

TÜRKİYE’DE MEDYA VE KADIN ALANINDA YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZLER VE BU TEZLERDE İNCELENEN TEMALARIN ANALİZİ: 2007-2017 DÖNEMİ

Seyran EFİLTİ ATAY¹

ÖZ

Günlük yaşamımızın önemli bir parçasını oluşturan medya, toplumun sosyal, kültürel yapısının belirlenmesinde; bireylerin düşünce, davranış ve değer yargılarının oluşmasında rol oynamaktadır. Özellikle haber alma, bilgi elde etme, ilişkileri düzenleme açısından ele alınan farklı medya alanlarında, kadının nasıl temsil edildiği; kadına yönelik nasıl bir söylem oluşturulduğu bilimsel temelde incelenmesi gereken bir konudur.

Bu araştırmanın amacı ülkemizdeki “Medya ve Kadın” alanında yapılmış olan ve YÖK Elektronik Tez Arşivi’nde yer alan lisansüstü tezlerin incelenmesidir. Araştırmanın kapsadığı 2007–2017 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte “Medya ve Kadın” alanında toplam 95 lisansüstü tezin yapıldığı tespit edilmiştir. Bu tezlerden 13’ü doktora, 82’si yüksek lisans tezidir. Tüm veriler, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Yapılan içerik analizin birinci aşamasında medya ve kadın alanında hazırlanan lisansüstü tezler yıllara, yapıldıkları üniversitelere, enstitülere, anabilim dallarına, özgün dillerine, ilgili oldukları konulara, araştırma yöntemi ve veri toplama araçlarına göre kategorize edilmiştir.

İkinci aşamada Medya ve Kadın alanında hazırlanan lisansüstü tezler; Kadın-Dergi, Kadın-Medya, Kadın-Fotoğraf, Kadın-Afiş Kadın-TV Kadın-Gazete, Kadın-Sinema, Kadın-Reklam temasında hazırlanan lisansüstü tezler sekiz kategori altında incelenmiştir. Oluşturulan kategoriler tez konularına, araştırma yöntemine ve veri toplama araçlarına göre sınıflandırılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre, “Medya ve Kadın” alanında son üç yılda lisansüstü tezlerde artış olduğu tespit edilmiştir. Tezlerde çoğunlukta nitel yöntemin, özellikle içerik analizinin diğer yöntemlere oranla daha fazla kullanıldığı; ilgili alanda en fazla tezin Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı’nda yapıldığı ve yazım dilinin Türkçe olduğu görülmektedir. Tezler oluşturulan kategoriler açısından incelendiğinde yüksek lisans tezleri en fazla “Kadın-Sinema” alanlarında ve doktora tezleri ise en fazla “Kadın-Gazete” alanlarında hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadın, Medya, Lisansüstü.

THE THEME ANALYSIS OF THE POSTGRADUATE DISSERTATIONS WRITTEN ON MEDIA AND WOMEN IN TURKEY: 2007-2017 PERIOD

ABSTRACT

The media, which constitutes an important part of our everyday life, has been determined social and cultural structure of society; It plays a role in the formation of the judgments, behaviors and values of the individuals. How women are represented in different media areas, especially in terms of getting news, getting information and

¹ Öğr. Gör., Akdeniz Üniversitesi Manavgat MYO, efilti@akdeniz.edu.tr,
ORCID ID: 0000-001-6866-4397

arranging relations; what kind of discourse about the woman is formed is a subject that needs to be examined on a scientific basis.

In this research, postgraduate dissertations in the media and women field of YOK Electronic Thesis Archive were searched. A total of 95 graduate dissertations were found in the field of "Media and Women" in the 10-year period between 2007-2017 covered by the research.

Thirteen of these dissertations are doctoral and eighty two masters. All data were analyzed by content analysis. In the first stage of the contents analysis, the dissertations prepared in the field of media and women have been categorized according to the years, the universities, institutes, branches of education, native languages, the subjects they are related to, research method and data collection tools.

In the second stage, postgraduate dissertations prepared in the field of media and women; Postgraduate dissertations prepared under the heading of Women-journal, Woman-media, Woman-photograph, Woman-Poster Woman-Tv, Woman-Newspaper, Woman-Cinema, Woman-Advertisement are examined under eighth categories. Generated categories are classified according to dissertation subjects, research method and data collection tools.

According to the findings of the study, it is determined that there has been an increase in the thesis of Media and Women ve in the last three years. In the theses, the qualitative method, especially the content analysis, is used more than the other methods; It is seen that the most dissertations in the related field were done in the Institute of Social Sciences, Radio Television and Cinema Department and the spelling language was Turkish. When examined in terms of categories, it is seen that master's dissertations were mostly prepared in the field of "Women-Cinema", and also doctoral dissertations were prepared "Women-Newspaper" area.

Keywords: Women, Media, Postgraduate

Giriş

Toplumda belirli alanlarda yaşanan problemlerin tespit edilmesi, problemlere yönelik doğru çözümlerin üretilebilmesi ve geliştirilebilmesi için ilgili alanlarda bilimsel çalışmaların yapılması son derece önemlidir.

