



Atıf: Şimşek, A., & Şardağı, E. (2025). Toplumsal cinsiyet bağlamında medyada kadın gazetecilerin temsili: Kuş Uçuşu dizisi örneği. İletişim, Sosyoloji ve Tarih Araştırmaları Dergisi, 5(1), 9-24. <https://doi.org/10.53723/cosohis.57>

Akademik Editör: Didem Deniz Anamur

Alındı : 11 Mart 2025

Kabul Edildi : 27 Mayıs 2025

Yayın : 27 Temmuz 2015

Telif Hakkı: Bu eser, Creative Commons Atıf-Ticari Olmayan 4.0 Uluslararası Lisansı (CC BY-NC 4.0) ile lisanslanmıştır.

Etik ve Veri Kullanım Beyanı: Bu çalışmada kullanılan tüm veriler, araştırmanın şeffaflığını ve doğruluğunu sağlamak adına uygun şekilde yönetilmiştir.

Bu çalışma Uşak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde Doç. Dr. Emine Şardağı danışmanlığındaki Arzu Şimşek tarafından hazırlanan Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir

Fonlama: Bu çalışma, herhangi bir kurum, kuruluş veya fon sağlayıcıdan mali destek alınmadan, tamamen yazar(lar)ın kendi kişisel çabaları ve kaynaklarıyla gerçekleştirilmiştir.

ARAŞTIRMA MAKALESİ

Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Medyada Kadın Gazetecilerin Temsili: Kuş Uçuşu Dizisi Örneği

Arzu Şimşek¹, Emine Şardağı²

1 Uşak Üniversitesi İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Öğrencisi, Uşak; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1374-2877>, tellhim@hotmail.com

2 Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğretim Üyesi, Uşak; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2042-679X>, emine.sardagi@usak.edu.tr

Öz

Dijital çağın yükselmesiyle birlikte çeşitli platformlarda yayınlanan diziler, toplumsal cinsiyet rollerinin ve meslekî kimliklerin yeniden üretildiği önemli mecralar haline gelmiştir. Bu araştırmanın amacı dijital platformda yayınlanan Kuş Uçuşu dizisi aracılığıyla kadın gazetecilerin medya temsillerini toplumsal cinsiyet normları bağlamında incelemektir. Çalışmada, dizide yer alan kadın gazeteci karakterler betimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Bu karakterler; mesleki etik, güç ilişkileri ve kariyer motivasyonlarına göre “Aslanlar”, “Kuşlar”, “Kral Olamamış Aslanlar” ve “Hayranlar” olmak üzere dört temsil kategorisinde sınıflandırılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre “Aslanlar” olarak adlandırılanlar lider gazetecilerdir. Etik değerlere bağlı, deneyimli ve mesleki sorumluluk bilinci yüksek bu karakterler, mesleğin kamusal fayda anlayışını savunmakta kararlıdır. Öte yandan, “Kuşlar” grubu genç ve hırslı gazetecilerden oluşmaktadır. Bu karakterler, kariyerlerinde hızla yükselmeyi arzularken, dijital medyanın gücünü kullanmakta ve kimlik arayışı içindedir. Ancak zamanla bazı etik değerlerden uzaklaşmışlardır. “Kral olamamış aslanlar” ise, statü sahibi olsalar da güçlerini etik dışı yöntemlerle korumaya çalışan, içeride stratejik ittifaklar kuran karakterler olarak temsil edilmiştir. Son olarak, “Hayranlar” kategorisindeki karakterler, rol modellerine hayranlık besleyen ve mesleği dışarıdan gözlemleyen yönü belirsiz gazetecilerdir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, Medya, Kadın Gazeteci, Kuş Uçuşu Dizisi

Representation of Women Journalists in the Media in the Context of Gender: The Case of Bird Flight Series

Abstract

With the rise of the digital age, TV series broadcasted on various platforms have become important channels where gender roles and professional identities are reproduced. The aim of this study is to examine the media representations of women journalists in the context of gender norms through the series Bird Flight, which was broadcast on a digital platform. In the study, the female journalist characters in the series were analyzed through descriptive analysis. These characters were categorized into four representation categories as “Lions”, “Birds”, “Lions Who Have Not Become Kings” and ‘Fans’ according to their professional ethics, power relations and career motivations. According to the results obtained from the study, those called “Lions” are leading journalists. Committed to ethical values, experienced and with a high sense of professional responsibility, these characters are determined to defend the public interest approach of the profession. On the other hand, the “Birds” group consists of young and ambitious journalists. These characters aspire to rise rapidly in their careers, use the power of digital media and are in search of identity. Over time, however, they have moved away from certain ethical values. “Lions who have not become kings” are represented as characters who, although they have status, try to maintain their power through unethical methods and form strategic alliances internally. Lastly, the characters in the “Fans” category are journalists with ambiguous orientations who admire their role models and observe the profession from the outside.

Key Words: Gender, Female Journalist, Representation, Kuş Uçuşu Series

Giriş

Temsil, anlamın dil aracılığıyla üretildiği bir süreçtir (Hall, 2017). Dil yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda kültürle karşılıklı ilişki içinde şekillenen bir yapıdır. Toplumdaki cinsiyetçi tutumlar, özellikle dilde açık biçimde görünür hâle gelir ve bu yönüyle toplumsal cinsiyetin analizinde önemli bir araçtır (Hatami Khajeh, 2018). Medyadaki temsil, diziler ve filmler aracılığıyla kültürel normların yeniden üretiminde etkili rol oynar.

Gazetecilik mesleği, diğer meslek gruplarına göre daha fazla dış baskıya maruz kalırken (Bourdieu, 1997), sinema ve TV yapımları gazeteci karakterlere toplumsal cinsiyet rollerine göre şekillenen kimlikler atfeder (Arık & Akgün, 2019). Bu temsiller, izleyicilerin gazeteciliğe ve gazetecilere dair algılarını doğrudan etkiler.

Çevrimiçi medya, cinsiyet stereotiplerini pekiştirmede artan bir etkiye sahiptir (Price-Rankin, 2001). Filmler ve diziler gazetecileri idealist ama kalıp yargılarla şekillenmiş bireyler olarak sunar. Kadın gazeteci karakterler, güçlü ve başarılı görünseler de genellikle geleneksel cinsiyet normlarına geri dönerler (Ghiglione & Saltzman, 2005). Bu, medyada toplumsal cinsiyet eşitliğinin hâlâ sorunlu olduğunu gösterir.

Gazetecilerin medya temsilleri, halkın haber medyasına dair güven ve yargılarını şekillendirir (Saltzman, 2005). Sinema tarihindeki gazetecilik filmlerinde, gazetecinin içgüdü ve kalemiyle hakikati ortaya çıkarma mücadelesi, ortak anlatı yapısını oluşturur. Bu karakterler genellikle işkolik, kendine güvenli, bekâr veya işiyle özel yaşamı arasında çatışma yaşayan kişiler olarak betimlenir (Deniz, 2017). Bu ortak anlatılar ve karakter şemaları, kamuoyunun zihnindeki gazeteci imajını kalıplaştırarak medya mitlerinin yeniden üretimine katkı sağlar (Ünal, 2023).

Bu çalışma, Kuş Uçuşu dizisi özelinde kadın gazeteci karakterlerin medya alanındaki konumlanışını; mesleki kimlik oluşumları, etik yaklaşımları ve kariyer basamaklarındaki dönüşümleri üzerinden analiz etmeyi amaçlamaktadır.

1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı

Türk Dil Kurumu'na göre cinsiyet, biyolojik farklılıkları ifade eden "şey" olarak tanımlanır. Cinsiyet başlı başına bir "gösterge" dir, yani simgesel bir değer

taşıır. Buna göre, bazı bedenler kadın olarak diğerleri ise erkek olarak işaretlenir (Delph, 1993 akt. Chanter, 2019 s.19). Bebekler doğumda biyolojik cinsiyetlerine göre sınıflandırılır ve yaşam boyu bu sınıflandırmaya uygun toplumsal rollere yönlendirilirler (Dökmen, 2009, s. 21). Bu yönlendirme, toplumsallaşma süreçleri aracılığıyla aile, eğitim ve özellikle medya tarafından pekiştirilir (Giddens, 2012). Kadınlık ve erkeklik kimlikleri, dil, söylem ve toplumsallaşma süreçleriyle inşa edilir (Vatandaş, 2007).

Toplumsal cinsiyet, bireylerden beklenen davranış kalıpları ile benlik algılarını kapsayan sosyal bir düzenlemedir (Stone, 2015). Bu düzenleme, kadın ve erkek için ayrı roller ve sorumluluklar tanımlar. Kız çocuklarına sakinlik, erkek çocuklara hareketlilik atfedilmesi; kadınların özel, erkeklerin kamusal alana yönlendirilmesi bu ayrımın somut göstergelerindendir (Kocabaş Tanman, 2019).

Dişil ve eril kimlikler de kültürel inşalardır. Geleneksel normlara göre duygusallık ve anaçlık dişil; etkenlik ve kararlılık ise eril özellikler olarak görülür. Bu ayrımın dışında kalan bireyler ise toplumsal normlara göre dışlanma riski taşıır (Butler, 2011, s.87).

Tarih boyunca kadınların temsili, çoğunlukla dışsal ve simgesel biçimde kurgulanmıştır. Mitolojik figürlerden ulusal sembollere kadar kadınlar, çoğunlukla edilgen ve fantezileştirilmiş imgeler olarak sunulmuş, kendi hikâyelerini anlatma fırsatından yoksun bırakılmışlardır (Duby & Perrot, 2005, s. 10). Bu durum, kadınların kamusal hayatta yer bulamamalarının kültürel bir yansımasıdır.

Toplumsal cinsiyetin sosyal bir inşa olduğu görüşü, 1960'larla birlikte feminist düşüncenin etkisiyle yaygınlık kazanmıştır. Daha önce biyolojik belirlenimcilikle açıklanan kadın-erkek rolleri, artık sorgulanmakta; kadının ev içiyle, erkeğin kamusal alanla özdeşleştirilmesinin doğal değil, toplumsal olduğu vurgulanmaktadır (Heywood, 2013, s. 235).

Heywood (2013), toplumsal cinsiyetin farklı ideolojik yaklaşımlar tarafından nasıl değerlendirildiğini kapsamlı biçimde özetler. Liberaller, toplumsal cinsiyet farklılıklarını kişisel alana ait görür ve kamusal alanda eşitliği savunur. Muhafazakârlar, kadın ve erkek arasındaki farklılıkları doğal, kaçınılmaz ve toplumun düzeni için gerekli olarak görür. Sosyalistler, cinsiyet

eşitsizliğini sınıfsal ve ekonomik eşitsizliklerle ilişkilendirir. Faşistler, cinsiyet rollerini hiyerarşik ve değişmez kabul eder. Dini fundamentalistler, erkek egemen yapıları kutsal düzenin bir parçası olarak görürken, feministler toplumsal cinsiyeti kültürel, politik ve ideolojik bir inşa olarak değerlendirir. Bu ideolojik yaklaşımlar, medya temsillerinde de etkisini gösterir. Eşitlikçi medya, kadın ve erkek karakterlere güçlü, bağımsız ve çeşitli roller sunarak cinsiyet eşitliğini destekler. Buna karşın, stereotipik medya kalıplaşmış cinsiyet rollerini yeniden üretir. Örneğin, muhafazakâr perspektifle yapılandırılmış bir medya, kadınları ev içi ve duygusal rollerde, erkekleri ise lider ve güçlü konumlarda temsil eder. Feminist yaklaşıma sahip eşitlikçi medya ise erkek egemen yapıları sorgular ve temsilin dönüşümünü hedefler.

