önceki bölümlerde incelenen bireysel medya temsillerinin ardından, bu bölüm, her iki adayın karşılaştığı medya söylemlerindeki ortak noktaları (süreklilikler) ve zaman içinde gözlemlenen belirgin farklılıkları (değişimler) ortaya koyacaktır. Bu karşılaştırma, "başkanlığın eril kodu"nın kalıcılığına ve medyanın bu kodu yeniden üretmedeki evrilen mekanizmalarına dair kapsamlı bir bakış sunacaktır.

Her iki kadın aday, Hillary Clinton ve Kamala Harris, Amerikan siyasi medyasında belirli "eril kodlar" tarafından tanımlanan başkanlık makamına aday olmanın getirdiği benzer zorluklarla karşılaşmışlardır. Bu zorluklar, özellikle "çifte açmaz", fiziksel görünüm ve davranışlara aşırı odaklanma ve erkek figürlerle olan ilişkiler üzerinden liderlik otonomisinin sorgulanması gibi temalarda süreklilik göstermektedir. Hem Clinton hem de Harris, Jamieson'ın (1995) tanımladığı "çifte açmaz"ın somut örneklerini sergilemişlerdir. Nitekim New York Times'ta Clinton'ın "yeterince gülümsememek" üzerinden eleştirilmesi, liderlik yeterliğinin duygu normlarıyla sınındığını ortaya koymaktadır (Flegenheimer, 2016). Washington Post'un aynı yıl "sevimlilik" (likability) eksenli sorgulamaları, kadın adaylara özgü çifte standardın ana akım siyasî gazetecilikte nasıl olağan hale geldiğini ortaya koymaktadır (Fisher, 2016). Bu çerçevede Trump'ın "kadın kartı" (woman card) söylemini merkezileştiren kapsama, cinsiyetli atıfların seçimsel rekabetin diline nasıl eklemelendiğine dair bir örnek sunmaktadır (Collinson & Luhby, 2016). 2024 seçimlerinde Harris'in temsili ise, Jamieson'ın (1995) "çifte açmaz"ını Crenshaw'ın (1989) kesişimselliğiyle iç içe geçiren daha katmanlı bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Harris'in kahkahasının "çılgın/kıkırdama" (cackle) gibi ifadelerle hedef alınması, cinsiyetçi kodlarla ırksal stereotiplerin eklemelenmesi yoluyla yeniden üretimi hızlandırmıştır (Venkatraman, 2024b). Aynı şekilde, Harris'e yönelen "DEI adayı", "ırk kartını oynuyor" gibi doğrudan ırk ve cinsiyet temelli saldırılar, kadın ve siyah/Asyalı bir adayın meşruiyetinin eşzamanlı biçimde nasıl sınındığını gözler önüne sermiştir (Terkel, 2024). Öte yandan Harris'in savcılık siciline dair tartışmaların, özgeçmişindeki başarı göstergeleri atlanarak "aşırı sertlik" gibi etiketlere odaklanması, kadın adayların hem "fazla sert" hem de "yeterince sert değil" eksenlerinde eşzamanlı olarak cezalandırılabilirdiğini gösteren çifte açmazın güncel bir yansıması şeklinde medyada yer bulmuştur (O'Keefe, 2019). Bu kapsamda, başkanlığın eril inşası, "çifte açmaz" ve kesişimsellik çerçevelerinin 2016–2024 ekseninde hem sürekliliğini hem de bağlamsal dönüşümünü ortaya koymaktadır.

Amerikan başkanlığı, ulusal kimliğin ve liderliğin eril sembolü olarak, kadın adayların meşruiyetini sürekli sorgulayan bir medya söylemiyle çevrilidir (Han & Heith, 2013, s. 80). Clinton ve Harris'in deneyimleri, başkanlık makamının toplumsal cinsiyet kodlarının ne kadar derin ve dirençli olduğunu ortaya koymaktadır (Jalalzai, 2010, s. 135). Medya, kadın adayların liderlik iddialarını sürekli olarak "başkanlık görünümü", "sempati" (likability) ve "otantiklik" gibi kavramlar üzerinden sorgulamış; bu sorgulamalar, kadınların yürütme gücüne erişiminde sembolik ve yapısal engeller yaratmıştır (Anderson, 2017, s. 133-134; Knuckey, 2019).

Her iki kadın adayın karşılaştığı ortak yapısal engel, başkanlık makamının derinlemesine "eril" bir şekilde inşa edilmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Bu makamın sembolik anlamları, liderlik idealleri ve beklentileri, hala erkeklik kodlarıyla sıkı bir ilişki içindedir. Medya, bu eril kodları yeniden üreterek ve kadın adayları bu koda göre "test ederek", bu yapısal engelin pekiştirilmesinde merkezi bir rol oynamaktadır. Kadın adaylar, bu "erillik testi"nden geçebilmek için ya "eril" nitelikleri benimsemek zorunda kalmışlar (ve bunun için eleştirilmişler) ya da "dişil" özelliklerini vurgulayarak "yetersiz" görülmüşlerdir.

