



T.B.M.M.
CUMHURİYET HALK PARTİSİ
Grup Başkanlığı
Tarih : 30.5.2008
Sayı : 101

10/213



Prof. Dr. Gaye ERBATUR
Adana Milletvekili

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞI'NA

Medyada var olan cinsiyetçi anlayışın araştırılması ve soruna yönelik çözüm önerilerinin ortaya konabilmesi için TBMM içtüzüğünün 104 ve 105. maddeleri ve Anayasanın 98. maddesi gereğince Medyanın cinsiyetçi anlayıştan uzaklaştırılması ile ilgili bir meclis araştırması açılmasını arz ederiz.

1. Nevin Gaye ERBATUR - Adana
2. Selçuk AYHAN - İzmir
3. Abdullah ÖZER - Bursa
4. Ali Rıza ÖZTÜRK - Mersin
5. Ali OKSAL - Mersin
6. Hüsnü ÇÖLLÜ - Antalya
7. Tacidar SEYHAN - Adana
8. Muharrem İNCE - Yalova
9. Birgen KELEŞ - İstanbul
10. Orhan Ziya DİREN - Tokat
11. Nesrin BAYTOK - Ankara
12. Atila EMEK - Antalya
13. Akif EKİCİ - Gaziantep
14. Tayfur SÜNER - Antalya
15. Sacid YILDIZ - İstanbul
16. Abdurrezzak ERTEN - İzmir
17. Abdülaziz YAZAR - Hatay
18. Durdu ÖZBOLAT - Kahramanmaraş
19. Hüseyin ÜNSAL - Amasya
20. Bülent BARATALI - İzmir
21. Mehmet Ali ÖZPOLAT - İstanbul
22. Mevlüt COŞKUNER - Isparta
23. Mehmet Ali SUSAM - İzmir
24. Ahmet ERSİN - İzmir
25. Erol TINASTEPE - Erzincan
26. Necla ARAT - İstanbul
27. Canan ARITMAN - İzmir
28. Ensar ÖĞÜT - Ardahan
29. Ali Rıza ERTEMÜR - Denizli
30. Fatma Nur SERTER - İstanbul
31. Engin ALTAY - Sinop
32. Tekin BİNGÖL - Ankara
33. Esfender KORKMAZ - İstanbul
34. Zekeriya AKINCI - Ankara
35. Halil ÜNLÜTEPE - Afyonkarahisar
36. Gökhan DURGUN - Hatay
37. İsa GÖK - Mersin
38. Bayram Ali MERAL - İstanbul
39. Fehmi Murat SÖNMEZ - Eskişehir
40. Gürol ERGİN - Muğla



Prof. Dr. Gaye ERBATOR

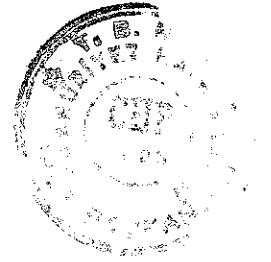
Adana Milletvekili

GEREKÇE:

Kısa adı MEDİZ olan Medya İzleme Grubu'nun yaptığı bir araştırmaya göre Arka sayfa 'güzellerinin' %100'ü kadın %0'ı erkek, medya Yöneticilerinin %15'i kadın %85'i erkek, köşe yazarlarının %12'si kadın %88'i erkek, televizyonların siyasi tartışma programlarına katılan konukların % 11'i kadın %89'u erkek, haber kaynaklarının % 18'i kadın % 82'si erkek, genel yayın yönetmenlerinin %0'ı kadın %100'ü erkektir. Bu istatistikler de göstermektedir ki gerek Parlamento çatısı altında gerekse de sivil toplum örgütleri ve kadın kuruluşlarınca yürütülen kadın erkek eşitliği kampanyaları halen medyada gerekli yansımayı yaratamamıştır.

Oysa Basın Meslek İlkeleri gereği yayınlarda hiç kimse; ırkı, cinsiyeti, yaşı, sağlığı, bedensel özrü, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz ve Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Televizyon Yayıncıları Derneği tarafından, Türkiye'de televizyon yayıncılığı alanında yaşanan sorunlar karşısında yayın kuruluşlarının, etrafında uzlaşacakları ortak bir etik davranış zemini oluşturulması amacıyla yürütülen çalışmalar sonucunda hazırlanan, "Yayıncılık Etik İlkeleri"nde de benzer ifadeler yer almaktadır.

Ancak tüm bu çalışmalara rağmen halen medya kuruluşları kadına ve çocuğa karşı şiddetle mücadele, kadın erkek eşitliği konularında gerekli çabayı gösterememektedir. Oysa kamu kurum ve kuruluşlarının çalışmaları kadar özel sektörün de kadına karşı her türlü şiddetin önlenmesi için kimi özverilerde bulunması gerektiği açıktır. Bu anlamda yazılı, işitsel ve görsel iletişim araçları yani medya kuruluşları ilk sıralarda yer almaktadır. Çünkü gelişen teknoloji ile birlikte medyanın insan hayatında yarattığı yönlendirmeler tartışılmaz bir boyuttur.





Prof. Dr. Gaye ERBATUR

Adana Milletvekili

Oysa medya kuruluşlarının yayınlarına ve yönetim anlayışına baktığımızda, tersi bir durumla karşılaşmaktayız. Gerek reklam kuşakları olsun, gerek program ve habercilik anlayışları olsun kadını halen erkeğe bağımlı, “evinde mutlu”, erkeğin ardından gelen, birincil görevi çocukları ve kocasının bakımı olan bir kişi olarak göstermektedir. Kabul edilir ki bu durum kadının toplumsal yaşamda ve ekonomik hayatta birey olabilme mücadelesini büyük sekteye uğratmaktadır. Bu mücadelenin başarıyla sonuçlandırılabilmesi için medya kuruluşlarının da yayın anlayışlarında değişikliğe gitmeleri şarttır. Artık kadını “arka sayfa güzeli” ya da gündüz kuşağında ağlayan “aldatılmış, çaresiz kadın” olarak gören anlayıştan uzaklaşılmalıdır.

Yukarıda özetlenen bu nedenlerle, medyadaki cinsiyetçi anlayışın sebeplerinin ve toplum üzerinde yarattığı etkilerin irdelenmesi ve bu cinsiyetçi anlayışın önüne geçilebilmesi için alınacak önlemlerin araştırılması için medya çalışanları, yöneticileri ve ilgili sivil toplum örgütlerinin de fikir ve görüşlerinin alınması için bu araştırmanın açılmasının uygun olacağı düşünülmektedir.