

Tarihsel süreçte sporcu kadının medya yoluyla cinselleştirilmesi**Filiz YEŞİLDAL¹**, **Gülcan TEKİN¹**¹Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Ağrı, Türkiye**Derleme Makale/Review****DOI: 10.70736/jrolss.1729**Gönderi Tarihi/ Received:
14.03.2025Kabul Tarih/ Accepted:
20.06.2025Online Yayın Tarihi/ Published:
30.06.2025**Öz**

Bu çalışmada, medyanın kadın sporculara cinsel bir nesne muamelesi yaparak onları istismar ettiği iddialarının ne derece gerçeği yansıttığı, medyanın kadın sporcuyla hangi yollarla cinselleştirdiği ve kadın sporcuların medyanın uyguladığı cinsel nesneleştirmeye tepkileri, mevcut bilgi ve belgelere dayanarak anlaşılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır. Kadın sporcuların medyadaki kapsamını inceleyen önceki çalışmaların sayısının sınırlı olmasından hareketle tasarlanan bu nitel yöntemli çalışmada, döküman analizi ve literatür taraması, veri toplama araçları olarak kullanılmıştır. İncelenecek dökümanlara ulaşabilmek için YÖK Ulusal Tez Merkezi, SOBIAD, WoS, EBSCO, Scopus, JSTOR, ScienceDirect, Cochrane Library, ACM Digital Library, Embase, DOAJ, Historical Abstracts, SciFinder Scholar, CORE, ASC, ERIC (via ProQuest), Sociological Abstracts ve Google Scholar veri tabanlarında gelişmiş tarama yapılmıştır. Kapsama alınan dökümanlar okunarak anlaşılmış, analiz edilmiş, değerlendirilmiş ve bir senteze ulaşılmıştır. Kadın sporcuların medya tarafından aleni bir biçimde sistematik toplumsal cinsiyet ayırımına ve cinsel nesneleştirmeye tabi tutulduğu, niceliksel medya kapsamının erkek sporculara göre oldukça yetersiz olduğu, kadın sporcuların ağırlıklı olarak kullanılan görseller ve dil ile cinselleştirildiği, kadın sporcu ve kadın sporcuların birçok başarılarının kasıtlı olarak önemsizleştirildiği söylenebilir. Bazı kadın sporcuların popülerlik ve sponsorluk beklentileriyle medyanın cinselleştirme eylemlerini onayladığı, diğer bir kısmının buna şiddetle karşı çıktığı anlaşılmıştır. Cinsel nesneleştirmeyi önlemek için medya endüstrisi ve spor kuruluşları olumlu kadın sporcu temsililerine yer vermelidir. Özellikle genç kadınların cinselleştirilmiş imgeleri sorgulama ve eleştirme becerileri, toplumsal cinsiyet eşitliği ve medya okuryazarlığı eğitimi ile geliştirilmelidir. Cinsel nesneleştirmeye toplumsal olarak da tepki gösterilmelidir. Medyanın cinselleştirilmiş kadın bedenlerine olan bağımlılığının nedenleri bilimsel olarak daha çok incelenmeli ve tartışılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Cinselleştirme, kadın sporcu, medya, nesneleştirme, toplumsal cinsiyet ayrımcılığı.***Sexualization of female athletes through media in historical process*****Abstract**

In this study, we attempt to understand and explain to what extent the claims that the media treats female athletes as sexual objects and exploits them in some way reflect the truth, in what ways the media sexualizes female athletes, and the reactions of female athletes to the sexual objectification implemented by the media, based on available information and documents. In this qualitative study, which was designed based on a limited number of previous studies examining the coverage of female athletes in the media, document analysis, and literature review were used as data collection tools. To access the documents to be examined, an advanced search was conducted in the databases of the YOK National Thesis Center, SOBIAD, WoS, EBSCO, Scopus, JSTOR, ScienceDirect, Cochrane Library, ACM Digital Library, Embase, DOAJ, Historical Abstracts, SciFinder Scholar, CORE, ASC, ERIC (via ProQuest), Sociological Abstracts, and Google Scholar. The documents included were read, understood, analyzed, evaluated, and synthesized. It was concluded that female athletes were subjected to overt systematic gender discrimination and sexual objectification by the media, that quantitative media coverage was significantly inadequate compared to male athletes, that female athletes were sexualized through the predominant visual and language used, and that the achievements of female athletes and women's sports were deliberately trivialized. It was understood that some female athletes approved of the media's sexualization actions with the expectations of popularity and sponsorship, while others strongly opposed it. To prevent sexual objectification, media and sports organizations should include positive representations of female athletes. Young women's skills in questioning and criticizing sexualized images should be developed through gender equality and media literacy education. Sexual objectification should be socially opposed. The reasons for the media's dependence on sexualized female bodies should be further examined and discussed.

Keywords: Female athlete, gender discrimination, media, objectification, sexualization

Bu çalışma, Öğr. Gör. Filiz Yeşildal tarafından tamamlanan “Tarihsel süreçte sporcu kadının medyadaki yeri: Kadın sporcunun cinsel nesneleştirilmesi” adlı tezden üretilmiştir.

Sorumlu Yazar/ Corresponded Author: Gülcan Tekin, E-posta/ e-mail: gtekin@agri.edu.tr

GİRİŞ

Nesneleştirme, bir kadının kişiliğinin göz ardı edilerek vücudun, parçalarına indirgenmesidir (Gervais ve ark., 2013). Nesneleştirilmiş bir benlik görüşünün içselleştirilmesi, kendini nesneleştirme olarak adlandırılır (Roberts ve ark., 2018). Cinsel nesneleştirme (cinselleştirme) ise bir kişiyi öncelikle fiziksel ve cinsel çekiciliğine dayalı bir nesne olarak görme, kullanma ve/veya değerlendirme uygulamasıdır (Fredrickson & Roberts, 1997). Cinselleştirme deneyimleri yalnızca cinsel nitelikte değildir; çekici bir görünüm yaratma, sunma, sürdürme ve geliştirme yönündeki toplumsal baskıyı da içerir (Moradi, 2011; Zurbriggen, 2013). Kadınlar, gözlemlenen ve deneyimlenen cinselleştirme nedeniyle çekiciliğin, kadınsı cinsiyet rolünün merkezi bir yönü olduğunu düşüncesine kapılır ve ona ulaşmak zorunda hissederler (Fredrickson & Roberts, 1997).

Goffman'a (1974) göre çerçeve diye bilinen yorum şemaları, bireylerin olayları ve bilgi parçalarını algılamalarına ve tanımlamalarına olanak sağlar. Çerçeveler, mesaj metninin içinde bazı düşüncelere özellikle dikkat çekerken diğerlerini büsbütün görünmez hale getirebilir (Entman, 1991). Çerçeveler, mesajı oluşturanın yargılarını da yansıttığı (Hallahan, 1999) için düşünceleri etkilemede çok önemli bir güce dönüşür (Hiebert, 2003). Medya, toplumun gerçeklik algısını manipüle edebilecek ciddi bir çerçeveleme gücüne sahiptir (Pan & Kosicki, 1993). Bu güçten beslenen medya, toplum ve birey üzerinde son derece etkili hale gelir; habercilik, toplumsallaştırma, sosyalleşme, motivasyon, tartışma-diyalog, eğitim, kültürel gelişim, eğlence ve bütünleştirme gibi önemli işlevlere sahip olur. Çünkü medya mesajları, ortak algısal modlar yaratarak görme biçimlerini şekillendirir, takipçiler tarafından kendi kültürel, sosyal ve bireysel koşullarına göre kullanılıp yorumlanır. Bu durum, otoriter yapıların toplumsal ilişkileri şekillendirmesine neden olur (Fuchs, 2021).

Medya, mesajlarıyla çerçeveleme gücünü; kapsamında yer alan diziler, filmler ve haberlerden alır, bu araçlarla verilen mesajlar toplumun genelinde belirli cinsiyet rollerini ve normlarını güçlendirmesi yanında toplumsal cinsiyet değerlerinin üretilmesinde de gerçekten etkilidir (Pederson, 2002). Bunu yaparken medya, cinselleştirici görüntüleri, metinleri, sesleri ve deneyimleri bilhassa kullanır (Fredrickson & Roberts, 1997). Çok sayıda içerik analizinden elde edilen sonuçlar, cinselleştirmenin müzik klipleri (Aubrey, 2006), basılı dergiler (Stankiewicz & Rosselli, 2008), video oyunları (Burgess ve ark., 2007) ve sosyal paylaşım siteleri (Kapidzic & Herring, 2015) gibi çok çeşitli medya türlerinde geniş bir yer bulduğunu göstermiştir. Medya cinselleştirici tasvirleri özellikle kadınlar, beyaz olmayanlar ve marjinal gruplara yönelik önyargıları sürdürmek için sistematik şekilde kullanılmış (University of

Minnesota Libraries, 2010), bu tasvirler hem kadınların kendini nesneleştirmesine hem de çevrenin onlara karşı olumsuz tutum sergilemesine neden olmuştur (Ward, 2016).

Geleneksel olarak kadınların spora katılım fırsatlarının kısıtlanıp toplumsal baskı altında tutuldukları gerçeği Mariah-Nelson (1994) tarafından “*Vurmanın, yakalamanın, atmanın ve atlamaların tarafsız insani faaliyetler olmadığını, bir şekilde daha doğal olarak erkeklerin alanı olduğunu öğrendik. Sinsi bir şekilde, kültürümüzün erkeklerin profesyonel sporlarına duyduğu saygı ve kadınların spor başarıları konusundaki sessizliği, kadın ve erkek olarak kendimizi nasıl hissettiğimizi şekillendirdi, tanımladı ve sınırladı.*” ifadeleriyle çarpıcı biçimde vurgulanmıştır. Kadınların zamanla elde ettiği fırsatları başarıya çevirmeleriyle elde ettikleri maddi ödüllerin yanı sıra toplumsal cinsiyet eşitsizliği ideolojisi de değişimler görülmüştür (Theberge, 1993). Bu değişimlerin etkisiyle kadın sporcular zamanla artistik patinaj, cimnastik ve tenis gibi kalıplaşmış kadın sporlarının dışına taşmış; futbol, rugby, buz hokeyi, güreş ve boks gibi erkek sporlarının içine hızla dalmıştır. Kadın sporcuların ilk modern olimpiyat oyunlarından günümüze gelen süreçte spora ve olimpiyat oyunlarına katılım oranları ve yarıştıkları kategori sayıları önemli bir düzeye ulaşmıştır (Tekin, 2022).

Bu gelişmeler kadınların modern spor ortamında var olmaya başladığı 19. yüzyıldan itibaren medyanın spora ve kadın sporlarına ilgisini de paralel şekilde artırmıştır (Messner ve ark., 1993). Fink (1998), ABD olimpiyat takımının kadın sporcuları tarafından 1996 Modern Yaz Olimpiyatları’nda elde edilen başarılı sonuçlardan sonra “*Daha önce hiç olmadığı gibi, kadınlar spor dünyasında varlıklarını hissettiriyorlar ve toplumun tüm kadın sporcuları kabul etmesini sağlaması için medyanın elinde zengin bir fırsat var...*” ifadelerini, kadın sporcuların ve kadın sporunun medyanın kapsamı, pazarlaması ve tanıtımında olumlu bir dönüşümün olacağı beklentisiyle sarf etmiştir. Kadın sporcuların medyada yer alma oranları gösterilen güçlü dirence rağmen az da olsa bir değişiklik göstermiş, en azından durağanlaşmıştır. Ayrıca kadınlara karşı cinsiyetçilik, aleni cinsiyetçilik (Benokraitis & Feagin 1995) veya eski moda cinsiyetçilik gibi daha düşmanca formlardan, modern cinsiyetçilik (Swim ve ark., 1995) veya yeni cinsiyetçilik (Tougas ve ark., 1995) olarak adlandırılan daha gizli bir cinsiyetçiliğe evrilmiştir.

Kadın sporunun medya kapsamı üzerine yapılan araştırmalarda, kadın sporcuların temsillerinin sürekli olarak ‘*tartışmalı ve ideolojik*’ bir zeminde gerçekleştiğini ifade edilirken (Messner, 1988) uzun zamandır medyada kadın sporunun kapsamındaki saygısızca ve gayriciddi tutumlar, birçok araştırmacı tarafından özellikle vurgulanmıştır (Schultz, 2005). Ancak kadın

sporcular spora katılım düzeyinde bir eşitliğe kavuşurken çözülmesi gereken birçok sorun mevcudiyetini korumuştur. Kadın sporcuların medya tarafından cinselleştirilmesi en önemli sorunlarından biri olarak günümüze kadar süregelmiştir (Daniels, 2018).

