

KADINA İLİŞKİN MEDYATİK BİLGİYE KADININ MÜDAHALESİ: SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ

Gül Aktaş*

Giriş

Bir iletişim aracı olarak medya, toplumda düşünce, davranış ve değer yargılarının oluşmasında, sosyo-kültürel yapının belirlenmesinde en güçlü unsurlardan biridir. Ayrıca medya toplumun davranış kalıplarını, değer ve düşünce yapısını bireylere aktaran ve öğrenilen bilginin, düşünce ve davranışın içselleştirilmesini etkili kılan önemli bir aktarım aracı olduğu için bir sosyalleşme aracı olarak da değerlendirilebilir. Dolayısıyla çok yönlü iletişim aracı olarak medya, gündelik yaşamdan başlayarak siyasetten ekonomiye, kültür-sanattan spora, bilimden teknolojiye her alanı etkileyen önemli aktörlerden biridir. Medyanın bireyler üzerindeki değiştirici ve dönüştürücü etkisinden yola çıktığımızda, bu çalışma, kadının sosyal ve kültürel yaşamını etkileyen olayları tartışabildiği, etkileşime katkıda bulunabildiği, yaşamsal tercihlerine ilişkin tavır sergileyebildiği alan olan sosyal medyanın eril iktidara karşı alternatif söylemlerini kadın bakış açısından değerlendirme noktasında temellenmiştir.

İlkin tarihsel arka plana baktığımızda kadın toplumsal, ekonomik ve kültürel yaşamda çoğunlukla özel alanla ilişkilendirilmiş ve kamusal alana ait olandan uzak tutulmuştur. Özellikle ataerkil toplumsallaşma sürecinde kadın ev, çocuk ve yaşlı bakımından sorumlu olurken gündelik yaşam pratikleri ev içindeki yapıp etmeleriyle sınırlı kalmıştır. Bu nedenle kadının hane içindeki belirlenmişliği onun sosyal yaşam alanlarına ulaşmasında büyük engeller doğurmuştur. Göç, kentleşme ve modernleşme süreciyle birlikte kadın,

* Yrd. Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,

özel alandan kamusal alana geçerken çalışma yaşamı ve dış dünyayla kurduğu ilişki bakımından yeni bir kimlik oluşturma mücadelesiyle de karşı karşıya kalmıştır. Çünkü geleneksel yaşam içinde kadın, daha çok “ev ve çocuk yetiştirme işlerinden sorumlu ev kadını” ve “işgücü piyasasında ucuz ve kayıt dışı işgücü” olarak tanımlanmıştır. Ancak modern yaşama geçişle birlikte sosyo-ekonomik alandan dışlanan kadın, “meslek sahibi”, “eğitimini tamamlamış”, “siyasal ve ekonomik alanda aktif” birey olma açısından farklı bir kimlik kazanmaya başlamış, bu dönüşüm sosyo-kültürel ve ekonomik yaşam içinde kadına ait kırılma noktalarını da gündeme getirmiştir. Dolayısıyla kadının kamusal kimliğinin dış dünyada görünür kılınması ve kabulü kadını annelik ve eş olma rolleriyle ifade etmekten uzaklaştırırken kadına başka bir mücadele alanı oluşturmuştur. Bu mücadele alanı, hane içinden kamusal dünyaya açılan kadının yeni kimliği ile var olma mücadelesi ve geleneksel değer yargılarından arınmış bir kadın tanımının yapılabilirliği sorunsalı etrafında şekillenmiştir.

Özellikle güç, statü, prestij ve iktidarın öznesi olma noktasından uzaklaştırılmış olan kadın sosyal yaşama katıldığında geleneksel değer yargılarının bir uzantısı olan itaatkarlık, cinsellik, aldatılma, kıskançlık, şiddetin nesnesi olma gibi şekil değiştirmiş sosyal problemlerle yeniden mücadele etmek zorunda kalmıştır. Bu noktada yanıtlanması gereken soru, toplumsal değişimin her aşamasında cinsiyetçi yaklaşımlara direnç gösteren, yeniden şekillenen ve var olan toplumsal bağlardan koparak farklılaşan kadın bu değişimi medyatik alanda nasıl gerçekleştirmektedir. Bu soruya yanıt vermenin gücü, kadının, piyasa ve hane yönetiminde karar alabildiği ekonomik alana, kültürel ilişkileri düzenleyen ve “dişil görevleri sunan” toplumsal alan ile “erkek deneyimlerine dayalı iktidar ilişkilerinin düzenlendiği” siyasal alana medya üzerinden hangi araçları kullanarak müdahale ettiği sorunsalına ne şekilde cevap verebildiği ölçüsündedir.