İki vaka analizinde de en belirgin ortak nokta, kadın adayların "çifte açmaz" durumuyla yüzleşmesi olmuştur (Jamieson, 1995). Hem Clinton hem de Harris, liderlik vasfı olarak algılanan "eril" özellikleri sergilediklerinde medyada "kararlılık", "sertlik", "hırslı", "hesapçı" veya "agresif" olarak damgalanmıştır (Bean, 2019). Özellikle Amerikan medyasında kadın adayların dış görünüşlerine, ses tonlarına ve davranış biçimlerine yönelik orantısız vurgulamanın ve üslubun, siyasi

yeterliliklerini baltalayıcı bir söylemsel strateji olarak işlev gördüğü savunulabilmektedir. Bu eğilim, Anderson'ın (2017) "kadın başkanlık paradoksu" kavramını destekler nitelikte olup, seçilebilir kadın adayların aynı zamanda "değişim" retoriği bağlamında seçilemez konuma düştükleri çelişkisini somutlaştırmaktadır. Dahası, her iki adayın da siyasi otonomilerinin, güçlü erkek figürlerle (Bill Clinton ve Joe Biden) olan ilişkileri üzerinden sürekli sorgulanması, başkanlık yetkisinin hâlâ ataerkil bir meşruiyet çerçevesinde algılandığının önemli bir kanıtı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Burada Trump'ın medyayı mı şekillendirdiği ve yönlendirdiği yoksa medyadaki yapısal etkenlerin mi kadın adaylar üzerinde eşitsizlikleri yarattığı konusu da tartışmalıdır. Nitekim, partileri tarafından başkan adayı olarak gösterilen iki aday da Trump'a karşı yarışmış ve kampanya süresince gerek Trump'ın gerekse Trump'a yakınlığı ile bilinen medya organlarının cinsiyetçi tutumlarıyla karşı karşıya kalmışlardır. Örneğin muhafazakarlar Harris'in kahkahasını cinsiyetçilikle yüklü bir şekilde "cılığın", 'delice' ve "kıkırdama" olarak nitelendirmişlerdir (Venkatraman, 2024a). Daha ilginç ise medyada 2016 yılında Clinton'un gülmemesi sıklıkla eleştirilmiştir. Bu esasen "çifte açmaz" güzel özetleyen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca Clinton için medya, sıklıkla onun gülümsemesi, konuşma tonu ve dış görünüşü gibi unsurlara da odaklanmıştır. Örneğin, New York Times, Clinton'ın bir ulusal güvenlik forumunda yeterince gülümsemediği için eleştirildiğini bildirmiş ve Clinton bu eleştirilere, bunun kadın politikacılar için bir çifte standart olduğunu ima ederek yanıt vermiştir (Flegenheimer, 2016). Harris için ise medya, onun kahkahasını ve duygusal ifadelerinin uygunluğunu tartışmış, bu da özellikle siyahi kadınlara yönelik stereotiplerle ilişkilendirilmiştir. Medya, Harris'in liderlik kapasitesini değerlendirirken, cinsiyet ve ırk temelli çerçeveler kullanarak, onun meşruiyetini sorgulamıştır (Fayne ve Brown, 2024; Holt, 2024; Givhan, 2024).

Ancak Clinton ve Harris, bu ortak engeller karşısında farklı söylemsel ve iletişimsel stratejiler benimsemişlerdir. Clinton, 2016 kampanyasında cinsiyetini vurgulayarak "cam tavanı kırma" temasını merkeze almıştır. Harris ise 2024'te cinsiyet ve ırkını daha az öne çıkarmış, politika odaklı bir yaklaşım benimsemiştir. Hillary Clinton, uzun siyasi kariyeri boyunca daha çok "deneyim" ve "yetkinlik" üzerinden kendini konumlandırmış, başkanlığın geleneksel olarak eril kabul edilen rasyonel ve kararlı yönlerini vurgulamaya çalışmıştır. Kamala Harris ise, kesişimsel kimliğinin getirdiği "ilk olma" vurgusunu bir güç kaynağı olarak kullanmaya çalışırken, aynı zamanda bu kimliğin yarattığı ek stereotiplerle mücadele etmek zorunda kalmıştır (McShane, 2020; Glenn, 2024; Mint, 2024). Her iki durumda da, medyanın bu stratejileri nasıl çerçevelediği, adayların kamusal algısını derinden etkilemiştir.

6. TARTIŞMA

Her iki adayın da siyasi pozisyonları ve deneyimlerinden ziyade, fiziksel görünüşleri, ses tonları ve jestleri gibi yüzeysel özellikler üzerinden sürekli bir incelemeye ve eleştiriye tabi tutulması, medyanın kadın adaylara yönelik eşitsiz muamelesinin somut bir göstergesidir. Bu odaklanma, adayların "başkanlık duruşu"na uygunluklarını sorgulayan, ancak cinsiyetçi alt metinler taşıyan bir mekanizma olarak işlev görmüştür. Dahası, Trump ABD'deki kadın adayların handikaplı durumuna aldırış etmeksizin, kadın olmalarının avantaj olduğu imasında bulunmuş ve kampanyasında Clinton'un "kadın kartını" oynadığını ifade etmiştir (Collinson & Luhby, 2016). Bu tür eleştiriler, kadın adayların ciddiyetini ve yeterliliğini baltalamanın dolaylı bir yolu olarak kullanılmış, kamuoyunun dikkatini politikadan kişisel özelliklere çekmiştir. Bu durum, medyanın kadınları hala "görünümleri" üzerinden değerlendirme eğilimini sürdürdüğünü ve erkek adayların bu tür kişisel incelemelere nadiren maruz kalmasıyla çarpıcı bir tezat oluşturduğunu göstermektedir.

Hem Bill Clinton hem de Joe Biden ile olan ilişkiler üzerinden kadın adayların liderlik otonomilerinin sürekli olarak sorgulanması, başkanlığın eril kodunun nasıl derinlemesine işlediğini göstermektedir. Medya, Hillary Clinton'ı "Bill Clinton'ın eşi" olarak çerçevelerken, Kamala Harris'i Biden yönetiminin "uzantısı" olarak sunma eğilimi göstermiştir (Ewing ve Azari, 2025). Bu durum, kadınların siyasi yetkisinin hala bir erkek figürün onayı veya mevcudiyeti üzerinden meşrulaştırılması gerektiği yönündeki ataerkil varsayımların medyanın söyleminde nasıl yeniden üretildiğini vurgulamaktadır. Dahası, kadın adayların bağımsız liderlik kapasitelerinin medya tarafından nasıl göz ardı edildiğini ve onların siyasi başarılarının erkek figürlerle olan ilişkileri üzerinden nasıl ikincil plana atıldığını göstermektedir.