YÖK Ulusal Tez Merkezinde 01.11.2024 tarihinde yapılan gelişmiş tarama sonuçları, ulusal literatürde bu araştırmanın konusunun daha önce çalışılmadığını netleştirmiştir. Dolayısıyla bu araştırmanın sonuçlarının hem tarih hem de spor bilimi alanına katkı yapabileceği hatta konusu itibarıyla başka disiplinlerle de ilgili olduğu için çalışılmaya değer özgün bir araştırma olduğu düşünülmüştür. Konuyla ilgili olan, ulaşılabilen kaynaklarla ve bu kaynaklardan elde edilen bulguların doğruluğuyla sınırlı olan bu çalışmada, medyanın kadın-erkek sporcu arasında ayırım yaparak ve kadın sporcuları birer cinsel nesne olarak yansıtıp istismar ettiği iddialarının ne derece gerçeği yansıttığı, medyanın kadın sporcuyu hangi yollarla cinselleştirdiği ve kadın sporcuların cinsel nesneleştirmeye tepkileri, mevcut bilgi ve belgelere dayanarak anlaşılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır. Amaca uygun olarak araştırmanın soruları şu şekilde oluşturulmuştur: i. *Tarihsel süreçte kadın sporcuların medyada yer alma oranları erkek sporcularla karşılaştırıldığında toplumsal cinsiyet ayrımcılığından kaynaklı bir farklılık söz konusu mudur?* ii. *Tarihsel süreçte medya, kadın sporcuları cinselleştirmeye maruz bırakmış mıdır?* iii. *Medya kadın sporcuları cinselleştirmeye maruz bırakırken en çok hangi yöntemleri kullanmıştır?* iv. *Kadın sporcular, medyanın kendilerini cinselleştirmesine nasıl tepki vermişlerdir?*

YÖNTEM

Araştırmanın yöntemi

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Görüşme, gözlem, döküman ve görüntülerin analizinin kullanıldığı nitel yöntemde (Neuman, 2012), insan deneyiminin ve bakış açısının zengin dokuları incelenir ve bağlamları anlaşılmaya çalışılır; neden-sonuç ilişkisi kurulmaz (Lim, 2024).

Araştırmanın deseni

Çalışmada veri toplanması için öncelikle alanyazın (literatür) taraması yapılmıştır çünkü önceki araştırmalar, sonraki araştırmalar için temel oluşturur (Üstdal & Schulze, 2007). Veri toplama için ayrıca döküman analizi yapılmıştır. Döküman analizi, herhangi bir bilimsel araştırma sürecinin bir aşaması olduğu gibi kendi başına bir araştırma yöntemi olarak değerlendirilebilir (O’leary, 2004). Bu bağlamda tarihsel veya güncel, yazarı belli veya anonim dökümanların hepsi birer veri kaynağıdır (Bailey, 1987).

Araştırmanın veri toplama süreci ve analiz

Analize tabi tutulacak eskiden yeniye dökümanlara ulaşabilmek için YÖK Ulusal Tez Merkezi, SOBIAD, WoS, EBSCO, Scopus, SPORTDiscus, JSTOR, ScienceDirect, Cochrane Library, ACM Digital Library, Embase, DOAJ, Historical Abstracts, SciFinder Scholar, CORE, ASC, ERIC (via ProQuest), Sociological Abstracts ve Google Scholar veri tabanlarında gelişmiş tarama yapılmıştır. Taramalarda *'kadın'*, *'sporcu'*, *'medya'*, *'toplumsal cinsiyet'*, *'cinsellik'*, *'cinsel nesne'*, *'cinselleştirme'* ve *'nesneleştirme'* anahtar kelimeleri Türkçe ve İngilizce dillerinde tekli ve kombine edilerek kullanılmıştır. Tarama sonucunda ulaşılan bilimsel kaynaklar ve bu kaynaklarda sıkça atıfta bulunulan çevrimiçi bilimsel olmayan (magazinsel) dergilerin kapakları ve içerikleri, gazeteler ile televizyon kanalları detaylı inceleme için araştırma kapsamına alınmıştır. Analiz, değerlendirme ve sentezden oluşan bir süreç izlenmiştir.

BULGULAR

Medyada kadın-erkek sporcu ayrımı: Kapsam eşitsizliği

Lumpkin ve Williams (1991), Bishop (2003), Duncan ve Messner (2005) ve Messner ve Cooky (2010), medyanın kadın sporuna ilişkin kamu algılarını şekillendirmedeki etkisini belgelemek için medyayı içerik ve eleştirel analize tabi tutan önemli araştırmacılarıdır. Lumpkin ve Williams'ın (1991) yaptığı öncü çalışmada, *Sports Illustrated* dergisinin 1954-1987 yılları arasında yayınlanan sayılarının yalnızca %8'inin kadın sporcularla ilgili bir makale içerdiği sonucuna ulaşılmıştır. Lumpkin ve Williams'ın (1991) çalışma bulgularına göre, bu dönemde yayınlanan makalelerin 3068'i (%88,8) erkekler tarafından ve 3178'i (%90,8) erkek sporcular hakkında iken makalelerin sadece 280'i (%8,0) kadın sporcular hakkında yazılmıştır. Ağırlıklı olarak tenis, golf ve yüzme gibi *'cinsiyete uygun'* kadın sporcuların haberlerine yer verilmiştir. Hokey, ragbi, futbol, beyzbol, boks gibi klişe *'erkek sporu'* kabul edilen dallarda, kadın sporcu haberine rastlanmamıştır. Erkek sporcuların yer aldığı makalelerin sütun uzunlukları kadın sporculara göre çok daha uzun bulunmuştur. Erkekler hakkında daha çok yazılırken sporcu kadınlara ilişkin haberlerde daha çok görsel kullanılmıştır. İngiltere'deki basılı medyaya (Godoy-Pressland & Griggs, 2014) ve ABD'deki üniversite gazetesi araştırmalarına (Pedersen, 2003) göre, hokey veya futbol gibi takım sporlarıyla uğraşan kadınlar, tenis veya yüzme gibi bireysel sporlarla uğraşanlara veya cinsiyete uygun takım sporlarıyla uğraşanlara göre yıl boyu spor fotoğrafçılığının kapsamında daha az yer almıştır.

Theberge (1993), bu ve benzer benzer bilimsel çalışmalardan cesaret alan feminist eleştirmenlerin, medyanın kadın sporlarını yeterince ele almadığını ve bu nedenle medyanın

'erkekleri kadınlara göre ayrıcalıklı kılan toplumsal cinsiyet ilişkilerinin yeniden üretilmesi' için uygun bir ortam yarattığından rahatsız olduklarını belirtmiştir. Dahası feministler, kadın sporcuların kapsama alındığı nadir anların, *'kadın sporcuları çarpıtan, önemsizleştiren, marjinalleştiren ve heteroseksüelleştiren egemen ataerkil kadın imgeleri etrafında çerçevelendiğini'* ileri sürmüştür. Fink ve Kensicki (2002), Sports Illustrated'da 1997-1999 yılları arasında yayınlanan 958 görselli makaleyi analiz etmiş ve 862 makalede erkek görsellerinin, sadece 96 makalede ise kadın görsellerinin kullanıldığını belirlemiştir. Kadın sporculara ait görsellerin çoğunluğunun spor dışı ortamlara (ör. evde aileleriyle birlikteyken) ait olması, üçte birinde kadın sporcuların spor yaparken görüntülenmesi ve %5'inin pornografik veya cinsel çağrışım yapar nitelikli olması dikkat çekmiştir. Görsel kullanılan veya kullanılmayan makalelerin yalnızca %10'unda kadınlar konu edilmiştir. Bu çalışmanın (Fink ve Kensicki, 2002) sonuçları, Bishop'un (2003) Sports Illustrated'ın 1980-1986 yıllarını kapsayan çalışmasıyla desteklenmiştir. Bu iki çalışmanın, ABD'li kadın sporcuların 1996 Atlanta Olimpiyatları'nda büyük yankı uyandıran başarısının ardından yürütüldüğünü unutmamak gereklidir çünkü medya, kadın sporcu kapsamına getirdiği kısıtlamayı, daha çok milliyetçi bağlılıklar nedeniyle olimpiyat oyunları gibi büyük uluslararası etkinliklerin haberlerinde erkek sporcu temsilini geçmeyecek şekilde gevşetmiştir (Markula, 2009).

Martin ve McDonald (2012), Sports Illustrated veya ESPN the Magazine'e ait 1700'den fazla dergi kapağında, görsellerin sadece %6'sının kadın sporculara ait olduğunu, 1989'dan bu yana neredeyse %50 oranında azalma yaşandığını, erkek sporcuların kapaklarda çok daha yüksek oranda temsil edildiğini belirlemişlerdir. Kadın sporcuların bu iki popüler derginin kapak sayfalarında yer bulma oranlarındaki düşüş, bu konuda kadın sporcular lehine zaman içinde bir gelişmenin olmadığını işaret etmiştir. 1989'dan itibaren ABD medyasında (televizyon) yer alan spor kapsamında kadın sporcuların varlığını değerlendiren boylamsal çalışmalar (Cooky ve ark., 2013), cinsiyete dayalı çok büyük farklılıklarının olduğunu kaydetmiştir: Kadın sporcuların kapsamı 1989-2009 yılları arasında %5'ten endişe verici bir şekilde %1,6'ya düşmüştür. Bu durum basılı medya için de doğrulanmıştır; kadın sporcuların kapsama alanı otuz yıl boyunca (1979-2010) % 2,3'te kalmıştır. Ayrıca, resimli dergilerin boylamsal çalışmaları da asimetrik kapsamın korunduğunu doğrulamıştır (Weber & Carini, 2013).

Frisby (2017), 2012-2016 yılları arasında Sports Illustrated ve ESPN'nin toplam 245 kapak sayfasını, bireysel erkek ve kadın sporcuların tasvirlerini analiz etmek için kullanmıştır. İncelenen kapaklara göre genel olarak kadın sporcu görseli oldukça az kullanılmıştır;

kapakların %88,1'i (n=216) erkek, %11,9'u (n=29) kadın sporcuların görüntülerine ayrılmıştır. Bu durum, beş yıllık bir süre zarfında, spor dergisi kapaklarında kadın sporcuların kapsam yüzdesinin önemli ölçüde değişmediğini ve önceki araştırmacılar tarafından bildirilen seviyelerde kaldığını göstermiştir. Hemen akabinde Murray (2018) tarafından yürütülen analiz çalışmasında Sports Illustrated'ın kapaklarında yer alan kadın sporcu sayısının artmadığı aksine azaldığı belirlenmiştir. Bu tespiti en önemli kanıt, kadın sporcuların kapaklarda 2000-2011'e kıyasla 1954-1965 yılları arasında daha fazla yer almış olmasıdır. Sınırlı kapsamın yanında, kapaklarda yer alan kadın sporcuların cinselleştirilmesi ve sporcu kadınlardan toplumsal olarak kadına uygun veya kadınsı sporlarla ilgilenenlerin haberlerinin öne çıkarılmasına devam edilmiştir.

Kadın sporcuların medyada yetersiz temsil eğilimi, Sports Illustrated ve ESPN ile sınırlı değildir. 2004 yılında 6 haftalık bir süre boyunca ABC, NBC, CBS iştirakleri ile ESPN Sportscenter ve Fox Southern California Sports Report kapsamında spor haberlerini analiz eden Duncan ve Messner (2005), erken akşam ve gece geç saatlerde televizyon spor haberlerinde kadın sporlarının yeterince bildirilmediği sonucuna varmıştır; yayın süresinin %91,4'ü erkek sporlarına, %6,3'ü kadın sporlarına ve %2,4'ü cinsiyetten bağımsız konulara ayrılmıştır. Bu rakamlar, 1999 yılında yayın süresinin %8,7'sinin kadın sporlarına ayrıldığı dönemden bu yana bir düşüş olduğunu göstermiştir. ESPN Sportscenter ve Fox Southern California Sports Report bu konuda çok daha cimri davranmıştır. Fox, neredeyse her kadın haberine karşı 15 erkek haberi yayınlarken ESPN Sportscenter için bu oran 1'e 20'dir. ABC, NBC, CBS iştiraklerinde her yayın bir şekilde erkek sporlarını kapsarken Fox ve ESPN Sportscenter yayınlarının neredeyse yarısı kadın sporlarıyla ilgili hiçbir içerik sunmamıştır (Duncan & Messner, 2005). Messner ve Cooky (2010), ağ bağlantılı haber kapsamında, kadın sporlarının yüzdesinin 1999 yılında 9'a, 2004'te 6'ya ve 2009'da 2'ye düştüğünü tespit etmiştir. Benzer yüzdesel düşüşün ESPN Sportscenter içinde geçerli olduğu kaydedilmiştir; kadın sporcular yayın süresinin 2004'te %2'sini, 2009'da yalnızca % 1'ini alabilmiştir. Bir zamanlar *'kadın sporlarının TV haberlerinde evrimsel bir artış olacağı yönündeki iyimser öngörünün tutmadığı'* ve televizyon haberlerinde kadın sporlarına ayrılan kapsamın 1995'ten itibaren azaldığı ortaya konulurken feministlerin uzun zamandır dillendirdiği *'kadın sporlarının kapsam olarak azlığı'* iddialarını ve *'sporun yalnızca erkekler tarafından, erkekler hakkında ve erkekler için'* olduğu söylemini desteklemiştir. Bu eşitsizlik göz önüne alındığında, *'herkesin kadın sporlarının popüler olmadığını ve neredeyse yok olduğunu'* varsayması oldukça kolaylaşmıştır (Rayburn ve ark., 2015).

Medyanın en sık kullandığı cinselleştirme yöntemleri: Ünlü kadın sporculardan örnekler

Kadınlar medyada sadece niceliksel olarak yetersiz temsil edilmemekle kalmamış, niteliksel olarak da ayrıma uğramışlardır (Kamalian, 2017). Bu tür ayrımcılık, kadınların fiziksel, zihinsel ve duygusal olarak ‘zayıf cinsiyet’ olarak klişeleştirilmesi, görseller ve dil ile cinselleştirilmesi yoluyla gerçekleştirilmiştir (McClearen, 2017).