Yukarıda sözü edilen sorunsal alan dikkate alındığında şu görülmektedir: Kentleşme, modernleşme ve küreselleşme sürecinde kadın, artık eğitim ve meslek yaşamında güç, prestij ve statüye sahip, karar alabilen ve bunları hayata geçirebilen, aile ve toplumda temsil gücü olan bir aktöre dönüşürken kadının var olma mücadelesi mahrem/özel ve kamusal, siyasal ve sosyal alanlar arasında parçalanmış durumdadır. Bu noktadan yaklaştığımızda, kadının toplumsal yaşamdaki “görünürlüğüne” kimi zaman da “görünmezliğine” sebep olan iletişim araçlarından medyanın bu mücadelenin neresinde olduğu sorusu önem taşımaktadır. Bu çerçevede çalışma, kadının, her alanda olduğu gibi, medya üzerinden kendisini yeniden tanımlamasını, daha nitelikleştirilmiş bir kadın yaşam alanı için sosyal medyanın gücünü ne şekilde ve hangi yönde kullandığını örneklerle açıklamaya yönelmektedir.

1. Kavram Olarak Medya ve Medyada Kadın İmajı

Bir araç anlamında medya yazılı basın, radyo ya da televizyon gibi iletişim araçları olarak tanımlanırken, bu teknolojilerden bir veya daha fazlasını çok sayıda insanla iletişim kurmak (“kitle iletişimi”) üzere kullanan geniş ölçekli organizasyonlar toplamı biçiminde de ifade edilebilir. Elektronik ve kimyasal endüstrilerdeki buluşlara bağlı olarak 1860 ile 1930 yılları arasındaki dönem medyanın oluşum dönemidir.

C. Wright Mills’in *İktidar Seçkinleri*’nde tanımladığı üzere, medyanın iki önemli sosyolojik özelliği vardır: Birincisi, çok sayıda insanın çok büyük sayıda insan grubuyla

haberleşmesini sağlar; ikincisi, seyircinin medyaya tepkisini iletmesinin hiçbir etkin yolu yoktur. Kitle iletişimi, tanımı gereği tek yönlü bir süreçtir. Medya organizasyonları, doğaları itibariyle, bürokratik ve (medyanın devlet denetiminde olduğu toplumlar hariç) şirketleşmiştir.

Medya modern toplumların zihinsel hayatına hükmeden bir konuma gelmiştir ve bundan dolayı sosyologların yoğun ilgi duyduğu bir alandır. 1930’lardaki ilk medya çalışmalarında ilgi odağı yeni medya teknolojilerinde –özellikle radyo ve televizyondagizli olan güçtü. Adolf Hitler’in radyoyu propaganda amacıyla başarılı bir şekilde kullanması, medyanın muhtemel tehlikeleri üzerine bir ders niteliğindedir. Kitle toplumu kavramı da elektronik medyanın Orwellvari bir zihinsel denetim durumu (pasif kitlelerin küçük bir iletişimciler elitinin tahakkümü altına girmesi) yaratabileceği düşüncesine güç katmıştır (Marshall 2005: 484).

Medya, teknolojinin ilerlemesi ile birlikte sosyal, ekonomik ve kültürel yaşam alanlarına dair farklı açılımlar getirmiştir. Bireylerin ve sosyolojik grupların teknolojiyi kullanma olanağını artıran teknoloji tarihi ve iletişim teknikleri alanında olduğu kadar “bilgi sosyolojisi” açısından da önemli gelişmeler yaşanmıştır.

Bu noktadan yola çıktığımızda sosyal medya (sosyal olarak nitelenen medyanın ne kadar sosyal olup olmadığı da burada tartışılabilir) aslında sanal ortamda bilginin dolaşımı, etkileşim imkânları ve içeriği açısından bilgi sosyolojisini de ilgilendiren bir alandır. Bilgi sosyolojisi açısından ideolojinin dolaşımı, eyleme ya da hak-hukuk arayışına dönüşmesi internet ortamında önemli bir tepki alanını da ortaya çıkarmıştır. Belki de bilgi sosyolojisi göz önünde bulundurularak medyanın, “yeni medya” ifadesiyle nasıl “sosyal medya” haline dönüştüğünü irdelemek daha öncelikli ele alınması gereken bir konu olacaktır.