Fiske (1987) ve Chandler (1998) gibi araştırmacılar, medya türlerine göre cinsiyet temsillerinin farklılaştığını; erkeklerin macera ve spor gibi alanlarda baskın olduğunu; kadınların ise aile ve bakım temalarıyla sınırlandığını gösterir. Reklam analizlerinde ise kadınlar genellikle “annelik”, “ev işleri” ve “güzellik” temalarında sunulmakta; erkekler ise hareketli, dışa dönük ve otoriter biçimde temsil edilmektedir (Mamay & Simpson, 1981; Lovdal, 1989; Fadness vd., 1998). Kilbourne (1998), reklamların idealize edilmiş bir dünya sunduğunu ve “normal” dışındaki bedenlerin görünmez kılındığını ifade eder (Yaktıl Oğuz, 2000).

1.1. Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Medyada Kadın Algısı

Günümüzde “medya” kavramı, kitle iletişim araçlarından dijital platformlara kadar geniş bir yelpazede kullanılmakta; bilgi ve eğlence aktarımının ötesinde toplumsal ilişkileri şekillendiren bir güç olarak öne çıkmaktadır (Bekar & Sağlam, 2022; Gürleyen, 2024). Sayısallaşma süreciyle birlikte geleneksel medya yerini sosyal, dijital ve internet medyasına bırakmış (Adıgüzel, 2016); medya, artık yalnızca bilgi sunan bir araç değil, aynı zamanda bireylerin kimliklerini etkileyen bir alan hâline gelmiştir

Medya, toplumsal cinsiyet rollerinin oluşturulması ve yeniden üretilmesinde belirleyici rol oynar. “Güçlü kadın”, “karizmatik erkek”, “iyi anne”, “özgür kız” gibi kalıp ifadelerle, kadınlara ve erkeklere dair stereotipler medya aracılığıyla pekiştirilir (Ergen, 2023 s:21).

Medyada toplumsal cinsiyet temsili sıklıkla kadınlık ve erkeklığe atfedilen gündelik hayat rolleri üzerinden görünür kılınmakta ve yeniden üretilmektedir (İnceoğlu & Akçalı, 2018).

Özellikle görsel medya araçları –televizyon, dizi, reklam ve kamu spotları– kadınları çoğunlukla ev içi, duygusal, pasif ve edilgen rollerle temsil ederken; erkekleri güçlü, otoriter ve lider figürler olarak sunmaktadır (Çınar, 2015). Televizyon içerikleri, toplumsal cinsiyetin kültürel inşasında etkili olurken, erkek egemen normları yeniden üretir (Yaktıl Oğuz, 2013).

Medya, insanların nasıl görünmeleri ne giymeleri ve ne tür arkadaşlıklar kurmaları gerektiğine dair hevesler ve modalar yaratarak sosyalleşmede rol oynar. Bu etkiler ve beraberindeki toplumsal cinsiyet klişeleri, özellikle ergenlik döneminde güçlüdür. Çocuk çizgi filmleri, prime-time televizyon, TV reklamları ve MTV, TLC ve VH-1 gibi popüler ağlar, genellikle erkekleri ve kadınları ve ayrıca belirli ırk ve etnik kökenlerden insanları basmakalıp şekillerde tasvir eder (Kahlenberg ve Hein, 2010 akt. Gülfidan, 2022).

1.2. Medyada Kadın Gazeteci Olmak

Medyada cinsiyetçilik hem içerik üretiminde hem de sektörde çalışan kadınların temsili üzerinden iki düzeyde ortaya çıkmaktadır. Kadınların sektörde düşük oranlarda temsil edilmesi, karar alma mekanizmalarında etkin olamamalarına ve erkek egemen yapının sürmesine neden olmaktadır.

1950’lerden sonra gazetecilikte uzmanlaşmanın artması ve gazetecilik okullarının açılmasıyla birlikte kadın gazeteci sayısında artış yaşanmıştır (Asker, 2004). 1990’larda özel yayıncılığın yaygınlaşması, TRT’nin cinsiyet ayrımcılığına dayanmayan yapısı ve insan kaynağı ihtiyacı, kadın gazeteciler için yeni fırsatlar yaratmıştır (Köker, 2000 akt. Cangöz, 2019). Ancak kadınlar genellikle muhabirlik gibi alt pozisyonlarda yer almış; yönetici konumlara erişimde ücret eşitsizliği, uzun çalışma saatleri ve aile yükümlülükleri gibi engellerle karşılaşmışlardır (Karaman, 2006).

Tanrıöver’in (2008) araştırmasına göre, dikey ayrımcılık (yönetim kadrolarına erişim eksikliği) ve yatay ayrımcılık (kadınların magazin, yaşam gibi belirli alanlara yönlendirilmesi) halen devam etmektedir. Örneğin televizyon haberlerinde kadın editör oranı %16, internet haber sitelerinde ise %36’dır. Tartışma programlarında kadın uzman oranı %11’dir. Bu veriler

TÜİK'in 2021 verileriyle de doğrulanmaktadır. Yayın bölümlerinde erkek çalışan sayısı kadınlardan fazladır: gazetelerde 7.606 erkek ve 3.617 kadın; dergilerde ise 8.942 erkek ve 6.788 kadın çalışmaktadır. Üst düzey pozisyonlarda kadın temsili düşüktür: Genel yayın yönetmeni pozisyonunda gazetelerde erkek oranı %84,5 (349 erkek, 64 kadın), dergilerde %69,6'dır (621 erkek, 271 kadın). Muhabirlikte ise kadın oranı gazetelerde yalnızca %34,7'dir (2.308 erkek, 1.226 kadın). Buna karşılık, bazı pozisyonlarda kadınların temsili daha yüksektir: sayfa editörlüğünde kadın oranı dergilerde %50, gazetelerde %39,5'tir (723 kadın, 1.105 erkek); redaktörlükte ise kadın oranı dergilerde %60,5'tir (657 kadın, 428 erkek). Bu tablo, kadınların karar alma pozisyonlarında yeterince temsil edilmediğini; buna karşın dil, metin ve içerik düzenleme gibi alanlarda daha görünür hale geldiklerini ortaya koymaktadır.

Kadın gazeteciler hâlâ "sert haber" yerine yaşam, moda gibi "yumuşak" alanlara yönlendirilmektedir (Timisi, 1996). Buna ek olarak, medyada kadınlar erkek meslektaşlarına göre daha az ücret almaktadır. Örneğin ABD merkezli Women's Media Center verilerine göre kadın gazeteciler, erkeklerin her 1 dolarına karşılık yalnızca 80 sent kazanmaktadır (Nartya, 2023). Dolayısıyla sayısal artışlara rağmen medya sektöründe kadınların yükselmesini engelleyen "cam tavan" hâlâ güçlü biçimde varlığını sürdürmektedir. Bu nedenle, yalnızca temsili değil, medya kurumlarının örgüt kültürünü ve cinsiyetçi söylemlerini dönüştürmeye yönelik yapısal politikaların geliştirilmesi gerekmektedir (Cangöz, 2019; Derin, 2020).

1.3. Popüler Kültürde Gazeteci Temsilleri: Sinema ve Dizilerde Kadın Gazeteciler

Medyada mesleki kimlik temsilleri, gerçeklikten çok medyanın seçici sunumlarıyla şekillenir. Haber fotoğrafları ve görüntüler, gerçeğin yansıması değil, dikkatle kurgulanmış anlatılardır (Trak, 2019). Medya, sadece olayları değil, kimlikleri, değerleri ve kurumları da anlamlandırarak izleyicinin algısını oluşturur. Bu süreçte kullanılan renk, müzik ve efektler gibi sinemasal öğeler anlamı zenginleştirir (Cangöz, 2019). Sinema, toplumsal cinsiyet rollerini yeniden üretirken erkekleri güçlü, kadınları ise pasif ve edilgen gösterme eğilimindedir. Geleneksel filmler, kadınları eril ideolojinin normlarına göre şekillendirirken, feminist yaklaşımlar bu kalıpları sorgular ve kadınları daha güçlü ve bağımsız rollerle temsil eder (Yaktıl Oğuz, 2013).

Popüler kültürde gazetecilerin nasıl temsil edildiğine dair ilk kapsamlı çalışmayı araştırmış kişi Alex Barris'tir.

Barris incelemiş olduğu Amerikan filmlerinde gösterilen gazetecileri şu kategorilere ayırmıştır: Suçla Mücadele Eden Gazeteci, Skandallar Yapan Gazeteci, Halkın Savunucusu Gazeteci, Yurt Dışındaki Gazeteci, İnsan Olarak Gazeteci, Duygusal Kadın Gazeteci (Sob Sister), Editörler ve Yayıncılar ve Kötü Gazeteci (Barris, 1976) dir. Hollywood sineması gazetecileri genellikle olumsuz gösterirken, popüler kültür ürünleri gazeteciliği cazip ve önemli bir meslek olarak sunar (Ghiglione, 1990; Zynda, 1979 Akt. Ercebe, 2024). Böylece, gazetecilik temsili hem eleştirel bakış açısı sağlar hem de toplumun medya algısını şekillendirir. Ehrlich ve Saltzman'a (2015) göre, gazeteci arketipleri radyo, televizyon ve internet ortamlarına benzer biçimde uyarlanmıştır. Televizyon dizilerindeki gazeteci temsilleri, toplumun medya algısını şekillendirmede önemli etkiler yaratır.

Ghiglione ve Saltzman'a (2005) göre gazetecilerin sinema ve televizyon yapımlarındaki temsilleri, toplumun medya algısını büyük ölçüde şekillendirmiştir. Bu temsiller, kahraman (kahramanlar) ve kötü karakter (Alçaklar) olarak iki temel kategoride ele alınmaktadır. Kahramanlar arasında sert, espritüel ve haber peşinde koşan erkek gazeteciler ile (The Male Reporter), bağımsız ve güçlü ancak genellikle kariyerlerini aşk veya aile uğruna feda eden kadın gazeteciler (The Sob Sister-Front Page Woman) yer alıyor. Ayrıca, sert mizaçlı ancak anlayışlı editör, gazetecilik mesleğinin idealize edilen yönünü temsil etmektedir.

