



akademia

ISSN:1308-3198

Erciyes İletişim Dergisi "akademia" 2012

Cilt (Volume): 2, Sayı (Number): 3, (24-38)

Pınar Özgökbel Bilis (Arş.Gör. Dr.)

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi

pinar.ozgokbel.bilis@ege.edu.tr

Ayşe Çatalcalı (Yrd.Doç.Dr.)

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi

acatalcali@qmail.com

TOPLUMSAL CİNSİYET STEREOTİPLERİNİN MEDYADA SUNUMU VE POPÜLER KADIN SANATÇILAR ÖRNEKLEMİNDE "KADIN STAR" STEREOTİPLERİ: AKŞAM-HÜRRİYET-STAR GAZETELERİ

Özet

Bu çalışmanın amacı, Türk Pop Müziğinde "popüler/idol/star" olmuş kadın sanatçılar üzerinden, toplumsal cinsiyet ayrımcılığına yönelik oluşturulan stereotipleri tespit etmektir. Bu nedenle, Hürriyet, Star ve Akşam gazetelerinin magazin sayfaları ele alınmaktadır ve 1998-2002 yılında popüler olan ses sanatçıları; Sibel Can, Seda Sayan, Hülya Avşar, Gülben Ergen, Nez ve Petek Dinçöz olmak üzere toplam 6 sanatçı örneğinde "kadın star stereotipleri" incelenmektedir.

Araştırmada, haberin sunuş biçimi (gazete manşet yapıları, manşet uzunlukları, sıfat kullanımı, önerme ve ad öbeği kullanımı, zaman dağılımı) anlambilimsel olarak incelenmekte, göstergeler yok sayılmaktadır. Bu doğrultuda haber metinleri üzerinden yaratılan stereotipler ve kimlik yapıları tespit edilmeye çalışılmaktadır.

Anahtar kelimeler: Gazeteler, stereotip, kadın, star stereotipleri, kimlik.

The Representation of Gender Stereotypes In The Media and The "Female Star" Stereotype In The Case of Popular Female Singers: The Newspapers Akşam- Hürriyet-Star

Abstract

The aim of this study is to determine the stereotypes causing gender discrimination based on the analysis of "popular/idol/star" female singers of Turkish Pop Music. In this context, the tabloid pages of Hürriyet, Star, and Akşam newspapers were examined. The stereotypes of female women singers are analyzed with a focus on six women singers - Sibel Can, Seda Sayan, Hülya Avşar, Gülben Ergen, Nez and Petek Dinçöz who became popular between the years 1998-2002.

In the research, the presentation of the news (newspaper, heading format, the use of adjectives, premises and noun phrases, time allocation) are analyzed with a semantical analyze, the signs are ignored. Thus, it was aimed to identify the stereotypes and identities produced through newspaper texts.

Key Words: Newspapers, stereotype, women, star stereotype, identity

Giriş

Küreselleşmenin dinamikleri, ulus-devletlerin üzerinde, sosyal, kültürel, ekonomik vb. tüm alanlarda etkisini göstermeye başlamıştır. Düne kadar diğer ulusların “öteki” kılınan değerleri, küreselleşmenin ve ticarileşmenin etkisiyle, bugün tanınmakta ve benimsenmektedir. Bu süreçte, ulusal ya da yerel kültürler, yabancı kültürlerle etkileşim süreci içinde yeniden şekillenerek melez kültürler ortaya çıkmaktadır. Dünya, küreselleşmenin etkisiyle değişime sürüklenirken kültürler de değişmekte, 20.yy geleneksel kültür formları keskinliklerini yitirerek, belirsizleşmektedir. Bir yandan böylesi bir değişim gözlenirken, bir yandan da sistem kendini yeniden üretmenin araç ve yollarında işlerlik kazandırmaktadır.

Küresel kültürün taşıyıcıları, filmler, televizyon, radyo, müzik, dergiler, giyim sektörünün uzantısı moda, eğlence sektörü, oyunlar vb. olmaktadır (Barnet ve Cavanagh, 1995, 5). 1990’lı yıllardan itibaren çok uluslu şirketlerin küreselleşme içindeki etkin rolleri söz konusudur. Küreselleşme ticarileşmenin etkisiyle bu taşıyıcıları, uluslararası bir mal ve sermaye hareketi olarak itmekte ve giderek güçlenmektedir.

Yüksek bütçeye dayalı ve teknolojinin tüm donanımını kullanarak bütün dünyada “aynı anda” gösterime sunulan filmler, ortak kültürün yaratılmasında bütüncül kılınmıştır. Film kahramanlarının(*Star*) söylemleri, davranışları, giysileri, bakışları, saçları, sevgilileri vb..tüm çerçevede ticari bir biçimde sunulabilmekte, ulaşılan tüm kitleler için küresel ürünler olarak varlık göstermektedir. Sektörler birbirleriyle etkileşim içinde olmakta, küreselleşme içinde ticari pay artırılmaya çalışılmaktadır. Müzik sektöründeki starlar, filmlerde başrol oynamakta, klip ve videolarda ses ve görüntü olarak kitlelere ulaşıp, onları “küresel çarşı” içinde harekete geçirmektedir.

Ticarileşme uluslararası veri akışını hızlandırmakta ve yerel medyalar küresel medyadan etkilenmektedir. Böylece küresel ürünlerinin yerelleşmesine, dil ve içerik yönünden de benzeşim göstermeye başladığı görülmektedir. Dolayısıyla bu tür bir benzeşim, küresel değerlerin yerel kültürler içine sızmasını kolaylaştırmaktadır. Medya küresel kültürü, toplumun kültürüne ilişkin simgeleri, kodları anlam içeriğinde kaymalar yaratarak önyargıları etkilemekte, stereotipleşme kodlarını kullanarak yeniden sunum oluşturmaktadır. Stereotipler insanların her gün karşılaştıkları enformasyon yüklemelerine rağmen yine de oryantasyon yetisini kaybetmemek için bir takım filtre işlevini görmektedir. Bunun yanı sıra “insanlara duygusal değerlendirme yapabilmek için genelleştirici ve kolayca tanıma imkânı sunan, ayrıca ‘kendilik’ ve ötekine ait şematize edilmiş imgeler” olarak da tanımlanabilmektedir (Suppan, 1999, 15).

Bu nedenle stereotiplerin bilişsel yapıyı (Hinton, 2000, 19-21) ve dolayısıyla kültürü etkileyen yanı üzerinde durulmaktadır.

1.Küreselleşme Sürecinde Medya ve Stereotipler

Dünyayı küçük bir köy haline getiren teknoloji; 1970’lerde vinil plaklar, sonrasında taşınabilir teypler, walkmanlar, kompakt diskler, müzik videosu, bantlar, CD-çalar, video göstericisi, kablolu TV, fiber-optik teknolojiler, kitlelerin hızlı bir şekilde yaşamlarında yerlerini aldılar.

Bu teknolojiler becerileriyle bireyleri hayal dünyasına çektiler ve boş vakitlerin doldurulmasında, bireysel mutluluklarda vb. rol oynadılar. Müzik dünyasındaki eskiden sadece plak, bant vb. ile seslerini duyuran starlar, değişen, gelişen teknolojilerle görüntülerini ve hatta özel/kamusal alana ait haberleriyle, bireylerin yaşamlarından yerlerini aldılar.

Ticari kültürün yayılmasında öncü kabul edilen Amerika, Amerikan kültürünü Hollywood ve Amerikan plak sanayisi tarafından yayarken, artık küresel eğlence, popüler kültür; eski devirde çocukları büyütüp eğitmeye ya da politik, dinsel ya da toplumsal etkinliklere ya da zanaate, okumaya, kendini eğitmeye ayrılan zamanı emen bir sünger gibiydi (Barnet ve Cavanagh, 1995, 21).