Şöyle ki medya araştırmalarından çıkan bir sonuca göre (Kalaycı, 2008) medya yayınlarının kültürel niteliğiyle stereotipleştirici -özellikle çocuklar ve kadınlar üzerindeki etkisi anti-sosyal davranışları ve şiddeti destekleyici olduğu yönündedir. Dolayısıyla medya ilk ortaya çıktığı zamanlar radyo, televizyon ve gazete aracılığıyla tek yönlü iletişim biçimini yani iletiyi karşımıza çıkarmıştır. Özellikle radyo ve televizyon yayıncılığıyla kadına yönelik tanımlamalar geleneksel rollerle (fedakâr ve iyi bir eş, bakımlı ve becerikli bir kadın, anne ve akrabalık ilişkileri açısından toparlayıcı ve düzenleyici bir kadın) tek yönlü iletişim kanalıyla verilmeye çalışılmıştır. Böyle bir tek yönlü iletişim kanalı hane içinde “belirlenmiş ev kadını” kimliğini de normalleştirerek sunmuştur. Oysaki sosyolojik tabanda birey, iletişim kanallarından aldığı bilgiyi işleyebilen, değerlendirebilen, tartışıp yeni bir formata dönüştürebilen bir özelliğe sahiptir. Bu nedenle medyanın sahiplenici, bütünsel bir yaşam ve düşünce modelini destekleyici yanı bireyi belirli kalıplara sokmaktan öteye gidemez.

Buna örnek olarak radyo ve 1968’de deneme yayınına başlayarak 1970’lerde yayına geçen tek kanallı TRT televizyonuna yapılacak itirazların resmi işlemler aracılığıyla yapılıyor olması verilebilir. Birey kendisine ilişkin söyleme tepkisini o zamanın tek kanalı olan TRT’ye dilekçe ile yapmalıydı ya da mahkemeye gitmesi gerekliydi. Söz konusu dönemlerde kadınlar toplumsal yaşamda olduğu gibi medyada da geleneksel rolleri ve bedeni üzerinden tanımlanmış ve “kadınların çekiciliği sıradan bir ürünü veya haberi ilgi çekici kılabilmektedir” anlayışından yola çıkarak kadın bedeni üzerinden tanımlanmıştır. Bu dönemde kadın, gazete, televizyon ve radyo programlarında işlenen kendine ilişkin

bir bilgiye anında müdahale edemiyordu. Çünkü iletişim teknolojileri hemen hemen buna imkân vermiyordu, verse de uzun zaman alıyordu. Belki muhalif gazeteler ve gazeteciler bu müdahaleyi başka şekilde yapıyorlardı. O yüzden itirazlara daha çok gazete-gazete ve/ya gazete-televizyon muhataplığından bakmak gerekir.

Yeni iletişim teknolojileri, bireylere kendilerini ifade etmeleri, etkileşim alanlarına dahil olmaları ve kendi yaşamlarına ilişkin müdahalelere karşı platform oluşturmalarını sağlayacak sosyal medya dediğimiz sanal ortamı hazırlamıştır. Ortam ve ilişkilerin “sanal” sıfatıyla nitelendirilmesi son on yıldaki medya ve teknolojik gelişmenin bir ürünüdür. Bu belki de “geleneksel medya” dediğimiz radyo-televizyon yayıncılığının ön planda olduğu zamana karşılık yeni medyanın “kullanıcı tabanlı” olması, kitleleri bir araya getirmesi ve aralarındaki etkileşimi artırması bakımından bireylerin kişisel ve sosyal müdahalelerini daha görünür kılmaktadır.

Tüm toplum genelini kapsayacak şekilde medya teknolojilerinin gelişmesi pek çok kimsenin ve sosyolojik grupların kendini inter-aktif olarak ifade etmesini sağlaması kullanıcıların maddi ve teknik olanakları ile sınırlı kalmıştır. Sanal olana katılmak bir teknoloji ve bilgi kullanımını gerektirmektedir. Kadın da kendine ilişkin imaj ve bilgiyi bu kanalla alırken kendi olanakları çerçevesinde bilgiyi işleyip dönüştürebilmiştir. Zaman içinde kadına ilişkin bilgi ve imaj feminizmin ve diğer dünya görüşlerinin olanakları ile istenilen yönde değiştirilirken kadın kendine ilişkin mevcut bilgiyi bu kanallar aracılığıyla dönüştürmüştür.