Gazetecilikle ilgili pek çok film bulunmakla birlikte, bunlar mesleğin zorluklarını, etik sorunlarını ve toplumsal etkilerini izleyicilere aktarmaktadır. Buna göre, Hargreaves (2006), gazeteciliği sinema ve edebiyat aracılığıyla geniş bir perspektiften ele almaktadır. Örneğin, Orson Welles'in Yurttaş Kane filmi, gerçek ile kurguyu ayırt etmedeki zorlukları tartışırken, The Front Page haberciliğin zorluklarını ve bazen ahlaki sınırları zorlayabileceğini gösterir. Five Star Final ise, haberciliğin insanların hayatlarını mahvedebileceğini işler. 1970'lerde çekilen All the President's Men gibi filmler Watergate skandalını ve gazeteciliğin önemini anlatır. Aynı dönemde çıkan Broadcast News ise haberin onurunun eğlenceye göre geride kaldığını gösterirken, 1980'lerden günümüze Broadcast News, haberciliğin ticarileşmesini ve onurunun kaybolduğunu işler. The Insider (1998) televizyon haberciliğinin çıkarlar yüzünden nasıl bozulduğunu ele alırken, To Die For haberciliğin insanları tehlikeye atabileceğini gösterir. Evelyn Waugh'un Scoop adlı eseri ise İngiltere'deki basın baronlarının kurgusal temsillerini

detaylandırarak, gerçekten yana olan gazetecilere karşı çıkan manipülatif figürleri ele almaktadır. Gazeteciliğin dünyayı iyileştirmek için yola çıktığı altın çağın en iyi ele alındığı yer, küresel kötülükle mücadele etmek için Superman'e dönüşen Daily Planet muhabiri Clark Kent'in çizgi romanıdır (Hargreaves, 2006, ss. 144–146).

Gazeteciler, basın baronlarının aşırılıkları, kibirleri ve zaman zaman gösterdikleri acımasızlıklar hakkında çok şey söylemişlerdir. Bu baronlar, gazetecilerin kendilerini toplumun kirli yüzlerini ortaya çıkaran ve sorunlara neden olan kahramanlar olarak görmelerini etkilemiştir. Örneğin, Fransa'daki büyük bir yolsuzluk olayını ortaya çıkaran bir gazeteciye konu eden Anket (L'Enquête) (2014) filminde başrol gazeteci ideal bir figürdür. Spotlight (2015) ise Katolik rahiplerin tacizlerini gün yüzüne çıkaran gazetecilerin adanmışlığını gösterir. Bu filmlerde, medyanın toplumsal sorunların çözümündeki rolü ve gazetecilerin gerçeğin peşinde olma kararlılığı vurgulanır (Yılmaz, 2024).

Kadın gazeteci temsilleri, toplumsal cinsiyet rollerinin ve medya algısının önemli bir araştırma alanıdır. Kadın gazetecilerin mesleki başarı için benimsemeleri gereken erkek özellikleri (agresiflik, özgüven, merak) ile toplumun beklediği geleneksel kadınlık özellikleri (şefkat, bakım) arasında denge kurma çabaları, popüler kültürde sıkça işlenmektedir. Örneğin De Palma'nın Sisters (1973) filmi, feminist bir kadın gazetecinin sınırları aşması sonucu yaşadığı zihinsel çöküşü gösterir ve kadının "fazla meraklı" olarak cezalandırılmasını simgeler (Ryan & Kellner, 2010). Nükleer yolsuzluğu konu alan The China Syndrome (1979) filminde Jane Fonda'nın canlandırdığı kadın muhabir, kamuoyunu bilgilendirmeye çalışırken ekranın reklamlarla kesilmesi gibi medya manipülasyonuna dikkat çekilir. Baudrillard (2011), bu durumu "Network etkisi" olarak tanımlar ve bu etkinin Watergate benzeri olaylardan daha güçlü olduğunu belirtir (Baudrillard, 2011, s. 88). Lions for Lambs (2007), Afganistan savaşı üzerine röportaj yapan güçlü kadın gazeteci Janine Roth'un (Meryl Streep) gerçeği ortaya çıkarma kararlılığını anlatır ve kadın gazetecilik klişelerinin ötesinde bir karakteri gösterir (Johnson, 2013–2014). Nightcrawler (2014) filminde ise Nina karakteri, kadınların erkeklerle eşit çalışma ortamı bulduğu bir iş yerinde olmasına rağmen erkeklerin istismarına maruz kalır; bu durum kadın gazetecilerin iş hayatındaki zorluklarını ve etik ikilemlerini gözler önüne serer (Ünal, 2018). Truth (2015) filmi, güçlü bir

kadın gazeteci Mary'nin cinsiyetçi toplum baskılarıyla mücadelesini ve annelik ile meslek arasındaki gerilimi yansıtır (Ünal, 2018).

Arık ve Akgün (2019), Türk sinemasında gazetecilik mesleğinin toplumsal değişimlerle paralel olarak farklı biçimlerde temsil edildiğini vurgulamaktadır. 1960'larda gazeteciler idealist ve kamusal sorumluluğa sahip kahramanlar olarak olumlu betimlenirken, 1980'lerden itibaren neoliberal politikaların etkisiyle medya haklarının zayıflaması sonucu giderek daha olumsuz ve ticari kaygılarla hareket eden figürlere dönüşmüştür. 2000'li yıllarda ise gazeteciler çıkarları uğruna etik dışı davranışlar sergileyen kişiler olarak tasvir edilmektedir (Arık & Akgün, 2019). Bu dönüşüm, erken dönem romanlarda idealist erkek gazetecilerin ön planda olduğu, kadın gazetecilerin ise erkek egemen basında zor yer bulduğu temsillerle paralellik göstermektedir (Arık & Akgün, 2019).

1960'ların Türk sinemasında Vedat Türkali'nin Sokakta Kan Vardı (1965) filmi, idealist gazeteci figürünü öne çıkararak medyanın gerçeği ortaya çıkarma rolüne dikkat çeker (Yılmaz, 2024). Benzer şekilde, Kral Arkadaşım (1964) filminde gazeteci Hülya, mesleki etik ve toplumsal sorumluluk arasında çatışan bir karakter olarak sunulur; gerçeği açığa çıkarmak için ailevi bağlarını sorgulamaya hazırdır (Sağnak, 2010). Halk Çocuğu (1964) filminde ise gazeteci Suna, habere ulaşmak için etik dışı yöntemler kullanmasıyla dikkat çeker (Yılmaz, 2024). Hindistan Cevizi (1967) filminde gazeteci Azize'nin mesleki başarı arzusu ile toplumsal değerler arasındaki çatışma işlenir (Sağnak, 2010). 1979 yapımı Gazeteci filminde Zeynep Öncü karakteri, yolsuzlukları ortaya çıkaran cesur ve idealist bir gazeteci olarak idealist gazetecilik kimliğini yansıtır (Arık & Akgün, 2019).

1980'lerde ise gazetecilik temsilleri yozlaşma ve etik sorunlarla birlikte daha karmaşık bir hal alır. Talihli Amele (1980) filminde Jale, medya patronlarının çıkar çatışmalarına karşı mesleki ideallerini savunur (Arık & Akgün, 2019). 1980'li yıllarda Türk sinemasında kadın gazeteci karakterler, mesleki etik ile toplumsal baskılar arasında sıkışmış şekilde temsil edilmiştir. Yarın Ağlayacağım (1986) filminde Dicle, mafyayla mücadele eden idealist bir muhabir olarak patronunun sansasyon merakıyla çatışır. Gazeteci Kız (1988) filminde Mine, katil haberini araştırırken etik ile kariyer hırsı arasında kalır. Yengeç Burcu (1988) filminde Nur'un haber amacıyla yaklaşımı, duygusal ilişkisi nedeniyle mesleki başarısını zedeler. Çıplak Vatandaş (1985) filminde

Sevda'nın çabaları patronunun sansasyonel yaklaşımıyla gölgelenir. *Namus Düşmanı* (1986) filminde Tülay, doğa haberleri yapmak isterken mafya haberine zorlanır. *Çarıklı Milyoner* (1983) filminde Suna, patronuyla yaptığı anlaşmayla etik değerlerini sorgular. Bu filmler, kadın gazetecilerin etik mücadelelerini ve toplumsal cinsiyet rolleriyle yüzleşmelerini eleştirel bir biçimde yansıtır (Becerikli, 2020). 2008 yapımı *Pandoranın Kutusu* filminde Güzin karakteri ise gazeteciliğin profesyonel yönleriyle kişisel hayatın çatışmasını, özellikle kadın gazetecilerin yaşadığı duygusal ve toplumsal zorlukları yansıtır (Yaşartürk & Uçar İlbuğa, 2014).

Yeni medyanın yükselişiyle birlikte çeşitli dijital platformlarda gazetecilik mesleği ile ilgili yapımlara da yer verilmiştir. Buna göre Netflix'te yayınlanan "*Kral Kaybederse*" ve "*Kimler Geldi Kimler Geçti*" kadın gazeteciler yalnızca yan karakter olarak kullanılır. Bu gazeteciler, güçlü erkek figürlerin medya imajını destekleyen, eleştirel olmayan röportajcılar olarak betimlenir. Bu dizilerde kadın gazeteciler, bağımsız aktör değil; erkeklerin medya çıkarlarına hizmet eden araçlar olarak sunulur (Albayrak & Deniz, 2020).

Yine *Yarım Kalan Aşklar* dizisinde gazetecilik kimliği, Ozan ve Elif karakterleri üzerinden idealist ve araştırmacı yönleriyle işlenmektedir. Ozan, toplumsal sorunları derinlemesine araştıran idealist bir gazeteci olarak mesleğinin etik değerlerini savunmaya devam ederken trajik bir şekilde hayatını kaybeder. Yayın direktörünün tiraj odaklı yaklaşımına karşın, gazeteciliğin sadece dikkat çekici manşetlerden ibaret olmadığını vurgular. Ölümünün ardından meslektaş Elif, Ozan'ın yarım kalan haberini tamamlamak için zorluklara göğüs gerer; Altıntepe Fabrikası'nda yaşanan körlük vakalarını araştırır ve sosyal medyayı etkin bir haber kanalı olarak kullanarak kamuoyunu bilgilendirir. Elif'in bu cesur çabası, idealist ve sorumlu gazeteciliğin dijital platformlarda da karşılık bulduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, dijital platformlarda yayınlanan *Pera Palas'ta Gece Yarısı* dizisinde, 1919 yılına zamanda yolculuk eden gazeteci Esra'nın hikâyesi, dönemsel gazetecilik uygulamalarını, mesleki etik çatışmaları ve gazeteci-kaynak ilişkilerini detaylı şekilde yansıtır. Esra, magazin içerikli haberler yerine derinlemesine analizler ve kamu yararını gözetken habercilik yapmak istemekte; yayın yönetmeniyle yaşadığı çatışmalar idealist gazetecilik anlayışını ortaya koymaktadır. Ayrıca, otel müdürü Ahmet ile kurduğu mesafeli fakat samimi ilişki, gazetecilik etiği bağlamında

önemli bir tartışma zemini oluşturmaktadır (Özkan, 2023).