1980'lerin en görkemli yeniliği MTV, 1993 başlarında programları ile her gün yetmiş bir ülkede 210 milyon eve girmektedir. 1981 Ağustosunda başlayan kablolu TV'nin Avrupa'da 39 milyon, ABD'de 50 milyondan fazla seyircisi bulunmaktaydı (1995, 102). Dünyanın birçok yerinde bireyler sanatçı olmanın temelinde kaset, CD, Video, Klip sahibi olmanın gerekliliğine inanmakta ve zenginliğin, zevk ve sefanın kaçınılmaz olacağı ortak paydasında birleşmektedir. Bu hususta oluşturulan önyargılar küreselleşmeden etkilenmekte ve değişime uğramaktadır. Nesnel olmayan ve geneli yansıtan önyargılar, stereotipleştirmeyi oluşturmakta ve bu durum da kategorizasyonu yaratmaktadır(181).

Önyargılar ve stereotipler üzerine birçok araştırma yapılmıştır. Kunda ve Oleson, bilgisayar mühendisleri ve avukatlar üzerinde; Wittenbrink, Gist ve Hilton, Amerikalı-Afrikalı Amerikalılar üzerinde; Anderson ve diğerleri, itfaiyeciler üzerinde (Aktaran: Spears ve diğerleri, 1997, 171), ve bunların yanı sıra Lippman (Aktaran: Macrae ve diğerleri, 1996, 18), önyargıların korkunç sonuçları vb. üzerinde ciddi çalışmalar yapmışlardır.

Rothbart ve Taylor (Aktaran: Spears ve diğerleri, 1997, 36), kategorizasyonun kimi zaman kolaylaştırıcı olduğunu belirtmekte, sosyal gruplar, seks, ırk, yaş vs. tanımların algılamayı kolaylaştırdığını belirtmekte ancak gerçek kimliklerin ve doğanın tespiti üzerinde durulması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu konuda bireysel hafızalar ön plana çıkmaktadır.

Medya kullanılan konuşma dili, yazı dili, haber dili, beden dili, jestler, vb. doğal materyaller oluşturmakta ve kodlamalar ile hafızaların yönlendirilmesini sağlamaktadır.

2. Medyada Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Yeniden Sunumunda Stereotipleştirme

Küresel ve yerel medya uzamlarında sunulan içerikler, toplumun kültürleriyle özdeş olmamaktadır ama yine de benzerlik göstermektedir. Medyanın yarattığı stereotipler hem tüm dünya tarafından “tek tip” üzerinde birleştirilmekte, hem de yerel kültürden ayrılamadığı ve sistemi devamlı kılmak gerekliliği yüzünden, gelenekselliği pekiştirip, stereotipleştirmeyi genişletmektedir(www.aber.ac.uk/medya). Aynı zamanda görüş alışverişini oldukça zahmetsiz ve kısa zaman dilimlerinde sağlanmasına neden olmaktadır (Schmolke, 1990,70).

Özellikle film ve televizyon üzerinden sunulan içeriklerde toplumsal cinsiyetin kutuplaşmaya yöneltildiği ve dişilliği (*femininity*); “aşırı namuslu kadın, tedbirli, akıllı, öngörülü, tutumlu, hassas, heyecanlı, işbirliğini seven, uysal, karmaşık” ve erilliği (*masculinity*); “mantıksallık, yeterlilik, bireysellik, kural tanımazlık, yarışmacı vb.” gibi karakteristik özelliklerde sunduğu görülmektedir (www.aber.ac.uk/medya).

Geleneksel yapının belirgin kadın rolleri medya'da “iyi kadın” olarak; “duygusal, anaerkil, uysal” ve “kötü kadın” ise; “bencil, bağımsız ve isyankar” olarak çizilmektedir. Genç kız stereotipi ise; duygusal, uysal, yarışmadan uzak, nazik, ciddi, tatlı yapıda ve bağımlı olarak çerçevelenmektedir. Filmlerde kadınlar, erkek kahramanlar gerisinde ikinci plana düşmekte ve sevgili olarak rol almaktadırlar. Bu filmlerde kadınların yaşı erkeklerden küçük ve tipik olarakta 30 yaşın altındadırlar(www.aber.ac.uk/medya).

3. Araştırmanın Yöntem ve Tekniği

3.1. Araştırmanın Amacı:

Araştırmada; Medyadaki sunumları doğrultusunda toplumsal cinsiyet ayrımcılığına yönelik stereotipler incelenmektedir. Bu doğrultuda, Türk Müziği'nde popüler kadın sanatçılara yönelik hazırlanan magazin haberlerinde, kadın sanatçı stereotipleri ve kimliğinin tespiti üzerinde durulmaktadır.

3.2. Araştırmanın Gerçekleştirilmesi:

Araştırmada, medyada yer alan Türk Pop Müziği popüler ses sanatçıları seçilerek, magazin haberlerine yönelik haber sayfaları bulunan Hürriyet, Star ve Akşam gazeteleri inceleme altına

almaktadır. Söz konusu gazetelerin sağ-orta(merkez) ideoloji doğrultusunda yayın politikasına sahip olduğu bilinmektedir. Aynı zamanda bu gazetelerin özellikle magazin haberleri hususunda 2.sayfa düzenlemelerinde magazine yer verdikleri görülmektedir.

Buna göre, Sibel Can, Seda Sayan, Hülya Avşar, Gülben Ergen, Nez, Petek Dinçöz'e ilişkin haberler incelenmiştir. Zira söz konusu sanatçılar araştırmaya konu olan tarihler (1998-2002) arasında kariyerlerinde gerek yükselişleri gerek ise sansasyonel olayları ile gündem oluşturmaktadırlar. Örneğin, Sibel Can'ın boşanma, Seda Sayan'ın evlenme, Gülben Ergen'in kaset skandalı, Nez ve Petek Dinçöz'ün kariyerlerindeki yükseliş vb. biçimindedir.

Araştırmada 1998-2002 yılları arasında yayınlanan haberler, öncelikle magazin sayfalarında vurgulanan ve sonrasında kapak/arka kapak, iç sayfalar olarak rastlantısal örneklem kullanılarak ele alınmaktadır. Söz konusu sanatçılara ait, araştırma dönemi içerisinde ön plana çıkarılan haberlerin incelemesine gidilmektedir.

Araştırmada, haberin dilsel sunumu (Manşetlerin ad/sıfat cümlesi ve fiil cümlesi olarak kullanımları) ve içerik seçimi üzerinde durulmaktadır. Bu çalışmada, özellikle dil üzerinden yaratılan stereotipler ele alınmakta ve dolayısıyla haberle ilişkili olan göstergeler (fotoğraflar, renk, illüstrasyon, vb.) göz ardı edilmektedir.

Araştırmada, öncelikle anlambilimsel olarak, gazete manşetleri(manşet yapıları, manşet uzunlukları, sıfat kullanımı, önerme ve ad öbeği kullanımı, zaman dağılımı) incelenmekte ve ele alınan haber metinleri üzerinde, yaratılan stereotipler ve kimlik yapıları tespit edilmeye çalışılmaktadır.

3.2.1.Haberlerin İncelenmesi

Yazılı basında makro öğeler ile haberin sunumu arasındaki sıkı bağlantı, haberin değeri ve okuyucu üzerinde etki yapmaktadır. Günlük gazetelerde neyin önemli olduğu vurgusu, haber başlığının punto büyüklüğü, sayfa üzerindeki konumu vb. unsurlarla ön plana çıkarılmakta ve okuyucunun bir anda algılayabilmesine yönelik bir biçimde düzenlenmektedir. Bir gazetede çıkan toplam haberlerin içinde bir konuya daha çok yer ayrılması; haberin hangi sayfada yer aldığı, başlık puntolarının kullanımı, fotoğraf, grafik. vb. unsurların varlığı ile oluşturulmaktadır. Bir konunun sıkça gazetede yer alması da okuyucu üzerinde konunun önemli olduğuna ilişkin bir fikir oluşturmaktadır.