Günümüzde üniversiteler, toplumda yaşanan olayların, sorunların doğru algılanmasına ve yaşanan sorunlara gerçekçi çözüm önerileri geliştirerek bunların uygulamaya aktarılmasına yardımcı olan önemli kurumlardır. Bilimsel bir kurum ve kişi topluluğu olarak değerlendirilebilecek üniversitelerin işlevleri ve kapsamları farklılık gösterse bile toplumsal fayda sağlama temelinde var oldukları söylenebilmektedir. Bu açıdan baktığımızda üniversitelerde hazırlanan lisansüstü tezlerin amacı yeni bilgiler üretmek, toplumsal yaşamın farklı alanlarında sorunlarına çözüm üretebilmektir. Bu nedenle üniversitelerde lisansüstü tez hazırlayan araştırmacıların konu seçiminde toplumun duyarlılık gösterdiği konular üzerinde

yoğunlaşmaları, araştırmanın önemini artıran etkenlerden biri olarak kabul edilmektedir (Benligiray, 2009: 169; Çakır, 2017: 315; Yılmaz vd.,2017: 138).

Son dönemlerde tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yapılan araştırmalarda medyada kadın temsili sorunu sık rastlanan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Medyada kadın çoğunlukla toplumsal cinsiyet rolleri içerisinde sunulmaktadır. Özellikle de üretim sürecinin dışında bırakılan ve genelde eğitimsiz olan kadın popüler kültür tarafından biçimlendirilmekte ve kadın cinsellik, aşk, aldatılma, intikam, kıskançlık, namus gibi kavramlarla kodlanmaktadır. Ataerkil sisteme uygun davranış kalıplarını yerine getirmekle yükümlü olan kadın için, ev ve çocuk bakımı ile birlikte “ideal bir eş” olmak toplumsal yapı içindeki gündelik yaşam pratikleri arasında yer almaktadır (Büyükbaykal, 2007: 21; İnceoğlu, 2004: 11).

Medyada kadının toplumsal yapı içerisindeki sosyal, ekonomik ve siyasal açıdan belirlenmiş konumuna yönelik birçok farklı üniversite, enstitü ve anabilim dalında yapılan tez çalışmalarına rastlanmak mümkündür. Ancak alan yazında, “Medya ve Kadın” alanında yapılmış lisansüstü tez çalışmalarını analiz ederek yorumlayan, bir araya getirip ortak bir çerçeveden bakma olanağı sunan bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışma kapsamında, son on yılda “Medya ve Kadın” alanında yazılmış olan lisansüstü tezler incelenmiş ve elde edilen bulgulardan yola çıkarak araştırma yapacak kişi ve kurumların konu ile ilgili genel bir değerlendirme yapma imkanı verilmesi amaçlanmıştır.

1. Medya ve Kadın Çalışmaları

Medyada kadın temsili üzerine yapılan akademik çalışmalarda ortak görüş; medyada cinsiyetçi bir bakış açısının egemen olduğudur. Medyada yayınlanan haberler, programlar erkek egemenliğini pekiştiren, kadını cinsel bir meta aracı olarak gören, kadını üretici konumundan tüketici konumuna yerleştiren toplumsal önyargıları yeniden inşa etmektedir.

Medyadaki toplumsal cinsiyetçi bakış açısının en önemli göstergelerinden birisi, kitle iletişim araçlarında özel olarak kadınlara yönelik yayınların yer almasıdır. Söz konusu radyo yayını, televizyon programı veya gazete yazılarında, sadece kadınlara hitaben yayınlar yapılmakta, burada verilen bilgilerin toplumda kadınlık

rollerini pekiştirir nitelikte olduğu görülmektedir (Ünlü ve Aslan, 2016: 193). Bununla birlikte görsel ve yazılı basında da pek çok kadın yaptıkları işler ve kazandıkları başarıları ile değil kişisel yaşamları, görünüş ve aile yapıları ile ön plana çıkmaktadır.

Medyada kadın temsili yoğun olarak 1970’li yıllarda feminist medya çalışmaları aracılığıyla gündeme getirilmiş ve medyada kadın temsili; kadınların medya sektöründeki varlığı, kadınların medyada temsil edilme biçimleri ve medya ürünlerinin kullanıcıları/tüketicileri olan kadınlar olmak üzere üç ana noktada incelenmiştir. Bu dönemde “Kadının medyada temsili” tartışmasını başlatan feminist medya çalışmaları, kadının toplumsal hayattaki ikincil konumunu pekiştiren bir toplumsallığın sembolik olarak yeniden üretilmesi üzerinde durur (Çelenk,2010: 230). Feminist medya farklı fikirlerin oluşturulup tartışılması için önemli bir ortam inşa ederek kadınları aynı zamanda geniş çapta kamusal alana da ulaşma çabasına hizmet etmektedir. Dolayısıyla feminist medya kadınların seslerini duyurmak ve onların toplumsal konumlarını belirlemek var olan medya yapılarını değiştirmeye ve/veya yeni medya biçimlerini yaratmayı amaçlamaktadır (Byerly ve Ross, 2006: 210; Tekvar 2017: 538).

Ülkemizde medyada kadın olgusu alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde; bu çalışmaların daha çok medyadaki cinsiyetçi bakış açısı dolayısıyla kadınların eksik temsil edilmesi sorunu ekseninde yapıldığı görülmektedir.

TC. Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü’nün (2008) yaptığı “Kadın ve Medya” çalışmasına göre, kitle iletişim araçlarında kadın ya hiç yer almamakta, görmezden gelinmekte ya da ataerkil rollerle karşımıza çıkarılmaktadır. Medya, haber ve yorumları aracılığıyla toplumsal önyargıları yeniden üretmekte, geleneksel kadın imgesini pekiştirmektedir. Farklı kadınlık durumu ve yaşamları medyada temsil edilmemekte, kadın çoğu zaman ataerkil roller içerisine sıkıştırılmakta, genellikle ev ile bağlantılı olarak gösterilmekte, kadının kimliği eşi ve çocukları ile kurulmaktadır.