2024 yapımı Netflix filmi "*Her Şeyin Başı Merkür*" de Elif karakteri, gazetecilik diplomasına rağmen iş bulmakta zorlanır ve medyada kadınlara yönelik dış görünüş odaklı, cinsiyetçi yaklaşımlarla mücadele eder. Önemsiz görevlerle başlayan Elif, zamanla medyanın iç yüzünü ve çıkar ilişkilerini keşfederek gerçek bir araştırmacı gazeteciye dönüşür. Bu karakter, kadın gazetecilerin mesleki özneliğini ve cinsiyet temelli engelleri aşma mücadelesini simgeler. Amazon Prime dizisi "*Düğüm*" (2024) de Neslihan Turhan, adalet inanan, mafya tehditlerine boyun eğmeyen güçlü bir araştırmacı gazetecidir. Oğlu ile yaşadığı ahlaki ikilemler, mesleki sorumlulukla kişisel bağlar arasındaki çatışmayı yansıtır. Neslihan'ın asistanı Özge, güçlü kadınlar arasındaki rekabet ve etik çıkmazlarla yüzleşirken, Neslihan'ın rakibi Ebru Yaman ise fırsat kovalayan, rekabetçi bir figürdür.

2017 yapımı Puhu TV dizisi "*Fi*"de, Azra Kohen'in kitabından uyarlanan Aylin ve Özge Egeli karakterleri gazetecilik anlayışlarıyla zıtlaşır. Özge, araştırmacı, cesur ve bağımsız bir kadın gazeteci olarak erkek egemen medyaya karşı mücadele verirken; Aylin, dış görünüşüne ve güçlü figürlerle ilişkilerine dayanarak kariyer yapmaya çalışır. Aylin etik dışı ve güce boyun eğen gazeteciliği temsil ederken, Özge mesleki bağımsızlığı savunur. Dizide medya, güçlülerin kontrolünde ve manipülasyon aracıdır. Özge'nin işten çıkarılması ve manipülasyonlara karşı direnci, medya bağımsızlığına yönelik önemli eleştiriler içerir. Bu iki karakter aynı zamanda toplumsal cinsiyet normları ve kadınların medyadaki farklı temsillerini yansıtır.

2. Yöntem

Bu çalışmanın amacı, dijital platformda yayınlanan *Kuş Uçuşu* dizisi aracılığıyla kadın gazetecilerin medya temsillerini toplumsal cinsiyet normları bağlamında incelemektir. Araştırmada *Kuş Uçuşu* dizisinin 3 sezon 24 bölümden oluşan tüm yayınlanmış bölümleri çalışmaya dahil edilmiştir.

Veri toplama sürecinde betimsel analizi yöntemi benimsenmiştir. Betimsel analiz, elde edilen verilerin önceden belirlenmiş tematik bir çerçeve doğrultusunda açıklanmasına dayanır. Bu yöntem, incelenen olguların ne olduğunun, nasıl başladığının, nasıl sürdüğünün ya da neye benzediğinin sistematik biçimde ortaya konmasını amaçlar. Nitekim Punch'a (2014) göre, "Betimleme;

neyin ne olduğunun, şeylerin nasıl başlayıp sürdüğünün ya da bir durumun, kişinin ya da olayın neye benzediğinin resmini çizmektir. Betimleme, karmaşık şeyleri kavranabilir kılmakla ilgilidir" (s. 16). Bu doğrultuda çalışmada betimsel analiz yöntemi kullanılarak dizideki anlatı, karakterler ve metinler arasındaki ilişkiler yorumlanmış; bu yorumlar dört temel kategori altında toplanmıştır. Bu bağlamda, çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

- Gazeteci karakterler dizide kariyerlerinde nasıl bir yol izlemektedir?
- Dizide etik ihlaller ve gazetecilik ilkelerine bağlılık hangi dinamikler doğrultusunda şekilleniyor?
- Kuş Uçuşu dizisi, toplumsal cinsiyet bağlamında gazetecilik etiği ve medya kariyeri kadın gazeteci temsili açısından hangi mesajları veriyor?

Çalışmada kategorilendirme süreci dizideki dış ses anlatımı, karakter diyalogları ve davranış biçimleri metin bağlamında ele alınmıştır. Her kategori dizideki anlatıcı alıntıları ve karakter özellikleri dikkate alınarak isimlendirilmiş ve tanımlanmıştır. Kategorilendirmeye ilişkin bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo.1: Kategoriler ve Karakter Grupları

Karakter Grubu ve Tanımı	Temsil Ettikleri	Anlatıcıdan Alıntılar
Aslanlar (Lider Gazeteciler)	Deneyimli, güçlü, sisteme yön veren, etik gazeteciler	"O, aslandır."
Kuşlar (Hızlı Yükselenler)	Yeni medya düzenine ait, kural tanımayan ve yükselme odaklı	"Kuşlar, orman kanunlarına itaat etmezler."
Kral Olamamış Aslanlar (Statü sahibi, etik dışı yöntemlere başvuranlar)	Statü kaygısı yaşayan, iktidarı tehdit altında olan gazeteciler	"Kral olmayan aslanlar en tehlikeli aslanlardır." "Çünkü kaygan, kaybedilebilir durumdadır yerleri."
Hayranlar (Rol Modellerden etkilenenler)	Sistemin çeperinde kalan, güçlü figürlere bağlı kişiler	"Bir de aslanların etrafındaki hayranlar ordusu vardır." "Kalabalıklarıyla aslanı korur ve mutlu ederler."

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Kuş Uçuşu dizisi, medya dünyasındaki güç ilişkilerini, kuşlar ve aslanlar metaforu üzerinden anlatırken; kadın gazeteci karakterlerini de dört ayrı gruba yerleştirerek

temsil eder. Her grup hem kariyer pozisyonları hem de etik duruşları üzerinden şekillenir. Bu temsiller, toplumsal cinsiyet rolleri, mesleki kimlik ve medya dönüşümü bağlamında zengin bir çözümleme alanı sunar. Hayranlar, Kuşlar, Aslanlar ve Kral Olamamış Aslanlar olarak nitelendirilen bu grupta, karakter temsillerini anlamak için açıklayıcı bir harita sunulmaktadır. Dolayısıyla çalışma Kuş Uçuşu adlı dizideki karakterlerin söylemleri ve davranışları temel alınarak geliştirilmiş özgün bir kategorilendirmeye dayanmaktadır.

3. Bulgular

Bu araştırmada, Kuş Uçuşu dizisindeki kadın gazeteci karakterlerin temsilleri, betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiş ve karakterler etik bağlılıkları, kariyer stratejileri ve güçle kurdukları ilişkilere göre dört ana grupta incelenmiştir: Aslanlar, Kuşlar, Kral Olamamış Aslanlar ve Hayranlar. Bulgular, karakterlerin söylemleri, eylemleri, mekânsal yerleşimleri ve sembolik temsilleri üzerinden yapılandırılmıştır.

3.1. Aslanlar: Lider Gazeteciler

"Aslanlar" grubu, medya alanında uzun yıllar çalışmış, etik habercilik ilkelerine sıkı sıkıya bağlı, güçlü ve deneyimli kadın gazetecileri temsil etmektedir. Lale Kıran karakteri bu grubu sembolize eder. Lale'nin villası, evindeki av temalı tablolar ve bahçesindeki buzdan aslan heykeli gibi görsel öğeler, gücün ve yalnız liderliğin simgesidir. Anlatıcı, bu karakterin mesleki yalnızlığına ve tehditlere karşı gösterdiği direnci şu ifadeyle tanımlar: "Bu, bir av ve avcı hikâyesidir."

Dizide Aslan figürleri yalnızca habercilik pratikleriyle değil, duruşlarıyla da rol model olarak sunulmuştur. Ancak bu etik duruş, dizide çoğu zaman bedel ödemekle sonuçlanmakta; Lale gibi karakterler linç kampanyalarına, sosyal medya manipülasyonlarına ve mesleki dışlanmalara maruz kalmaktadır. Etik bağlılığı yüksek ve kariyerinde zirveye ulaşmış gazetecilerden oluşan bu grup, mesleğin etik değerlerini koruma konusunda öncü bir konumdadır. Schudson'un profesyonel gazetecilik normları çerçevesinde değerlendirildiğinde, bağımsızlık, tarafsızlık ve doğruluk ilkelerine sadık kalmaktadırlar (Schudson, 2001). Weber'in meslek ahlakı anlayışına göre bu grup, "gelişmiş sorumluluk duygusu" taşıyan ve mesleği "kendi başına bir amaç gibi" yürüten bireylerden oluşur; gazeteciliği bir kamu hizmeti olarak ele almakta ve

haber üretim sürecinde etik standartlara bağlı kalmaktadır (Weber, 2013, s. 31).

Lale Kıran, dizide etik gazeteciliğin en belirgin temsilcisidir. “Gerçek neyse haber odur” anlayışıyla hareket eden karakter, tarafsızlık, doğruluk ve kamu yararı ilkelerine sıkı sıkıya bağlıdır. Yayıncılık sürecinde hız ve reyting baskısına karşı, doğru bilgi ve kaynak doğruluğu önceliklidir. Lale, özellikle “iddia ediliyor” türü haberciliğe karşı duruşuyla, Türkiye Gazeteciler Sendikası’nın etik ilkeleriyle de örtüşen bir habercilik anlayışı sergiler. Ancak medya sektörü içindeki değişim, Lale’nin etik duruşunu sınar. Sosyal medya manipülasyonları, reyting baskıları ve editöryal müdahaleler, onun bu ilkelere bağlılığını zorlar. Özellikle Aslı karakteriyle yaşadığı çatışmalar, etik ve popülerlik temelli iki farklı gazetecilik anlayışını görünür kılar. Lale bu süreçte direnç göstermeye devam eder, ancak medya düzeninin dışına itilerek daha küçük mecralarda yayın yapmaya zorlanır.

Lale Kıran, mesleki kariyerinde zirveye ulaşmış bir ana haber spikeridir. Ancak dijitalleşme ve yeni medya anlayışı, onun geleneksel gazetecilik pozisyonunu tehdit eder. Kariyerinin ilk evresinde ana akım medyada güçlü bir figürken, sonraki dönemlerde küçük ve özgür kanallara, ardından da kişisel YouTube kanalına geçiş yapar. Bu dönüşüm, karakterin mesleki kimliğinin sistem içindeki yerini ve bu yerin nasıl yeniden tanımlandığını göstermesi bakımından önemlidir. Dizinin ilerleyen bölümlerinde Lale’nin “marka gazeteci” olarak tanımlanması, onun yalnızca profesyonel değil, sembolik bir değer taşıdığını gösterir. Aaker’ın marka kişiliği modeline göre (Dölarslan, 2012). Değerlendirildiğinde Lale; samimiyet, yetkinlik ve sofistikelik gibi özelliklerle tanımlanabilecek güçlü bir medya figürüdür. Sulhi Bey’in de dediği gibi “Lale Laledir”. Ancak bu güç, kariyer ilerledikçe hem içeriden (meslektaşları) hem dışarıdan (izleyici ve sosyal medya) sınanır.