Magazin haberciliği için şunları sıralamakta fayda vardır.

Az haberli, iri puntolu ve bol görüntülü düzenleme magazin haberciliğinin özelliklerindedir. Haberleri hep yumuşak ve tatlıdır. Bu tür haberlerin amaçları, eğlendirerek aynı zamanda bilgi vermektir. Magazin haberlerinin çoğu "renkli haber" tekniğiyle kaleme alınmakta ve hedef kitlelerin daha çok duygularına seslenmek için düzenlenmektedir. Bu nedenle de haber konusu olayın, duygusal yönü ön plana çıkarılmaktadır. Diğer haberlere oranla renkli haberlerin çoğu kişiseldir. Renkli haberi yazan kişi, haberinde kendi görüşlerini ifade etme olanağı da bulur. Aynı zamanda yazdıklarında bilerek veya bilmeyerek etrafında olup bitenlere karşı olumlu veya olumsuz olarak tepki gösterebilir. Renkli haber, düz haberin temelini oluşturan, cilasız, kim, ne, nerede, ne zaman ve nasıl sorularının ötesinde ve dışında kalanları da içine alan bir yazı türüdür. Renkli haber, bu bağlamda duyguları hatta biraz da hayalleri ön plana çıkarmaktadır. Bu tanımda görüldüğü gibi renkli haberin varlığı, gücü ve benliği, hayal gücünün nasıl sunulduğunda yatmaktadır. Aslında renkli haberin temeli, gerçeğin basit olarak anlatılmasına, sunulmasına dayanmaktadır (Milli Eğitim Bakanlığı, Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi MEGEP, 2007, 22).

Araştırmada, **Hürriyet** gazetesinde, **Hülya Avşar'ın 16, Petek Dinçöz'ün 15, Nez'in 14, Sibel Can'ın 9, Gülben Ergen'in 8, Seda Sayan'ın 6**, kez toplam 68 kez yer aldıkları görülmektedir.

Star gazetesinde; **Petek Dinçöz 10, Hülya Avşar 7, Sibel Can 7, Nez 5, Gülben Ergen 4, Seda Sayan 3** kez toplam **36** haberde yer aldıkları görülmektedir.

Akşam gazetesinde; **Petek Dinçöz 9, Nez 8, Sibel Can 7, Hülya Avşar 6, Seda Sayan 5, Gülben Ergen 5** kez toplam **40** kez yer almaktadır

144 haber içinde bu sanatçılara **Hürriyet** 68, **Star** 36, **Akşam** 40 kez yer ayrılmıştır. Bu doğrultuda söz konusu sanatçılara yönelik haberlerin sayıca en çok Hürriyet gazetesinde olduğu anlaşılmaktadır.

3.2.2. Manşetlerin ve Başlıkların Sözdizimi, Manşet Yapıları

Haber başlıkları haberde okuyucunun dikkati çekmek için kullanılan en önemli öğelerden biridir. Böylece kullanımlarında normal dilde sık sık rastlanmayan, kendilerine özgü dilbilimsel özellikler taşımaktadır. Bu özelliklere fiilsiz cümle kullanımı, sözdizimsel açıdan tamamlanmamış cümleler vb. gibi örnekler verilebilir (Yıldız, 2000, 108). Başlıklar gazetelerin yayın politikalarının nasıl olduğuna dair kolay ipuçları taşımaktadır. Manşetlerde yaratıcılık söz konusu olduğu için, araştırmacılarında üzerinde sıklıkla durdukları konular arasındadırlar. Araştırmada, Manşet yapısı(manşetin kaç parçadan oluştuğu), manşet uzunluğu(manşetlerdeki sözcük sayısı), sıfat kullanımı, önerme olup olmamaları ve zaman dağılımı olarak manşetler incelenerek, toplumsal cinsiyet ve stereotipleştirme üzerinde yaratılan söylemler tartışılmaktadır.

Gazetelerdeki manşet yapıları üst başlık, manşet, alt başlık, açıklama/özet olarak ayrımlanmaktadır. Gazeteler, bu manşet yapılarını sayfa mizanpajlarına göre kullanmaktadırlar. Araştırma da tüm gazetelerin manşet yapılarının, iki parçalı manşet olduğu görülmektedir.

3.2.3. Manşet Uzunlukları

Haber başlıkları 1 sözcük ve 2, 3 vb. sayıda artarak oluşturulabilmektedir. Haber başlıklarının içinde yer alan sözcük sayısının azlığı ya da çokluğu, gerçekte öznel tutumlar ile karşılanmakta ve kesinlik göstermemektedir. Ancak magazin haberlerinin az, ajans haberlerinin çok, spor haberlerinin az, sağlık haberlerinin çok kelime kullanılarak verilmesi, okuyucu üzerinde “bilgilendiricilik” açısından farklı etki uyandırmaktadır. Magazin haberlerinde merak uyandırmak esas olduğu için fiilsiz ve kısa başlıkların tercih edilmesi doğal karşılanmalıdır. Oysa ajans haberleri, sadece başlıkta bile söz konusu haberle ilgili okuyucunun zihninde temel fikir oluşturmak üzere düzenlenmektedirler.

Araştırma da, manşet sözcük sayılarının

1 sözcük olarak; Star gazetesinde kullanıldığı,

2 kelimenin; Hürriyet 9, Star 6, Akşam 7 kez toplam 22,

3 kelimenin; Hürriyet 12, Star 9, Akşam 11 kez toplam 32,

4 kelimenin; Hürriyet 20, Star 10, Akşam 12 kez toplam 42,

5 kelimenin; Hürriyet 8, Star 3, Akşam 6 kez toplam 17,

6 kelimenin; Hürriyet 2, Star 3, Akşam(yok) kez toplam 5,

7 kelimenin; Hürriyet 6, Star 1, Akşam 3 kez toplam 10 olarak 130 haber içinde kullanıldığı saptanmıştır.

Bu doğrultuda, Hürriyet, Star, Akşam gazetelerinin en çok 3-4 kelime üzerinde manşet yapılarının oluşturduğu görülmektedir. Ancak Star gazetesinin 4 kelimedenden fazla sayıyı tercih etmediği ve tek sözcükle başlık oluşturduğu saptanmaktadır. Star gazetesinin sansasyonel başlık tarzını, İnternet gazeteciliğinde de devam ettirdiği söylenebilmektedir. Akşam gazetesi ise, tek ve 6 kelimelik başlık kullanmadığı görülmektedir. Gazete en çok 3-4 kelimelik başlıkları tercih etmektedir. Dolayısıyla her üç gazetenin başlık kullanım seçimleri 3-4 kelime üzerinden olmaktadır tespiti doğru olacaktır.

3.2.4. Manşetlerde Zaman Dağılımı

Araştırmada manşet yapısında kullanılan fiillerin zaman yapıları üzerinde durularak saptamalar yapılmaktadır. Türk yazılı basınında 1982 yılı sonlarına kadar kitap Türkçesinden esinlenerek, miş’li geçmiş zaman kullanıldığını, 1982’den sonra ise, fiil zamanı kullanımı yönünden “di’li geçmiş zaman ve şimdiki zamanın hikâyesine” dönülmüştür (Yıldız, 2000, 119).