Sporcu kadınların medya görselleri üzerine yapılan birçok araştırmada, kadın sporcuların genellikle cinselleştirilmiş pozlarla servis edildiği ortaya konmuştur (Cranmer ve ark., 2014; Duncan & Messner, 1998; Fink & Kensicki, 2002; Lumpkin, 2007; Vincent ve ark., 2007). ABD’de yayınlanan basılı yayınlar üzerine Cranmer ve arkadaşları (2014), Fink & Kensicki (2002) ve Lumpkin (2009) tarafından yapılan araştırmalarda kadın sporcuların fotografik cinselleştirilmesine dair kanıtlar bulunmuştur. Carty (2005) tarafından yapılan çok geniş kapsamlı çalışmada ESPN, ESPN2 ve NBC kanallarında yayınlanan 1996 Yaz Olimpiyatları’ndaki ilk maç, 1999 Kadınlar Dünya Kupası, 2000 NCAA Basketbol Turnuvası, 2001 ve 2002 Kadınlar Ulusal Basketbol Birliği (WNBA) normal sezon maçları sırasında yayınlanan televizyon reklamları; ayrıca Gear, Sports Illustrated, Women’s Sport and Fitness ve The National Sports Review dergilerinin basılı reklamları analiz edilmiştir. Seçilen görsellerin her birinin bir şekilde kadın sporcuları cinsel nesne olarak tasvir ettiği ve tasvirlerin, erkek izleyicilere hitap etmek için sporcuları cinselleştirecek şekilde kurgulandığı yönünde görüş bildirmiştir. Benzer tespitler Vincent ve arkadaşları (2007) tarafından İngiltere’de yapılan araştırmayla elde edilmiştir.

Görselle desteklenen temsilin görünürdeki gerçekliği, çok fazla kültürel anlam taşır ve gerçeği temsil ettiği daha kolay kabul edilir (Barthes, 1977). Bu nedenle medyanın sağladığı görseller tutumlarımız, inançlarımız ve davranışlarımız üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir, tamamen ayrı ve çok daha büyük öneme sahip anlamlar ve çağrışımlar yaratabilir. Çünkü fotoğraf gibi görseller, anlık görüntülenen nesne, olay veya bireye ek anlam yükleyen güçlü kültürel sembollerdir (Kang, 1997). Bu tür temsiller kırpma, küçültme, büyütme ve rötuşlama gibi yapay müdahalelerle estetik yorum eklemeye olanak sağlayan fotoğrafın; doğallık, gerçekçilik ve otantiklik havası yaratma gücü göz önüne alındığında daha da ikna edici hale gelir. Cinsellik içeren pozların işlevini Kuhn (1985), “*bir kadının cinselliğinin görüntüsüne sahip olmak, görüntü ne kadar kitlesel olarak üretilirse üretilsin bir şekilde kadına sahip olmak, onun üzerinde bir dereceye kadar kontrol sağlamaktır*” ifadeleriyle vurgulamıştır. Diğer taraftan fotoğrafın aktarmış olduğu bilgi nadiren sorgulanır (Barthes, 1977; Bowman & Daniels 1995; Duncan, 1990).

Kadın sporcuları cinselleştirmenin bir diğer yolu medya dilidir. Lumpkin ve Williams'ın (1991) analizine göre Sports Illustrated'da yayınlanan makalelerde kadın sporcular sık sık güzel, seksi, seks sembolü, sarışın, zarif, mükemmel gibi kelimeleri içeren özel bir dil kullanılmıştır. Medya yapımcıları bu tür ifadeler kullanarak, idealize ettikleri heteroseksüel erkek izleyici kitlesinin yalnızca *'geleneksel olarak çekici kadınları'* değil aynı zamanda tenis oyuncularını veya cimnastikçiler gibi *'küçük kızları ve sevgilileri'* de tercih ettiğini varsaymıştır (Markula, 2009). Ayrıca, *"çekirdek aile içindeki sporcu kadınların sık sık erkeklerin anneleri/eşleri/kız arkadaşları olarak tanımlanması, kadınların basmakalıp 'erkeksi' sporlara katılımını çevreleyen homofobiye karşı savunmacı bir yanıt olarak hizmet ederken aynı zamanda 'kadın sporunun erkek sporu için ciddi bir tehdit olmadığını ve dolayısıyla daha az önemli olduğunu etkin bir şekilde garanti altına alır."* (Markula, 2009).

Medyada kadın sporcular, kullanılan görseller ve dil aracılığıyla sık sık cinselleştirilerek suistimal edilmiştir. Hepsine yer vermek mümkün olmadığı için diğerlerine göre çok daha tanınmış bazı sporculardan örnekler verilmiştir.

Avustralya Futbol Ligi (AFL) Charlton oyuncusu Tayla Harris, Western Bulldogs'a karşı oynanan bir maç sırasında, oyuncunun topa vuruşundan hemen sonra çekilen ve spor becerisini gösteren oldukça estetik bir fotoğrafının sosyal medyada paylaşılmasından sonra yapılan cinsiyetçi yorumlara, Instagram'da *"İç bacak kaslarım iyi ama aşağılayıcı ve cinsiyetçi yorumlar iyi değil."* diyerek yanıt vermiş, bu fotoğrafın altına Twitter'da *"İş yerinde çekilmiş bir fotoğrafım... Hayvanlar, aşağılayıcı yorumlarınızdan önce bunu düşünün."* yazmıştır. AFL yazarı Sarah Black bu fotoğrafa yapılan yorumlar için *"iğrenç, mide bulandırıcı ve sürekli; bazıları taciz, bazıları ise açıkça kadın düşmanlığıydı"* ifadelerini kullanmıştır. Tayla Harris, sosyal medyada yapılan bu yorumları izleyerek trolleri engellemesi için birini işe alması karşılığında ücretinden vazgeçmeyi AFL Başkanlığına teklif etmiştir (BBC, 2004). Medyada Serena Williams hakkında yer alan cinselleştirici yorumların çoğu onun nasıl görüldüğüne, fiziğine ve özellikle cinsiyet kimliğine yoğunlaşmış, kaslı fiziği de dahil olmak üzere fiziksel görünümüne dayanarak birçok yorumda kadın olarak tanımlanıp tanımlanmaması gerektiği sorgulanmıştır. Onunla ilgili yorumlarda her türlü (duygusal, fiziksel ve cinsel) tacizi görmek mümkündür: *"Bu bir erkek mi yoksa bir kadın mı?" "S..tir git Serena Williams erkeği."* *"Serena Williams hiç erkek olduğu için test edildi mi?" "Elbette bir noktada o devasa uylukların arasına giren testis torbasını görebiliyordum."* Bazı sosyal medya kullanıcıları daha da ileri giderek Williams'ı *'transseksüel'* olmakla suçlamıştır: *"Serena Williams bir*

transgender, o kaltak bir canavar.” “Eğer bir transseksüelle, Bruce Jenner veya Serena Williams ile birlikte olmaya zorlansaydın, hangisini tercih ederdin?” (Litchfield ve ark., 2018). Williams’ın fiziksel görünümünü eleştiren ve cinsiyet kimliğini sorgulayanların çoğu, onun kadınlarla değil erkeklerle tenis oynaması gerektiğini düşünmüştür. Çok kuvvetli olduğu için Wimbledon’da kadınlara karşı oynaması eleştirilmiş ve “Bu bir adam!!!! Erkeklerle oynamalı, kadınlarla yarışmamalı. Kertenkelelerle yarışan bir dinazor gibi.” tarzında çirkin yorumlara maruz kalmıştır. Serena Williams’ın cinsiyetinin sorgulanması, tekler karşılaşmasında kız kardeşine karşı oynadığında daha da artmıştır. Hem Serena hem de Venus Williams, birbirlerine karşı oynadıklarında cinsiyetlerine atıfta bulunularak kız değil erkek kardeş oldukları iddia edilmiştir. Her iki sporcu da bu tacizcilerle muhatap olmak zorunda kalmıştır: “Turnuvanın en iyi erkek karşılaşması olma potansiyeline sahip.” “En iyi adam, o gün kazandı.” “Gördüğüm kadarıyla Venus abisine yine kaybetti.” (Litchfield ve ark., 2018). Medyada Williams kardeşler ile diğer tenisçiler arasında ayırım yapılması yaygın olarak görülmüş, birçok araştırma Williams kardeşlerin medya temsillerinde ‘öteki’ olarak kabul edilmelerini yansıtmıştır (Douglas, 2002; Hobson, 2003; Spencer, 2004; Schultz, 2005). Williams’ın cinsiyetine atıfta bulunan bu çevrimiçi cinsiyetçi içerik, geleneksel basılı medyada temsil edilen hikayelerle örtüşmüş ve kariyeri boyunca ortak bir tema olmuştur. Örneğin Rusya Tenis Federasyonu Başkanı Shamil Tarpishev, Williams kardeşlerden ‘Williams biraderler’ diye bahsetmiştir (The Guardian, 2014). Cinsiyet kimliğiyle ilgili olarak diğerlerinden çok daha kaba bir şekilde ve şiddet içeren bir dizi yorumlar da yapılmıştır. Genellikle Twitter’da rastlanan bu yorumların birçoğunda Williams’a, fiziksel görünümü ve cinsiyet kimliği nedeniyle şiddet tehdidinde bile bulunulmuştur: “..ktir git Serena Williams, pipini (aslı en argo hali) çıkar.” “Biri Serena Williams’ı öldürsün. O bir erkek.” “Serena Williams’ın 33 yaşında hala bakire olduğunu duydum. Bunun doğru olup olmadığını bilmiyorum ama o kollarıyla asla olmayacak bir şey var: tecavüz kurbanı.” Bu tür yorumlar, kadın sporcuların geleneksel güzellik ve kadınlık standartlarına uymadıkları sürece eleştirildikleri ve/veya sorgulandıkları fikrini pekiştirmiştir (Litchfield ve ark., 2018).*

Maria Sharapova, dünya sahnesinden geçmiş ve en tanınmış kadın sporculardandır. Sharapova’nın ‘Grand Slam’ tekler şampiyonlukları ve ödül paralarından elde ettiği kazançlar kendi başına etkileyici olsa da (Badenhausen, 2016) medya daha çok onun fiziksel görünüşüyle

* William Bruce Jenner, 1976 Montreal Yaz Olimpiyatları’nda erkekler dekatlonda dünya rekoru kırarak altın madalya kazanmıştır. Nisan 2015’te trans bir kadın olduğunu açıklamış ve temmuz ayında Caitlyn Marie Jenner adını almıştır.

ilgilenmiştir. Sharapova'nın geleneksel kadınsı görünümü ve güzelliği, onu (en azından bazılarının zihninde) cinsel açıdan arzu edilir biri haline getirmiştir (Badenhausen, 2015; Prince, 2015). Maria Sharapova hakkında 2015 Wimbledon Tenis Turnuvası süresince Facebook ve Twitter'da yer alan yorumlar Litchfield ve arkadaşları (2018) tarafından analiz edilmiş, iki haftalık turnuva süresince Twitter'da 159, Facebook'ta 51 taciz içerikli yoruma rastlanmıştır. Maria Sharapova etrafında dönen baskın ve sürekli taciz biçimleri genel fiziksel görünümünden 'cinsel bedenine' kadar değişmiştir. Sharapova'nın genel fiziksel güzelliğine odaklanan ve kabul edilebilir nitelikteki Facebook yorumlarından bazıları şunlardır: *"Güzel bayan."* *"Çok güzel görünüyorsun."* *"Benim bir numaralı bebeğim Maria."* *"Çok tatlı Maria, güzelsin."* *"Senden hoşlanıyorum"* *"Sevimli kız."* *"Benim güzel rüya kızım."* *"Seni seviyorum bebeğim."* *"Maria Sharapova, spor dünyasının en güzel kızı."* Sharapova'nın cinsel bedenine odaklanan yorumlar ise makul sınırları aşmıştır: *"Aman Tanrım SEXYPOVA."* *"Güzel vücut ve popo."* *"Maria güneş gibi ateşli! Seksi!"* *"Bu kıızı istiyorum."* *"Maria çok tatlı, beni deli ediyor."* ve *"Hadi kızım, benim seksi meleğim olabilirsin!"* Hatta Twitter'da çok daha aşırı bir cinsel istismar dili kullanılmıştır: *"Seksi Rus tenisçi sürtük."* ve *"Maria Sharapova'nın çılgılığı çok ateşli."* Bunların dışında bazı yorumlar duygusal anlamda alay ve saldırganlık içermiş ve bir kısmı Sharapova'nın tenis topuna vururken çıkardığı yüksek sese atıfta bulunmuştur. Hatta bu ses medya, diğer oyuncular ve hayranları tarafından eleştirilmiştir: *"Maria Sharapova çeneni kapat ve sadece 5 dakika tenis oyn."* *"Aptal geveze ..ospu."* *"Maria Sharapova şımarık, zayıf bir ..ospu."* *"Tenis, Maria Sharapova olmadan daha iyi bir spor olurdu. Sinir bozucu ..ospu."* ve *"Maria Sharapova hilekar bir ..ospusun."* Litchfield ve arkadaşları (2018) tarafından yapılan bu çalışmada cinsel tehdit boyutuna ulaşan ve daha da argolaşan birçok yoruma da rastlanmıştır. Bu araştırmanın yazarları tarafından çok aşırı argo içermesi bu yorumlara yer verilmemiştir. Okuyucunun, yorumların ne derece aşağılayıcı ve iğrenç bir cinsellik boyutuna ulaştığını verilen örneklerden tahmin edebilecekleri düşünülmüştür.