Lale Kıran’ın temsili, toplumsal cinsiyet normlarına yönelik güçlü bir eleştiri barındırır. Dizide özellikle “cam tavan” metaforu, Lale’nin medya sektöründeki görünmez engellerle nasıl mücadele ettiğini göstermektedir. X kuşağına mensup kadın gazeteci olarak hem cinsiyet temelli beklentilerle hem de genç kuşak meslektaşlarının baskısıyla karşı karşıya kalır. Lale’nin bir kadın olarak sürekli “kusursuz” görünme baskısıyla yüzleştiği sahneler, özellikle fiziksel görünüm ve duygusal kontrol beklentisiyle somutlaşır. Kenan’ın yayın öncesi yaptığı fiziksel uyarılar (“Gıdın çıkıyor”,

“Fermuar kapanmıyor”) bu durumu açıkça yansıtır. Özellikle “iki kocalı kadın” yaftalaması, geleneksel değer yargılarının hâlâ kadınların mesleki kimliklerinin önüne geçebildiğini gösterir.

Lale, dizide çok boyutlu bir kadın gazeteci figürü olarak sunulmuştur. “Aslanlar Grubu” içerisinde yer alması, onun güçlü, lider ve etik değerlere bağlı konumunu ifade eder. Ancak zamanla, medya içindeki iktidar ilişkilerinin değişmesiyle birlikte yalnızlaşır ve dışlanır. Özellikle sosyal medyada hakkında çıkan linç kampanyaları, kadın gazetecilerin özel hayatlarının nasıl haberleştirildiğini ve bu süreçte nasıl itibarsızlaştırıldıklarını ortaya koyar. Lale’ye atfedilen “seks kaseti” gibi söylemler, medya aracılığıyla kadın gazetecilerin nasıl hedef hâline getirilebildiğinin çarpıcı örnekleridir. Lale’nin temsili yalnızca etik ve kariyerle sınırlı değildir; aynı zamanda annelik, dönüşüm, direniş ve kız kardeşlik gibi temaları da içinde barındırır. Aslı ile yaşadığı ilişki, başlangıçta rekabet ve çatışma ekseninde ilerlese de zamanla bir “kız kardeşlik” dayanışmasına evrilir. Bu evrilme, dizinin sunduğu kadın temsiline umut verici bir perspektif katmaktadır. Sonuç olarak Lale Kıran karakteri, medyada kadın gazeteci temsiline dair çok katmanlı, dönüşüm geçiren, direnen ve yeniden doğan bir figürdür. Onun hikâyesi, yalnızca bireysel bir karakter gelişimi değil; aynı zamanda medya, etik ve toplumsal cinsiyet bağlamında bir sistem eleştirisidir.

3.2. Kuşlar: Hızlı Yükselmek İsteyenler ve Stratejik Oyuncular

Bu grup, etik bağlılık açısından sınırda yer almakta ve kariyerlerinde hızla yükselmek istemektedir. “Kuşlar” grubu, dijital medya çağında hızlı yükselişi hedefleyen, rekabetçi ve çoğu zaman etik dışı yöntemlere başvurmadan çekinmeyen kadın gazetecilerden oluşur. Aslı Tuna bu grubun en belirgin temsilcisidir. Sosyal medya manipülasyonu, haber içeriklerinde algı yönetimi ve kişisel PR çalışmaları bu karakterlerin öne çıkan stratejilerindendir. Kuşlar, geleneksel habercilik değerlerini değil, görünürlük, popülerlik ve güç ilişkilerini merkeze alır.

Kariyer perspektifinden bakıldığında, Kuşlar grubundaki Nazlı, Nihan ve Hale İleri karakterleri, medya sektöründe farklı deneyim ve pozisyonlarda yer alsalar da ortak olarak güç ve görünürlük kazanma hırsları taşıyan kadın gazeteci temsilleridir. Nazlı, asistan seviyesinde olmasına rağmen kısa sürede yükselmek ve Aslı’nın yerine geçmek isterken; Nihan, stajyer olarak

hızlı görünürlük peşindedir. Hale ise haber dairesinde junior muhabir olarak düşük statüde, kırılğan bir pozisyonda bulunur ve güce yakın durarak konumunu korumaya çalışır.

Dizide yer alan kadın gazeteciler, medya sektöründe görünürlük, güç ve statü kazanma çabası içindedir. Ece, teknik bilgiye hâkim, idealist bir araştırmacı olarak başlarken, giderek Müge'nin fake haber ekibine katılarak kariyerini yükseltme yönünde etik ödünler vermektedir: "Kiram var, kariyerim var" ifadesi bu varoluşsal kaygıyı özetler. Eda ve Gökçe ise Lale Kıran gibi güçlü ve tanınan figürleri örnek alarak, görünürlük ve sembolik güç için sosyal medyada poz verir, "Lale'nin koltuğunda poz vermek" gibi eylemlerle medya dünyasında yer edinme arzularını somutlaştırır. Nihal, sistemde güçlü kadın liderlere hayran ve itaat ederken, Spiker karakteri görünür ancak etkisiz bir konumdadır; Kenan'ın yönlendirmesine boyun eğerek yükselme stratejisi olarak güç ilişkilerine bağımlılığını açık eder. Örneğin, Spiker'in Kenan'a itiraz etmeyip "Geç o haberi" komutuna uyumu, yükselmenin kişisel ve güç odaklı olduğunu gösterir.

Etik bağlılık bakımından, Kuşlar grubundaki kadın gazeteciler, mesleki etik ilkeleri ihlal eden davranışlarıyla öne çıkar. Nazlı, sahte hesaplar ve manipülasyonla etik dışı haberciliği benimserken; Nihan teyitsiz haber paylaşımı ve başkalarının emeğini sahiplenmekle etik zaaflarını gösterir. Hale ise gazetecilik dışı, özel hayat dedikodularını ve kişisel ilişkileri meslek alanına taşıyarak etik çizgiyi aşar. Bu yönleriyle, hem etik dışılık hem de profesyonellikten uzaklaşma temaları ortak bir payda oluşturur. Üç karakter de medya endüstrisinde post-truth dönemine uygun olarak, etik değerleri araçsallaştıran, hatta açıkça ihlal eden stratejiler kullanır. Bu durum, kadın gazetecilerin kariyer ve güç kazanma süreçlerinde etik ikilemlerle nasıl yüzleştiğini ve kimi zaman etik dışı yolları tercih ettiğini gözler önüne serer.

Dizide bazı kadın gazetecilerin mesleki etik bağlılıkları zayıf bir tablo sunar. Ece'nin fake haber üretimine dahil olması, "gerçeklikten uzak" manipülatif haberciliğin sistemsel norm haline geldiğini ortaya koyar. Nazlı'nın Aslı'nın özel fotoğraflarını yayıp, "Aslı'yı küçük düşürme" planı yapması, etik dışı rekabeti vurgular. Hale, özel hayat dedikodularını Aslı'ya iletirken, mesleki sınırı aşar. Eda, görünürlük uğruna etik ilkelere uyma konusunda isteksizdir; kariyer fırsatlarına odaklanır. Nihal ise skandal reytingini olumlarcasına "Ama yani..." diyerek etik kaygılarını

gizler. Spiker ise haberlerin içeriğini sorgulamadan, Kenan'ın talimatları doğrultusunda hareket ederek, etik sorumluluğunu devre dışı bırakır. Bu karakterlerin ortak özelliği, etik değerlerin kişisel kariyer ve güç kazanımı karşısında yıpranmasıdır.

Toplumsal cinsiyet perspektifinden incelendiğinde, Nazlı, Nihan ve Hale karakterleri, medyada kadınların nasıl idealize edilip aynı zamanda değersizleştirildiğinin çarpıcı örnekleridir. Nazlı'nın hayranlıktan kıskançlığa dönüşen hırsı, Nihan'ın deneyimsizliği ve hızlı yükselme isteği, Hale'nin ise güç odaklarının aracı haline gelerek kolayca harcanması, kadın gazetecilere biçilen "güzel, genç ve teknolojik olarak yetkin" imajın ardındaki karmaşık güç ve rekabet dinamiklerini ortaya koyar. Özellikle Hale'nin duygusal, dedikoducu ve profesyonellikten uzak temsili, medyada kadınların ciddiyetle değil, genellikle kişisel ilişkiler ve duygusallık bağlamında algılandığını gösterir. Bu temsiller, kadın gazetecilere yönelik olumsuz stereotipleri ve mesleki alanda karşılaştıkları zorlukları yeniden üretirken, toplumsal cinsiyetçi yaklaşımların medya alanındaki izdüşümünü açığa çıkarır.

Kadın gazeteci karakterler, medya sisteminde çoğunlukla görünürlük ve güç kazanma çabalarını erkek egemen yapıya karşı sınırlar içinde sürdürür. Ece'nin "Kiram var, kariyerim var" repliği, kadınların etik ve ekonomik güvenceler arasında sıkıştığını simgeler. Eda ve Gökçe'nin sosyal medya üzerinden "Lale gibi olma" arzusu, kadınların medya dünyasında yüzeysel görünürlük ve estetik odaklı kalıplarla sınırlandırıldığını gösterir. Nihal, sistemde güçlü kadın figürlere hayranlık ve itaatle bağlanırken, gerçek anlamda özneleşemeyen edilgen bir profil çizer. Hale'nin araçsallaştırılmış, dedikoducu ve profesyonellikten uzak temsili ise medyada kadınların değersizleştirilmesini yansıtır. Spiker ise medyanın yüzü olmasına rağmen özünde edilgen, kişisel iradesiz bir figür olarak nesneleştirilmiştir. Örneğin, Spiker'in Kenan ile yatak odası sahnesi, medyada kadınların "yükselmek" adına cinsiyetçi güç ilişkilerine maruz kalışının somut göstergesidir.

3.3. Kral Olamamış Aslanlar: Statü Kaygılı ve Etik Dışı Figürler

Bu gruptaki kadın karakterler (örneğin Müge Türkmen ve Gül Simin), geçmişte güçlü konumlara sahip olmuş ancak mevcut medya sisteminde yerlerini korumak için etik dışı yollara başvuran figürlerdir.

Anlatıcının şu sözleri bu durumu açıklar: “Kral olmayan aslanlar en tehlikeli olanlardır.” Bu karakterler için etik, artık ikincil planda kalmıştır. Güçlerini yitirmeme kaygısıyla hem yeni medya düzenine uyum sağlamaya hem de geçmiş statülerini korumaya çalışırlar. Bu çelişkili konum, onların hem kuşlarla hem de aslanlarla çatışmasına neden olur

Dizideki dört kadın karakterin kariyer serüvenleri, medya sektöründe yükselmenin yalnızca mesleki yetkinliklerle değil, aynı zamanda görünürlük, güç ilişkileri ve duygusal zaaflarla iç içe olduğunu göstermektedir. Müge Türkmen kariyerini baş editörlük ve CEO'luk gibi pozisyonlarla şekillendirse de “O ışıkların altına herkes geçemez” repliğiyle, ekran önünde olmayı kariyerin gerçek göstergesi olarak gördüğünü ortaya koyar. Gül Simin, “Siz oynarsınız, ben düdüğü çalarım” diyerek yönetici otoritesini güç üzerinden kurar. Güliz Tümer, “Yeni bir yıldız yaratalım” diyerek medya kariyerini kişisel şöhrat inşası üzerinden yorumlarken; Zerrin Hanım ise “Seni BBC'yle görüştürecektim” repliğiyle, sektörde hâlâ etkili bağlantılara sahip prestijli bir figür olduğunu ortaya koyar. Ancak bu dört karakterin de kariyer yolculukları, statü ve güç arzusu ile yönlendirilmiş ve zamanla etik çatışmalara sürüklenmiştir.