Bu doğrultuda, **Hürriyet**; Geniş zaman (r) 4, Şimdiki zaman (yor) 15, Di’li geçmiş zaman 11, Geçmiş zaman(miş) kullanmamış, gelecek zaman(-ecek) 2, Fiilsiz (zaman dışı) 26 kelime olarak toplam 58,

Star; Geniş zaman (r) 2, Şimdiki zaman (yor) 4, Di’li geçmiş zaman 8, Geçmiş zaman(miş) kullanmamış, gelecek zaman(-ecek) 1, Fiilsiz 18 kelime olarak toplam 33,

Akşam; Geniş zaman (r) 2, Şimdiki zaman (yor) 2, Di’li geçmiş zaman 18, Geçmiş zaman(miş) kullanmamış, gelecek zaman(-ecek) 1, Fiilsiz 15 kelime olarak toplam 40,

Gazete manşetlerinde şimdiki ve geniş zaman kullanımında, gerçekleşen olayların, yani yüz yüze olduğumuz güncel olayların haber konusu yapıldığı, geçmiş, di’li geçmiş ve gelecek zaman kullanımlarının, ilgili konuların o zaman dilimi ile ilgilenildiğini işaret etmektedir. Fiilsiz (zaman dışı) yapılar da ise, manşete heyecan, çarpıcılık ve dinamizm kazandırmak amaçlanmaktadır. Araştırma da gazetelerin, çoğunlukla fiilsiz manşet yapılarını tercih ettiği görülmektedir. Geniş ve şimdiki zamana dayalı yapının az, buna karşın di’li geçmiş zamanın daha çok kullanıldığı saptanmaktadır. Bu doğrultuda gazetelerin magazin haberlerinin başlık yapılarında, habere, okuyucunun dikkatini çekecek, heyecan ve merak uyandıracak şekilde uygulamaya gittikleri söylenebilmektedir. Uygulanan bu strateji ile haberin okunma oranı yükseltilmekte ve satış taktiklerine katkıda bulunmaktadır.

Ayrıca bu konuya ek olarak araştırmada manşetler yüklemelerine göre incelendiğinde, “fiil cümleli ve ad/sıfat cümlesi ile kapanan önermeler” olarak ayrımlanarak şu sonuçlar elde edilmektedir. Fiil cümlesi; Hürriyet 32, Star 15, Akşam 23 olarak toplam 70 ve Ad/Sıfat Cümlesi; Hürriyet 27, Star 20, Akşam 14 olarak toplam 61 yapı saptanmaktadır. Gazetelerin fiil cümlesi ile kapanan önermeler kurdukları ve kesinlik bildiren yoruma açık olmayan anlamlar verdikleri görülürken, bir yandan da ad/sıfat cümlesi oranlarıyla da hemen hemen Hürriyet ve Star denklik göstermektedirler. Akşam gazetesi daha çok fiil cümlesi kurmaktadır.

3.3.Haber İçeriklerinde Kurgulanan Stereotipleştirmeler

3.3.1.Haberlerin Konularına Göre Dağılımı ve Analizi

Gazetelerde yayınlanan haberlerin makro ve mikro yapıları incelenerek bütünlük sağlayabileceği düşünülmektedir. Mikro yapıda haberlerin nasıl çerçvelendiğini söylem analizi ile ele almak gereklidir. Post-yapısalcıların belirttiği gibi dil, bir anlamlandırma sürecidir ve haberin söylemi içinde egemen söylemler doğallaşmakta ve egemen ideoloji yeniden kurulmaktadır. Toplumsal cinsiyete ilişkin egemen söylemlerin ne olduğu kamusal ve özel alan ayrımı ile belirginleştirilirken, dişil kimliğin geleneksellik yönünde pekiştirildiği verilmektedir. Manşetler ve haber içeriği de kullanılan dil ile gerçekte ideolojinin araçları olarak görev almaktadırlar ve seçilen sözcük/cümleler egemen ideolojinin tespitinde konuya duyarlı bir bakış açısı getirmektedir. Bu açıdan magazin haberlerinde kadın sanatçılara yönelik yapılan haberlerinde, birkaç perspektif ile verilebildiğini ve stereotipleştirmeye gidildiğini söylemek mümkün olacaktır.

Tablo 1: Sibel Can, Seda Sayan, Hülya Avşar, Gülben Ergen, Nez, Petek Dinçöz Gazete Haber Analizi (Not: H;Hürriyet-S; Sabah-A; Akşam Gazetesini İfade Etmektedir)

	S.SAYAN			H.AVŞAR			G.ERGEN			NEZ			P.DİNÇÖZ			S. CAN		
	H	S	A	H	S	A	H	S	A	H	S	A	H	S	A	H	S	A
KAMUSAL	5	1	-	13	2	4	7	2	11	11	5	6	7	6	7	6	7	1
ÖZEL	-	2	-	1	4	1	-	2	1	3	-	1	1	-	2	8	2	3
CİNSELLİK	4	1	1	-	2	-	-	-	-	3	1	3	-	-	-	-	-	-
DESTEK	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	4	2	-	5
TOPLAM	9	4	2	14	8	5	7	5	13	17	6	10	8	7	13	16	9	9

Araştırmada ayrıca cinsellik ve destek adında bir alt alanda açılmaktadır. Geleneksel diye nitelenen toplumlarda kitle eğlencesinin magazin sunumunda kadın-erkek ilişkileri,

cinsel ahlak ve ana-babalarla çocukların sorumlulukları gibi, günlük yaşamın en temel, duyarlı konuları üzerindeki etkisinden kaygı duyulmaktadır. Küreselleşmenin etkisiyle ve küresel medya uzamlarının taşıdığı kültür değerleri üzerinden haber diline bakıldığında, yerel kültürün etkilendiği kabul edilmektedir.

Resim 1: Araştırmada İncelenen Kadın Starların Resimleri (Petek Dinçöz, Nez, Gülben Ergen, Seda Sayan, Hülya Avşar, Sibel Can)



Buna göre Resim-1'e bakıldığında; Hürriyet gazetesinin Hülya Avşar ile ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. Ayrıntıları ise; **Sibel Can** kamusal alana ait en çok Hürriyet gazetesinde (6 kez),

Seda Sayan kamusal alana ait en çok Hürriyet gazetesinde 5 kez,

Hülya Avşar kamusal alana ait en çok Hürriyet gazetesinde 13 kez,

Gülben Ergen kamusal alana ait en çok Akşam gazetesinde 11 kez,

Nez, kamusal alana ait en çok Hürriyet gazetesinde 11 kez,

Petek Dinçöz ise Hürriyet ve Akşam gazetesinde 7 kez yer almaktadır. Bu doğrultuda magazin haberlerine Hürriyet gazetesinin toplamda daha fazla yer ayırdığı söylenebilmektedir. Sadece Akşam gazetesinin sanatçı Gülben Ergen'e ilişkin haberleri ele aldığı anlaşılmaktadır. Tabloda Özel alana ait veriler ise,

Sibel Can özel alana ait en çok Hürriyet gazetesinde 8 kez,

Seda Sayan özel alana ait en çok Sabah gazetesinde 2 kez,

Hülya Avşar özel alana ait en çok Sabah gazetesinde 4 kez,

Gülben Ergen özel alana ait en çok Sabah gazetesinde 2 kez,

Nez özel alana ait en çok Hürriyet gazetesinde 3 kez,

Petek Dinçöz özel alana ait en çok Akşam gazetesinde 2 kez belirlenmektedir. Bu doğrultuda, sanatçıların kamusal alana ait görüntülerinin özel alana ait görüntülerinden sayıca çok daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle Sibel Can'ın özel alan görüntülerinin aile yaşantısına ait bilgiler ile şekillendiği bilinmektedir.

Destek konusunun ise özellikle Sibel Can ve Petek Dinçöz'e ilişkin haberlerde ele alındığı anlaşılmaktadır. Zira 1998-2002 dönemleri içerisinde her iki sanatçının da ailelerine yönelik birtakım sorunlar ön planda idi. Sibel Can'ın boşanması ve Petek Dinçöz'ün sevgilisi Can Tanrıyar ile ilgili bağlantıları konuşulmaktaydı.