Kurulduğundan bu yana hiçbir kadın başkana sahip olmaması (Smith, 2024) ABD'nin demokratik yönünün sorgulamasına yol açmakla beraber geleneksel bir takım kodlara sahip olduğunu da göstermektedir. Medyada, erkek başkanlar ve liderler daima daha ön planda yer almıştır. Bunun çok yönlü nedenlerden kaynaklandığını tek bir sebebe bağlanamayacağını söylemek mümkündür. Örneğin devletlerin dördüncü gücü olarak kabul edilen medyanın "eril" patronlar tarafından yönetilmesi veya yönlendirilmesi, ABD'nin dünyadaki hegemon güç olarak kalmasının yolunun erkek başkanlardan geçtiği algısının kamuoyunda kolaylıkla kabul ettirilebilmesi gibi birçok farklı konunun kesişiminin etkisi bulunmaktadır (Watson, 2006).

Harris'in medya temsili, ırk ve cinsiyetin kesişimi açısından Clinton'ın 2016 deneyiminden birtakım farklılıklar da bulunmaktadır. Harris'e yönelik söylemler yalnızca cinsiyetçi kalıpları değil, Collins'in (1990) kavramsallaştırdığı "güçlü Siyah kadın" gibi ırksal vurgulamaları da kapsamaktadır. Bu çift yönlü kodlama, Jamieson'ın (1995) tarif ettiği "ifte açmaz"ı, Crenshaw'ın (1989) "yapısal kesişimsellik" çerçevesiyle birlikte ele almayı gerekli kılmaktadır. Harris, hem kadın hem de siyahi/Güney Asyalı kimliği nedeniyle, Clinton'a kıyasla daha yoğun ve çok boyutlu meşruiyet testlerine tabi tutulmuştur. Trump ve çevresi tarafından Harris'in "aptal" ve "pozitif ayrımcılık ürünü" olarak kodlanması, kadın ve renkli adaylara yönelik stereotiplerin eşzamanlı biçimde nasıl harekete geçirildiğini göstermektedir. Ayrıca, Harris'in geçmişteki özel ilişkileri üzerinden "başarısını güçlü erkeklere borçlu" gösteren anlatılar ısrarla gündemde tutulmuş; bu durum, kadın liderliğin özerkliğinin hedef alan ataerkil varsayımların kesişimsel bir boyut kazandığını da göstermiştir (Rascouët-Paz, 2024; Nava, 2025). Benzer şekilde, "birtherism" çizgisindeki vatandaşlık tartışmaları, Harris'in Amerikalılığını ve dolayısıyla başkanlığa uygunluğunu sorgulayarak, Obama döneminde de görülen ırksallaştırılmış meşruiyet testlerinin güncel bir biçimini oluşturmuştur (Cercione, 2024; Iyer, 2024). Dolayısıyla Harris vakası, cinsiyet ve ırkın kesişiminin kadın adayların karşılaştığı söylemsel engelleri hem niceliksel hem de niteliksel olarak nasıl yoğunlaştırdığına dair somut kanıtlar sunmaktadır (Ozer, 2023; Glenn, 2024).

Çalışma, Whicker & Areson (1989) ve Kathleen Hall Jamieson (1995) teorilerini, güncel siyasi örnekler (2016 ve 2024 seçim döngüleri) üzerinden ampirik olarak test ederek, ABD başkanlık makamının hala güçlü bir şekilde eril kodlarla inşa edildiğini ve bu kodların kadın adayların kamuoyundaki algısını nasıl etkilediğini göstermeyi amaçlamıştır. Clinton'ın 2016 kampanyasında "soğuk", "samimiyetsiz" ve "fazla iddialı" olarak etiketlenmesi (Patterson, 2016; Flegenheimer, 2016), Harris'in ise hem "yeterince yumuşak olmamak" hem de "fazla agresif" bulunması ve kahaahasının alayı bir şekilde hedef alınması (Venkatraman, 2024b; Terkel, 2024), kadın adayların erkeklik-merkezli liderlik normlarına göre orantısız biçimde yargılandıklarını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bulgular, Amerikan medyasının kadın liderlik temsillerini değerlendirirken hem cinsiyet temelli beklentileri hem de ırksal önyargıları harekete geçiren söylem pratiklerini görünür kılmaktadır. Başkanlığın "eril kodu"nun güncelliğini ve kurumsal medya rutinleri aracılığıyla nasıl pekiştiğini ortaya koyarak bu yargılamaların ilgili kuramların tarihsel bir anekdotu değil, güncel seçim döngülerinde ampirik karşıılığı olan açıklayıcı çerçeveler olduğunu göstermektedir. Feminist medya kuramının da savunduğu gibi (Kahn, 1996; Lauzen & Dozier, 2005) medya, dilsel stratejiler, çerçeveleme ve görsel kurgularla "başkanlık duruşu"nu eril normlarla tanımlamayı sürdürmekte ve liyakat tartışmalarını görünüş, "sempati" ve "otantiklik" gibi cinsiyetlendirilmiş ölçütlere indirgemektedir. Bu olgu, medyanın sadece bir yansıtıcı değil, aynı zamanda bir kurucu aktör olduğunu da göstermektedir. Sonuç olarak, ABD'nin 250 yıla yakın tarihinde şu ana dek hiçbir kadın başkanın olmamasında medyanın eril kodlarını yeniden üretmesi tek başına bir faktör olmasa da önemli bir neden olarak karşımıza çıkmaktadır.