Büyükbaykal’ın (2007: 19-24) gazetelerde, televizyonlarda, reklamlarda ve dergilerde kadınların yer alışı biçimlerini incelediği “Medyada Kadın Olgusu” çalışmasında; kadınların çoğunlukla cinsellik, aldatılma, kıskançlık gibi haberlere konu olduğunu ve ülkenin siyaset ve ekonomi gündeminden soyutlandıklarını ifade

etmiştir. Medyada kimi zaman cinsiyetçi bir yapı hakim olmakta; kadın olgusunun kullanımı aşırı boyutlara ulaşabilmektedir ve kadından bir meta olarak yararlanmak söz konusu olabilmektedir.

Çaylı Rahte (2010;80-81) “Kamusallık, Toplumsal Katılım ve Medya: Kadın Programları Etnografisi” çalışmasında; “gündüz kuşağı kadın programları”nın katılımcılarının kendilerini bu programlarda nasıl konumlandıklarını, oluşturdukları sosyal ortamın politik bir kamusal alana olanak sağlayıp sağlamadığı sorgulanması için etnografik inceleme yapmıştır. Çalışma sonucuna göre; kadın programları izleyici için sosyalleşme aracı olarak görülmekte; izleyiciler kadın programlarını, ana akım medyanın sunduğu olanaklar dahilinde eleştirmekte, sevmedikleri birçok unsur barındıran bu programları “yapacakları daha iyi bir şey olmadığı için” izlemektedirler. Gündüz kuşağı programlarında izleyici olarak katılım gösteren kadınlar ise hayatın sıkıcı rutinlerinin dışında bir şeyler yapmak özellikle günün stres ve yorgunluğunu atmak için bu tür programlarda yer aldıklarını ifade etmişlerdir. Çalışmadan çıkan önemli sonuçlardan birisi de, “kadın programları”, sorunları ele alış biçimiyle izleyicilere ve katılımcılara politik bir müzakere zemini hazırlamamaktadır.

Yıldırım ve Karahisar (2013;63-64)“Televizyon Kanallarında Görsel-İşitsel Objeler Olarak Kadın” çalışmasında ulusal televizyon kanallarında kadının temsilini incelemiştir. Ticari yayıncılığın başlamasıyla birlikte reyting olgusu, ve TV kanallarında karar verme merkezlerinde eril bir söylemin hakim olması kadına biçilen rolü tamamen değiştirilmiştir; dizi, film, reklamlar ve yarışma programlarında korunmaya muhtaç, mağdur, ezilen, cinayete kurban gitmiş, statüsü düşük işlerde çalışan kişiler olarak ekranlara çıkarılmıştır. Yani kadın, ya geleneksel roller içinde ya da cinsel objeler olarak rol almıştır.

Türkiye Büyük Millet Meclisi Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu’nun (2012: 10-103) yapmış olduğu “Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinde Medyanın Rolü” konulu raporunda, ulusal ve uluslararası birçok araştırma, kadınların medyada ikincil bir konumda temsil edildiğini ve medyada çalışan kadınların da ayrımcılığa maruz kaldığını göstermektedir. Bu durumun kadınların toplumsal olarak yaşadıkları ayrımcılıkları ve eşitsizlikleri pekiştirdiği ve yeniden ürettiği görülmektedir. Söz

konusu raporun sonuç bölümünde; Kadın ve medya konusundaki farkındalığın artırılması için geniş kapsamlı kampanyaların düzenlenmesi, Türkiye’de kadın ve medya başta olmak üzere kadına yönelik çalışmalardan haberdar olunabilmesi için bir online bibliyografya projesi gerçekleştirilmesi, özellikle gazete ve televizyonlar için hem medya içerisine hem de medyada çalışan kadın profesyonellere yönelik nicel/nitel araştırılmasının yapılması önerilmektedir.

2.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günlük yaşamımızın önemli bir parçasını oluşturan medya, toplumun sosyal, kültürel yapısının belirlenmesinde; bireylerin düşünce, davranış ve değer yargılarının oluşmasında rol oynamaktadır. Özellikle haber alma, bilgi elde etme, ilişkileri düzenleme açısından ele alınan farklı medya alanlarında, kadının nasıl temsil edildiği; kadına yönelik nasıl bir söylem oluşturulduğu bilimsel temelde incelenmesi gereken bir konudur.

Son dönemlerde dikkat çeken medya ve kadın konusu, Türkiye’deki üniversitelerde yapılmış, Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Elektronik Tez Arşivi’nde yer alan lisansüstü tezler üzerinden ele alınmıştır. Tezler konularına ve içeriklerine göre sınıflandırılmış ve Kadın-Dergi, Kadın-Medya, Kadın-Fotoğraf, Kadın-Afiş, Kadın-TV, Kadın-Gazete, Kadın-Sinema, Kadın-Reklam olmak üzere sekiz kategori altında incelenmiştir.

Bu noktadan hareketle bu araştırmanın amacı medya ve kadın alanında;

- Ülkemizdeki üniversitelerde 2007-2017 yılları arasında kaç adet lisansüstü tez yapılmıştır?
- Bu tezlerin türlerine, yapıldıkları yıllara, üniversitelere ve enstitülere, konulara, özgün dillerine, danışman unvanlarına ve uygulama alanlarına göre dağılımları nasıldır?
- Yapıldığı anabilim dallarına göre dağılımı nasıldır?
- Belirlenen kategori açısından kaç adet lisansüstü tez yazılmıştır?
- Belirlenen kategorilerin tez konularına göre dağılımı nasıldır?

- Lisansüstü tezlerin araştırma yöntemine ve veri toplama araçlarına göre dağılımları nasıldır? sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır.