Dizideki “Kral Olamamış Aslanlar” grubu, gazetecilik meslek etiğini ikinci plana atan, güç, statü ve görünürlük odaklı hareket eden kadın figürlerle temsil edilir. Bu karakterlerin ortak noktası, mesleki yükseliş ya da konumlarını koruma arzularının zamanla etik ilkelere olan bağlılıklarını zayıflatmasıdır. Müge Türkmen, kariyerinde etik değerlerle başlayan bir yoldan saparak Lale'yi devirmek amacıyla “gece yarısı fake haber planı” organize etmiş, “hak arama” ve “emek savunması” gibi kavramlarla etik dışı eylemlerini meşrulaştırmıştır. Çalışanlara baskı yaparak istifaya zorlama ve kişisel rekabeti manipülasyonla çözme eğilimi, onun etik ihlallerinin en belirgin örneklerindendir.

Gül Simin, gücü elinde tutmak için haberciliğin temel ilkelerini sistemli olarak ihlal etmiş, Aslı'nın flash diskini yok ettiğini bildiği hâlde bunu görmezden gelmiş ve yalan haberin yayına alınmasına onay vermiştir. “Yap hamleni. Ben de tarafımı tutayım.” diyerek gazeteciliği bir güç ve çıkar oyunu haline getiren yaklaşım sergilemiştir. Yayın sırasında Lale'nin gerçeği açıklamasına tahammül edememesi ve “Yayını kes! Kes dedim!” çıkışı, onun medya gücünü sansür ve baskı aracı olarak kullandığını açıkça ortaya koyar.

Güliz Tümer, etik ilkeleri kişisel çıkarları doğrultusunda araçsallaştıran bir figürdür. Yönetici pozisyonuna doğrudan liyakatle değil, ailesel sermaye ve güç ilişkileriyle gelmiş; duygusal zaafları nedeniyle (örneğin Yusuf'a olan karşılıksız aşkı) mesleki kararlarını kişiselleştirmiştir. Aslı ve Yusuf'u işten atarak bu aşk kırılmasını kurumsal şiddete dönüştürmüş, etik dışı bir güç gösterisine yönelmiştir. Gazetecilik ona göre bir kamu hizmeti değil, görünürlük ve kontrol aracıdır.

Zerrin Hanım ise idealist bir meslek geçmişine rağmen, günümüz medya ikliminde tarafsızlık ve ilkesellikten uzaklaşmış; “hangi partiye gideceği” kararında güce yakın durmayı tercih etmiştir. Lale yerine Aslı'nın partisine katılması, etik sadakatin değil, konjonktürel güç dengesinin belirleyici olduğunu ortaya koyar. “Hiçbir şeye saygın yok senin.” diyerek genç kuşağı yargılasa da kendi tutarsızlığı onun etik duruşunu zayıflatır. Sonuç olarak bu dört karakterin analizinde, medya sektöründe etik dışılığın yalnızca bireysel zaaflarla değil; sistemin rekabetçi ve görünürlüğe dayalı yapısıyla da bağlantılı olduğu görülmektedir. Etik değerler, bu karakterler için ya araçsallaştırılmış ya da tamamen geri plana itilmiştir. Bu durum, dizinin medya temsiline dair sunduğu en keskin eleştirilerden biridir.

3.4. Hayranlar: Rol Modellerin Gölgesinde Şekilleneler

“Hayranlar” grubu, medya sektöründeki güçlü kadın figürlerden etkilenerek gazeteciliğe yönelen karakterleri temsil eder. Bu figürler çoğunlukla pasif konumdadır ve mesleki öznellikleri gelişmemiştir. Müge'nin Zerrin'e, Aslı'nın Lale'ye, Nihal'in Müge'ye ve Nazlı'nın Aslı'ya duyduğu hayranlık bu grubun tipik göstergesidir.

Hayranlar çoğu zaman sistemin merkezine değil, etrafına yerleşmişlerdir. Anlatıcının şu sözleri bu grubu betimlemek açısından dikkat çekicidir: “Bir de aslanların etrafındaki hayranlar ordusu vardır.” Bu ifade, güçlü figürlerin çevresinde oluşan ve onları destekleyen ancak aynı zamanda tehlikelere karşı körleştiren kitleyi temsil eder.

Kuş Uçuşu dizisinde “Hayranlar Grubu” çatısı altında yer alan Ayşe, Şule ve Özge karakterleri, kariyer basamaklarında alt veya orta düzeyde konumlanmış kadın gazetecilerdir. Ayşe, editör yardımcısı olarak sistemin içinde görünürlüğü artmakta olan bir figürken, Şule daha kısa sahnelerde yer alsa da etkili bir mesleki

direnişle dikkat çeker. Özge ise asistanlık görevini yürüten, kariyerinin henüz başlarında olan bir karakterdir. Her üç karakter de yükselme, güç veya rekabet hırslarından ziyade kişisel sadakat, bağlılık ve düzen koruyuculuğu gibi motivasyonlarla hareket eder. Bu bağlamda kariyer yolculuklarında sistemin kenarında duran ama ahlaki duruşlarıyla merkeze etki eden figürler olarak öne çıkarlar. Müge'nin Ayşe'ye yönelik "Sen benim çalışanımsın" çıkışı, Özge'nin "habercilik okuyup ofiste ütü yapan" biri olarak küçümsenmesi ya da Şule'nin kısa görünürlüğüne rağmen risk alması, bu karakterlerin sistem içindeki kırılan ama dirençli konumlarını yansıtır.

Etik değerler bakımından üç karakterin ortak özelliği, kamu yararını öncelemeseler de yalan habere ve manipülasyona karşı direnmeleriyle mesleki sorumluluk göstermeleridir. Ayşe, "Yalan haber değil, Lale'ye yapamam" diyerek kararını kişisel sadakate dayandırsa da net bir etik çizgi çizer. Şule, Müge'nin hazırladığı sahte habere alet olmayarak "tehdide rağmen doğruyu söyleyen" bir vicdan figürü olur. Özge ise etik sorumluluğu yerine getiremediğinde "Tiksiniyorum kendimden" diyerek, hatasını içselleştirse de kamu yararından ziyade Lale'yi hayal kırıklığına uğratmış olmanın üzüntüsünü yaşar. Bu bağlamda Ayşe ve Şule etik olarak kararlı bir çizgi sergilerken, Özge iyi niyetli fakat yetersiz bir profesyonellik örneği sunar. Üçü de etik değerlere farklı derecelerde bağlılık gösterebilirler de medya içinde ses çıkaran ve kararlarıyla etik yönelim belirleyen kadın karakterler olarak konumlanırlar.

Toplumsal cinsiyet perspektifinden bakıldığında, bu üç kadın karakter medya alanında ataerkil ve hiyerarşik baskılara karşı farklı direniş biçimleri sergiler. Ayşe, "Doğru, ama biz hepimiz Lale Hanım'ın çalışanı değil miyiz?" diyerek hem sisteme hem de güce karşı etikle örülmüş bir meydan okuma gerçekleştirir. Şule, kısa sahnesine rağmen Müge gibi baskı kuran bir üst kadına boyun eğmeyerek, "sessiz ama kararlı bir ahlaki lider" olarak konumlanır. Özge ise geleneksel cinsiyet rollerine daha yakın bir biçimde sunulur; empatik, sadık, özverili ve sistem içinde edilgen bir konumda yer alır. Onun mizahi ve gözlem gücü yüksek yönü, eleştirel kapasitesini gösterse de "ütü yapan çalışan" benzetmesiyle kadın gazetecilerin küçümsenmesini sembolize eder. Bu karakterler üzerinden medya sektöründe kadın gazetecilerin ya "itaatkâr" ya da "rekabetçi" figürlere sıkıştırıldığı; ancak bu klişelerin

dışında, dirençli, vicdanlı ve etik yönelimi olan başka kadın temsillerinin de mümkün olduğu gösterilir.

Aslı Tuna'nın kariyer yolculuğu ise, medyanın içinden geçen dinamik ve katmanlı bir dönüşümü yansıtır. İlk aşamada, evde televizyon karşısında izleyici olarak başlayıp, genç yaşta gazeteciliğe duyduğu tutku ve hayranlıkla stajyerlik dönemine adım atar. Bu ilk evrede, Lale Kıran'a duyduğu hayranlık ve idealizm belirgindir; Aslı, mesleğin temel değerlerini öğrenmeye ve benimsemeye açıktır. Zamanla, medya dünyasındaki rekabet ve hırsla birlikte, "Öteki Taraf" gibi programlarda haber sunuculuğu görevine yükselir ve burada kariyerinde önemli bir konuma ulaşır. Ancak bu yükseliş süreci, etik sınırların esnetildiği, manipülasyonun ve kişisel çıkarların ön plana çıktığı "Kral Olamamış Aslanlar" evresine geçişle karakterizedir. Aslı, artık sadece haber sunan değil, medya alanında iktidar mücadelesi veren, güçlü ama yıpranmış bir figüre dönüşür. Kariyerindeki bu dönem, sert rekabetin ve medyanın değişen dinamiklerinin onun kişiliğine ve habercilik anlayışına yansımalarıdır. Dizinin ilerleyen bölümlerinde ise, yaşadığı düşüşler ve Lale ile kurduğu yeniden bağ sayesinde, Aslı yeniden "Hayranlar" grubuna dönerek mesleki ve etik değerlerine dönüş yapar. Bu dönüşüm, onun sadece bireysel kariyer başarısı değil, aynı zamanda haberciliğin evrensel sorumlulukları ve toplumsal fayda ekseninde yeniden şekillenen profesyonel kimliğini simgeler. Aslı ve Lale'nin birlikte yürüttükleri uluslararası çapta sosyal adalet ve prekarya öfkesi gibi küresel meseleleri ele alan araştırmalar, Aslı'nın kariyerinin sadece yerel değil, küresel habercilik perspektifine de açıldığını gösterir. Böylece Aslı Tuna, kariyerinde idealizm, hırs, düşüş ve yeniden yükseliş döngüsünü tamamlayan, uluslararası habercilik sorumluluklarını benimseyen çok boyutlu bir gazeteci portresi olarak öne çıkar.

Aslı Tuna'nın mesleki yolculuğu, etik değerler ile kişisel hırsların sürekli çatıştığı karmaşık bir süreçtir. Başlangıçta idealist ve gazetecilik etiğine bağlı bir figür olarak yola çıkan Aslı, "Gerçek bükülebilir bir şeydir" sözleriyle kendi etik sınırlarını giderek esnetir. Örneğin, Cüneyt Özdemir'in adını kullanarak sahte staj başvurusu yapması ve Nihan'a asılsız haberler sızdırması, habercilikte doğruluk ve tarafsızlık ilkelerinin ağır ihlalleri olarak görülür. "Kişilerin değil, haberin peşinden koş" uyarısına rağmen, Aslı kişisel kazanç ve medya iktidarını elde tutma arzusuyla etik dışı hamleler yapar. Flash disk skandalında, "Bu iş seyirciyle yapılır...