Nihayetinde ABD başkanlık makamının "eril kodu", 21. yüzyılda bile siyasi söylemde güçlü bir şekilde varlığını sürdürmektedir. Medya, bu kodun yeniden üretiminde kilit bir rol oynamakta ve kadın adayların "cam tavanı" aşmalarını zorlaştıran görünmez engeller yaratmaktadır. Gelecekteki kadın başkan adaylarının başarılı olabilmesi için, sadece toplumsal algının değişmesi değil, aynı zamanda medya söyleminin ve başkanlık makamının sembolik inşasının da daha kapsayıcı ve toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı hale gelmesi gerekmektedir. Bu alışma, bu kritik dönüşümün neden hala gerekli olduğunu ve nasıl bir yol izlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Diğer bir taraftan Amerikan kamuoyu da medyanın yönlendirdiği bu argümanları kabul etmekte ve benimsemektedir.

Bir başka ifadeyle bu kamuoyu şekillendirme ve algı yönlendirme sürecinin başarılı olmasında kamuoyunda erkek yöneticilerin Amerikan hegemonyasını devam ettirebileceğine dair önemli inanç da bulunmaktadır. Bu toplumsal algı meydanın kamuoyunu yönlendirmesine katkı sunmaktadır. Ancak, “vitrin başkan” şeklinde olmadan ABD’de bir kadın başkanın olması birtakım algıları kırabilecektir. Nitekim siyahi başkan aday ile ilgili algılar Obama’nın başkan olarak seçilmesiyle iki kez kırılmıştır.

7. SONUÇ

ABD gibi demokrasiyi başka ülkelere de empoze etmeye ve yaymaya çalışan demokrasinin hamiliğini zaman zaman yapan bir ülkenin şimdiye dek kadın bir başkanının olmaması demokratiklik konusunda bir takım sorunların olabileceğini akıllara getirmektedir. Bu çerçevede, bu çalışma, ABD başkanlık makamının köklü “eril kodu”nun medya söylemindeki yansımalarını, 2016’da Hillary Clinton ve 2024 başkanlık döngüsü boyunca Kamala Harris’in medya temsillerini karşılaştırmalı bir söylem analiziyle incelemiştir. Feminist medya kuramı, başkanlığın eril inşası teorisi ve kesişimsellik perspektifi ışığında gerçekleştirilen bu analiz, kadınların ABD siyasetinin en üst düzeyinde karşılaştığı karmaşık ve çok boyutlu engelleri ortaya koymaktadır. İki başkan adayının da Trump’a karşı yarışması ve Trump’ın ABD’deki etkin medya gücü, ABD’de kimi zaman inorganik kimi zaman ise organik kadın adaylara yönelik cinsiyetçi söylemleri ortaya çıkarmıştır.

Araştırmanın temel bulguları, medyanın kadın başkan adaylarına yönelik “çifte açmaz”ı sürekli olarak uyguladığını göstermektedir. Hem Clinton hem de Harris, liderlik vasıfları sergilediklerinde “soğuk” veya “hırslı”; daha “dişil” özellikler gösterdiklerinde ise “zayıf” veya “yetersiz” olarak çerçevelenmiştir. Bu durum, başkanlık makamının hala güçlü bir şekilde erkeklikle ilişkilendirildiğini ve bu makamın gerektirdiği beklentilerin kadın adaylar için neredeyse aşılma bir bariyer oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Whicker & Areson, 1989; Jamieson, 1995). Analizler ayrıca, medyanın kadın adayların dış görünüşlerine, ses tonlarına ve davranışlarına aşırı odaklanma eğiliminin devam ettiğini ve bu tür kişisel eleştirilerin, adayların siyasi yeterliliklerini baltalamak için kullanıldığını göstermiştir. Dahası, her iki adayın da siyasi otonomilerinin, güçlü erkek figürlerle (Bill Clinton ve Joe Biden) olan ilişkileri üzerinden sürekli olarak sorgulanması, başkanlık yetkisinin hala ataerkil bir bağlamda algılandığının bir kanıtıdır.

Kamala Harris’in seçim kampanyası ise, kesişimselliğin medya temsilleri üzerindeki dönüştürücü etkisini ortaya koymuştur. Harris’in hem kadın hem de Afro-Amerikan ve Güney Asyalı kimlikleri, ona yönelik söylemlerde ek katmanlar oluşturmuş, “çifte açmaz”ı daha karmaşık hale getirmiş ve ırksal stereotiplerin de devreye girmesine neden olmuştur. Medya söyleminde, 2016’ya kıyasla daha açık cinsiyetçi ifadelerin azalması, ancak daha örtük ve sofistike cinsiyetçi/ırkçı imaların artması, toplumsal cinsiyet tartışmalarının dönüşümünü yansıtmaktadır.