2. Geleneksel Medyadan Sosyal Medyaya

Hem kamu hem de özel sektörde medya profesyonelleri aracılığıyla bireylere sunulan ve kayda değer bir çoğunluk tarafından içselleştirilen medyatik bilgi, bireyler ve sosyolojik birimler arası ilişkileri etkilemekte hatta belirleyebilmektedir. Bu bilgi tekrarlanarak kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır. Geleneksel medyanın özellikle televizyon aracılığıyla evlerimize taşıdığı tek yönlü bilgi akışı bireyler tarafından ya reddedilip dışlanmakta ya da kabullenilerek içselleştirilmektedir. Bu seçeneğin niteliği medya muhatabı bireylerin toplumsallaşma dönemlerinde ne edindiklerine paralel gelişmektedir. Çünkü televizyonun uzun yıllardır bireylerin toplumsallaşmasına katkısı çok belirgindir. Bu toplumsallaşma doğrudan inter-aktif medyatik müdahaleye denk gelmese de bir televizyon kuşağının dolaylı müdahalelerini doğurmuştur. İnter-aktif müdahaleler, özellikle kadın açısından bakılırsa, böyle bir evrimi bir ölçüde zorunlu kılmış ama müdahale kültürünü gecikmeli de olsa beslemiştir.

Geleneksel medyanın pasif birey anlayışına karşı sosyal medya en yüksek paylaşımın gerçekleştiği bir alan yaratırken şu özellikleri de içinde barındırmaktadır (Vural ve Bat, 2010:3352).

Katılımcılar: Sosyal medya katılımcıları cesaretlendirir ve ilgili olan her bir kullanıcıdan geri bildirim alır.

Açıklık: En çok sosyal medya servisleri geri bildirim ve katılımcılara açıktır. Bu servisler oylama, yorum ve bilgi paylaşımı gibi konularda cesaret aşılarlar. Bunlar ulaşıma yönelik olarak çok nadir engeller koyarlar.

Konuşma: Geleneksel medya yayına ilişkin iken (içerik aktarımı ya da dinleyiciye bilgi ulaşımı), sosyal medya iki yönlü konuşmaya olanak tanınması bakımından daha zengin olanaklar sunmaktadır.

Toplum: Sosyal medya topluluklara çabuk ve etkili bir oluşum için izin verir.

Bağlantılılık: Sosyal medyanın çoğu türü bağlantılı işler gerçekleştirir; diğer siteler, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link verilmesine olanak tanır.

Sosyal medya bu bağlamda, eş zamanlı etki-tepkii çok hızlı bir şekilde sağlaması açısından bilginin daha çabuk iletilmesini kolaylaştırırken bilginin sürekli ve yenilenerek, değiştirilerek aktarılmasına da olanak sağlamaktadır. Bu durum sosyal medya kullanan birey ve sosyolojik sanal ya da sanal olmayan birimlerin sayı ve teknik olanakları ile sınırlıdır ve determine edilmiştir.

Sanal ortam, kullanıcıları tarafından yaşamın vazgeçilmez bir parçası olarak değerlendirilen sosyal medya, geniş kitlelerin aynı anda -eş zamanlı olarak- sosyal taleplerine yanıt verirken bireylerin aktör olarak toplumsal yaşama sanal alandan dahil olmasını da sağlamaktadır. Böylelikle sosyal medya farklı bir toplumsallaşma tarzını da gündeme getirmektedir. Bireyler sosyal medya üzerinden gündelik bilgileri paylaşmakta, günceli tartışabilmekte ve yeni fikirler ortaya koyabilmektedirler. Farklı fiziksel ve sosyal ortamdaki bireyleri bir araya getirmesinden dolayı çok sayıda bireyin katılım ve denetimi de bu şekilde sağlamaktadır. Arap Baharı denilen olaylar çerçevesinde sanal ortamların etkisini geleneksel medyanın konu edinmesi bu bakımdan önemli bir örnektir. İran ve bazı Arap ülkelerinde kadın haklarına ilişkin haberlere verilen destek veya tepkiler de kadının inter-aktif medya katılımında bir olanak yakaladığının somut örneğidir. Ayrıntısına girildiğinde bu örnekleri çoğaltmak mümkündür.