3.Araştırmanın Varsayımları Ve Kısıtları

Yapılan bu araştırmanın ilk varsayımı, Türkiye’deki üniversitelerde 2007-2017 döneminde Medya-Kadın konusunda yapılan tezlerin tümünün Yüksek Öğretim Kurulu’nun (YÖK’ün) Ulusal Tez Merkezi Elektronik Tez Arşivi’nde kayıtlı bulunduğunun kabul edilmesidir. Araştırma kapsamında 2018 tarihine kadar yapılan tüm tezlerin sisteme aktarılmamış olabileceği düşüncesiyle, 2018 yılında yapılan tezler araştırma kapsamına alınmamıştır.

Araştırma kapsamında ele alınan tezlerden bir kısmının erişim izninin olmaması ve sadece özet bilgilerinden yararlanılması araştırmanın temel kısıtıdır. Bu kısıt dolayısıyla, tüm tezler bütün olarak incelenememiş, veri düzenleme ve değerlendirmesinde ulaşılabilecek olan bilgilerle yetinilmiştir. Araştırmadaki bir diğer kısıt ise, sadece sekiz kategori altında toplanan; “Kadın-Dergi”, “Kadın-Medya”, “Kadın-Fotoğraf”, “Kadın-Afiş” “Kadın-TV, “Kadın-Gazete”, “Kadın-Sinema”, “Kadın-Reklam” ana teması geçen tezler incelemeye alınmış olmasıdır.

4.Araştırmada Kullanılan Yöntem

Bu araştırmada veri, var olan bir durumu olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan “tarama modeli” kullanılarak elde edilmiştir. Üniversitelerde Medya-Kadın alanında hazırlanan yüksek lisans ve doktora tezleri YÖK Elektronik Tez Arşivinden (<http://tez2.yok.gov.tr/>), konularına ve içeriklerine bakılarak oluşturulan sekiz kategori yardımıyla araştırılmıştır.

Verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi elde edilen verileri açıklayabilecek kavram ve ilişkilere ulaşmak için kullanılabilen bir tekniktir. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006; Merriam, 2013: 21-23). Sekiz kategori altında incelenen veriler, özgün diline, türüne, konusuna, yılına, danışmanın unvanına, yapıldığı üniversitenin ve enstitünün adına, bilim ve anabilim

dalına göre toplanmıştır. Düzenlenen veriler içerik analizi yapılmak üzere Excel (Excel 2007) ve daha sonra da SPSS (SPSS 22.00) programına aktarılmıştır.

5.Araştırmanın Bulguları

Hazırlanan lisansüstü tezlerin düzeyine, özgün diline, yapıldığı enstitüye, kısıtlanma durumuna, danışmanın unvanına ve yapıldığı yıllara ilişkin sayısal sonuçlar Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo1. 2007-2017 Yılları Arasında Kadın ve Medya Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Bazı Değişkenlere Göre Dağılımı

Değişkenler		Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	73	%76.8
	Erkek	22	%23.2
Düzeyi	Yüksek Lisans	82	%86.3
	Doktora	13	%13.7
Dili	Türkçe	61	%64.2
	İngilizce	33	%34.7
	Fransızca	1	%1.1
Yapıldığı Enstitü	Sosyal Bilimler	93	%97.8
	Atatürk. İlk. Ve İnk. Tarihi	1	%1.1
	Güzel sanatlar	1	%1.1
Tam metin	Var	72	%75.7
	Yok	23	%24.3
Danışman Ünvanı	Prof. Dr.	25	%26.3
	Doç.Dr.	34	%35.8
	Dr.Öğretim Üyesi	33	%34.7
	Öğretim Görevlisi	3	%3.2
Yıllara göre dağılımı	2007	4	%4.2
	2008	2	%2.1
	2009	4	%4.2
	2010	8	%8.4
	2011	3	%3.2
	2012	4	%4.2
	2013	4	%4.2
	2014	7	%7.4
	2015	14	%14.7
	2016	22	%15.8
2017	23	%31.6	
Toplam		95	100

2007-2017 yıllarını kapsayan 10 yıllık süreç içerisinde medya ve kadın alanında yapılan 95 lisansüstü teze ulaşılmıştır. Tez araştırması yapanların 73’ü (%76.8) kadın, 22’si (%23.2) ise erkektir. Bu tezlerden 82’si (% 86.3) yüksek lisans, 13’ü (%13.7) doktora tezidir.

Tezler hazırlandıkları dil bakımından incelendiğinde; 61’i (%64,2) Türkçe, 33’ü (%34.7) İngilizce ve 1’i (%1.1) Fransızca hazırlanmıştır.

Tezlerin 93’i (% 97.8) Sosyal Bilimler Enstitülerinde yapılırken, 1’i (% 1,1) Atatürk ilkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsünde yine 1’i (%1.1) ise Güzel Sanatlar Enstitüsünde yapılmıştır.

Tez danışmanlarının unvanlara göre dağılımı incelendiğinde; 25’i (%26.3) Prof. Dr., 34’ü (35.8) Doç. Dr., 33’ü (%34.7) Dr. Öğretim Üyesi ve 3’ü (%3.2) Öğretim görevlisidir.

Tezlerin yapıldıkları yıllara göre dağılımı incelendiğinde; medya ve kadın alanında özellikle son üç yılda 2015-2017 aralığında (59 - %61,1) en fazla lisansüstü tezin yapıldığı görülmektedir.