Eğer dürüst değilsen, saygılı değilsen, gerçek değilsen, yalın değilsen, seyirci anlar,” diyen Kenan’ın sözlerinin aksine Aslı manipölasyon ve yalanları tercih eder. İlerleyen süreçte, Aslı’nın etik zaafı derinleşir; “Bu koltuk beni sevdi, eski sahibini aramıyor” diyerek hiyerarşiyi hiçe sayar ve medya alanında “Kral Olamamış Aslanlar” grubuna dönüşür. Sosyal medyada yayılan yalan haberler, provokatif söylemler ve rakiplerine yönelik manipölatif operasyonlarıyla etik dışı tutumunu pekiştirir. Özellikle İlayda’nın canlı yayında sert sorgulanması ve ardından yaşanan linç kampanyası, Aslı’nın mesleki sorumluluklarını göz ardı ettiğinin ve etik sınırları aşan agresif haberciliğın trajik sonuçlarını ortaya koyar. “Bana bak Sayın Trol, yemezler. Bu halk senin bu yalanlarını yemeyecek, duydun mu beni?” sözleriyle sosyal medya manipölasyonlarını ustaca yönetirken, gerçeklik ile manipölasyon arasındaki ince çizgide tehlikeli bir oyuna girdiği görülür. Ancak dizinin sonunda, yaşadığı etik çöküş ve Lale ile yeniden yan yana gelme arzusu, Aslı’nın içsel bir yüzleşme sürecine girdiğini gösterir. “Sen beni boş kaset mi sanıyordun ya?” ve Lale’nin “İyi. Devam edelim mi o zaman, Karışık Kaset?” esprili diyalogları, onun yalnızca bir manipölatör değil, aynı zamanda etik değerlerine dönebilecek bir gazeteci olduğunu ortaya koyar. Bu noktada Aslı, “Gerçek, bükülebilir bir şeydir” anlayışından sıyrılarak, haberciliğın temel ilkelerine ve toplumsal sorumluluğa yeniden sarılır. Bu ikilemi, aslında gerçeğe tutunma ihtiyacıdır. ‘Gerçek peşinde olmak’ mı yoksa Manipöl edilen algı mı?” sorgulaması, Aslı’nın içsel çatışmasının özüdür. Bu durum, medyanın gündelik pratiklerinde sıklıkla karşılaşılan etik zorlukları ve gerçek ile kurmaca arasındaki ince çizgiyi dramatize eder. Aslı’nın, manipölasyonun ve etik dışılığın egemen olduğu bir ortamda hâlâ gerçeğe ihtiyaç duyması, karakterinin en çarpıcı yanındır. Çünkü o, her ne kadar gücünü ve konumunu korumak için oyunlar oynasa da bir yandan da haberciliğın temel değerlerine dönme arzusunu hep içinde taşır. Bu nedenle, Aslı Tuna’nın etik dışılığı sadece bir yozlaşma değil; aynı zamanda mesleki ve insani bir arayışın sancılı ve karmaşık yansımasıdır.

Toplumsal cinsiyet bağlamında Aslı Tuna, kadınların medyada karşılaştığı stereotipleri yıkmaya çalışırken aynı zamanda bu sistemin içinde yıpranma ve dönüşüm sürecini de yaşar. Bekar, parasını idealleri için harcayan, yalnız yaşayan ve medyada başarı için mücadele eden bir kadın olarak Aslı, kariyerine Lale Kiran’a duyduğu hayranlıkla idealist bir stajyer olarak başlasa da,

zamanla medya iktidarının acımasız kurallarına da. Onun sert, provokatif üslubu medyanın kadınlara biçtiği “itaatkâr ve yumuşak” kalıp dışına çıkma isteğini yansıtırken, aynı zamanda bu tavır yüzünden “çok agresif” ya da “yıpratıcı” olarak damgalanmasına da neden olur. Bu da toplumun kadınlara uyguladığı çifte standardı açıkça ortaya koyar. Aslı’nın hikayesi, medyada kadınların sadece ilham perisi ya da mağdur figürler değil, güç ve iktidar uğruna mücadele eden karmaşık aktörler olabileceğini gösterir. Ancak dizide gösterilen kadın gazeteci temsilleri çoğunlukla ya “idealize edilen koruyucu figür” ya da “rekabetçi, yıpratıcı rakip” olarak ikili bir kutba sıkışmışken, Aslı Tuna bu kutupların dışına çıkarak gri, karmaşık ve çok boyutlu bir kadın portresi oluşturur. Onun kariyerindeki iniş çıkışlar, etik sorgulamalar ve kişisel dönüşümler, medya alanında kadın olmanın zorluklarını ve aynı zamanda bu zorluklarla mücadeledeki dayanıklılığı yansıtır.

Sonuç

Toplumsal cinsiyet, bireylerin biyolojik cinsiyetlerine bağlı olarak toplum tarafından atanan roller ve beklentiler bütünüdür. Bu roller kaynaklara erişimden mesleki konumlara kadar yaşamın pek çok alanını belirler.

Bu çalışmada, dijital platformda yayınlanan Kuş Uçuşu dizisi üzerinden kadın gazeteci karakterlerin mesleki kimlikleri, etik duruşları ve toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında nasıl temsil edildikleri incelenmiştir. Nitel betimsel analiz yöntemiyle yapılan incelemede karakterler; etik değerlere bağlı ve lider konumdaki “Aslanlar”, hızlı yükselmek isteyen “Kuşlar”, statü odaklı ama etik dışı davranan “Kral Olamamış Aslanlar” ve rol modellere hayranlıkla bağlı “Hayranlar” olmak üzere dört grupta sınıflandırılmıştır. Dizide kadın karakterlerin sektördeki farklı pozisyonlarda yer alması (spiker, CEO, editör, muhabir, stajyer, asistan gibi) toplumsal cinsiyet rollerinin mesleki temsillerde nasıl yeniden üretildiğini ve dönüştürüldüğünü gösterir. Ancak tüm bu güçlü temsillere rağmen medya kuruluşunun sahiplik yapısının erkek figürler üzerinden ilerlemesi, kadınların görünürlüğünün arttığı kamusal alanda nihai gücün hâlâ erkeklerde olduğunu gözler önüne sermektedir.

Kuş Uçuşu dizisinde etik değerlere bağlı kadın gazeteci karakterler, medya sektöründeki ataerkill düzene karşı duruşlarıyla dikkat çekerken, bu duruşları

genellikle dışlanma ya da mesleki kayıpla sonuçlanmaktadır. Bu temsiller, medya sektöründe kadınların etik ve toplumsal cinsiyet bağlamında nasıl konumlandırıldığını sorgulama imkânı sunmaktadır.

Dizi, kadın gazetecilerin bedenleri, yaşları ve görünüşleri üzerinden medya sektöründeki estetik baskıları da görünür kılar. Kadın karakterler genel olarak genç, zayıf ve güzellik normlarına uygun şekilde sunulurken, yaşlı veya norm dışı görünümlü kadınlar temsil edilmez. Lale Kıran'ın ana akımda çalışırken estetik odaklı sunumu, "gıdın çıkıyor" gibi söylemlerle beden sürekli denetlendiğini gösterir. Eda, gençliği ve bakımlılığıyla öne çıkarken; Zerrin Hanım yaşla gelen otoriteyi temsil eder, ancak bu güç sistem içi uyumla sağlanmıştır. Dizide güzellik, zarafet ve estetik normlara uygunluk medya başarısıyla ilişkilendirilir; dijitalleşme bu normları kısmen sorgulasa da tamamen yıkmaz.

Dizide X kuşağına mensup kadın gazetecilerin Lale, Gül ve Müge gibi çiçek adlarıyla kodlanması, "kadınlar çiçektir" metaforunun pasifliğini dönüştüren bilinçli bir stratejidir. Bu çiçekler yalnızca zarafeti değil, aynı zamanda kararlılık, mücadeleyi ve mesleki tutarlılığı temsil eder. Lale, zamana bağlı kalmaksızın etik haberciliğin sürdürülebilirliğini simgelerken, Gül "yumuşaklığı" değil, dikenleriyle var olma stratejisini ve dayanıklılığı vurgular. Müge ise kibar görünümünün ardında barındırdığı kıskançlık ve öfkeyle mesleki kimliğini zehirleyen, kendi içindeki "Lale'ye" karşı yürüttüğü içsel çatışmanın somutlaşmış hali olarak, "müge çiçeği"nin zehirli yapısını andırır. Bu isimlendirme, kadınlıkla ilişkilendirilen geleneksel anlamların, gazetecilik pratiği üzerinden nasıl dönüştürüldüğünü güçlü bir biçimde sahneye taşır. Ayrıca kadın karakterlerin dili, medya sektöründeki erkek egemen söylemin yeniden üretimi ve buna karşı direnişi yansıtır. Erkek egemen dil güçlü biçimde yeniden üretilirken, kadınlar farklı direniş stratejileri geliştirir.

Dizide medya sektörü rekabetçi bir oyun sahası olarak kurgulanır; kadın gazeteciler ise hem oyuncu hem kural koyucu konumundadır. "Top çevirmek", "oyuna geri dönmek" gibi ifadeler, medyadaki güç mücadelelerini vurgular. Lale, Gül ve Aslı gibi kadın karakterler, bazen sistemi sürdürmeye çalışırken bazen de oyunun kurallarını sorgulayarak yeni düzenler yaratır. Böylece kadın gazetecilerin medya alanındaki çok katmanlı varoluş mücadelesi ortaya konur.

Dizide kuşaklar arası ilişkiler çatışmanın yanı sıra dönüşüm, ilham ve bireysel vizyon inşası alanı olarak da

sunulur. Alt kuşak kadın gazeteciler üst kuşaklara hayranlık duyar ancak bu bağılılık pasif değildir; zamanla kendi habercilik anlayışlarını geliştirirler. Müge ve Lale, yeni neslin gerçekçi ve nitelikli habercilik iddiasını temsil ederken, Aslı kalıpları kıran ve izleyiciyle doğrudan iletişim kuran bir medya dili oluşturur. Kuşaklar arası rekabet, eleştiriler ve güç mücadeleleriyle derinleşir.

Dizide dış ses (Nejat İşler), anlatımı yönlendirmekle kalmayıp izleyicinin algısını şekillendirir. "Bu bir av ve avcı hikâyesidir" gibi ifadelerle belgesel dilini kurguya entegre ederek gerçeklik algısı yaratır. Ancak erkek dış ses, bilgi üzerindeki otoriteyi pekiştirir; feminist medya kuramlarına göre bu, ataerkil temsil kalıplarının işitsel düzeyde yeniden üretimidir. MEDİZ'in (2008) raporuna göre haber bültenlerinde dış seslerin %76'sı erkektir, bu da medyada bilgiyi aktaranın erkek olduğu yönündeki cinsiyetçi eğilimi gösterir. Erkek dış ses, anlatıyı kontrol ederken kadın karakterler ise olayların nesnesi olarak konumlanır. Teknik kadroda kadınların azlığı, içerik üretimi ve karar alma süreçlerinden dışlanmayı vurgular. Kadın karakterlerin kamera önünde görünürlük kazanma hedefi, medya sektöründeki cinsiyetçi güç ilişkilerini yansıtır.