Anna Kournikova, dünyanın en çok fotoğrafı çekilen spor ünlülerinden birisi olması yanında spor giyim üreticisi Adidas ve Bereli gibi markalarla yaptığı sponsorluk anlaşmalarıyla en yüksek ücret alan tenis oyuncularındandır (Harris & Clayton, 2002). Tenis partneri Martina Hingis ile kadınlar çiftlerde dünya 1 numarası olarak derecelendirilmiştir ancak teklerde sekizinci sıraya kadar yükselebilmiştir. Geçirmiş olduğu yaralanma nedeniyle 21 yaşında sporu bırakmıştır. Liang (2011) *'Medyanın Kadın Sporcuları Cinselleştirmesi: Modern Oyun İçin Kötü Bir Talep'* adlı makalesinde, medyanın kadınların değerinin fiziksel çekiciliğe dayandığı fikrini güçlendirdiği, bunu yaparken kadın sporcuların vücutlarının özellikle belli bölümlerinin

yakın çekimlerini ve (cinsel) tahrik edici pozlarını kullanıp onları cinselleştirdiğini savunmuştur. Bu makalede belirtilen sporcu örneklerinden biri, medyanın yetenekli bir sporcu olmaktan çok bir cinsellik sembolü olarak öne çıkardığı ve kadınların spordaki değerinin öncelikle fiziksel görünümüne dayandığı mesajını verdiği tenis oyuncusu Anna Kournikova'dır. Sun and Mirror gazetesinde Wimbledon 2000 ve İngiliz gazetelerinden rastgele seçilmiş bir grupta Wimbledon 2001'in medyadaki kapsamını analiz eden Harris ve Clayton (2002) şu sonuca varmışlardır: *"Medyanın olağanüstü miktarda dikkatini çeken bir kadın sporcu var. Anna Kournikova medya görünürlüğüyle istisna bir kadındır ve spor haberlerinde kadın sporcuların 'görünmez' kılındığı sonucuna ters düşer."* Kournikova'nın temsil edilme biçimi, medyanın kadın sporcuları dışlaması hakkındaki 'evrensel kurala' bir istisna olmuştur: *"Anna Kournikova, 44 gazete örneğinde 27 makalede/fotoğrafta yer aldı ve toplam kadın haberlerinin %34'ünü oluşturdu. Kournikova ile ilgili 27 makalenin 18'i (%67) tenisle ilgili değildi."* Kournikova'nın toplam kadın haberlerinin üçte birinden fazlasında yer alması ve hakkındaki makalelerin yüzde 67'sinin tenisle ilgili olmaması, onun büyük ölçüde spora odaklanmayan bir şekilde temsil edildiğini göstergesi olmuştur. The Sun gazetesi 2003 yılında o yılki Wimbledon tenis turnuvası boyunca, oynamış olsun ya da olmasın her gün Anna Kournikova'nın bir resmini yayınlamıştır (Longhurst ve ark., 2008). Kournikova, medyada büyük ölçüde cinselliği açısından tasvir edilmiştir. Haberlerde daha çok buz hokeyi oyuncusu Sergei Fedorov ile olan ilişkisine atıfta bulunulmuş, 'model', 'göz alıcı kız' ve 'bebek' gibi ifadelerle görünüşü hakkında yorum yapılmıştır. Kournikova'nın medya kapsamına diğer bazı örnekler, bir fotoğrafında *'güneşte cayır cayır yakan'* şeklinde tanımlanması, internette bir spor sütyeni markasına modellik yapması ve ilk tur maçında hayranlarından *'evlilik teklifleri'* almasıdır (Harris & Clayton, 2002). Medya kapsamında yer alan sözde tenisle ilgili makaleler ve haberler, Kournikova'nın görünüşüne ve çekiciliğine yoğunlaşmış, onu bir sporcudan daha çok bir model ve seks sembolü olarak sunmuştur. Kournikova'nın bu temsil şekli diğer sporculardan tarafından eleştirilmiştir. 2001 yılında New York Magazine web sitesindeki bir makalede Chris Smith bu eleştirileri şöyle ifade etmiştir: *"Lindsay Davenport, tur genelindeki kızgınlığını Kournikova'yı 'sirk gösterisi' yapmakla suçlayarak dile getiriyor. Somurtkan sarışın, diğer kadın sporculara kibirli bir küçümsemeyle davranıyor ve genellikle şüpheli sakatlıklarla maçlardan çekiliyor. Ve geçen yıl tenisten kazandığının on beş katını sponsorluklardan kazandı."* (Smith, 2001). Tenis gazetecisi Paul Fein (2019) tarihli makalesinde, medyanın kadın sporcuları haksız tasviri nedeniyle kadın sporcuların cinsiyet eşitliğine ulaşamadığına inanan Yeni Zelanda Olimpiyat Komitesi'nden Ashley Abbott'un

eleştiri ve iddialarına sözde karşı çıkarken her iki cinsiyet arasında geleneksel bakış açısına bağlı bir ayırım yaptığını kabul eden bir açıklama yapmıştır: “*Hem erkek hem de kadın sporcuların güzelliğini ve hatta çekiciliğini nicelik, dil ve saygı açısından eşit şekilde, yazdım. Kadınları biçimli, kıvrımlı ve muhteşem olarak, erkekleri ise yakışıklı, güçlü ve kaslı olarak tanımladım.*” Her iki cinsiyet için çekicilik, cinsellik ve sporun daima sembiyotik bir ilişki içinde olacağını belirten Fein’e göre erkeklerin dik dik bakmasından rahatsız olan kadınlar zaman zaman başka telden çalmaktadırlar: “*Aslında kadın sporcuların cinsel nesnelere dönüştürülmesini kınamasına rağmen bazı kadın seyirciler, pazıları şişkin Nadal’ın müsabaka sırasında tişörtünü değiştirmesine bile ‘ooh’lar’, ‘aah’lar ve ıslıklarla tepki veriyorlar.*” (Fein, 2019).

Kournikova’ya gösterilen medya ilgisi, finansal kazancı ve şöhreti, bir tenis oyuncusu olarak gösterdiği başarı ile çelişmektedir. Buna rağmen haber analizlerinin büyük bir kısmının bu sporcuya odaklanması, cinsiyete dayalı spor formülündeki önemli bir belirleyici olan ‘*algılanan cinsiyet uygunluğu*’ ile açıklanmıştır (Harris & Clayton, 2002). Ona duyulan ilgi ve kullanılan genel söylemlerde onun güzel, zayıf ve süper bir modelin fiziğine sahip olmasının öne çıkarılması geleneksel kadın temsiline sunulması çabalarıdır. Zaten Kournikova da diğerlerinden farklı olmaktan memnun olduğunu ifade etmiştir: “*Ben Venus Williams değilim, Serena Williams değilim. Ben kadınsıyım. Onlar gibi görünmek istemiyorum. Onlar gibi erkeksi değilim!*” (Baggett, 2010). Kournikova tarafından her şekilde örneklenen baskın kadın fizikselliği ve davranışı, hegemonik kadınlık olarak görülmüştür. Hegemonik kadınlığın inşası, erkek egemenliğinin çıkarlarına hizmet eden cinsiyetçi spor formülünün ayrılmaz bir parçası olmuş, kadınların baskınlığından ziyade erkek hakimiyetini kurma amacına hizmet etmiştir (Harris & Clayton, 2002).

Maria Sharapova, medya tarafından kadınlığının vurgulanmasıyla aşırı heteroseksüelleştirilme eğilimine maruz kalırken ünlü tenisçi Amelie Mauresmo’nun cinsiyet kimliği ve cinsel yönelimleri sorgulanmıştır (Koivula, 1999). Amelie Mauresmo, ciddi anlamda kortlarda boy göstermeye başladıktan sonra fiziği ve cinselliği hakkında genellikle diğer sporculardan gelen çeşitli eleştirilere katlanmak zorunda kalmıştır (France, 2006). Mauresmo, 1999 Avustralya Açık’ta Davenport’u yenip finalde Hingis’e kaybetmiştir. Mauresmo’nun bu ilk finali, sportif yorumlardan çok homofobik tepkilere yol açmıştır. *New York Times*’da yazan Clarey’e (1999) göre, Mauresmo’nun turnuvaya kız arkadaşıyla birlikte katılması ve lezbiyen olduğunu açıkça ifade etmesi, turnuvanın galibi Hingis’in şu açıklamayı yapmasına neden olmuştur: “*Kız arkadaşıyla burada. Neredeyse erkek gibi.*” Mağlup olan ancak en az onun

kadar rahatsız görünen Davenport ise şöyle demiştir: “Birkaç kez bir erkekle oynuyormuşum gibi hissettim.” Avustralya medyasında Mauresmo ile ilgili yer alan kapsamlarda, Mauresmo’nun beden yapısı ve cinsel kimliğine yönelik söylemler, Anna Kournikova’nın aşırı cinselliğini öne çıkaran söylemlerden çok daha farklıdır (Rowe, 2004). Kournikova heteroseksüel ve kadınsı görünümü olarak temsil edilirken cinsel tercihi gizlemeyen Mauresmo, erkeksi fiziksel gücü ve cinsel kimlik tercihi ile haberleştirilmiştir (Harris & Clayton, 2002). Mauresmo’nun ünlü erkek tenis oyuncusu Murray’nin antrenörü olarak atanmasıyla ilgili Yahoo! yorumları, hegemonik erkeklik ve homofobinin birçok söylemin merkezi olduğunu göstermiştir (Coche & Le Blond, 2018).

Kadın sporcuların cinselleştirilmeye tepkileri

Günümüz toplumunda yaygın kullanımı ve sürekli varlığı nedeniyle özellikle sosyal medya, genç kadınların yaşamlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya platformları, ideal beden imajlarına ilişkin algılarını yönlendiren ve şekillendiren görüntülere yer vermeyi artırmıştır. Sosyal medyaya güvenme alışkanlığı, başta kadın bedeni olmak üzere çeşitli cinselleştirilmiş görüntülere maruz kalmayı artırmıştır. Cinselleştirilmiş imgelerin ergenlik çağındaki kadınlar üzerindeki etkileri daha çok Sosyal Karşılaştırma Kuramı (SKK) ile açıklanmaya çalışılmıştır.

Öncelikle ve özellikle söylemek gerekirse genç kadın sporcular, medyanın kadını cinselleştirme uygulamalarından olumsuz etkilenmektedirler. Literatür, daha psikolojik, zihinsel ve sosyal olumsuzluklara neden olan bu etkileri ortaya koyan birçok çalışmayı barındırmaktadır. Örnek olması açısından bazı çalışmalara değinilmiştir. *Sosyal medyanın genç kadınların beden imajı endişelerine etkileri: Kuramsal perspektifler ve araştırma gündemi* adlı makalesinde Perloff (2014), SKK’ye göre genç kadınların kendilerini sosyal medyada sunulan imgelerle karşılaştırdıklarını ve bunun beden memnuniyetsizliğine ve olumsuz benlik algısına yol açtığını belirtirken nesneleştirme kuramına göre sosyal medyanın kadın bedenlerini nesneleştirmesinin, kadınların bu nesneleştirici mesajları içselleştirmesine, bedenlerini bakılması ve değerlendirilmesi gereken nesneler olarak görmesine yol açtığını ileri sürmektedir. Yetiştirme kuramına göre ise sosyal medyada bedenle ilgili içeriklere sürekli maruz kalmanın, beden normlarına ilişkin çarpık bir algı yarattığı ve olumsuz beden imajı ideallerinin içselleştirilmesine yol açtığı işaret edilmiştir. Bissell (2004), medyanın sporcu kadınları idealize edilmiş fiziksel modeller olarak tasvir etmesinin, kadın sporcuların beden imgesi üzerindeki etkisini belirlemek için yürüttüğü çalışmada; medyanın kadınları zayıf veya fit olarak tasvir ederek gerçekçi olmayan standartlar yaratabildiği, insanların kendilerini başkalarıyla özellikle

de medyadakilerle karşılaştırarak değerlendirdikleri, medyaya daha fazla maruz kalan sporcuların daha yüksek düzeyde beden imgesi ve yeme davranışı bozukluğuna sahip oldukları belirlenmiştir. Riebock ve Bae (2013) bu tasvir biçimi ile kadın sporcuların artan beden memnuniyetsizliği, kendini nesneleştirme ve cinselleştirilmiş medya tasvirlerine maruz kalma arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koyarak Grabe ve arkadaşları (2008) tarafından belirlenen cinselleştirilmiş medya görüntülerinin kadın sporcuların fiziksel ve ruhsal sağlığını zayıflatan zararlı bir ortam yaratabileceği bulgusunu desteklemiştir. Harrison ve Fredrickson (2003), medyaya maruz kalmanın hem siyah hem de beyaz ergen kadınlarda daha yüksek düzeyde kendini nesneleştirme ve daha zayıf ruh sağlığı sonuçlarıyla ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Çalışma, medya mesajlarının ergen kadınların iyi olma hallerine potansiyel etkisine ışık tutması ve kadın sporcuların daha olumlu temsillerine olan ihtiyacı medya endüstrileri, spor organizasyonları ve ebeveynlere hatırlatan çıkarımları ve onları kolektif sorumluluğa davet etmesi açısından önemlidir (Harrison & Fredrickson, 2003).