Tablo 2. 2007-2017 Yılları Arasında Kadın ve Medya Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Üniversiteye Göre Dağılımı

Üniversite	Tez sayısı	Yüzde	Üniversite	Tez sayısı	Yüzde
Kadir Has	9	%9.5	Ankara	3	%3.2
Marmara	8	%8.4	Anadolu	3	%3.2
Bahçeşehir	7	%7.4	Bilkent	3	%3.2
Atatürk	6	%6.3	Süleyman Demirel	2	%2.1
İstanbul Bilgi	6	%6.3	Akdeniz	2	%2.1
İstanbul Arel	5	%5.3	Yaşar	2	%2.1
İstanbul	5	%5.3	Maltepe	2	%2.1
Ege	4	%4.2	İzmir Ekonomi	2	%2.1
Selçuk	4	%4.2	İstanbul ekonomi	1	%1.1
Erciyes	4	%4.2	Doğuş	1	%1.1
Yeditepe	4	%4.2	Koç	1	%1.1
Gazi	3	%3.2	İstanbul Ticaret	1	%1.1
Boğaziçi	3	%3.2	Kocaeli	1	%1.1
Galatasaray	3	%3.2	TOPLAM	95	100

Medya ve kadın alanında yapılan tezlerin yapıldığı üniversiteler göre dağılımı incelendiğinde; Kadir Has Üniversitesi 9 tez (%9.2) ile ilk sırada yer alırken; ikinci sırada 8 tez (%8.4) ile Marmara Üniversitesi ve üçüncü sırada 7 tez (7.4) ile Bahçeşehir

Üniversitesi yer almaktadır. İstanbul Ekonomi, Doğuş, Koç, İstanbul Ticaret, Kocaeli Üniversiteleri’nde sadece 1 adet lisansüstü tez bulunmaktadır.

Tablo 3. 2007-2017 Yılları Arasında Kadın ve Medya Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Anabilim Dalına göre Dağılımı

Anabilim Dalı	Sayı	Yüzde	Anabilim Dalı	Sayı	Yüzde
Radyo Televizyon ve Sinema	22	%23.2	Basın yayın	2	%2,1
İletişim Bilimleri	15	%15.8	Tarih	2	%2,1
Gazetecilik	12	%12,6	Plastik sanatlar	1	%1,1
Sinema Televizyon	9	%9,5	Uluslararası ilişkiler	1	%1,1
Halkla ilişkiler ve Tanıtım	6	%6,3	Tasarım teknolojisi ve toplum bilimi	1	%1,1
Grafik Tasarım Anasanat	4	%4,2	İletişim sistemler	1	%1,1
Medya ve Kültür Çalışmaları	3	%3,2	Eleştiri ve Kültür Araştırmaları	1	%1,1
İletişim ve Tasarım	3	%3,2	Kadın Araştırmaları ve Top. Cinsiyet	1	%1,1
Görsel iletişim Tasarımı	2	%2,1	Sağlık yönetimi	1	%1,1
Medya ve iletişim çalışmaları	2	%2,1	Pazarlama	1	%1,1
Yeni medya	2	%2,1	Reklamcılık ve Marka İlet. Yönetimi	1	%1,1
Medya ve İletişim Sistemleri	2	%2,1	Toplam	95	%100

Tablo 3’de Medya ve Kadın alanındaki 95 lisansüstü tezin yapıldıkları anabilim dallarına göre dağılımı incelendiğinde; Medya ve kadın alanındaki tezlerin büyük oranda (%23.2) “Radyo Televizyon ve Sinema” anabilim dalında yapıldığı görülmektedir. İkinci en çok tezin yapıldığı anabilim dalı (%15.8)“İletişim Bilimleri” ve üçüncü sıradaki anabilim dalı ise (12.6) “Gazetecilik” olarak tespit edilmiştir.

Tablo 4. 2007-2017 Yılları Arasında Kadın ve Medya Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Kategorilere Göre Dağılımı

Kategoriler	Tez Türü		Doktora		Toplam
	Y. Lisans				
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	
Kadın-Dergi	8	%9.7	3	%23	11
Kadın-Medya	9	%10.9	2	%15.3	11
Kadın-Fotoğraf	3	%3.6	-	-	3
Kadın –Afiş	3	%3.6	-	-	3
Kadın-Gazete	13	%15.8	4	%30.7	17
Kadın-Sinema	30	%36.5	3	%23	33
Kadın-Reklam	9	%10.9	1	%7.6	9
Kadın TV	8	%9.7	-	-	8
Genel TOPLAM	82	%86.3	13	%13.7	95

Tablo 4’de konularına ve içeriklerine göre sınıflandırılmış ve sekiz kategori altında incelenen tezlerin tez türüne göre dağılımları incelendiğinde; tüm yüksek lisans tezlerinin, 30’u (%36.5) “Kadın-Sinema”,13’ü (%15.8) “Kadın-Gazete”, 9’u (%10.9)

hem “Kadın-Medya” hem de “Kadın-Reklam”, 8’i (%9.7) “Kadın-Dergi”,8’i (%4.8) “Kadın-TV ve 3’ü (%3.6) “Kadın-Fotoğraf”, “Kadın-Afiş” kategorisinde yapılmıştır.

Tüm doktora tezlerinin; 4’ü (%30.7), “Kadın-Gazete”, 3’ü (%23)hem “Kadın-Dergi” hem “Kadın-Sinema”, 2’si (%15.3) “Kadın-Medya”, 1’i (%7.6) “Kadın-Reklam” kategorisinde yapılmıştır. Kadın-Fotoğraf, Kadın-Afiş ve Kadın-TV, Kadın-Dizi kategorilerinde doktora tezi bulunmamaktadır.