Küresel kültür ürünlerinin sembollerinin Türk pop müziği sanatçılarındaki kliplerinde gelenekselliği zayıflatan görüntülerini ve haber dilini görmek mümkün olmaktadır. Örn, Tarkan'ın klibinde öpüşmesi, bağı açık, göbeği açık dans etmesi. Petek Dinçöz'ün ise klibinde, Shakira'nın kıvrak danslarını taklidi hatta birebir aynı kıyafetini giymesi ya da Nez'in haber manşetlerine 'yerli Shakira' olarak anılması gibi. Marksist eleştirmenler, geleneksel olarak pop müziğinin aşırı bireyselliği, narsizmi, seksizimi ve şiddeti teşvik eden devrim karşıtı bir uyuşturucu olarak eleştirmektedirler. Feministlerde Afro-Amerikan, İspanik ve diğer azınlık kaynaklı gruplarda kliplerin çoğu zaman ırk ve cinsiyet konularındaki önyargıları güçlendirdiğine dikkat çekmektedirler. Muhafazakârlar ise, müstehcen cinsel içerik üzerinde durmaktadırlar (Barnet ve Cavanagh, 1995, 28). MTV üzerinde yapılan bir araştırmada, MTV'nin çıplaklık ve şiddeti sınırlayan ahlak ilkesi olmasına rağmen, kliplerde, "apış arası uzanan ellerin, sallanan

kalçaların, tehditkar göğüslerin ve şiddet olaylarının” bir listesini çıkarmışlardır (Smith, 1985, 28). Araştırma ekiplerinden biri 100 saat boyunca müzik-video programlarını seyrederek, ekranda saat başına tam 18 şiddet olayının ya görüntülediğini ya da şarkıcı sözleriyle iletildiğini ortaya koymaktadır (Smith, 1985, 119).

Araştırmada “Destek” alanının amacı, geleneksel ve modern yapıların içinde erkeğine dayalı kadın kimliğinin daha net görülebilmesini sağlamaktır. Geleneksel toplumlarda, kadının erkeğin gerisinde bırakıldığı bilinmektedir. Zor durumlarda kadının erkek korumaktadır. Ayrıca kadının beğenilişi, takdir edilişi de sadece erkeğe bağlıdır. Modern toplum yapısında ise, kadın özgürleşmekte ve bireyselleşmektedir. Geçiş süreci yaşayan toplumlarda ise; kadın iş hayatına atılmasına rağmen, yine ev içi işleri yapmak zorundadır. Kadının koruyanı yine çoğu zaman erkektir. Örneğin haber başlıklarında, Seda’da Çakıcı’yı kullanmış(mafya desteği), Nuriş: Bizi Sibel yaktı (mafya desteği), Ben de Petek dedesi yaşında adamla yaşıyor mu diyeyim?(sevgili desteği), Enişte Bey kesenin ağzını iyice açtı(Sibel Can’ın eşi), İbo’dan transfer teklifi(Petek Dinçöz’e erkek sanatçı desteği) vb. gibi.

3.3.1.1.Kamusal Alana Ait Stereotipler

1. **Sibel Can: Hürriyet:** Beğenilen, kabul gören, tanınan, tatlı, sevimli: Türk Müziğinin sevilen sanatçısı, Başarılı, sınırlarını zorlayan, çalışkan, beğenilen: Uluslararası reklam filminde oynayacak Sibel Can, başarılı, zengin, haz duyulan bir yaşam; Türk Sanat müziğinin ünlü sanatçısı, bağımlı, erkek desteğine ihtiyacı olan: İbrahim Tatlıses, Sibel’i yalnız bırakmadı.

Star: Bağımlı, güce karşı minnettar: Şöhretimi Maksim’e borçluyum, İhtiyatlı, mesafeli yaklaşım, kendine güven, hırslı: Onlar Star ben sanatçıyım, çalışkan, ünlü olmak için çocukken sahneye çıkmak gerekir, yıllardır başarılı: Çocuk yaşta Maksim’e sahneye çıkan Sibel Can, Örnek alınan, başarılı: Yasemin Kozanoğlu, Sibel Can’a hayran., başarılı, iddialı, erkeksi: Şov dünyasının yıldızı Sibel Can, dobra dobra konuştu, Güzel, ünlü, mafya desteği alan, güçsüz: Güzel yıldız, Mafya babası Nuri Ergin’in desteğini almış, başarılı, etkileyici, beğenilen: Sahnelerde fırtına gibi esecek.

Stereotipleri: Beğenilen, kabul gören, tanınan, başarılı, İhtiyatlı, mesafeli yaklaşım, kendine güven, hırslı, iddialı, örnek alınan, tatlı, sevimli, sınırlarını zorlayan, çalışkan, etkileyici, ünlü olmak için çocukken sahneye çıkan, Güzel, ünlü, mafya desteği alan, güçsüz, erkek desteğine ihtiyacı olan, zengin, haz duyulan bir yaşam

2. **Seda Sayan: Hürriyet;** başarılı: şarkıcı, oyuncu, talk-Showcu, haberci, beğenilen: sahnelerde cazibeli, şuh, seksi ve çarpıcı, içimizden biri, yakın, samimi: bizim Seda, beğenilen, sevilen: Fantezi müziğin sevilen sanatçısı, ünlü, zengin: Fantezi müziğin ünlü sanatçısı, içimizden biri, sevilen, beğenilen: Kadırgalı Aysel, Yetiş bacım, Sabahın Sedası,

Star: erkeksi, güçlü: Erkek Seda, destek alan ama güçsüz değil: Borcu için Seda’da Çakıcı’yı tutmuş.

Akşam: tespit edilemedi.

Stereotipleri: başarılı, beğenilen, içimizden biri, yakın, samimi, sevilen, ünlü, zengin, erkeksi, güçlü, destek alan ama güçsüz değil.

3. **Hülya Avşar: Hürriyet;** ünlü, zengin: ünlü Hülya Avşar, kurallara uyan, zengin, başarılı, duyarlı: vergi rekortmeni, kararlı: yetkililerle görüşen Hülya Avşar, Ünlü, rekabetçi: sanat dünyasının iki ünlü ismi, başarılı, cesaretli, güçlü: diğer sanatçılar Hülya Avşar’dan çekiniyorlar, Rekabetçi, hırslı, iddialı: Gülben Hülya çekişmesi(Gülben, hülyayı rakip görmekten kendini alamıyor), Başarılı, takdir edilen, güvenilir, iş kadını: Hülya Avşar son yıllarda kendisiyle rekabet ettiği öne sürülen Gülben Ergen’den 4 misli fazla vergi

ödeyecek, başarılı, merhametli, saygın, düşünceli, hayırsever: aşevi açan Hülya Avşar, güçlü, kararlı, hırslı: sert dille yanıt veren Hülya Avşar, başarılı, sosyal yönü başarılı, aktif, çok yönlü: teniste başarılı Hülya Avşar

Star: Ünlü, güçlü, rekabetçi: Ajda-Hülya arasında soğuk rüzgar,

Akşam: Güçlü, başarılı, farklı, çok yönlü, takdir edilen: Teniste hülyanın adına uluslararası turnuva yakıştır, Takdir edilen, başarılı, dünyaca ünlü: Cannes'lı Hülya Avşar, Başarılı, akıllı, yetkin: Hülya Avşar kongrede konuştu tam not aldı, ünlü: Yıldız Hülya Avşar

Stereotipleri: Ünlü, zengin, kurallara uyan, başarılı, duyarlı, kararlı, rekabetçi, cesaretli, güçlü, hırslı, takdir edilen, güvenilir, iş kadını, merhametli, saygın, düşünceli, hayırsever, sosyal yönü başarılı, aktif, çok yönlü, farklı, dünyaca ünlü, yetkin.

4. **Gülben Ergen Hürriyet;** Ünlü, rekabetçi: Ezeli rakiplerin albüm savaşları, kendini yenileyen, değişimci, üretken: işte yeni Gülben..