Davis'e göre (2001) aslında spor asexual değildir ve tam tersine cinselleştirme için pek çok fırsat sunan bir pratiktir bu nedenle cinselliğe oldukça müsait bir ortam yaratır. Davis'e göre iki tür cinselleştirme vardır. İlki zararsız ve nesneleştirici olmayandır ve spor aktivitesinin doğasında vardır ve bu aktivite tarafından motive edilir. İkincisi, belirli vücut bölgelerine ve cinsel imalar içeren pozlara odaklandığı için nesneleştiricidir. İlk tür, cinsellikle ikincisi ise cinselleştirmeyle ilişkilidir. Davis, cinsellik ve cinselleştirme arasındaki ayrımı büyük ölçüde sporcunun nesneleştirilip nesneleştirilmediğine dayandırmıştır (Davis, 2001). Nesneleştirme, insanların özerklik ve bütünlükten yoksun olarak muamele görerek nesne haline getirilmesi olduğundan duygular ve deneyimlerle ilgilenilmemekte ve bedensel bütünlük ihlal edilebilmektedir. Bu bağlamda, başka bir kişinin kendi cinsel hazzı için bir araç olarak tasvir edildiği cinsel nesneleştirmeden de söz etmek mümkündür (Nussbaum, 1995).

İngiliz medya araştırmacısı McNair (2002) bir adım daha ileri giderek '*striptiz kültürü*' ve '*porno şıklığı*' kavramlarını kullanmış, pornografik unsurların medya aracılığıyla günlük yaşama tecavüz ettiği ve bu nedenle kamusal alanda pornografikleştirmenin toplumsal olarak kabul edilebilir ve hatta arzu edilir hale geldiği kültürel bir sürecin varlığını işaret etmiştir. Ona göre '*İletilen görüntüler porno olmamakla birlikte pornografik estetik*' kullanılmıştır (McNair, 2002). Benzer bir tespit "*Genç sporcu kadınlar, giyimleriyle ve vücut hareketleriyle 'kadın erotizmi' sinyali veriyorlar.*" ifadelerini kullanan Pfister (2001) tarafından da yapılmıştır. Li ve arkadaşları (2021) dört farklı spordan (basketbol, futbol, tenis ve atletizm) 10 elit düzey kadın sporcunun Instagram paylaşımlarını içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Fiziksel

görünümle ilgili en çok paylaşım basketbolcular, kişisel yaşamla ilgili en çok paylaşım futbolcular, spor performanslarıyla ilgili en fazla paylaşım atletizm sporcuları tarafından yapılmıştır. Genel olarak fiziksel çekicilikle ilgili gönderilerin oranının yüksek olmasının, güzellik standartlarını korumaları için kadınlara yapılan kültürel baskıların bir sonucu olabileceği düşünülmüştür. Ayrıca profesyonel bir sporcu olmanın sorumlulukları ile sosyal medya fenomeni olmanın gereklilikleri arasında bir denge sağlama ihtiyacının, spor performansı ile ilgili yapılan paylaşımların düşük yüzdesine yansımış olabileceği sonucuna varılmıştır.

Diğer taraftan Nussbaum, (1995), Pfister, (2001), McNair, (2002) tarafından yapılan çalışmalarda birçok kadının ve kadın sporcunun medyada cinselleştirilerek temsil edilmeye gönüllü olarak onay verdikleri ileri sürülmüştür. Carty (2005) benzer tespitlere Brandi Chastain ve Jenny Thompson adlı sporcular açısından ulaşmıştır. Brandi Chastain 1999 Dünya Kupası final maçında golünü attıktan sonra formasını çıkarıp salladığında medyanın inanılmaz ilgisini çekmiş ve reklam değerini yükseltmiştir. Bu görsel, tüm yazılı ve görsel basında yer almıştır. Bu davranışın nedeni, doğal süreçte gelişen bir hareket gibi gözükse de (erkek futbolunda çok sık karşılaşılır) aslında sporcuların bazı durumlarda cinselliklerini kasıtlı olarak vurgulayarak pazarlama peşine düşmesi olarak değerlendirilmiştir (Carty, 2005). Chastain aynı yıl içinde Nike markası için *Gear* dergisinde yayınlanan reklamda, ayağında sadece Nike kramponları varken çıplak poz vermiştir. Chastain kendini; yoğun fiziksel antrenmanlarla kazandığı sıkı, kaslı ve formda vücudunu gösterdiği ve fotoğraftaki görünümün vücudunu nesneleştirmede olduğu şeklinde savunmuştur. Tam aksine ona göre bu görsel, spor ve gücün ifadesiydi: “*Ben bu vücut için kıçımı yırttım. Bununla gurur duyuyorum.*” (Sullivan, 1999).

Birçok kişi tarafından gelmiş geçmiş en iyi kadın yüzücü olarak anılan Jenny Thompson, *Sports Illustrated* için 2002 yazında üstsüz bir poz vermiştir. İki yumruğunu sıkarak göğüslerini stratejik bir şekilde kapatan Thompson bu pozu verirken tıpkı Chastain gibi, cinsel çekiciliğini yansıtmayı değil kaslarını, kas güzellliğini ve gücünü göstermeyi amaçladığını ifade etmiştir. Her iki sporcu, bedenlerinin bir arzu metası olarak incelenecek nesneler olmadığını, başarıları nedeniyle bedenlerine saygı duyulması gerektiğini belirtmiştir (Carty, 2005). Chastain ve Thompson sarışın, beyaz ve fiziksel olarak fit kadınlardır ki bu erkek fantezisinin ideal kadın imajıdır; geleneksel kadınlık kavramına bu açıdan uydukları için, kasları tehdit edici olarak görülmemiştir. Bu nedenle hem güçlü hem de çekici olarak algılanma lüksüne sahip olmuşlardır. *Gear* ve *Sports Illustrated* ağırlıklı olarak erkek okuyucu kitlesini hedeflemiş yayın organlarıdır. Çıplaklık, Chastain ve Thompson açısından bireysel olarak motive edici

olabilir ama onlar, bu pozlarla erkek bakışının kabul ettiği sınırlar içinde ‘uygun, sporcu ve kadınsı’ olarak mükemmel bir şekilde konumlandırılmıştır (Carty, 2005).

Postfeminist perspektiften yaklaşan araştırmacılar, bu tip temsillerin kadınları ‘güçlendirdiği ve özgürleştirdiğini’ ileri sürmüşlerdir. ‘Kadın bedenlerinin haz ve arzu alanı olarak gösterilmesi, kadın uzuvlarının arzu nesneleri olarak fetişleştirilmesine hizmet etse de kadınların kendi bedenlerini bir haz, güç, özgürlük ve meşrulaştırma kaynağı olarak yeniden değerlendirmelerine de olanak sağlayabilir.’ (Goldman ve ark., 1991). Kasların, vakar ve irade gücü sağladığını savunan Bruback (1996) meseleyi şöyle açıklamıştır: “Bu, süper modellerde olduğu gibi bir kadına bahsedilen cinsel çekicilik değildir. Sporcu çekicilik, gücünü dürüstçe elde etmiştir. Bu sağlıklı bir fetişizm türüdür ve bize kadın bedenlerini ayrıntılı olarak takdir etmeyi öğretir. Kadınlar yavaş yavaş kendilerine geldikçe, daha önce sadece kiraladıkları bedenlerinde nihayet kendilerini evlerinde hissetmeye başladılar.” Kızak sporcusu Jean Racine, ‘cinsel çekicilik ve cesaretin karışımı’ şeklinde tanımlanmış, artistik patinajcı Michelle Kwan’ın menajeri sporcusu için şu sözleri kullanmıştır: “En dinamik performansçı olmayabilir ama öyle olmak zorunda da değil. Reklamcıların ilgisini çeken zarif ve şık bir tarzı var.” (Ferla, 2002). Aslında Kwan Asyalı bir Amerikalıdır; nispeten açık teni ve vücut tipi, beyaz toplum tarafından yüceltilen geleneksel kadınlık kavramlarına hitap etmiştir. Ayrıca, ‘model azınlık’ olarak Asyalı kadın stereotipi ve erkek otoritesine sözde boyun eğmeleri ve egzotik nitelikleri Kwan’ın ‘beyaz kadınlık’ kalıbına uygunluğunu sağlamıştır (Ferla, 2002).

Görünen o ki feminizm ve kadınlık kavramlarının bütünleşmesi yeni ideolojik çelişkiler yaratmıştır. Çıplak poz veren bazı kadın sporcular, bireysel özgürlüğün bir sonucu olarak kendi çıkarlarına uyduğu için cinsel bir nesne olarak görülmeyi kabul etmişlerdir. Goldman ve arkadaşları (1991), konuya oldukça felsefik bir açıklama getirmiştir: “Feminizm ve kadınlığın ticari evliliği, kendini göstermenin görsel inşasında yer alan bireysel özgürlük anlayışını kullanır. Beden ve cinsellik tesadüfi işaretler olarak ortaya çıkar; beden, irade gücü ve disiplin yeteneğine sahip özerk bir varlık olarak kendinizi doğrulamak için şekillendirdiğiniz, kontrol ettiğiniz bir nesnedir. Cinsellik, kadınların kendilerine atfedilen cinsiyet rolleri nedeniyle değil, kendi seçimleriyle kullandıkları bir olgudur.” Toplumsal cinsiyet eşitliği ve özerklik bağlamında ‘erkekler için çekicilik’ stratejisini reddeden radikal feministler diğer taraftan cinsellikten elde edilen bireysel gücün kadın bağımsızlığının bir göstergesi olduğunu, cinsel çekiciliğe ulaşmanın bir aracı olarak kullanılabileceğini ve böylece metalaştırılmış beden imgeleri aracılığıyla erkek egemenliğinin sona erdirilebileceğini savunmuşlardır (Russo, 1987).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışmanın bu bölümünde bulgular tartışılmış ve araştırmanın sonuçlarına yer verilmiştir.

Sonuç. 1: Tarihsel süreçte kadın sporcuların medyada yer alma oranları erkek sporcularla karşılaştırıldığında toplumsal cinsiyet ayrımcılığından kaynaklı ciddi bir farklılık söz konusudur.

Medyanın çerçeveleme gücü ve etkisi bağlamında, kadın ve erkek sporcuların medya kapsamında yer almasının niceliksel boyutu çok önceki yıllardan bu yana araştırmacıların oldukça ilgisini çeken bir konu olmuştur. İçerik ve eleştirel analizlerin kullanıldığı bu konudaki çalışmaların çoğunda, kadın sporunun ve kadın sporcunun medya kapsamı, erkek sporu ve erkek sporcularla karşılaştırmalı olarak incelenerek sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmacıların bu konuda en çok irdelediği kaynaklar; magazin içerikli, küresel çapta çevrimiçi yayıncılık yapan ve erişime sahip, abone ve takipçisi sayısı oldukça popüler Sports Illustrated ve ESPN the Magazine (Audit Bureau of Circulations, 2016) dergilerinin içerik ve kapak sayfalarıdır. Lumpkin & Williams (1991) tarafından Sports Illustrated'ın 1954-1987 yılları arasını inceleyen çalışmasında cinsiyetle ilişkili makale sayıları arasındaki fark (kadın %8, erkek %90,8) oldukça manidardır. Sonraki yıllarda aynı konu etrafında ve aynı dergilerde yapılan çalışmalar da olduğu gibi benzer sonuçları ortaya koymuştur. Fink & Kensicki'nin (2002) 1997-1999 yıllarını, Bishop'ın (2003) 1980-1986 yıllarını ve Martin & McDonald'ın (2012), Sports Illustrated veya ESPN the Magazine'de yayınlanan 1700 civarı dergi kapağını inceleyen çalışmaları, 1990'lardan itibaren kadın sporcuların temsilinde %50 civarındaki düşüşü belgelemesinin yanında, uzun yıllar geçmesine ve kadınlar lehine birçok sosyal gelişim ve değişim yaşanmasına rağmen 2012 yılına kadar medya kapsamı açısından kadın sporcular lehine önemli bir gelişmenin olmadığı anlamına gelir. Bu iki dergi açısından 2012-2016 yılları arasını değerlendiren Frisby (2017), dergilerin kapaklarında kadın sporcuların kapsamının değişmediğini belirleyerek önceki araştırmaların sonuçlarını desteklemiştir. Hatta Murray (2018), Sports Illustrated dergisi kapağında 1954-1965 yılları arasında yer alan kadın sporcu sayısının 2000-2011 yılları arasındakine göre daha fazla olduğunu belirterek kadın sporcu kapsamının azaldığı belirlemiştir. Medya kapsamında kadına yönelik cinsiyet ayrımı 1979-2010 yıllarını kapsayan çalışmasıyla Weber & Carini (2013) tarafından resimli dergiler açısından doğrulanmıştır. Bu konuda küresel bağlamda yapılmış en ciddi boylamsal çalışma, diğer araştırmaların sonuçlarını desteklemesinin yanında kadınları ele alan spor olaylarının medya açısından en önemsiz konular arasında görüldüğünü raporlamıştır (WACC, 2015).