Bu araştırma, medyanın başkanlığın eril kodlarını korumada ve kadın adaylar için “erillik testi”ni sürdürmede birincil bir mekanizma olarak işlev gördüğünü net bir şekilde göstermektedir. Medya, bunu çeşitli söylemsel stratejiler aracılığıyla yapmaktadır: Belirli çerçeveler (örneğin “güvenilmez”, “fazla hırslı”, “samimiyetsiz”) kullanarak kadın adayların algısını şekillendirmekte, bu da onların kamusal imajlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Kullandığı dil ve metaforlarla erkeklikle özdeşleştirilen liderlik vasıflarını yüceltirken, kadınlıkla ilişkilendirilenleri küçümsemektedir. Adayların fiziksel görünümüne, giyim tarzına, ses tonuna veya gülüşüne yönelik aşırı vurgu, onların siyasi mesajlarından ve yetkinliklerinden dikkati dağıtmaktadır (Flegenheimer, 2016). Kadın adayların kimliklerini ve yetkilerini sürekli olarak erkek figürlerle olan ilişkileri üzerinden tanımlamak, onların özerk liderler olarak algılanmasını engellemektedir. Son olarak, Kamala Harris vakasında görüldüğü gibi, çoklu kimliklere sahip kadın adaylar için, ırk ve cinsiyetin birleşiminden doğan spesifik stereotiplerin kullanılması, önyargıları pekiştirmektedir.

Bu çalışma, kapsamlı bir analiz sunsa da, belirli kısıtlamalara sahiptir. İlk olarak, niteliksel bir söylem analizi olarak, medya kuruluşlarının yazılarına ve aktarımlarına dayanmaktadır. Bu durum, bulguların tüm ana akım medya evrenine genellenebilirliğini sınırlayabilir. Farklı medya türleri (örn. sosyal medya, yerel haberler) veya daha geniş bir zaman dilimi incelenseydi, farklı söylemsel kalıplar ortaya çıkabilirdi. İkinci olarak, çalışmanın 2024 başkanlık döngüsü için Kamala Harris üzerindeki analizi, çok daha yeni bir süreç olduğu için, gelecekteki medya temsillerinde farklılıklar olabileceği

göz önünde bulundurulmalıdır. Üçüncü olarak, çalışma, medya söylemini analiz ederken, kamuoyunun söz konusu söylemleri nasıl algıladığına dair ampirik veriler sunmamaktadır. Bu durum başka bir araştırmanın konusu olabilir. Ayrıca gelecekte yapılacak araştırmalar, sosyal medya platformları, alternatif medya kuruluşları ve uluslararası medya kaynaklarını da dahil ederek, kadın liderlerin temsilinin daha geniş bir resmini çekebilir. Medya söyleminin kamuoyunun kadın liderlere yönelik algısını ve seçim davranışlarını nasıl etkilediği üzerine niceliksel çalışmalar yapılabilir. Anket verileri, odak grupları ve deneysel tasarımlar bu konuda değerli bilgiler sağlayabilir.

Etik Beyan: Bu alışmada “Etik Kurul” izini alınmasını gerektiren bir yöntem kullanılmamıştır.

Yazar Katkı Beyanı:1. Yazarın katkı oranı %100’dür.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında ıkar atışması yoktur.

Ethics Statement: In this study, no method requiring the permission of the “Ethics Committee” was used.

Author Contributions Statement: 1st author’s contribution rate is 100%.

Conflict of Interest: There is no conflict of interest among the authors.

KAYNAKA

- Anderson, K. V. (2017). Every woman is the wrong woman: the female presidentiality paradox. *Women's Studies in Communication*, 40(2), 132-135.
- Arsel, Z., Crockett, D., & Scott, M. L. (2022). Diversity, equity, and inclusion (DEI) in the Journal of Consumer Research: A curation and research agenda. *Journal of Consumer Research*, 48(5), 920-933.
- Baker, J. H. (ed.). (2002). *Votes for Women: The Struggle for Suffrage Revisited*. New York: Oxford University Press.
- Bauer, N. M. (2015). Emotional, sensitive, and unfit for office? Gender stereotype activation and support female candidates. *Political Psychology*, 36(6), 691-708.
- Bean, A. (2019). Nasty woman: Hillary Clinton’s media coverage and choices in the 2016 presidential election. *Women Leading Change: Case Studies on Women, Gender, and Feminism*, 4(1).
- Bindu, K. P., & Kumari, S. (2025). Cultural and societal barriers to women's leadership and strategies to overcome them. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/387663039_Cultural_and_Societal_Barriers_to_Women's_Leadership_and_Strategies_to_Overcome_Them
- Carlin, D. B., & Winfrey, K. L. (2009). Confronting gender bias, finding a voice: Hillary Clinton and the New Hampshire crying incident. *Argumentation and Advocacy*, 46(1), 25-41. <https://doi.org/10.1080/00028533.2009.11821717>.
- Carpinella, C. M., Hehman, E., Freeman, J. B., & Johnson, K. L. (2016). The gendered face of partisan politics: Consequences of facial sex typicality for vote choice. *Political Communication*, 33(1), 21-38.
- Carroll, S. J. (2009). Reflections on gender and Hillary Clinton's presidential campaign: The good, the bad, and the misogynic. *Politics & Gender*, 5(1), 1-20.
- Center for American Women and Politics. (2024). <https://cawp.rutgers.edu/blog/gender-differences-2024-presidential-vote> (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2025).
- Cercone, J. (2024). Birtherism is back, but Kamala Harris, born in California, is eligible to be president. <https://www.politifact.com/factchecks/2024/jul/22/instagram-posts/birtherism-is-back-but-kamala-harris-born-in-calif/> (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2025).