Tablo 5. 2007-2017 Yılları Arasında Kadın Ve Medya Alanında Yapılan Lisansüstü Tez Konularına Göre Dağılımı

Kategori	Konu	Sayı	Yüzde	Kategori	Konu	Sayı	Yüzde
Kadın-Dergi	Gazetecilik	6	%54.5	Kadın-Gazete	Gazetecilik	13	%76.4
	İletişim Bilimleri	3	%27.2		İletişim Bilimleri	3	%17.6
	Reklamcılık	1	%9		Radyo_Tv	1	%5.8
	Radyo-Tv	1	%9				
Toplam	11		Toplam	17			
Kadın-Medya	Gazetecilik	5	%45.4	Kadın-Sinema	İletişim Bilimleri	2	%6
	İletişim Bilimleri	5	%45.4		Sahne ve Gör. Sanat.	21	%63.6
	Güzel Sanatlar	1	%9		Radyo_Tv	10	%30.3
Toplam	11		Toplam	33			
Kadın-Fotoğraf	İletişim Bilimleri	2	%66.6	Kadın-TV	İletişim Bilimleri	2	%28.5
	Sahne ve Gör.Sanat.	1	%33.4		Radyo_Tv	5	%71.5
Toplam	3		Toplam	7			
Kadın-Afiş	Güzel Sanatlar	3	%100	Kadın-Reklam	Reklamcılık	8	%80
					Radyo_Tv	1	%10
					Halkla İlişkiler	1	%10
Toplam	3		Toplam	10			

Tablo 5’de, Medya ve Kadın alanında yapılan lisansüstü tezlerin konularına ve içeriklerine göre belirlenen sekiz kategoriye göre dağılımları gösterilmiştir. “Kadın-Dergi” kategorisinde en fazla “Gazetecilik (%54.5)”, “Kadın-Gazete” kategorisinde “Gazetecilik (%76.4)”, “Kadın-Medya” kategorisinde “Gazetecilik ve İletişim Bilimleri (%45.4)”, “Kadın-Sinema” kategorisinde “Sahne ve Görsel Sanatlar (%63.6)”, “Kadın-Fotoğraf” kategorisinde “İletişim Bilimleri (%66.6)”, “Kadın-TV”

kategorisinde “Radyo-TV” (%71.5)”, “Kadın-Reklam” kategorinde “Reklamcılık (%80)”ve “Kadın-Afiş kategorisinde “Güzel Sanatlar (%100)” konularında çalışılmıştır.

Tablo 6. 2007-2017 Yılları Arasında Kadın Ve Medya Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Araştırma Yöntemi Ve Veri Toplama Araçlarına Göre Dağılımı

	Tez Türü		Toplam	Yüzde
	Yüksek lisans	Doktora		
Nicel Araştırma			6	%6.3
Anket	4	2		
Nitel Araştırma			85	%89.5
Söylem Analizi	14	1		
İçerik Analizi	48	8		
Göstergebilimsel Analiz	5	1		
Tematik Analiz	1			
Derinlemesine Mülakat	5			
Etnografik Araştırma		1		
Doküman Analizi	1			
Araştırma Yöntemi Belli Olmayan Çalışma	4		4	%4,2

Tablo 6’da tercih edilen araştırma yöntemine dayalı olarak yararlanılan veri toplama araçlarının dağılımını göstermektedir. Nicel araştırma yöntemini kullanan 6 tezin hepsinde veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Araştırma yöntemi belli olan ve nitel araştırma yöntemini tercih eden 85 tezin, 14’ünde Söylem Analizi, 48’inde İçerik Analizi, 5’inde Göstergebilim Analiz, 5’inde Derinlemesine Mülakat,1’inde Tematik Analiz, 1’inde Etnografik Araştırma, 1’inde Doküman Analizi kullanılmıştır. Araştırma yöntemi belli olmayan toplam 4 çalışma bulunmaktadır.

Araştırma yöntemi belli olan tezlerin türüne göre dağılımları incelendiğinde; 85 yüksek lisans tezinin 4’ünde nicel ve 74’ünde nitel araştırma yöntemi; 9 doktora tezinin 2’sinde nicel ve 7’sinde nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 7. 2007-2017 Yılları Arasında Kadın ve Medya Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Araştırma Yöntemi Ve Veri Toplama Araçlarına Göre Dağılımı

	Nicel	Sayı	Nitel	Sayı
Kadın Medya	Anket	3	İçerik Analizi	8
Kadın-Reklam	Anket	2	İçerik Analizi	4
			Göstergebilimsel Analiz	1
			Derinlemesine Mülakat	1
			Araştırma Yöntemi Belli Olmayan Çalışma	2
Kadın-Afiş	Anket	1	Göstergebilimsel Analiz	2
Kadın-Sinema			Söylem Analizi	2
			İçerik Analizi	24
			Etnografik Araştırma	1
			Araştırma Yöntemi Belli Olmayan Çalışma	2
			Göstergebilimsel Analiz	1
Kadın-Fotoğraf			Tematik Analiz	1
			Derinlemesine Mülakat	2
Kadın-TV			Söylem Analizi	3
			İçerik Analizi	4
				2
Kadın-Gazete			Derinlemesine Mülakat	
			İçerik Analizi	11
			Söylem Analizi	5
			Göstergebilimsel Analiz	1
			Doküman analizi	1
Kadın-Dergi			İçerik Analizi	5
			Söylem Analizi	5
			Göstergebilimsel Analiz	1

Tablo 7’de araştırma kapsamında belirlenen sekiz kategorinin araştırma yöntemi ve veri toplama araçlarının dağılımını göstermektedir.