Cinsiyet ayrımcılığı, dergi içerik ve kapaklarının yanında kadın sporcuların televizyon yayınlarındaki kapsamı açısından da bir gerçek olarak ortaya çıkar ki bazı boylamsal çalışmalar 1989-2009 yılları arasında kadın sporcuların televizyon yayınlarındaki kapsamının büyük oranda azaldığını belirleyerek medya kapsamında cinsiyet ayrımını niceliksel olarak açık bir şekilde ortaya koymuştur (Cooky ve ark., 2013). Televizyon yayınları açısından yapılan çalışmalar, dünya çapında izlenen çok popüler televizyon kuruluşlarının spor haberlerinde kadın sporlarının yeterince haber yapılmadığı, özellikle erken akşam ve gece haberlerinde kadın sporculara değinilmediği, yayın süresinin büyük bölümü (%91) erkek sporlarına ayrılırken kadın sporcuların hakkına çok küçük bir yüzdenin (% 6,3) düştüğü, kadınlara ayrılan yayın süresinin yıllar geçtikçe sürekli azaldığı sonucuna varılmıştır (Duncan & Messner, 2005). Yaklaşık 15 yıl boyunca süren bu azalışın sonucunda televizyon yayınlarında kadın sporcu kapsamının %1'e düşmesi (Messner & Cooky, 2010), medyada kadın sporlarının kapsam olarak yetersiz olduğu, medyanın kapsam açısından kadın ve erkek sporcu arasında ayırım yaptığı iddialarını desteklemiştir. ESPNW'nun '*Dünya Şöhreti 100: En Ünlü 25 Kadın Sporcu*' başlıklı makalesi (ESPN, 2018), kadın sporcuları küresel şöhretlerine ve sosyal medya takipçilerine göre derecelendirerek şu anda medyada kadın sporcu temsiline durumuna ilişkin bir içgörü sunmuştur. Makaleye göre, artistik patenci Yuna Kim, tenisçi Serena Williams ve futbolcu Marta Vieira da Silva gibi en iyi kadın sporcular, olağanüstü başarıları ve beceriler göstermiş olsa da finansman ve tanınma sağlamada ve erkek meslektaşlarıyla aynı derecede tanınma arayışlarında halen çok büyük engellerle karşılaşmaktadır. Makalede ayrıca sosyal medyanın ikili rolü vurgulanmış; geleneksel medyanın ötesinde bağlantı ve tanınma sağlayan bir platformun kadın sporcuları artan çevrimiçi taciz ve ayrımcılığa maruz bıraktığı belirtilmiştir (ESPN, 2018). Ana akım medyada kadın sporcuların daha az yer alması, 100 en ünlü sporcu listesinde kadınların daha az yer bulmasıyla neticelenerek kalıcı cinsiyet eşitsizliklerinin varlığını belirginleştirmiştir (ESPN, 2018). Sonuç olarak erkek sporcuların medyada ezici ve aşırı temsili, kadın sporcuların zayıf kapsamıyla birleşince kadın sporcular medya yoluyla imha edilişi, aşılması zor bir sosyal gerçeğe dönüşürken (Fink, 2015; MacArthur ve ark., 2015; Shifflett ve ark., 2016; Tuchman, 2000) doğal olarak büyük bir kesim tarafından kadın sporlarının popüler olmadığı ve neredeyse yok olduğunu varsayımı oldukça kolaylaşmıştır (Rayburn ve ark., 2015).

Sonuç 2. Tarihsel süreçte medya, kadın sporcuları çok açık bir şekilde ve doğrudan cinselleştirmeye maruz bırakmıştır. Bunu yaparken kadın ve erkeğe uygun sporları, medya dilini ve kadın sporcuların cinselleştirilmiş görsellerini kullanmıştır.

1988’lerden günümüze kadar yapılan çalışmalar, medyanın kadın sporcuları özellikle haber ve kapak görselleriyle cinselleştirdiğini, bu görsellerin çoğunda kadın sporcuların fiziksel çekicilikleri yansıtılırken erkek sporcuların özellikle spor becerilerinin öne çıkarıldığı (Duncan, 1990; Messner & Cooky, 2010), kadınların ise genellikle spor ortamıyla ilişkili olmayan görsellerle sportif yetenek ve becerilerinin gizlenerek “*pasif kadın sporcu*” algısı yaratıldığı kanıtlamıştır (Kane, 1988; Duncan, 1990; Koivula, 1999). Üstelik kadın sporcuları cinselleştiren, mahremiyetlerini ihlal eden ve onurlarını zedeleyen, bir tür cinsel taciz olarak kabul edilebilecek bu görseller çoğu zaman sporcunun izni ve haberi olmadan elde edilmiş, sporcuların iyiliğini gözetmeden medya ortamında paylaşıp dolaştırılmıştır (Rice & Galbraith, 2020). Görseller yoluyla spor alanında erkek baskınlığına katkıda bulunulurken (ör. Bishop 2003; Jones, 2010; Lumpkin, 2007) kadın sporcuların spor performansı ve statüsüne ilişkin yanlış algılar da devam etmiş (Kane, 2011; Kane ve ark., 2013; Daniels, 2012; Kim & Sagas 2014) ve kadın sporunun değeri (Godoy-Pressland & Griggs, 2014; Kane, 2011) olumsuz etkilenmiştir.

Farklı medya organları ünlü kadınların cinselleştirilmesine ilişkin örneklerle doludur. Elbette medya, kadın sporcuyla görsellerle cinselleştirirken herkesçe bilinen, merak ve takip edilen ünlü kadın sporcuları gündemine almıştır. Bu sporcular cinsellik içeren fiziksel görüntüler, abartılı ve seksi spor kıyafetleriyle birlikte sunulurken cinsellik ve cinsiyet statüsü, medya tarafından kadın sporcuların temsilde merkeze oturtulmuştur (Bowman & Daniels, 1995). Medya kadın sporcuyla kullandığı görsellerle cinsellik merkezine oturturken sporcu kadınların görsel tacizi kadar sözle taciz edilmesine de ortam yaratmıştır. Örneğin Tayla Harris sadece bir müsabakadaki görselinin medyada yayınlanması sonrasında okuyucuların ve izleyicilerin her türden cinsel tacizine maruz kalırken Serena Williams, görünüş veya fizikselliklerinden ziyade (heteroseksüel bir anne olmasına rağmen) cinsiyet kimliğiyle ilgili yorumlarla taciz edilmiş (Litchfield ve ark., 2018), medya temsilleriyle ötekileştirilmiştir (Douglas, 2002; Hobson, 2003; Schultz, 2005; Spencer, 2004). Maria Sharapova çok başarılı bir tenisçi olmasına rağmen medya onu daha çok geleneksel kadınsı görünümü, güzelliği ve müsabaka esnasında topa vururken çıkardığı sesle temsil ederek cinselleştirmiş (Badenhausen, 2015; Prince, 2015) ve cinsel tehdit boyutuna (Litchfield ve ark., 2018) varan istismarlara hazır hale getirmiştir. Maria Sharapova’nın aksine medyanın yetenekli bir sporcu olmaktan ziyade cinsellik sembolü olarak öne çıkardığı Anna Kournikova ile kadınların spordaki değerinin öncelikle fiziksel görünüme dayandığı mesajı iletilmiştir (Liang, 2011). Sharapova’nın medyada yer alma oranları ve sponsorluk gelirlerinin çok daha ünlü sporcuların üstünde olması,

bu mesajın alındığının kanıtı olmuştur (Harris ve Clayton, 2002). Ünlü tenisçi Amelie Mauresmo fiziği, gücü, cinsiyet kimliği ve cinsel yönelimleri nedeniyle medyanın ve takipçilerinin eleştiri ve istismar hedefine girmiştir (Koivula, 1999).

Sonuç 3: Tarihsel süreçte kadın sporcular, medyanın kendilerini cinselleştirmesine farkı tepkiler vermiştir.

Medyanın sporcu kadınları birer modelmiş gibi temsil etmesi sonucunda oluşan cinselleştirilmiş tasvirler, özellikle kadınlar ve namzet kadın sporcularda ortaya çıkan olumsuz beden imajı, kendini nesneleştirme, fiziksel ve ruhsal sağlık, dikkat, hafıza ve uzamsal biliş gibi işlevlerde bozulma ve düzensiz beslenme alışkanlıklarıyla ilişkilendirilmiştir (Harrison ve Fredrickson, 2003; Bissell, 2004; Grabe ve ark., 2008; Riebock & Bae, 2013; Perloff, 2014; Ward, 2016; Swift & Gould, 2021; Papageorgiou ve ark., 2022). Bu sonuçlar medyanın kadın sporcuyu cinselleştirmesinin muhatapları üzerindeki genel etkilerini açığa çıkaran çalışmalardır. Burada üzerinde durulması gereken asıl konu, medya tarafından uygulanan cinselleştirmeye kadın sporcuların bireysel olarak nasıl tepki verdiğidir. Tarihsel süreç içerisinde buna ilişkin birçok örnek çalışmaya göre kadın sporcuların tepkilerinin ortak olmaması ve bireysel düşünceleriyle ilişkili olarak farklılaşması söz konusudur. Davis'in (2001), sporun cinselleştirme için uygun bir ortam yarattığı şeklindeki iddiasını reddetmek çok mümkün gözükmemektedir. Spor faaliyetinin kendinden kaynaklandığında normal olan cinsellik, spor esnasında belirli vücut bölgelerinin cinsel haz yaratmak için görsellenerek cinselleştirmesi yani vücudun nesneleştirilmesi ile anormalleşir (Davis, 2001). Sporcuyu özerklikten yoksun bırakan ve bedensel bütünlüğü ortadan kaldıran nesneleştirme, bir kişinin rızasıyla da kendi kendini cinsel nesneleştirme olarak görülebilir (Nussbaum, 1995) ve çalışmamızın sonucunda spor ortamında sıkça rastlanan bir durum olduğu anlaşılmıştır. Örneğin Li ve arkadaşları (2021), farklı spor dallarından profesyonel kadın sporcuların Instagram paylaşımlarında kendilerini ağırlıklı şekilde fiziksel çekiciliklerini kullanarak 'pazarladıklarını' ve sporcu olmanın sorumluluklarını unutarak birer sosyal medya fenomenine dönüştüklerini ileri sürmüştür. McNair (2002) ve Carty (2005), medyanın 'striptiz kültürü' ve 'porno şıklığı' kavramlarını toplumsal olarak kabul ettirdiğini hatta rağbet görür hale getirdiğini belirtirken Pfister (2001), sporcu kadınların sporcu kıyafetleri ve vücut hareketleriyle erotizm yaratıklarını vurgulamıştır. Çok sayıda araştırmacı, birçok kadın sporcunun medyada cinselleştirilmekten rahatsız olmadıkları hatta buna onay verdikleri yönündeki tespitlere destek vermiştir (Nussbaum, 1995; Pfister, 2001). Örneğin attığı gol sonrası formasının üstünü çıkaran Brandi Chastain'in hareketi sporculuktan ziyade cinselliği kasıtlı biçimde vurgulayarak kendini

pazarlama stratejisidir (Carty, 2005). Chastain, Gear dergisinde yayınlanan reklam için verdiği çıplak pozla ve sahip olduğu bu güzel vücudu sergilemekten duyduğu gururu belirterek Carty'ın (2005) düşüncelerini teyit etmiştir (Sullivan, 1999). Sports Illustrated için 2002 yazında üstsüz bir poz veren Jenny Thompson da benzer gerekçeleri öne sürerken Gear ve Sports Illustrated dergilerinin ağırlıklı olarak erkek okuyucu kitlesini hedeflediğini unutmamak gereklidir. Spor ezici bir erkek izleyici kitlesine sahiptir ve cinsellik, erotizm ve çekici kadın sporcular oldukça 'pazarlanabilir' niteliktedir (Carty, 2005).

Post-feminist açıdan kadın sporcuların bu tip temsilleri, güçlendirici ve özgürleştiricidir; kadınlar böylece kendi bedenlerini haz, güç, özgürlük ve meşrulaştırma kaynağı olarak yeniden değerlendirme olanağı bulmuştur (Goldman ve ark., 1991). Kasların, vakar ve irade gücü sağladığını savunan Bruback'a göre (1996) sıradan bir kadında mevcut olan cinsel çekicilikle karıştırılmamalıdır, sporcu kadının bedeninin takdir edilmesini sağlar. Kızak sporcusu Jean Racine, cinsel çekicilik ve cesaretin karışımı şeklinde tanımlanırken artistik patinajcı Michelle Kwan'ın performansı zayıf olsa da zarif kadın tarzıyla sponsorların ve reklamcılarının ilgisini çekmiştir (Ferla, 2002). Kadın sporcular, egzersizlerle gelişen kaslı ve cazip vücutlarını göstermek için gönüllü olarak poz veriyor olsalar da sporla şekillenen bu yeni vücut tiplerinin önce erkekler tarafından kabul edilmesi ve ardından cinsel nesnelere dönüştürülmesi gerekmiştir. Ağırlıklı olarak medya kontrolünde gerçekleşen cinselleştirme girişimleri, kadın sporcuların başarılarını baltalayan ve etik olmayan eylemler olarak görülmüştür (Kim & Sagas, 2014).