- Chisholm, S. (1973). *The good fight*. Harper & Row.
- Collins, P. H. (1990). *Black feminist thought: Knowledge, consciousness and the politics of empowerment*. Boston, MA: Unwin-Hyman.
- Collinson, S. & Luhby, T. (2016). A new war over the 'woman card' <https://edition.cnn.com/2016/04/26/politics/election-2016-clinton-trump-women/index.html> (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2025).
- Conroy, M. (2015). *Masculinity, Media, and the American Presidency*. Palgrave Macmillan.
- Cott, N. F. (1987). *The Grounding of Modern Feminism*. New Haven: Yale Univ. Press.
- Council on Foreign Relations. (2019, November 19). The glass ceiling for women in political leadership: Data confirm gaps in women's representation. <https://www.cfr.org/blog/glass-ceiling-women-political-leadership-data-confirm-gaps-womens-representation>
- Council on Foreign Relations. (2025). Women's power index. <https://www.cfr.org/tracker/womens-power-index> (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2025).
- Costigan, A. (2024). The double-bind dilemma for women in leadership. <https://www.catalyst.org/insights/2024/infographic-the-double-bind-dilemma-for-women-in-leadership> (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2025).
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A Black feminist critique of antidiscrimination doctrine. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), 139–168.
- Dittmar, K. (2015). *Navigating gendered terrain: Stereotypes and strategy in political campaigns*. Temple University Press.
- Dolan, K. (2014). *When does gender matter?: Women candidates and gender stereotypes in American elections*. Oxford University Press.
- DuBois, E. C. (1978). *Suffrage: Women's long battle for the vote*. Simon & Schuster.
- Evans, S. (2006). *Women in American Politics in the Twentieth Century*. <https://www.gilderlehrman.org/history-resources/essays/women-american-politics-twentieth-century> (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2025).
- Ewing, S., & Azari, J. R. (2025, April). From the Podium to the Press: Coverage of Kamala Harris's 2024 Convention Address. In *The Forum*. De Gruyter.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Polity Press.
- Falk, E. (2008). *Women for president: Media bias in eight campaigns*. University of Illinois Press.
- Fayne, M. Y., ve Brown, D. K. (2024). Kamala Harris's representation in mainstream and Black media. <https://www.electionanalysis.ws/us/president2024/section-5-news-and-journalism/kamala-harriss-representation-in-mainstream-and-black-media/> (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2025).
- Ferraro, G. (1985). *Ferraro, my story*. New York: Bantam Books.
- Flegenheimer, M. (2016). Not Smiling Enough? Hillary Clinton Says She Will Stay Serious on Vital Issues. <https://www.nytimes.com/2016/09/09/us/politics/hillary-clinton-smiling.html>. (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2025).
- Flexner, E., & Fitzpatrick, E. F. (1996). *Century of struggle: The woman's rights movement in the United States*. Harvard University Press.
- Fox, R. L., & Oxley, Z. M. (2003). Gender stereotyping in state executive elections: Candidate selection and success. *The Journal of Politics*, 65(3), 833-850.
- Freeman J. (1975). *The politics of women's liberation*. New York: David McKay.

- Freeman J (2008) *We will be Heard: Women's Struggles for Political Power in the United States*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers
- Fisher, M. (2016). Is she 'likable enough'?, https://www.washingtonpost.com/politics/is-she-likable-enough/2016/09/23/5c8fd252-80e0-11e6-a52d-9a865a0ed0d4_story.html (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2025).
- Friskien, A. (2004). *Victoria Woodhull's sexual revolution: Political theater and the popular press in nineteenth-century America*. University of Pennsylvania Press.
- Gabriel, M. (1998). *Notorious Victoria: The life of Victoria Woodhull, uncensored*. Algonquin Books.
- Gallagher, J. (2007). Waging "the good fight": The political career of Shirley Chisholm, 1953-1982. *The Journal of African American History*, 92(3), 392-416.
- Gessler, T., Gilardi, F., & Kubli, M. (2024). Advocacy campaigns and gender bias in media coverage of elections. *Political Science Research and Methods*, 1-15.
- Givhan, R. (2024). Kamala Harris's powerful laughter in the face of weirdness. <https://www.washingtonpost.com/nation/2024/07/30/kamala-harris-powerful-laughter-face-weirdness/> (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2025).
- Glenn, K. (2024). What Kamala Harris' intersectional identity could mean for how voters evaluate her in the 2024 election. <https://blogs.lse.ac.uk/usappblog/2024/09/26/what-kamala-harris-intersectional-identity-could-mean-for-how-voters-evaluate-her-in-the-2024-election/> (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2025).
- Goldsmith, B. (1998). *Other powers: The age of suffrage, spiritualism, and the scandalous Victoria Woodhull*. Knopf.
- Habeshian, S. & Contreras, S. (2024). Kamala Harris' prosecutorial record takes center stage. <https://www.axios.com/2024/08/03/kamala-harris-prosecutor-district-attorney-record>. (Erişim Tarihi: 15 Haziran 2025).
- Han, L. C., & Heith, D. J. (2013). *Presidents and the American presidency*. New York: Oxford University Press.
- Harris, R. K., Bickham, S. B. & Broussard, J. C. (2024) "Intersectionality and the framing of news: A discourse analysis of Black press and mainstream coverage about Vice President Kamala Harris," *Journal of Critical Race and Ethnic Studies*: Vol. 2: Iss. 1, Article 3. <https://doi.org/10.24073/jcres/02/01/03.1>.
- Heldman, C., Carroll, S. J., & Olson, S. (2005). "She brought only a skirt": Print media coverage of Elizabeth Dole's bid for the Republican presidential nomination. *Political communication*, 22(3), 315-335.
- Holt, A. (2024). "Um, It's — It's Family TV, Right?" Kamala Harris Told Stephen Colbert What She Was Thinking When She Made THAT FACE At Donald Trump. <https://www.buzzfeed.com/ashleyholt1/kamala-harris-facial-expression-thoughts> (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2025).
- Ibarra, H., Ely, R., & Kolb, D. (2013, September). Women rising: The unseen barriers. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2013/09/women-rising-the-unseen-barriers>.
- Ibrahim, H., AlDahoul, N., Abbasi, S. M. A., Zaffar, F., Rahwan, T., & Zaki, Y. (2024). A Longitudinal Analysis of Racial and Gender Bias in New York Times and Fox News Images and Articles. *arXiv preprint arXiv:2410.21898*.
- Iyer, P. (2024). The Surge of Gendered and Racial Attacks on Kamala Harris was Predictable. Social Media Platforms Still Aren't Prepared. <https://www.techpolicy.press/the-surge-of-gendered-and-racial-attacks-on-kamala-harris-was-predictable-social-media-platforms-still-arent-prepared/> (Erişim Tarihi: 15 Haziran 2025).