Star: iyiliksever, düşünceli: Nesli tükenen deniz folkları için düzenlenen konserde hiçbir ücret talep etmeyen Gülben

Akşam: Üretken, başarılı, kıskanılan, rekabetçi: meyve veren ağaç taşlanır, ünlü, farklı, iddialı: olay kadın, başarılı, rekabetçi, iddialı, hırslı, gelecek vaat eden: Hülya Avşar'ın yerine oturur, sevecen, sempatik, içimizden biri: Sıra gecesindeki sempatik tavrı, yürekleri fethetti, ünlü, zengin: ünlü sanatçı, içimizden biri, sevilen: bizim kız, Gülben kız.

Stereotipleri: Ünlü, rekabetçi, kendini yenileyen, değişimci, üretken, iyiliksever, düşünceli, başarılı, kıskanılan, ünlü, farklı, iddialı, iddialı, hırslı, gelecek vaat eden, sevecen, sempatik, içimizden biri.

5. **Nez: Hürriyet;** başarılı, seksi: Kıvrak dansları, aniden ünlünen: bir anda yıldızı parlayan, aniden ünlünen, başarılı: dansıyla ünlünen, güzel, hanım, içimizden biri: güzel hanım kız, içimizden biri: genç kızımız, içimizden biri, seksi: 68'li anne babanın kıvrak kızı, aniden ünlünen: Kısa sürede şöhreti yakalayan, aniden ünlünen, başarılı, gündeme oturan Nez, başarılı, etkileyici: dansları büyüleyici,

Star: başarılı, etkileyici, aniden ünlünen: Son günlerin parlayan yıldızı, Bursalıları büyüledi, başarılı, etkileyici, beğenilen: Nez fırtınası, gelecek vaat eden, başarılı: Geleceğin 'Süperstar'ı, aniden ünlünen, başarılı: Şarkıları ve danslarıyla kısa sürede zirveye tırmanan Nez, aniden ünlünen, yeni: Yeni şarkıcı Nez,

Akşam: aniden ünlünen: bir anda ünlü olan, bir anda ünlünen, seksi, ilgi odağı: Dansı ve çektiği klibi ile bir anda tüm dikkatleri üzerinde toplayan Nez, bir anda ünlünen, destek(mekan): Quazz Club'ta sahne aldıktan sonra bir anda şöhreti yakalayan Nez, bir anda ünlünen, şöhretli, zengin, başarılı: Türkiye'nin en medyatik şöhretlerinden birisi haline gelen Nez, ünlü, beğenilen, güzel: Yerli Shakira,

Stereotipleri: başarılı, seksi, aniden ünlünen, güzel, hanım, içimizden biri, etkileyici, beğenilen, gelecek vaat eden, yeni, seksi, ilgi odağı, şöhretli, zengin.

6. **Petek Dinçöz: Hürriyet;** aniden ünlünen: İki aylık şan dersleriyle şarkıcı olan manken, genç: Genç şarkıcı, yeni: yeni assolist, desteklenmiyor, saygısız: Saygılı olmasını bilmeli(diğer sanatçıların resti), tercih edilmiyor: Tercih edilmeyen petek, destek(sevgilisinden)sevgilisinden Petek'e 4 şarkı, güzel, ünlü, beğenilen: güzelliği ile podyumlarda fırtına gibi esen ve daha sonra şarkıcılığa transfer olan Petek Dinçöz, çok çalışan, iddialı, hırslı: hiç durmadan şans dersleri alan Petek Dinçöz, çok çalışan, iddialı, hırslı: hocalar eşliğinde sahneye hazırlanan Petek Dinçöz,

Star: beğenilen, sevilen: Hayranlarında gelen yoğun istek üzerine Petek Dinçöz, ünlü,

yeni, tercih edilen: Kıbrıs'ın yeni yıldızı, genç, yeni, assolist: Sahnelerin en genç assolisti, ünlü, beğenilen, ilgi gören: büyük ilgi gören Petek Dinçöz, başarılı, rekabetçi, kıskanılan: Petek Dinçöz'ün başarısı müzik dünyasında birilerini çatlatacak, gençliği, güzel, yetenekli, aniden ünlünen: güzelliği ve yeteneği ile kısa sürede zirveye çıkan Petek Dinçöz, genç, başarılı, assolist, rekabetçi, güzel, başarılı: En genç assolist unvanını almaya hak kazanan Petek Dinçöz, hem fiziği hem müziğiyle Hülya ve Gülben'den iyi olan Petek Dinçöz, cesaretli, hırslı, örnek alınan: Petek Dinçöz'ün cesareti herkese örnek oldu., başarılı: 2 single ve 1 albüm ile önlenemez bir çıkış yapan Petek Dinçöz, başarılı, disiplimli, çalışkan: Petek Dinçöz hedefini belirledi.

Akşam: ünlü: Bir yıldız doğuyor, akıllı, başarılı: Bugünün akıllı işler yapan güzeli Petek Dinçöz, taktir edilen, desteklenen(sanat camiasından): sosyete ve sanat dünyasının ünlülerinden tam not alan Petek Dinçöz, başarılı: En iyi çıkış yapan kadın ödülünü alan Petek Dinçöz, başarılı, etkileyici, beğenilen: Petek Dinçöz fırtınası, destek(erkek sanatçı) İbo'dan destek, başarılı, yeni: Mankenlikten sonra şarkıcılığa soyunan ve çıkardığı ilk single çalışmasıyla başarılı bir çıkış yapan Petek Dinçöz,

Stereotipleri: Aniden ünlünen, genç, yeni, desteklenmiyor, saygısız, tercih edilmeyen, sevgilisi tarafından desteklenen, güzel, ünlü, beğenilen, çok çalışkan, iddialı, hırslı, sevilen, ünlü, tercih edilen, assolist, ilgi gören, rekabetçi, kıskanılan, yetenekli, başarılı, cesaretli, örnek alınan, disiplimli, çalışkan, akıllı, sanatçı camiasından destek alan, erkek sanatçıdan destek alan

3.1.1.2. Özel Alana Ait Stereotipler:

7. **Sibel Can; Hürriyet:** mutlu; Mutluluk tablosu çizen Sibel Can, kilolu: İnanılmaz kilo alan Sibel Can, anne: anne, anadolu kadını, içimizden biri: Anadolu kadını Sibel Can, içimizden biri, sevilen: Berivan türküsünü sevdiren Sibel Can. Evli, ailesi olan, dindar: Eşi Sulhi Aksüt: Başörtüsü Sibel'e yakışıyor dedi., Evli, erkek sözü dinleyen: Eşi Sulhi Aksüt'ün Sibel Can'a koyduğu tek şart, gazino çalışması yapmamasıydı.,anne, sabırlı, ailesine düşkün: Geçen gün yeni doğan bebekleri Emir ile cezaevine gidip görüştüğü eşine..., anne, mutlu: Oğlu Emir'le mutlu,

Star: erkek desteği alan: Sulhi Aksüt, Sibel Can için kesenin ağzını iyice açtı, eşiyile birlikte hareket eden: Sulhi Bey utandı, terler bastı, kulise kaçtı..., mutsuz, kilolu: Sibel'in özel yaşamı ve kiloları ruh sağlığını bozuyor,

Akşam: Ailesine düşkün, erkeğine bağlı(korumacı): Sulhi kadın parası yemez, anne, ailesine bağlı, eşini çok seven: Ünlü şarkıcı Sibel Can günlerini çocuklarıyla cezaevindeki eşi Sulhi Aksüt'ün tahliyesini bekleyerek geçiriyor,

Stereotipleri: Mutlu, kilolu, anne, anadolu kadını, içimizden biri, sevilen, evli, eşinin sözünü dinleyen, sabırlı, ailesine düşkün, eşiyile birlikte hareket eden, mutsuz, eşini çok seven

8. **Seda Sayan; Hürriyet;** Bektaşî gönüllü, özü sözü bir, ağzına geleni söyleyebilecek kadar da cesur, ev kadını, dost, arkadaş, sırdaş, bacı, ev yaşamında evcimen Star: cesaretli, erkeksi, kural tanımaz: Yasak aşklarını nikâh masasına taşıdılar, Aşk rest dinlemedi.