Sonuçlar özetle şu şekildedir:

Tarihsel süreçte her iki cinsiyetin niceliksel medya kapsamı arasında erkek sporcular lehine çok büyük bir fark oluşmuştur ve günümüzde de devam etmektedir. Tarihsel süreçte kadın sporcuların medya tarafından aleni bir biçimde sistematik toplumsal cinsiyet ayrımına ve cinsel nesneleştirmeye tabi tutulmasının birincil nedeni hem toplumsal yaşam hem de sporda geleneksel '*erkek baskın*' yapının mevcudiyetinin korunması çabalarıdır. Tarihsel süreçte medya, kadın sporcuları sıklıkla, açık ve kesin bir şekilde toplumsal cinsiyet ayrımına ve cinselleştirmeye maruz bırakmış, erkek sporcuları ve erkeklerle ilgili sporları, kadın sporcu ve kadın sporlarına kıyasla kapsamına abartılı biçimde almış ve sporcu kadını olabildiğince cinsel, erotik hatta pornografik içerikli görseller ve dil kullanımıyla ayrımcılık ve cinselleştirmeye tabi tutmuştur. Medya, sporcu kadınları ideal kadın fizikselliliğiyle temsil ederek kültürel bir baskı oluşturmuş, diğer sporcu kadınlar '*idealmiş*' gibi sunulan bu güzellik standartlarına ulaşma derdine düşmüş, yaratılan hayali ve muhtemelen ulaşılmaz standartlar olumsuz

beden algısı ve kaygısına ilaveten kendini nesneleştirmeye neden olmuştur. Bazı kadın sporculara göre medya tarafından gerçekleştirilen cinselleştirme eylemleri görünürlük ve kariyer gelecekleri açısından olumlu ve gereklidir. Bazı sporcular açısından medyaya erotik ve/veya çıplak poz vermek bireysel özgürlüğün sonucudur ve kendi çıkarlarına uyduğu için cinselleştirilmekte bir sakınca bulunmamaktadır. Kadın sporcuların cinselleştirilmiş görselleri, hayranları kadın sporcuları ve sporlarını küçümsemeye, değersizleştirmeye ve tamamen göz ardı etmeye teşvik edebilir.

Öneriler

Öncelikle medyanın cinselleştirme eylemleri, fiziksel ve duygusal zarar, cinsiyet eşitsizliği ve cinsiyetçi klişelerin devam etmesine neden olduğu için küresel bir sorun olarak görülmelidir. Kendini nesneleştirmenin olumsuz etkilerini azaltmak için medya ve spor kuruluşları kadın sporcuların olumlu ve güçlü rol modellerle temsillerine öncelik vermelidir. Özellikle genç kadınların medya platformlarında sunulan cinselleştirilmiş imgeleri sorgulama ve eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi için çocukluktan itibaren toplumsal cinsiyet eşitliği ve medya okuryazarlığı eğitimi ve girişimleri teşvik edilmelidir. Medya endüstrileri, spor organizasyonları ve ebeveynlere, kadın sporcuların daha olumlu temsillerine olan ihtiyaç hatırlatılmalı ve bunlar ortak sorumluluğa davet edilmelidir. Sporda cinsiyete dayalı beklentileri ve cinselleştirmeyi engelleyen, kadın sporcular için daha kapsayıcı ve eşitlikçi bir spor ortamı yaratmak için daha güncel politikalara gereksinim vardır; politika yapıcılar ve spor organizasyonlarına bu konuda önemli sorumluluklar düşmektedir. Okuyucular, izleyiciler ve takipçiler de kadınları cinsel nesneleştirmeye maruz bırakan medya yayınlarına tepki vermeli, karşı çıkmalı ve cinsiyetçilikle mücadele eden girişimleri desteklemelidir. Medyanın ve sosyal medyanın cinselleştirilmiş bedenlere özellikle kadınların bedenlerine olan bağımlılığının nedenleri bilimsel olarak daha çok incelenmeli ve tartışılmalıdır.

Sınırlılıklar ve güçlü yönler

Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar, ulaşılabilen kaynaklarla ve bu kaynaklardan elde edilen bilgilerin doğruluğuyla sınırlıdır. Her ne kadar çalışma içinde bazı tespitlerin anlaşılabilirliğini artırabilmek için erkek sporcularla karşılaştırmalar yapılmış olsa da bu araştırma, medyanın kadın sporcuları cinselleştirmesi ile sınırlıdır. Çalışma için bilgilerin sağlandığı makale, kitap ve tezler birçok çalışmada referans olarak kullanılan kaynaklardır. Bilgilerin elde edildiği basılı ve çevrimiçi medya organları ise küresel çapta popüler, saygın, güvenilir ve çok sayıda takipçisi olan kuruluşların birimleridir.

KAYNAKLAR

- Aubrey J. S. (2006). Effects of sexually objectifying media on self-objectification and body surveillance in undergraduates: Results of a 2-year panel study. *Journal of Communication*, 56(2), 366-386. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00024.x>
- Baggett, D. (Ed.). (2010). *Tennis and philosophy: What the racket is all about* (1st ed.). <http://www.jstor.org/stable/j.ctt130jttq>
- Bailey, K. D. (1987). *Methods of social research* (3rd ed.). London: Collier Macmillan.
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text* (S. Heath, Trans.). New York: Hill & Wang.
- Benokraitis, N. V., & Feagin J. R. (1995). *Modern sexism: Blatant, subtle, and covert discrimination*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bishop, R. (2003). Missing in action: Feature coverage of women's sports in sports illustrated. *Journal of Sport & Social Issues*, 27(2), 184-194. <https://doi.org/10.1177/0193732502250718>
- Bissell, K. L. (2004). Sports model/sports mind: The relationship between entertainment and sports media exposure, sports participation, and body image distortion in division I female athletes. *Mass Communication and Society*, 7(4), 453-473. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0704_5
- Bowman, A., & Daniels, D. (1995). A shifting gaze? The changing photographic representation of women athletes. *Canadian Woman Studies*, 15(4), 84-88.
- Burgess, M. C., Stermer, S. P., & Burgess, S. R. (2007). Sex, lies, and video games: The portrayal of male and female characters on video game covers. *Sex Roles*, 57, 419-433. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9250-0>
- Carty, V. (2005). Textual portrayals of female athletes: Liberation or nuanced forms of patriarchy? *Frontiers: A Journal of Women Studies*, 26(2), 132-155. <http://www.jstor.org/stable/4137402>
- Coche, R., & Le Blond, O. (2018). Is the world ready for a woman coaching a top male athlete? Analysis of online reactions to Mauresmo's appointment as Murray's coach. In *Women's Studies International Forum*. Pergamon. 69, 9-17
- Cooky, C., Messner, M. A., & Hextrum, R. H. (2013). Women play sport, but not on TV: A longitudinal study of televised news media. *Communication & Sport*, 1(3), 203-230. <https://doi.org/10.1177/2167479513476947>
- Cranmer, G. A., Brann, M., & Bowman, N. D. (2014). Male athletes, female aesthetics: The continued ambivalence toward female athletes in ESPN's the body issue. *International Journal of Sport Communication*, 7(2), 145-165. <https://doi.org/10.1123/IJSC.2014-0021>
- Daniels, E. A. (2012). Sexy versus strong: What girls and women think of female athletes. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 33(2), 79-90. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2011.12.002>
- Daniels, E. A. (2018). Sport media portrayals of female athletes and the effects of sexualization on girls. In N. M. LaVoi (Ed.). *Developing physically active girls: A multidisciplinary evidence-based approach* Minneapolis: Tucker Center for Research on Girls & Women in Sport. 177-189
- Davis, P. (2001). *Sexualization and sexuality in sport*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Douglas, D. D. (2002). To be young, gifted, black and female: A meditation on the cultural politics at play in representations of Venus and Serena Williams. *Sociology of Sport Online*, 5(2), 1-16.

- Duncan, M. C. (1990). Sports photographs and sexual difference: images of women and men in the 1984 and 1988 Olympic Games. *Sociology of Sport Journal*, 7(1), 22-43. <https://doi.org/10.1123/ssj.7.1.22>
- Duncan, M. C., & Messner, M. A. (1998). *The media image of sport and sex*. New York: Routledge.
- Entman, R. M. (1991). Framing U.S. coverage of international news: Contrast in narrative of The Korean and Iranian Airline incidents. *Journal of Communication*, 51(4), 6-24.
- Fink, J. S. (1998). Female athletes and the media: Strides and stalemates. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 69(6), 37-40. <https://doi.org/10.1080/07303084.1998.10605573>
- Fink, J. S. (2015). Female athletes, women's sport, and the sport media commercial complex: have we really 'come a long way, baby'? *Sport Management Review*, 18 (3), 331-342. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.05.001>
- Fink, J. S., & Kensicki, L. J. (2002). An imperceptible difference: visual and textual constructions of femininity in sports illustrated and sports illustrated for women. *Mass Communication and Society*, 5(3), 317-339. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0503_5
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Frisby, C. M. (2017). Sacrificing dignity for publicity: Content analysis of female and male athletes on "Sports Illustrated" and "ESPN the Magazine" covers from 2012-2016. *Advances in Journalism and Communication*, 5(2), 120-135. <https://doi.org/10.4236/ajc.2017.52007>
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction*. London: Sage Publications.
- Gervais, S. J., Bernard, P., Klein, O., & Allen, J. (2013). *Toward a unified theory of objectification and dehumanization*. New York: Springer Science+Business Media. 60, 1-23, https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6959-9_1
- Godoy-Pressland, A., & Griggs, G. (2014). The photographic representation of female athletes in the British print media during the London 2012 Olympic games. *Sport in Society*, 17(6), 1-16. <https://doi.org/10.1080/17430437.2014.882908>
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
- Goldman, R., Heath, D., & Smith, S. L. (1991). Commodity feminism. *Critical Studies in Mass Communication*, 8(3), 333-351. <https://doi.org/10.1080/15295039109366801>
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460-476. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>
- Hallahan, K. (1999). Seven models of framing: implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205-242. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1103_02
- Harris, J., & Clayton, B. (2002). Femininity, masculinity, physicality and the English tabloid press: The case of Anna Kournikova. *International Review for The Sociology of Sport*, 37(3-4), 397-413. <https://doi.org/10.1177/1012690202037004024>
- Harrison, K., & Fredrickson, B. L. (2003). Women's sports media, self-objectification, and black and white adolescent females. *Journal of Communication*, 53(2), 216-232. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02587.x>

- Hiebert, R. E. (2003). Public relations and propaganda in framing the Iraq war: A preliminary review. *Public Relations Review*, 29(3), 243-255. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(03\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(03)00047-X)
- Hobson, J. (2003). The “batty” politic: Toward an aesthetic of the black female body. *Hypatia*, 18(4), 87-105. <https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.2003.tb01414.x>
- Jones, D. (2010). Women’s sports coverage: Online images of the 2008 Olympic games. *Australian Journalism Review*, 32(2), 89-102. <https://search.informit.org/doi/10.3316/ielapa.898054296879825>
- Kamalian, Z. (2017). Investigation of cycle of women’s sports, female championship athletes and sport media. QUID: *Investigación, Ciencia Y Tecnología, Special Issue (1)*, 49-53. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6131600>
- Kane, M. J. (1988). Media coverage of the female athlete before, during, and after Title IX: Sports Illustrated revisited. *Journal of Sport Management*, 2(2), 87-99. <https://doi.org/10.1123/jsm.2.2.87>
- Kane, M. J. (2011). Sex sells sex, not women’s sports. *The Nation*, 293(7-8), 28-29.
- Kane, M. J., LaVoi, N. M., & Fink, J. S. (2013). Exploring elite female athletes’ interpretations of sport media images: A window into the construction of social identity and “selling sex” in women’s sports. *Communication & Sport*, 1(3), 269-298. <https://doi.org/10.1177/2167479512473585>
- Kang, Mee-Eun. (1997). The portrayal of women’s images in magazine advertisements: Goffman’s gender analysis revisited. *Sex Roles*, 37, 979-996. <https://doi.org/10.1007/BF02936350>
- Kapidzic, S., & Herring, S. C. (2015). Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New Media & Society*, 17(6), 958-976. <https://doi.org/10.1177/1461444813520301>
- Kim, K., & Sagas, M. (2014). Athletic or sexy? A comparison of female athletes and fashion models in Sports Illustrated swimsuit issues. *Gender Issues*, 31, 123-141. <https://doi.org/10.1007/s12147-014-9121-2>
- Koivula, N. (1999). Gender stereotyping in televised media sport coverage. *Sex Roles*, 41(7), 589-604. <https://doi.org/10.1023/A:1018899522353>
- Kuhn, A. (1985) *The power of the image: Essays on representation and sexuality*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Li, B., Scott, O. K. M., Naraine, M. L., & Ruibley, B. J. (2021). Tell me a story: Exploring elite female athletes’ self-presentation via an analysis of instagram stories. *Journal of Interactive Advertising*, 21(2), 108-120. <https://doi.org/10.1080/15252019.2020.1837038>
- Liang, E. (2011). The media's sexualization of female athletes: A bad call for the modern game. *Inquiries Journal/Student Pulse*, 3(10). <http://www.inquiriesjournal.com/a?id=587>
- Lim, W. M. (2024). What is qualitative research? An overview and guidelines. *Australasian Marketing Journal*, 33(2), 199-229. <https://doi.org/10.1177/14413582241264619>
- Litchfield, C., Kavanagh, E., Osborne, J., & Jones, I. (2018). Social media and the politics of gender, race and identity: The case of Serena Williams. *European Journal for Sport and Society*, 15(2), 154-170. <https://doi.org/10.1080/16138171.2018.1452870>
- Longhurst, B., Smith, G., Bagnall, G., Crawford, G., & Ogborn, M. (2016). *Introducing cultural studies*. London: Routledge.
- Lumpkin, A. (2007). A descriptive analysis of race/ethnicity and sex of individuals appearing on the covers of Sports Illustrated in the 1990s. *Physical Educator*, 64(1), 29-37.