- Jalalzai, F. (2010). Madam president: Gender, power, and the comparative presidency. *Journal of Women, Politics & Policy*, 31(2), 132-165.
- Jalalzai, F. (2018). A comparative assessment of Hillary Clinton's 2016 presidential race. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, 4, 1-18. <https://doi.org/10.1177/2378023117732441>
- Jamieson, K. H. (1995). *Beyond the double bind: Women and leadership*. Oxford University Press.
- Jones, J. J. (2016). Talk “like a man”: The linguistic styles of Hillary Clinton, 1992–2013. *Perspectives on politics*, 14(3), 625-642.
- Kahn, K. F. (1996). *The political consequences of being a woman: How stereotypes influence the conduct and consequences of political campaigns*. Columbia University Press.
- Katz, J. (2024). Harris just made gender visible in the 2024 election—but it was there all along. <https://msmagazine.com/2024/07/22/gender-women-masculinity-rnc-republicans-media-trump-kamala-harris/>.
- Klee, M. (2024, July 22). No, she didn't party with Diddy: Dumb misinfo swirls around Kamala Harris. *Rolling Stone*. <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/maga-misinformation-kamala-harris-1235065258/> (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2025).
- Knuckey, J. (2019). “I just don't think she has a presidential look”: Sexism and vote choice in the 2016 election. *Social Science Quarterly*, 100(1), 342-358.
- Koenig, A. M., Eagly, A. H., Mitchell, A. A., & Ristikari, T. (2011). Are leader stereotypes masculine? A meta-analysis of three research paradigms. *Psychological Bulletin*, 137(4), 616-642. <https://doi.org/10.1037/a0023557>.
- Lauzen, M. M., & Dozier, D. M. (2005). Maintaining the double standard: Portrayals of age and gender in popular films. *Sex roles*, 52, 437-446.
- Lawless, J. L. (2009). Sexism and gender bias in election 2008: A more complex path for women in politics. *Politics & Gender*, 5(1), 70-80.
- Lawless, J. L., & Fox, R. L. (2010). *It still takes a candidate: Why women don't run for office*. Cambridge University Press.
- Lawrence, R. G., & Rose, M. (2010). *Hillary Clinton's race for the White House: Gender politics and the media on the campaign trail*. Lynne Rienner Publishers.
- Levine, M. A. (1992). *Presidential Campaigns And Elections: Issues, Images and Partisanship*. Itasca, IL: F.E. Peacock.
- Lombard, E. J., Azpeitia, J., & Cheryan, S. (2021). Built on uneven ground: How masculine defaults disadvantage women in political leadership. *Psychological Inquiry*, 32(2), 107-116.
- McShane, J. (2020). Why Kamala Harris' nomination is pushing this academic idea further into the mainstream. <https://www.nbcnews.com/news/nbcblk/why-kamala-harris-nomination-pushing-academic-idea-further-mainstream-n1240717> (Erişim Tarihi: 14 Haziran 2025).
- Meade, M. (1976). *Free Woman: The Life and Times of Victoria Woodhull*. New York: Knopf.
- Merrefield, C. (2024). How the news media cover women in politics: 5 recent studies to know. <https://journalistsresource.org/media/gender-bias-news-politics/> (Erişim Tarihi: 14 Haziran 2025).
- Mint. (2024). US Elections 2024: ‘Imbalance’ in TV coverage of Donald Trump, Kamala Harris, says report. <https://www.livemint.com/news/us-news/us-elections-2024-imbalance-in-coverage-of-donald-trump-kamala-harris-says-report-11730245917911.html> (Erişim Tarihi: 17 Haziran 2025).
- Nava, V. (2025). Kamala Harris’ ex-lover Willie Brown warns her of ‘difficult’ road to win California governor’s race after resounding 2024 loss. <https://nypost.com/2025/07/23/us-news/kamala->