Bu bağlamda sanal ortamların kullanılmasında eş zamanlı katılımlar anında tepki verme olanağı yaratırken kadının yaşam hakkına ve yaşamsal fırsatlarına ilişkin müdahalelere itirazı da artırmıştır. Bir başka açıdan yaklaşıldığında ani müdahaleler yapılmaya başlanmış, bu durum zamanla idari denetim ve internet suçları hukukuyla savcılıkla düzene konulması gereken hukuki boyutu da etkilemiştir. Dolayısıyla kadının medya ortamında gündeme gelmesi sadece feminist bir eylem değil, bunun karşıtı eylemlerin de gündeme gelmesidir. Bireysel haklar ve özgürlükler de bu şekilde daha fazla dillendirilmeye başlanmıştır. İnternet ortamı, servis ve içerik sağlayıcılar bu olgu içinde yerini almış, özgürlüklere olanak sağlayan teknoloji denetimini de beraberinde getirmiştir.

3. Sosyal Medya ve Sanal Hukuk Bağlamında Etkin Kadın Katılımı

Denetim ve kullanım olanakları sosyal medyanın gelişmesinde bir evre olarak kabul edilebilir. Yasalar her ne kadar sınırlandırıcı ve yasaklayıcı olarak kabul edilse de kimin ne zaman neyle karşılaşacağı belli olmadığı için herkesin zaman zaman hürriyete ve denetime olan ihtiyacı da önemli bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Diyelim ki bir kadına iftira içeren bir yayının medyatik ortamdan kaldırılması gerekebilir. Bu durumda denetim ve müdahale hakkı kadın açısından hukuki varlık alanını da ortaya çıkaracaktır.

Kadın sanal hukuk ve sosyal medya bağlamında sadece protesto ve imaj yaratma eylemlerinin aktörü olmakla kalmayacak sanal hukukta da kendi hakları açısından etkin bir katılım hakkı sağlayacaktır. Kadın haklarının sanal hukuk üzerinden savunulması, tartışılması ve tasarlanması açısından sosyal medya kadınlara farklı bir hazırbulunuşluk ve bilinç olanağı yaratacaktır. Kadınlara karşı sosyal medyadan yapılan hak ihlalleri ve eleştirilerin sahibi olan antifeminist birey ve sosyolojik birimler ile kadınlar arası ilişki açısından ileti ve etkileşimin varlığı da artacağından sosyal medya ile internet (sanal)

hukuk ilişkisi daha rasyonel bir alanda değerlendirilme imkânı bulacaktır. Bu doğrudan ve dolaylı olarak internet hukukunun sağlıklı gelişmesini sağlayacaktır.

Bununla birlikte aktivistler medyada yeni bir ortam yaratarak internet gazeteciliği-block-facebook-twitter gibi kullanımları bireysel ve ideolojik olarak geliştirebilirlerken karşı görüşlerin de bu imkanlardan yararlanacağını düşünecekler, internet ve bilişim kavramlarını daha iyi tanımlayarak düşebilecekleri hatalardan da kendilerini koruyabilecek bilgi ve bilişim hukuku donanımına erişebileceklerdir.

Sosyal medya açısından dikkate alınması gereken pratik bir konu da “internet servis sağlayıcı” ile “içerik” konusundaki ayrımı doğru yapabilmek ve var olan tepkiyi de buradan kurgulayabilmektir. Örneğin herhangi bir kurum, birey ya da siyasi partinin bir internet servisinin kapanmasına ilişkin yaptırımları mı asıl önemli olan nokta yoksa o servis içindeki içeriğin çıkartılması mı? Şöyle ki eğer internet servisi tamamen ortadan kaldırılırsa bireyin haber alma, habere müdahale etme ve haber üzerinde kritik yapma hakkı da elinden alınmış olacaktır. Özellikle radyo-televizyon ve gazetenin aksine bireylerin inter-aktif haber akışı sosyal medya üzerinden daha geniş bir yelpazeye sağlanacaktır. Kadın katılımcıların bir eylem ve müdahale için ani medya katılımı yapmaları mümkündür, ancak bunun gelişmesi kullanımlara bağlı olan internet hukukunu ve yanlış kullanımların yaptırım tarafını da geliştirmelidir. Kadın haklarındaki bilinçlenme kadar “internet kullanım bilinci”, “internet hukuku bilinci” sosyal medyada kadın üzerinden yeni bir gelişmeyi de mümkün kılacaktır.