- Lumpkin, A. (2009). Female representation in feature articles published by Sports Illustrated in the 1990s. *Women in Sport & Physical Activity Journal*, 18(2), 38-51. <https://doi.org/10.1123/wspaj.18.2.38>
- Lumpkin, A., & Williams, L. D. (1991) An analysis of Sports Illustrated feature articles, 1954-1987. *Sociology of Sport Journal*, 8(1), 16-32. <https://doi.org/10.1123/ssj.8.1.16>
- MacArthur, P. J., Angelini, J. R., Billings, A. C., & Smith, L. R. (2016). The dwindling Winter Olympic divide between male and female athletes: the NBC broadcast network's primetime coverage of the 2014 Sochi Olympic Games. *Sport in Society*, 19(10), 1556-1572. <https://doi.org/10.1080/17430437.2016.1159193>
- Markula, P. (Ed.). (2009). *Olympic women and the media*. New York: Palgrave MacMillan.
- Martin, A., & McDonald, M. G. (2012). Covering women's sport? An analysis of Sports Illustrated covers from 1987-2009 and ESPN The Magazine covers from 1998-2009. *Graduate Journal of Sport, Exercise & Physical Education Research*, 1, 81-97.
- McClearn, J. (2017). *Converging media and divergent bodies: articulations of powerful women in the ultimate fighting championship* [Doctoral thesis, University of Washington].
- McNair, B. (2002). *Striptease culture: Sex, media and the democratization of Desire*. London: Routledge.
- Messner, M. A., Duncan, M. C., & Jensen, K. (1993). Separating the men from the girls: the gendered language of televised sports. *Gender and Society* 7(1) 121-137. <https://doi.org/10.1177/089124393007001007>
- Moradi, B. (2011). Objectification theory: Areas of promise and refinement. *The Counseling Psychologist*, 39(1), 153-163. <https://doi.org/10.1177/0011000010384279>
- Murray, B. (2018). *A content analysis of Sports Illustrated's portrayal of female athletes and its impact on society*. Liberty University ProQuest Dissertations & Theses, Liberty University, Virginia.
- Nelson, M. (1994). *The stronger women get, the more men love football: Sexism and the American culture of sports*. New York: Harcourt Brace & Company.
- Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nicel ve nitel yaklaşımlar*. İstanbul: Yayın Odası.
- Nussbaum, M. (1995). Objectification. *Philosophy and Public Affairs* 24(4), 279-283. <https://doi.org/10.1111/j.1088-4963.1995.tb00032.x>
- O'leary, Z. (2004). *The essential guide to doing research*. London: Sage Publications Ltd.
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55-75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Papageorgiou, A., Fisher, C., & Crossa, D. (2022). "It just sends the message that you're nothing but your body" a qualitative exploration of adolescent girls' perceptions of sexualized images on social media. *Sexuality & Culture*, 27, 462-481. <https://doi.org/10.1007/s12119-022-10022-6>
- Pedersen, P. M. (2003). Examining stereotypical written and photographic reporting on the sports page: An analysis of newspaper coverage of interscholastic athletics. *Women in Sport & Physical Activity Journal*, 12(1), 67-86. <https://doi.org/10.1123/wspaj.12.1.67>
- Pederson, P. (2002). Examining equity in newspaper photographs. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), 303-318. <https://doi.org/10.1177/10126902020370048>
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11-12), 363-377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>

- Pfister, G. (2001). From outsiders to idols: Women and the Olympic movement. *ICHPER.SD Journal*, 37(2), 28-36.
- Rayburn, C. A. (2015). Ecclesiastical policies versus lived social relationships: Gender parity, attitudes, and ethics. In *Religion and men's violence against women* (pp. 27-44). New York, NY: Springer New York.
- Riebock, A., & Bae, J. (2013). Sexualized representation of female athletes in the media: How does it affect female college athletes' body perceptions? *International Journal of Sport Communication*, 6(3), 274-287. <https://doi.org/10.1123/ijsc.6.3.274>
- Roberts, T. A., Calogero, R. M., & Gervais, S. J. (2018). Objectification theory: Continuing contributions to feminist psychology. American Psychological Association. 249-271 <https://doi.org/10.1037/0000059-013>
- Rowe, D. (2004). *Sport, culture and media: The Unruly Trinity*. Berkshire, England: Open University Press.
- Schultz, J. (2005). Reading the catsuit: Serena Williams and the production of blackness at the 2002 U.S. Open. *Journal of Sport and Social Issues*, 29(3), 338-357. <https://doi.org/10.1177/0193723505276230>
- Shifflett, B., Murphy, D., Ghiasvand, F., Carlton, M., & Cuevas, M. (2016). Gender Bias in Sports-Media Analytics. *Journal of Sports Media* 11(2), 111-128. <https://dx.doi.org/10.1353/jsm.2016.0014>
- Spencer, N. E. (2004). Sister act VI: Venus and Serena Williams at Indian wells: "Sincere fictions" and white racism. *Journal of Sport and Social Issues*, 28(2), 115-135. <https://doi.org/10.1177/0193723504264411>
- Stankiewicz J. M., & Rosselli F. (2008). Women as sex objects and victims in print advertisements. *Sex Roles*, 58, 579-859. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9359-1>
- Tekin, G. (2022). *Antik dönemden günümüze toplumsal cinsiyet ayrımcılığının kadınların olimpiyatlarda yer alma sürecine etkileri* [Doktora tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi].
- Theberge, N. (1993). The construction of gender in sport: women, coaching and the naturalization of difference. *Social Problems*, 40(3), 301-313. <https://doi.org/10.2307/3096881>
- Tougas, F., Brown, R., Beaton, A. M., & Joly, S. (1995). Neosexism: Plus ça change, plus c'est pareil. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(8), 842-849. <https://doi.org/10.1177/0146167295218007>
- Tuchman, G. (2000). The symbolic annihilation of women by the mass media. New York: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-1-349-62397-6_9
- Üstdal, K. M., & Schulze, A. (2007). *Başarılı tezler nasıl hazırlanır*. İstanbul: Cerrahpaşa Tıp Kitabevi.
- Vincent, J., Pedersen, P. M., Whisenant, W. A., & Massey, D. (2007). Analysing the print media coverage of professional tennis players: British newspaper narratives about female competitors in the Wimbledon Championships. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 2(3), 281-300. <https://doi.org/10.1504/IJSM.2007.012406>
- Ward, L.M. (2016). Media and sexualization: State of empirical research, 1995-2015. *The Journal of Sex Research*, 53(4-5), 560-577. <https://doi.org/10.1080/00224499.2016.1142496>
- Weber, J. D., & Carini, R. M. (2012). Where are the female athletes in Sports Illustrated? A content analysis of covers (2000-2011). *International Review for the Sociology of Sport*, 48(2), 196-203. <https://doi.org/10.1177/1012690211434230>
- Zurbriggen, E. L. (2013). Objectification, self-objectification, and societal change. *Journal of Social and Political Psychology*, 1(1), 188-215. <https://doi.org/10.5964/jspp.v1i1.94>

- Bruback H. (1996, June 23). The athletic aesthetic. *New York Times Magazine*. 51
- Clarey, C. (1999, January 31). Tennis; runner-up's revelation likely to test the Waters, *The New York Times*, 10
- Sullivan, R. (1999, July 9). Goodbye to heroin chic: Now it's sexy to be strong. *Time*, 62.
- BBC. (2004, January 16). *Women footballers blast Blatter*. <http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/football/3402519.stm>
- France L. (2006, November 26). *Without prejudice*.
<https://www.theguardian.com/sport/2006/nov/26/tennis.features1>
- The Guardian. (2014, October 18). President of Russian Tennis Federation banned over 'Williams brothers' slur.
<https://www.theguardian.com/sport/2014/oct/18/russian-president-williams-brothersbanned>
- Badenhausen, K. (2015, August 12). *The world's highest-paid female athletes 2015*.
<https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2015/08/12/the-worlds-highest-paid-female-athletes-2015/>
- Prince, J. (2015, August 31). Beauty diaries: Maria Sharapova. *Harpers Bazaar*,
<http://www.harpersbazaar.com/beauty/diet-fitness/a11996/maria-sharapova-diet-beauty-tips-0915/>
- Badenhausen, K. (2016, March 7). *\$30 Million a year on the line for Maria Sharapova after failed drug test*.
<http://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2016/03/07/30-million-a-year-on-the-line-with-maria-sharapovas-drug-news/#32cca1021839>
- ESPN. (2018, April 27). *World Fame 100: Meet the 25 most famous women athletes in the world*.
https://www.espn.com/espnw/culture/story/_/id/23337210/world-fame-100-25-most-famous-women-athletes
- Rice, D., & Galbraith, M. (2020, January 29). Athletic upskirting at the Australian Open. *reading the pictures*.
<https://www.readingthepictures.org/2020/01/calling-out-tennis-upskirt-photos/>
- Swift, J., & Gould, H. (2021, January 11). Not an object: on sexualization and exploitation of women and girls. *UNICEF USA*. <https://www.unicefusa.org/stories/not-object-sexualization-and-exploitation-women-andgirls/30366>
- University of Minnesota Libraries Publishing. (2024, June 23). *Understanding media and culture: an introduction to mass communication. 2.2 media effects theories- understanding media and culture*.
<https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/chapter/2-2-media-effects-theories/>
- Audit Bureau of Circulations (2024, September 04). *Consumer magazine circulation averages*.
<http://www.auditbureau.org/>
- Duncan, M., & Messner, M. (2024, November, 19) *Gender in televised sports: News and highlight shows, 1*
<http://www.aafla.org/9arr/ResearchReports/tv2004.pdf>
- Fein, P. (2024, December 24). *How should female athletes be portrayed?*
<https://sportstar.thehindu.com/columns/vantagepoint-paul-fein/female-athletes-tennis-sexuality-portrayal-maria-sharapova-anna-kournikova-ana-ivanovic-steffi-graf-chris-evert/article26546949.ece>
- Smith C. (2025, March 03). Riot Girls. *Newyork magazine*. <http://nymag.com/nymetro/news/sports/features/5107/>
- Messner M., & Cooky, C. (2025, December, 25) *Gender in televised sports: news and highlights shows, 1989-2009*. University of Southern California Center for Feminist Research. 24.12.2025.
<http://www.usc.edu/dept/cfr/html/documents/tvsports.pdf>

KATKI ORANI <i>CONTRIBUTION RATE</i>	AÇIKLAMA <i>EXPLANATION</i>	KATKIDA BULUNANLAR <i>CONTRIBUTORS</i>
Fikir ve Kavramsal Örgü <i>Idea or Notion</i>	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak <i>Form the research hypothesis or idea</i>	Filiz YEŞİLDAL Gülcan TEKİN
Tasarım <i>Design</i>	Yöntem ve araştırma desenini tasarlamak <i>To design the method and research design.</i>	Filiz YEŞİLDAL Gülcan TEKİN
Literatür Tarama <i>Literature Review</i>	Çalışma için gerekli literatürü taramak <i>Review the literature required for the study</i>	Filiz YEŞİLDAL Gülcan TEKİN
Veri Toplama ve İşleme <i>Data Collecting and Processing</i>	Verileri toplamak, düzenlemek ve raporlaştırmak <i>Collecting, organizing and reporting data</i>	Filiz YEŞİLDAL Gülcan TEKİN
Tartışma ve Yorum <i>Discussion and Commentary</i>	Elde edilen bulguların değerlendirilmesi <i>Evaluation of the obtained finding</i>	Filiz YEŞİLDAL Gülcan TEKİN
Destek ve Teşekkür Beyanı/ <i>Statement of Support and Acknowledgment</i>		
Bu çalışmanın yazım sürecinde katkı ve/veya destek alınmamıştır. <i>No contribution and/or support was received during the writing process of this study.</i>		
Çatışma Beyanı/ <i>Statement of Conflict</i>		
Araştırmacıların araştırma ile ilgili diğer kişi ve kurumlarla herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması yoktur. <i>Researchers do not have any personal or financial conflicts of interest with other people and institutions related to the research.</i>		
Etik Kurul Beyanı/ <i>Statement of Ethics Committee</i>		
Bu araştırma, nitel yöntemle (Sistematik derleme) yapıldığı için Etik Kurul gereksinimi bulunmamaktadır. <i>Since this research was conducted with a qualitative method (Systematic review), there is no need for an Ethics Committee.</i>		



Bu eser [Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) ile lisanslanmıştır.