Nicel araştırma kullanılan 6 tezden 3’ü “Kadın Medya”, 2’si “Kadın-Reklam”, 1’i “Kadın-Afiş” kategorisinde veri toplam yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanılan 85 tezin en fazla;

- “Kadın Medya” kategorisinde İçerik Analizi(8),
- “Kadın-Reklam” kategorisinde İçerik Analizi (4),
- “Kadın-Sinema” kategorisinde İçerik Analizi (24),
- “Kadın-Gazete” kategorisinde İçerik Analizi (11),
- “Kadın-TV” kategorisinde İçerik Analizi (4),
- “Kadın-Afiş” kategorisinde Göstergebilimsel Analiz (2),

- “Kadın-Fotoğraf” kategorisinde Derinlemesine Mülakat(2),
- “Kadın-Dergi” kategorisinde İçerik Analizi(5) ve Söylem Analizi (5) kullanılmıştır.

Sonuç

Araştırmanın kapsadığı 2007–2017 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte “Medya ve Kadın” alanında toplam 95 lisansüstü tezin yapıldığı tespit edilmiştir. Yapılan bu kapsamlı araştırmaya ilişkin değerlendirmeyi aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür:

- Medya ve Kadın alanında yapılan tezlerde özellikle son üç yılda (2015-2016-2017) büyük bir artış gözlemlenmiştir. 2015 yılında 14 tez, 2016 yılında 22 tez ve 2017 yılında ise 23 tez hazırlanmıştır. Son dönemlerde kadın ve medya alanında, kadının temsil sorunu ve kadının konumu ile ilgili yapılan araştırmaların varlığı konu hakkında tezlerin yazılmasında etkili olmuştur.
- Medya ve Kadın alanında çalışan araştırmacıların ve danışmanların ağırlıklı kadınlar olduğu görülmektedir. Bu durum, kadınların kendilerini ilgilendiren konularla erkeklere oranla daha fazla ilgilendikleri ve sorunların çözümüne katkı bulma konusunda duyarlı olmaları ile açıklanabilir.
- Tez çalışmaları, yazıldıkları dil açısından değerlendirildiğinde Türkçe tezleri İngilizce tezler izlemektedir. Sadece bir tez Fransızca dilinde yazılmıştır.
- Türkiye’de “Medya ve Kadın” alanında yapılan lisansüstü tezlerinin %86’sı yüksek lisans tezlerinden oluşmaktadır. Doktora düzeyinde tezlerin az olması bu alanda çalışma yapmayı gerektirebilecek önemli bir nedendir. “Medya ve Kadın” alanında doktora düzeyindeki çalışmaların artırılması alanı zenginleştirecektir.
- Medya ve Kadın alanında yapılan 95 lisansüstü tez en fazla Kadir Has, Marmara ve Bahçeşehir Üniversiteleri’nde hazırlanmıştır.
- Medya ve Kadın alanında yapılan 95 lisansüstü tezin toplam 23 farklı Anabilim dalında yapıldığı ve ilgili alandaki tezlerin büyük oranda “Radyo Televizyon ve Sinema”, İletişim Bilimleri”, “Gazetecilik” Anabilim dalında olduğu tespit edilmiştir.

- Medya ve Kadın alanında konularına ve içeriklerine göre sınıflandırılarak oluşturulan sekiz kategorinin lisansüstü tezlere göre dağılımları incelendiğinde: yüksek lisans alanında en fazla “Kadın-Sinema”; doktora alanında “Kadın-Gazete” kategorisinde tezler hazırlanmıştır.
- Medya ve Kadın alanında yapılan lisansüstü tezlerin konularının, belirlenen sekiz kategoriye göre dağılımları incelendiğinde: “Kadın-Dergi” kategorisinde en fazla “Gazetecilik”; “Kadın-Gazete” kategorisinde “Gazetecilik”; “Kadın Medya” kategorisinde “Gazetecilik ve İletişim Bilimleri”; “Kadın-Sinema” kategorisinde “Sahne ve Görsel Sanatlar”; “Kadın-Fotoğraf” kategorisinde “İletişim Bilimleri”; “Kadın-TV” kategorisinde “Radyo-TV”; Kadın-Reklam kategorinde “Reklamcılık” ve “Kadın-Afiş” kategorisinde “Güzel Sanatlar” konularında çalışılmıştır.
- Medya ve Kadın alanında incelenen tezlerde hem yüksek lisans hem doktora alanında nitel yöntemler nicel yöntemlere göre daha fazla kullanılmıştır. Özellikle araştırmalarda içerik analizi yönteminin ağırlıkta kullanıldığı tespit edilmiştir. İçerik analizi araştırmacının sistematik ve objektif bir yorum yapabilmesi için geçerli ve güvenilir parametreler kullanır (Koçak ve Arun, 2006: 24). Ayrıca içerik analizi yöntemi ile elde edilen veriler, diğer araştırma yöntemleri için materyal olarak kullanılabilir (Çilingir, 2017: 158).İncelenen lisansüstü tezlerde içerik analizinin yanı sıra diğer araştırma yöntemlerinin de kullanıldığı belirlenmiştir. Nitel araştırma yöntemini tercih eden 85 tezin, içerik analizinden sonra kullanılan yöntemler; Söylem Analizi, Göstergibilim Analiz, Derinlemesine Mülakat, Tematik Analiz, Etnografik Araştırma, Doküman Analizidir. Nicel araştırma yöntemini kullanan 6 tezin hepsinde veri toplama aracı olarak Anket kullanılmıştır.
- Araştırmada ortaya çıkan sonuçlardan birisi de nitel ve nicel yöntemlerin bir arada kullanıldığı lisansüstü tezlerin bulunamamasıdır. Oysaki çalışmalarda nitel ve nicelin birlikte kullanımı teori ve uygulamaya ilişkin daha net, kesin bilgiler üretmesi, farklı görüş ve anlayışları açığa çıkarması açısından önemlidir (Baki ve Gökçek,2012: 3).
- Araştırma kapsamında belirlenen sekiz kategorinin, araştırma yöntemi ve veri toplama araçlarının dağılımları incelenmiştir. Nicel araştırma yönteminde veri toplama tekniği olan anketi kullanan lisansüstü tezler “Kadın-Medya”, “Kadın-Reklam”,