Akşam: aşık: Mahsun'la yaşadığı aşk...,

Stereotipleri: Bektaşî gönüllü, özü sözü bir, ağzına geleni söyleyebilecek kadar da cesur, ev kadını, dost, arkadaş, sırdaş, bacı, ev yaşamında evcimen, erkeksi, kural tanımaz, aşık.

9. **Hülya Avşar; Hürriyet;** geçmişiyile gündeme taşınan: Hülya-Tanju Çolak ile ilgili kasetin varlığı,

Star: Ailevi problemleri olan, evli: Hülya-Kaya evliliği üzerine yazıldı, Ailesine düşkün, örnek alınan: Hülya Avşar'ın ailesinin bütünlüğü ile ilgili konular manken Şenay'a örnek

oluyor, Ailesine düşkün, yuvasının yıkılmasını istemeyen: Biricik Sudan'a karşı Hülya Avşar direndi, yuvasını yıkmadı, güzellik sorunları olan, mutsuz, çözüm arayan: Güzel yüzünün artık eskidiği yolundaki eleştirilerden bunalan ünlü yıldız, şimdide yüzünü bürüyen sivilcelerle uğraşiyor.

Akşam: evli: Kaya Çilingiroğlu'nun eşi Hülya Avşar

Stereotipleri: geçmişle gündeme taşınan, ailevi problemleri olan, evli, ailesine düşkün, örnek alınan, yuvasının yıkılmasını istemeyen, güzellik sorunu olan, mutsuz, çözüm arayan

10. Gülben Ergen; Hürriyet; özel hayatını gizli kılmak isteyen, kararlı: Özel hayatım beni ilgilendirir diyen Gülben,

Star: ünlü, kurnaz, haksız, sevgilisi olan: Herkesin bildiği bir ilişkiyi reklam için olay haline getiren Gülben, gazetecilerin dayak yemesine neden oldu, Sevgilisi olan, aşık, çok seven: sevgilisinin yanında olmamasına çok üzülen Gülben,

Akşam: yok

Stereotipleri: Özel hayatını gizli kılmak isteyen, kararlı, ünlü, kurnaz, haksız, sevgilisi olan, aşık, çok seven.

11. Nez; Hürriyet; Aşık, sevgilisi olan, özgür, bağımsız: yeni aşklara yelken açan Nez,

Star: yok

Akşam: her insan gibi(bizden), ev işlerini sever: Yemek yapıyor,

Stereotipleri: Aşık, sevgilisi olan, özgür, bağımsız, her insan gibi(bizden), ev işlerini sever.

12. Petek Dinçöz; Hürriyet; sevgilisi olan, sevgilisinden destek alan: sevgilisinden Petek'e 4 şarkı,

Star: yok

Akşam: Sevgilisi olan, aşk yaşayan, zengin ve güçlü sevgilisi olan: Uzun süredir Tele vole programının Genel Koordinatörü Can Tanrıyar ile aşk yaşayan Petek Dinçöz,

Stereotipleri: Sevgilisi olan, sevgilisinden destek alan, aşk yaşayan, zengin ve güçlü sevgilisi olan.

Cinselliğin Vurgulanışı;

13. Sibel Can; yok

14. Seda Savaş; Hürriyet; beğenileri kabul gören, özgür, erkekleri tanıyan: Yakışıklı milletvekili tartışması

Star: Aşık: Aşık Seda, Özgür, eğlenmeyi seven: bas bas paraları Seda'ya.., Özgür, kendine güvenen, güzel: Bu yaz ilk kez bikinisiyle objektiflerin karşısına geçti.

Akşam: yok

Stereotipleri: beğenileri kabul gören, özgür, erkekleri tanıyan, aşık, eğlenmeyi seven, kendine güvenen, güzel

15. Hülya Avşar; Hürriyet; güzellikte rekabetten kaçır duruma gelen: Hülya Avşar, birbirinden çarpıcı dekolterileriyle boy gösteren mankenlerin arasına rahibeleri andıran kıyafetleriyle katıldı

Star: yok

Akşam: yok

Stereotipleri: güzellikte rekabetten kaçır duruma gelen.

16. Gülben Ergen; yok

17. Nez; Hürriyet; Seksi: Kıvrak dansları, Seksi: seksi şarkıcı, İyi dans eden: oryantal şarkıcı, tercih edilen, erkekler tarafından beğenilen, şampanyayı bu beyefendi gönderdi, özgür, bağımsız, aşık: yeni aşklara yelken açan Nez, güzel, beğenilen, seksi: Sibel elledi notunu verdi(kalçasını tuttu), böylesi güzel bir kadın erkeksiz olamaz ama çok mazbut: erkeksiz yaşıyor, seksi: kalçalarını etkileyici, seksi, beğenilen: danslarım büyüleyici

Star: Seksi, özgür: Nez'in olay yaratan fotoğrafları,

Akşam: bir anda ünlenen, seksi: Kıvrak dansı ve seksi şarkılarıyla bir anda ünlü olan Nez, bir anda ünlenen seksi, beğenilen: Dansı ve çektiği klibi ile bir anda tüm dikkatleri üzerinde toplayan Nez,

Stereotipleri: Seksi, iyi dans eden, tercih edilen, erkekler tarafından beğenilen, özgür, bağımsız, aşık, güzel, beğenilen, mazbut, bir anda ünlenen

18. Petek Dinçöz; Hürriyet; güzel, beğenilen, etkileyici: güzelliği ile podyumlarda fırtına gibi esen Petek Dinçöz

Star: genç, güzel, beğenilen: gençliği, güzelliği ile Petek Dinçöz,

Akşam: yok

Stereotipleri: güzel, beğenilen, etkileyici, genç

Sonuç

Sanatçıların kamusal ve özel alandaki hareketleri kamuoyu tarafından ilgi ile izlenmektedir. Sanatçılar hakkında bilgileri sunan magazin haberleri de bu yönleriyle önemli hale gelmekte ve görsel/yazılı basında geniş yer bulmaktadır. Magazin içeriklerinin stereotipler aracılığıyla ele alınışı, sanatçılar hakkında okuyucunun belirli stereotipler (*kalıpyargılar*) çerçevesinde yaklaşmasına neden olmaktadır.

Araştırmada söz konusu sanatçıların 1998-2002 yılları arasında en çok Hürriyet gazetesi magazin sayfalarında yer aldıkları görülmektedir. Her üç gazete de başlık oluştururken en fazla 3-4 kelime seçmektedirler. Manşetlerde zaman dağılımlarının ise, özellikle fiilsiz (zaman dışı) yapılar kullanılmakta ve bu durumun, habere okuyucunun dikkatini çekecek, heyecan ve merak uyandıracak şekilde uygulamaya gittikleri anlaşılmaktadır.

Sanatçıların kamusal ve özel alanlar üzerinden yapılan haberleri incelendiğinde, oluşturulan stereotipler tespit edilmiş ve söz konusu yıllar içerisinde sanatçıların okuyucular (halk/beğenenler kitlesi vb) tarafından algılanış biçimleri yönlendirilmiştir. Böylelikle kamusal alana ait sanatçı Sibel Can stereotipleri aracılığıyla (araştırma içinde ayrıntılı aktarılmıştır) sanatçının beğenilen, başarılı, çalışkan, ünlü olmak için çocukken sahneye çıkan bir kişi olduğunu yansıtmakta ama o dönem için haz duyulan yaşamını oluştururken, mafya desteği ve erkek desteğine ihtiyacı olan kadın olarak resmedilmektedir. Aynı zamanda özel alana ait stereotipler içinde sanatçı, mutlu, kilolu, anne ve çimizden biridir. Evli olması nedeniyle sıklıkla, eşinin sözünü dinleyen, sabırlı, ailesine düşkün, eşiyle birlikte hareket eden, eşini çok seven olarak izlenmektedir. Dolayısıyla cinselliğini ön plana çıkaran haberlere rastlanılmamaktadır.

