

TOPLUMSAL CİNSİYET EŐİTLİĐİ

Dr.ÖĐr.Üyesi Özgür GÜLDÜ

**Kitle İletişim Araçlarında Cinsiyetlerin ve Cinsiyet
Rollerinin Ele Alınışı**

KAYNAK: Dökmen, Z. (2010). Toplumsal Cinsiyet - Sosyal Psikolojik Açıklamalar. İstanbul: Remzi Kitapevi.

- ✓ Yaşamımızın vazgeçilmez unsurlarından biri kitle iletişim araçlarıdır, medyadır.
- ✓ Medyanın etkisinden kaçınmak kolay değildir. Yetişkinler ve özellikle de çocuklar ve gençler kitle iletişim araçlarına ve dolayısıyla etkilerine çok açıktırlar ve bu etkilerin nasıl yaratıldığı ve sonuçları hakkında dikkatle düşünmek ve incelemelerde bulunmak gerekmektedir.
- ✓ Kitle iletişim araçları cinsiyet kalıpyargılarını ve önyargılarını sürdürmede ve insanları bu yönde etkilemede önemli bir role sahiptir.

- ✓ Sosyal Öğrenme Kuramı'nda belirtildiği gibi, gözlenen modeller örnek alınır ve davranışları taklit edilir; ayrıca ödül aldıkları izlenen kişilerin davranışları zamanı gelince tekrarlanarak gözleyerek öğrenme gerçekleşir.
- ✓ Bireylerin özellikle çocukların davranış dağarcıklarını geliştirirken çeşitli modellerden etkilenmeleri söz konusudur.
- ✓ Başta anababalar, öğretmenler ve arkadaşlar olmak üzere çeşitli kişiler çocuklar için model olurlar.
- ✓ Bu modellerin yanı sıra çok maruz kalınan ve çarpıcı sunuşları nedeniyle de çok etkili olan medya kahramanlarından da söz etmek gerekir.

- ✓ Çocukların karşılaştıkları bu modeller gibi davranma, düşünme, tepkide bulunma ihtimali üzerinde de durulmaktadır.
- ✓ Ayrıca kitle iletişim araçlarının kadın ve erkeği, kız ve erkek çocuğu resmediş biçimi, hem çocuk ve gençlerde hem de yetişkinlerin de bir standart olarak kabul edilebilir ve yaşamda nelerin normal ve istenir olduğuna ilişkin yargılar için referans alınabilir.
- ✓ Kişiler tutum ve davranışlarını kendi deneyimlerinden çok bunları dikkate alarak oluşturabilirler.

Televizyon

- Televizyon, öncelikle eğlendirmeye yönelik olmakla birlikte önemli bir bilgi kaynağı olarak da işlevde bulunur.
- Ayrıca televizyon, günümüzde bir sosyal öğrenme kaynağıdır; belirli modeller sunar.
- Çocuklar, sevdikleri karakterleri olduğu gibi taklit etmeseler bile belirli tutumları, değerleri, kuralları onlardan öğrenirler.
- Gerek yetişkinlere gerekse çocuklara yönelik programlarda kadın ve erkeğin gösterilişinde büyük bir yanlışlık gözlenmektedir.

Televizyon

- ❖ Genel olarak televizyondaki programlarda kadın ve erkek farklı oranlarda gösterilmektedir. Erkekler kadınlardan iki kat fazla yer almaktadırlar.
- ❖ Televizyon programlarında kadınları zihinsel yetenekleriyle değil fiziksel görünüşleriyle daha çok tanımlayan pek çok örnek görmek mümkündür. Televizyonda erkeklerin daha çok otoriteyi simgeledikleri görülmektedir.
- ❖ Televizyonu fazla izleyen çocukların daha çok kalıpyargılara sahip oldukları görülmektedir.

Televizyon

- ❖ Televizyon kadının yaşamında önemlidir, televizyon kadını, kadın da televizyonu tüketmektedir.
- ❖ Televizyon kadınların başta ülke ve dünya haberlerine ulaşma, eğlenme, bilgilenme olmak üzere çeşitli ihtiyaçlarını karşılamaktadır.
- ❖ Kadınlar televizyondan sosyoekonomik düzeylerine de bağlı olmak üzere çeşitli oranlarda etkilenmektedirler.
- ❖ Konuşma konularının başında televizyon programları gelmektedir.

Reklamlar

- ❖ Reklamlar önemli bir ikna etme aracıdır; ürün satışı üzerindeki etkisi iyi bilindiği için, reklamlar büyük bir özenle hazırlanmakta ve tüm albenileri ile tüketicilere sunulmaktadır.
- ❖ Reklamlar kadını ve erkeği geleneksel rolleri ile göstermektedir. Reklamlarda ürünün alınmasıyla erkeklerin sosyal yada mesleki gelişme kaydedecekleri, kadınların ise ailelerine ya da erkeklere kendilerini daha çok beğendirecekleri vurgulamaktadır.
- ❖ Ancak son yıllarda cinsiyet kalıpyargıların azalmaya başladığı, kadınlar çeşitli rollerde ve erkekler ise çocukların bakımı ile ilgilenirken gösterilemeye başlanmıştır.

Reklamlar

- ❖ Bununla beraber erkeklere daha çok yer verilmektedir. Kadınlar daha çok ikincil roller oynamaktadırlar (erkekler daha çok merkezi rollerdedirler).
- ❖ Kadınlar daha çok ürünün kullanıcısı olarak gösterilirken, erkekler daha çok merkezi rolde ve daha otoriter olarak görülmektedir.
- ❖ Kadınlar daha çok ev ortamında gösterilirken, erkekler iş ortamında ve iş sahibi olarak resmedilmektedir.

Çocuk Kitapları

- ❖ Okul öncesi çocuklarına yönelik resimli kitapların çocuklar için dünyaya açılan pencere işleve sahip olmaları nedeniyle önemleri büyüktür.
- ❖ 1970'li yıllarda kitaplardaki karakterlerin %12'si kadındır.
- ❖ 1980'li ve 1990'lı yıllarda oran artmakla birlikte, yine de kadın sayısı erkek sayısına yetişememiştir.
- ❖ 1976-1987 yıllarında yayımlanan kitaplar incelendiğinde geleneksel cinsiyet rollerinin yansıtıldığı ve yıllara göre çok önemli değişiklikler olmadığı görülmektedir. Kadın karakterler az sayıda ve daha çok öğretmen, hizmetçi ya da prenses rollerinde yer almaktadır.

Gazete ve Dergiler

- ❖ Gazete ve dergilerde de geleneksel cinsiyet rollerinin sürdürüldüğü bildirilmektedir.
- ❖ 1954-1982 yılları arasında yayımlanan kadın dergileri incelendiğinde, geleneksel kadın rollerine ilişkin evlilik, aile ve iyi ev kadınlığı gibi konulara daha fazla yer verildiği görülmektedir.
- ❖ 1980'li yıllardan 1990'lı yıllara doğru kalıpyargıların bazılarında azalma (örneğin erkek kahramanın ev içinde gösterilmesinde artış), bazılarında artma (örneğin kadınların önlüklü gösterilmesi) yönünde bir değişim olduğunu, bazılarında da bir değişim olmadığını (örneğin, kadınların her zaman daha çok ev içinde gösterilmesi) saptanmıştır.