“Kadın-Afiş” kategorisinde yer almaktadır. Nicel araştırma yöntemleri bilindiği üzere olgu, olayları ve toplumsal davranışları nesnelleştirerek gözlemlenebilir, ölçülebilir ve sayısal olarak ifade edilebilir bir şekilde ortaya koymayı amaçlamaktadır. “Kadın-Medya”, “Kadın-Reklam” ve “Kadın-Afiş” kategorilerinde tez yazan araştırmacılar problemin amacına ve çözümüne, geçerlilik, güvenilirlik ve kullanılabilirlik açısından gerekli verilerin toplanması için en uygun teknik olarak anketi kullanmışlardır.

- Nitel araştırma yönteminde veri toplam tekniği olarak en fazla içerik analizini “Kadın-Medya”, “Kadın-Reklam”, “Kadın-Sinema”, “Kadın-Gazete”, “Kadın-TV” kategorisinde ayrıca, “Kadın-Dergi” kategorisinde hem İçerik analizi ve hem de Söylem analizi kullanılmıştır. Diğer kategorilerde veri toplama tekniği olarak en fazla “Kadın-Afiş” kategorisinde Göstergibilim analizi, “Kadın-Fotoğraf” kategorisinde Derinlemesine mülakat kullanılmıştır.

Sonuç olarak, “Medya ve Kadın” alanında yapılan bu çalışmanın kapsamı sadece Türkiye’deki üniversitelerde son on yıl içerisinde hazırlanmış olan yüksek lisans ve doktora tezleri ile sınırlandırılmıştır. Bu kapsamda sadece lisansüstü tezlerin değil, kadın-medya alanında günümüze kadar yapılan ulusal ve uluslararası makale, kongre ve sempozyum bildirilerin de kapsama alınarak çalışmalar yapılması, konuya olan akademik ve toplumsal ilginin artması açısından önemlidir.

KAYNAKÇA

- BAKİ, Adnan ve GÖKÇEK, Tuba (2012). “Karma Yöntem Araştırmalarına Genel Bir Bakış”. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 11(42), 1-2.
- BENLİGİRAY, Serap (2009). Türkiye’de İnsan Kaynakları Yönetimi Alanında Yapılan Lisansüstü Tezler Ve Bu Tezlerde İncelenen Temaların Analizi: 1983 2008 Dönemi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 4(1), 167-197.
- BYERLY, C. M. ve ROSS, K. (2006). Women & Media. UK: Blackwell Publishing.
- BÜYÜKBAYKAL, Ceyda (2007). “Medyada Kadın Olgusu”. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (28).19-30.
- ÇAKIR, Mehmet (2017). “Demokrasi Söylemi: Lisansüstü Tezler Üzerine Bir Araştırma-The Democracy Rhetoric: A Research On The Graduate

- Dissertations”. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(22), 312-326.
- ÇELENK, Sevilay (2010). Kadınların Medyada Temsili Ve Etik Sorunlar. (Editörler)
- ÇİLİNGİR, Ayşegül (2017). “İletişim Alanında İçerik Analizi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yüksek Lisans Ve Doktora Tezleri Üzerine Bir İnceleme”. Erciyes İletişim Dergisi, 5(1).148-158.
- İNCEOĞLU, Yasemin (2004). Medyada Kadın İmajı. Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma, Cilt: 2, 11-20.
- KOÇAK, Abdullah ve ARUN, Özgür (2006). “İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu”. Selçuk İletişim Dergisi, Sayı 4, Cilt 3, 21-28.
- MERRİAM, Saharan B. (2013). Nitel Araştırma. Desen Ve Uygulama İçin Bir Rehber. (Çev. Editörü: Selahattin Turan). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- RAHTE Çaylı, Emek (2010). Kamusal Katılım Ve Medya: Kadın Programları Etnografisi. İstanbul: Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.
- TEKVAR, S.Oya (2017). "Türkiye’de Feminist Alternatif Medyanın İşlevselliği: Bir Alternatif Medya Örneği “Kadınların Postası” Projesinin İncelenmesi." İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi 6.(1), 537-552.
- T.C. BAŞBAKANLIK KADININ STATÜSÜ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (2008). Politika Dokümanı Kadın ve Medya, Ankara: Fersa Ofset.
- T.C.BÜYÜK MİLLET MECLİSİ KADIN ERKEK FIRSAT EŞİTLİĞİ KOMİSYONU(2012).Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinde Medyanın Rolü Konulu Komisyon Raporu. Ankara: Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu Yayınları No: 10.
- ÜNLÜ, Derya ve ASLAN Pınar (2016). “Türk Televizyon Dizilerindeki Kadın Rollerine Kadınların Gözünden Bakmak”. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İnif E-Dergi), 1(2), 191-206

YILDIRIM, Ali ve ŞİMŞEK, Hasan (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, (5. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

YILDIRIM, Vural ve KARAHİSAR, Tuğba (2014). Ulusal Televizyon Kanallarında Görsel-İşitsel Obje Olarak Kadın. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. Cilt: 2, Sayı2.52-66

YILMAZ, Fatih.; GÖÇEN, Selim.; YARDIMCI, Remzi (2017). Toplumsal Sorunların Çözümünde Üniversitelerin Rolü. Electronic Journal of Education Sciences, 6(12), 138-149.