- [harris-ex-lover-willie-brown-warns-it-will-be-difficult-for-her-to-win-california-governors-race-may-not-be-where-she-should-be-going/](#) . (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2025).
- NDTV. (2016). News Coverage Of Hillary Clinton Emphasises Gender Over Competency: Study. <https://www.ndtv.com/world-news/news-coverage-of-hillary-clinton-emphasises-gender-over-competency-1420828> (Erişim Tarihi: 14 Haziran 2025).
- Norris, P. (1997). *Women, media, and politics*. New York and Oxford: Oxford University Press.
- Norris, P., & Inglehart, R. (2000). *Cultural barriers to women's leadership: A worldwide comparison*. John F. Kennedy School of Government, Harvard University.
- O'Keefe, O. (2019). Kamala Harris: Concerns about my prosecutorial record are "overblown". <https://www.cbsnews.com/news/kamala-harris-concerns-about-my-prosecutorial-record-are-overblown/> (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2025).
- Özdemir, S., & Koçer, D. N. (2025). Haber Dili ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği: Haberlerde Kadın Temsili. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 7(1), 7-28.
- Özer, A. L. (2023). Women experts and gender bias in political media. *Public Opinion Quarterly*, 87(2), 293-315.
- Patterson, T. (2016). News Coverage of the 2016 General Election: How the Press Failed the Voters. <https://shorensteincenter.org/news-coverage-2016-general-election/> (Erişim Tarihi: 14 Haziran 2025).
- Pew Research Center. (2023, September 27). Women and political leadership ahead of the 2024 U.S. election. <https://www.pewresearch.org/social-trends/2023/09/27/women-and-political-leadership-ahead-of-the-2024-election/> (Erişim Tarihi: 14 Haziran 2025).
- Pew Research Center. (2024a). About 1 in 3 UN member states have ever had a woman leader. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/10/03/women-leaders-around-the-world/> (Erişim Tarihi: 4 Haziran 2025).
- Pew Research Center. (2024b). How news influencers talked about Trump and Harris during the 2024 election. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/02/06/how-news-influencers-talked-about-trump-and-harris-during-the-2024-election/> (Erişim Tarihi: 14 Haziran 2025).
- Rascouët-Paz, A. (2024). Fact Check: Claims That Kamala Harris Was Willie Brown's Mistress and That He Made Her Career Are a Mix of True and False. <https://www.yahoo.com/news/fact-check-claims-kamala-harris-205500706.html> (Erişim Tarihi: 25 Eylül 2025).
- Smith, M. (2024). 8 women who made history in the 2024 election: 'It's humbling to win'. <https://www.cnn.com/2024/11/06/women-who-made-history-in-the-2024-election-its-humbling-to-win.html> (Erişim Tarihi: 5 Haziran 2025).
- Sneider, A. L. (1994). The Impact of Empire on the North American Woman Suffrage Movement: Suffrage Racism in an Imperial Context, *UCLA Historical Journal*, 14, 14-32.
- Sorrentino, J., Augoustinos, M., & LeCouteur, A. (2022). "Deal me in": Hillary Clinton and gender in the 2016 US presidential election. *Feminism & Psychology*, 32(2), 178-198. <https://doi.org/10.1177/09593535211030746>.
- Söğüt, F. (2019). Yeni medya ve temsil: İnternet gazeteciliğinde cinsiyet kimliklerinin sunumu. *Akdeniz üniversitesi iletişim fakültesi dergisi*, (31), 212-231.
- Stelter, B. & Olshansky, K. (2015). How much does Donald Trump dominate TV news coverage? This much. <https://money.cnn.com/2015/12/06/media/donald-trump-nightly-news-coverage/> (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2025).
- Statista. (2024). Women leaders worldwide 1960-2024. <https://www.statista.com/statistics/1058345/countries-with-women-highest-position-executive-power-since-1960/> (Erişim Tarihi: 7 Haziran 2025).

- Stein, J. (2016). Last year, no candidate got more negative media coverage than Hillary Clinton. <https://www.vox.com/2016/6/20/11949860/media-coverage-hillary-clinton> (Erişim Tarihi: 15 Haziran 2025).
- Teele, D. L., Kalla, J., & Rosenbluth, F. (2022). Pragmatic bias impedes women's access to political leadership. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 119(7), e2112616119. <https://doi.org/10.1073/pnas.2112616119>.
- UN Women. (2024). Facts and figures: Women's leadership and political participation. <https://www.unwomen.org/en/articles/facts-and-figures/facts-and-figures-womens-leadership-and-political-participation> (Erişim Tarihi: 15 Haziran 2025).
- Underhill, L. B. (1995). *The Woman Who Ran for President: The Many Lives of Victoria Woodhull*. London: Penguin.
- Prestage, J. L. (1977). Black women state legislators: A profile. In M. Githens & J. L. Prestage (Eds.), *A portrait of marginality: The political behavior of the American woman* (pp. 401-418). David McKay Company.
- Sherman, J. (2000). *No place for a woman: A life of Senator Margaret Chase Smith*. Rutgers University Press.
- Smooth, W. (2006). Intersectionality in electoral politics: A mess worth making. *Politics & Gender*, 2(3), 400-414.
- Taylor, M. A., & Pye, D. (2019). Hillary through TIME: The (un) making of the first woman president. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 807-825.
- Terkel, A. (2024). 'Dumb' and a 'DEI' candidate: Trump and allies attack Kamala Harris based on her race, gender. <https://www.nbcnews.com/politics/2024-election/republican-attacks-kamala-harris-center-race-gender-dumb-dei-candidate-rcna162570> (Erişim Tarihi: 25 Eylül 2025).
- Van der Pas, D. J., ve Aaldering, L. (2020). Gender differences in political media coverage: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 70(1), 114-143.
- Venkatraman, S. (2024a). As Harris, Ramaswamy, Usha Vance rose on national stage, Indian Americans faced harassment. <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/harris-ramaswamy-usha-vance-south-asian-american-hate-rcna174935> (Erişim Tarihi: 1 Haziran 2025).
- Venkatraman, S. (2024b). Trump's campaign works to convince voters that Harris is 'crazy' because of her laugh. <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/kamala-harris-laugh-criticism-trump-women-color-emotions-rcna164069> (Erişim Tarihi: 25 Eylül 2025).
- Wallace, P. (1995). *Politics of conscience: A biography of Margaret Chase Smith*. Praeger Publishers.
- Watson, R. P. (2003). *The presidents' wives: Reassessing the office of first lady*. Lynn Rienner Publishers.
- Watson, R. P. (2006). Madam President: Progress, problems, and prospects for 2008. *Journal of International Women's Studies*, 8(1), 1-20.
- Whicker, M. L., & Areson, T. W. (1989). The maleness of the American presidency. *Journal of Political Science*, 17(1), 6.
- Winslow, B. (2014). Shirley Chisholm: Catalyst for change. *Meridians*, 12(2), 82-104.