Kuş Uçuşu dizisi sadece bir kurmaca yapım olmanın ötesinde, medya ve toplumsal cinsiyet çalışmaları için değerli bir kaynaktır. Bu çalışma, Kuş Uçuşu dizisindeki kadın gazeteci karakterlerin temsili üzerinden medya alanındaki etik sorunları, mesleki kimlik dönüşümünü ve toplumsal cinsiyet rollerini analiz etmektedir. Elde edilen bulgular, kadın gazetecilik temsillerinin genellikle ya "ahlaki lider" ya da "etik dışı yükselme peşinde olan figür" kalıplarına sıkıştırıldığını göstermektedir. Etik gazeteciliği temsil eden figürler (örneğin Lale), sistem dışına itilmekte; kariyer odaklı genç figürler (örneğin Aslı, Nazlı) ise manipülasyon ve rekabet ekseninde temsil edilmektedir. Bu durum, medyanın kadınlara yüklediği çelişkili beklentileri ve mesleki öznelliklerini nasıl sınırlandırdığını ortaya koymaktadır. Sonuç olarak bu dizi, gazetecilikteki iki farklı anlayışın çatışmasını ve bu anlayışların toplumsal etkilerini analiz ederken, okuyucuya günümüz medya ortamında gerçekliğin nasıl algılandığına dair derinlemesine bir bakış sunmaktadır. Bu iki gazeteci, "Gerçekçi Gazeteci" ve "Algı Gazetecisi" olarak adlandırılabilir ve her biri, gazetecilik pratiğinin farklı yönlerini temsil eder.

Kaynakça

- Adıgüzel, Y. (2016). Geleneksel medya ile ilişkiler. İ. Vural & U. Eriş (Ed.), *Medya ilişkileri* (ss. 23–45). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Albayrak, E. C., & Deniz Anamur, D. (2020). Kadın hareketleri ve medya: 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nün ulusal gazetelerde temsili üzerine bir analiz. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10, 690–709
- Arık, E., & Akgün, H. (2019). Türk sinemasında gazeteci kimliğinin temsili. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 34, 196–220. <https://doi.org/10.17829/turcom.664219>
- Asker, A. (2004). Medyada cinsiyetçilik ve kadın gazeteciler. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. <https://www.rtuk.gov.tr/medyada-kadin-temsili-konusunda-onemli-adimlar-atildi/4967> (Erişim tarihi: 02.03.2025)
- Barris, A. (1976). *Stop the presses! The newspaperman in American films* (ss. 6). South Brunswick: Barnes. <https://archive.org/details/stoppressesnewsp0000barr adresinden 09 Mart 2025 tarihinde alınmıştır>.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülarklar ve simülasyon* (O. Adanır, Çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Becerikli, R. (2019). 1980'li yıllar Türkiye'sinde gazetecilik: Uyanık Gazeteci film örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(3), 279–289.
- Bekar, S., & Sağlam, M. (2022). Dijital medya ve sanal tüketim. O. H. Öztay (Ed.), *İletişim ve medya alanında uluslararası araştırmalar V*. İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Bourdieu, P. (1997). *Televizyon üzerine* (T. Ilgaz, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Butler, A. M. (2011). *Film çalışmaları*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Cangöz, İ. (2019). Toplumsal cinsiyet çalışmaları. In A. Altunoğlu (Ed.), *Toplumsal cinsiyet çalışmaları* (ss. 160–192). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Chanter, T. (2019). *Toplumsal cinsiyet* (M. Erguvan, Çev.). Ankara: Fol Kitap.
- Çınar, E. (2015). Bir sosyal medya aracı olarak televizyonda kadınların temsil biçimleri. In G. Ağrıdağ (Ed.), *Türkiye'de ve dünyada kadın araştırmaları* (ss. 150–156). Adana: Çukurova Üniversitesi Basımevi
- Derin, N. (2020). Dünyadan ve Türkiye'den örneklerle cam tavan sendromu. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 137–154.
- Deniz, D. (2017). Politik karikatürlerde kadının temsili: 1950 seçimleri ve nesneleştirilen kadın. *Karabük University Journal of Institute of Social Sciences*, 7(7-2), 490–511.
- Dökmen, Z. Y. (2009). *Toplumsal cinsiyet: Sosyal psikolojik açıklamalar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dölarslan, E. Ş. (2012). Bir marka kişiliği ölçeği değerlendirmesi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 67(2), 1–28.
- Duby, G., & Perrot, M. (2005). Kadınların tarihini yazmak. A. Fethi (Çev.), *Kadınların tarihi 1: Ana tanrıçalardan Hristiyan azizelere* (s. 9–22). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Ehrlich M. C., Saltzman, J. (2015). *Heroes and Scoundrels: The Image of the Journalist in Popular Culture*. (First Edition). Normal, USA: University of Illinois Press, loc. 66-1000.
- Ercebe, Ö. (2024). Gazetecilik rollerinin Türk dizilerinde temsili. *TRT Akademi Dergisi*, 9(22).
- Ergen, Y. (2023). İletişim çalışmalarında medya ve kadın ilişkisi. B. Ayhan & E. Baloğlu (Ed.), *Medya ve kadın* (ss. 20–51). Konya: Tablet Kitabevi.
- Ghiglione, L., & Saltzman, J. (2005). Fact or fiction: Hollywood looks at the news. In *Hollywood looks at the news: The image of the journalist in film and television exhibit*. Newseum.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Gülfidan, F. Ş. (2022). Sosyalleşme (2. ünite). In M. U. Özcan (Ed.), *Sosyolojiye giriş* (ss 30-60). Atatürk Üniversitesi Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesi Yayını.-Erzurum
- Gürleyen, G. (2024). *Medya okuryazarlığı* [E-kitap].
- Hall, S. (2017). *Temsil: Kültürel temsiller ve anlamlandırma uygulamaları* (İ. Dünder, Çev.). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Hargreves, I. (2006). *Gazetecilik*. Ankara: DOS
- Hatami Khajeh, M. (2018). *Toplumsal cinsiyetin sosyolinguistik göstergeleri: Tebriz örneği* (Yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları.

- Heywood, A. (2013). Siyasi ideolojiler (A. K. Bayram, Ö. Tüfekçi, H. İnaç, Ş. Akın & B. Kalkan, Çev.). Ankara: Adres Yayınları. (5. baskı)
- İnceoğlu, İ., & Akçalı, E. (2018). Televizyon dizilerinde toplumsal cinsiyet eşitliği araştırması. TÜSİAD. İstanbul ISBN: 978-605-165-026-5.
- Johnson, S. (2013–2014). Passionate and powerful: Film depictions of women journalists working in Washington, D.C. The IJPC Journal, 5(Fall 2013–Spring 2014). <https://www.ijpc.org/uploads/files/IJPC%20Journal%20Volume%205.pdf>
- Karaman, D. (2006). Türk basınında kadın gazetecilerin yönetim kademelerinde temsili (Yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kadın Çalışmaları Bilim Dalı.
- Kocabaş Tanman, N. (2019). Türk televizyon dizilerinde kadın temsili: Kadın, Ufak Tefek Cinayetler ve İstanbullu Gelin dizileri örneği (Yüksek lisans tezi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü). Uşak Üniversitesi.
- Nartya, D. (2023, March 13). Discover the inspiring stories of top female journalists who changed the world. PRNEWS.IO. <https://prnews.io/blog/list-of-top-female-journalists.html>
- Özkan, B. (2023). Dijital platformlardaki yerli dizilerde gazeteci kimliğinin temsili (Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Gazetecilik Anabilim Dalı). Antalya.
- Price-Rankin, K. B. (2001). Male visual dominance continues: A global study of images of men and women in 750 online newspapers in 74 nations (Master's thesis, East Tennessee State University). <https://dc.etsu.edu/etd/51>
- Punch, K. F. (2014). Sosyal araştırmalara giriş. Ankara: Siyasal Yayınevi.
- Ryan, M., & Kellner, D. (2010). Politik kamera: Çağdaş Hollywood sinemasının ideolojisi ve politikası (E. Özsayar, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sağnak, M. (2010). Amca size gazeteci diyebilir miyim? Türk sinemasında gazeteci figürü. TB Yayınları.
- Saltzman, J. (2005). Analyzing the images of the journalist in popular culture: A unique method of studying the public's perception of its journalists and the news media. AEJMC Paper, San Antonio.
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. Journalism, 2(2), 149–170. <https://doi.org/10.1177/146488490100200201>
- Stone, A. (2015). Feminist felsefeye giriş. İstanbul: Otonom Yayıncılık.
- Tanrıöver, H. U. (2008). Medyada kadınların temsil biçimleri araştırması. MEDİZ - Medyada Cinsiyetçiliğe Son Projesi. Kadın Araştırmaları Derneği.
- Timisi, N. (1996). Medyada cinsiyetçilik. T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.
- Trak, E. (2019). İnternet gazeteciliğinde mesleki kimliklerin görsel temsili (Yüksek lisans tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü). Trakya Üniversitesi.
- Türk Dil Kurumu Cinsiyet. <https://sozluk.gov.tr/?kelime=cinsiyet> Erişim26/06/2005
- Ünal, B. (2018). Amerikan sinemasında gazeteci imajı (Doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ünal, B. (2023). Tarihsel süreçte Amerikan filmlerinde gazeteciler ve basın: Anlatılar, arketipler ve mitler. Sinecine, 14(2), 339–378.
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı. Sosyoloji Konferansları, 35, 29–56.
- Weber, M. (2013). Protestan ahlakı ve kapitalizmin ruhu (M. Köktürk, Çev.; 2. baskı). BilgeSu Yayıncılık: Ankara
- Yaktıl Oğuz, G. (2000). Cinsiyet rolleri ile ilgili stereotiplerin televizyonda sunumu. Kurgu, 17(1), 33–41.
- Yaktıl Oğuz, G. (2013). Medyada cinsiyetçilik. In Medya siyaset kültür (Bölüm 8). T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, Açıköğretim Fakültesi Yayını. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Yaşartürk, G., & İlbuğa, E. U. (2014). Üç Maymun, Pandora'nın Kutusu, Güzel Günler Göreceğiz, Nar, Geriye Kalan, Şimdiki Zaman ve Zerre Film Örnekleriyle Türk Sinemasında Kentli Kadın Olgusu. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2014(39), 159–180.

Yılmaz, M. M. (2024) Medya Sektörüne Filmlerle
Bakmak. Medya Okuryazarlığı Araştırmaları Dergisi
Cilt / Volume: 3, Sayı / Issue: 1, Haziran 2024 DOI:
doi.org/10.5281/zenodo.12595262