Seda Sayan stereotipleri, kamusal alanda başarılı, beğenilen, yakın, samimi, sevilen olarak görülmesine ek olarak, erkeksi, güçlü, destek alan ama güçsüz olmayan şeklinde yansıtılmaktadır. Özel alana ait yaratılan stereotiplerinde ise sanatçı, yine erkeksi tavrının ön plana çıkarılması ile 'özü sözü bir, ağzına geleni söyleyebilecek kadar da cesur, dost, arkadaş, sırdaş, bacı, ev yaşamında evcimen, erkeksi, kural tanımaz' olarak görülmektedir. Dolayısıyla

cinselliği vurgulayan stereotipleri de erkekleri tanıyan ve kendine güvenen olması nedeniyle, dışarıdan uzak şekilde yansıtılmaktadır.

Hülya Avşar stereotiplerine bakıldığında, araştırmaya konu olan dönemde en çok Avşar'ın ön plana çıkarıldığı anlaşılmaktadır. Zira o da kamusal alanda başarılı, kararlı, cesaretli, güçlü bir çerçeve çizmektedir. Öyle ki, işkadını yanı sıra merhametli, saygın, düşünceli, hayırsever, sosyal yönü başarılı, aktif, çok yönlü, yetkin görülmektedir. Özel alana ait stereotiplerde ise o dönemde ailesine ilişkin sorunlar yaşaması nedeniyle, "yuvasının yıkılmasını istemeyen, ailesine düşkün ancak mutsuz ama çözüm arayan" biçimindedir. Bu doğrultuda cinselliğinin vurgulanması ise, Hülya Avşar güzeldir ancak kimse ile rekabet etmemektedir şeklinde yansıtılmaktadır.

Gülben Ergen Stereotipleri ise: Ünlü, rekabetçi, kendini yenileyen, değişimci, üretken, iyiliksever, düşünceli, başarılı, kıskanılan, ünlü, farklı, iddialı, hırslı, gelecek vaat eden, sevecen, sempatik, içimizden biri şeklindedir. Kısacası kamusal alanda(iş hayatında) sevecen ve sempatik tavırlarıyla işini başarıyla uygulamaktadır ve özel hayatını gizli kılmak isteyen durumundadırlar. Dolayısıyla cinselliği vurgulayan stereotipleri izlenmemektedir.

Nez ve Petek Dinçöz Stereotipleri ise Hülya Avşar, Sibel Can ve Seda Sayan stereotiplerinden farklıdır. Adeta şöhret için kamusal ve özel alanını rahatça sergileyen ve ün peşinde koşan genç sanatçılar ile kamusal/özel ayrımı yapan ve halk(hayranlar/kitle) karşısında muhafazakardırlar. Nez Stereotiplerinde cinsellik ön plandadır. Özgürdür, âşıktır, güzeldir ve seksidir. Kamusal alanda, başarılı, aniden ünlü, güzel, etkileyici, beğenilen, gelecek vaat eden, yeni, şöhretli, zengin biçiminde yansıtılırken, "iyi dans eden, tercih edilen, özgür, bağımsız, aşık" olarak cinselliği pekiştirilmektedir.

Petek Dinçöz Stereotipleri ise Nez gibi, "aniden ünlü" olmasının negatif yanları, "genç, yeni, desteklenmiyor, saygısız, tercih edilmeyen" olarak vurgulanmakta ancak medya içerisinde yer alan sevgilisinin kendisini desteklemesi ile "hırslanan, disiplinli, assolist, yetenekli, etkileyici, genç ve güçlü" olarak ön plana çıkarılmaktadır.

Kaynakça

- (.../...), (2007). *TV Magazin Haberciliği*, MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi), Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı.
- Anderson, C.A.(1983). *Abstract and concrete data in the perseverance of social theories: When weak data lead to unshakable beliefs*. Journal of Experimental Social Psychology, 19-93-108. Spears, R., & Oakes, P.J., & Ellemers, N., & S. Haslam, A.(Eds) (1997). *The Social Psychology of Stereotyping and Group Life*, Oxford: Blackwell Publishers.
- Barnet, J.R, & Cavanagh. J. (1995). *Küresel Düşler, İmparator Şirketler ve Yeni Dünya Düzeni*, (Güliden Şen, Çev), İstanbul: Gençlik Yayınları.
- Hinton, P., (2000). *Stereotypes, Cognition and Culture*, Taylor and Francis Inc. USA: Psychology Press.
- Kunda, Z., & Oleson, K. C. (1995). *Maintaining stereotypes in the face of disconfirmation: constructing grounds for subtyping deviants*. Journal of Personality & Social Psychology, 68, 565-579. Spears, R., & Oakes, P.J., & Ellemers, N., & S. Haslam, A.(Eds) (1997). *The Social Psychology of Stereotyping and Group Life*, Oxford: Blackwell Publishers.
- Lippman, W.(1922).*Public Opinion*, New York: Harcourt, Brace, Jovanovitch. MACRAE, C.Neil ve diğerleri. (1996). *Stereotypes and Stereotyping*, New York-London: The Guilford Press,
- Macrae, C.Neil ve diğerleri. (1996). *Stereotypes and Stereotyping*, New York-London: The Guilford Press.
- Moscovici, S. (1984). “The Phenomenon of social representations”, *Social representantions*, R. M. Farr & Serge Moscovici, Cambridge: Cambridge University Press.
- Schmolke, M. (1990). Stereotypen, Feindbilder und die Rolle der Medien, *Communicatio Socialis*, 23(2), 69-77.
- Spears, R., & Oakes, P.J., & Ellemers, N., & S. Haslam, A. (1997). *The Social Psychology of Stereotyping and Group Life*, Oxford: Blackwell Publishers.
- Suppan, A. (1999). *Identitaeten und Stereotypen in multethnischen europaeischen Regionen*, Das Bild vom Anderen. İdentitaeten, Mentalitaeten, Mythen und Stereotypen in multiethnischen europaeischen Regionen, Heuberger/Suppan/Vyslonzil, (Der.). 9-20.
- Wittenbrink, B., Gist, P. L., & Hilton, J.L. (1994). *Tools for explanation: Stereotypes in a knowledge-based approach to categorization*. Unpublished manuscript, University of Michiagan. SPEARS Russel, Penelope j. Oakes, Naomi Ellemers, and S. Alexander Haslam (Eds.).(1997), *The Social Psychology of Stereotyping and Group Life*, Oxford: Blackwell Publishers.
- Yıldız, C. (2000). *Yazılı Basında Metin ve Manşet Basın Dili Üzerine Bir Araştırma*, İstanbul: Teknik Yayınları.
- Yzerbby, V., & Rocher, S., and Schadron, G., (1994). *Stereotypes et jugement social*. In R. Bourhis and J-Ph. Leyens (eds), *Streotypes, discrimination et relations entre groupes* (127-60). Bruxelles: Mardaga.

www.aber.ac.uk/medya.

Ekler:

Tablo 1: Sibel Can, Seda Sayan, Hülya Avşar, Gülben Ergen, Nez, Petek Dinçöz gazete haber analizi (Not: H;Hürriyet-S; Sabah-A; Akşam gazetesini ifade etmektedir).

Resim 1: Araştırmada incelenen kadın starların resimleri (Petek Dinçöz, Nez, Gülben Ergen, Seda Sayan, Hülya Avşar, Sibel Can).