4. Kadının Medyatik Bilgiye Sosyal Medya Aracılığı İle Müdahalesi

Yazılı ve görsel medyada pasifleştirilmiş ve ikincileştirilmiş kimlik tanımlamasıyla karşı karşıya kalan kadın, sosyal medya aracılığıyla sansasyonel haberlere karşı çıkmakta ve seslerini sosyal medya aracılığıyla duyurmaktadırlar. Kadınların sosyal medyada erkeklerden daha fazla haber tükettiği istatistiki verilerle ortaya konmaktadır. Bu verilere göre kadın kullanıcıların %58'i haberlerin sosyal medya platformlarından yayılmasını sağlarken erkek kullanıcıların ise %42'si sosyal ağlar üzerinden haber paylaşmaktadır. Ayrıca kadınların %58'i facebook, %52'si de Google+ üzerinden çevreleriyle haber paylaşımında bulunmaktadır (<http://sosyalmedya.co>).

Kadınlarla ilgili haberler medyada geniş yer kaplamakta ve mevcut sorunlar medya üzerinden tartışılmaktadır. Bu konuyla ilgili birkaç örnek vermek gerekirse bunlardan bir tanesi Facebook'un kadına şiddet içeren içerikler için başlattığı çalışmadır. Böyle bir çalışmanın alt zemininde kadına şiddet ve nefret söylemlerine tepki gösteren bir kitlenin varlığı yatmaktadır. Şöyle ki Facebook üzerinde kadına şiddeti yücelten sayfaların kaldırılması için birleşen gruplar Facebook'a hitaben mektup yazarak bir kampanya başlatmış ve kadına şiddeti yücelten sayfalarda sadece kadınlara karşı nefret söylemlerinde bulunanların değil çıplaklığa karşı da önlem alınmasını isteyen bir tepki grubu oluşturmuşlardır. Bu gruba katılan birçok katılımcı -ki kadınlar ve kadın örgütlerinden- bu konuda yoğun destek gelmiştir. Bu tepkiler neticesinde Facebook, “beş noktalı bir plan geliştirdiklerini ve hizmet koşullarını gözden geçireceklerini belirterek sosyal ağ üzerindeki nefret söylemleri olan içeriklerin tespitinin daha hızlı olacağını” dile getirmiş ve bu konuyla ilgili bir çalışma başlatmıştır (www.sosyalmedyakulübü.com).

Sosyal medyada bir başka tepki izdivaç programları ve bu programların içeriğinde aile ve kadına bakış açısına ilişkin söylem analizleridir. Bu tür programların evlilik kurumunun

ciddiyetini zedelediği ve toplumun ahlak anlayışına zarar verdiği, kadının evlilikle statü kazanacağı algısının yerleştirildiği ve toplumda var olmanın bir biçimi olduğu yönündeki mesajlar sosyal medya üzerinden eleştiri konusu olmuştur. Bunlardan birkaçı şu şekildedir:

“Toplum ve kültürümüzde evlilik müessesesi önemlidir. İnsanların evlendirilmek üzere programlara çıkarılmasını doğru bulmuyorum. Bu durum gençlerimize olumsuz örnek oluyor. Bu tarz programların toplumu çökertmek adına yapıldığını düşünüyorum.”

“Topluma kötü örnek oluyorlar. Evlenmek için yapılan bir program, fakat insanlar rencide ediliyor.”

Sosyal medyada tepki gösterilen evlenme programlarına, Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürü Ayşen Gürcan 2008 yılındaki bir röportajında şu yorumu yapmıştır:

“Kişiye ve aileye özgü yaşananların bu şekilde deşifre edilmesi ve aile mahremiyetinin kamusal alanda sergilenmesi, izleyiciyi “dikizci ya da röntgenci” konumuna sürüklemektedir. Televizyonun toplumun bireylerine tahsis ettiği yer, ‘açık tribün’ yani ‘elektronik haneler’ olmaktadır. Bu haliyle mahrem olma olgusunu içinde barındıran aile ve evlilik kurumu, düğünler, eş seçimleri, bir başka ifadeyle özel alanda yer alan her şey ‘göstermelik’, özel alanda yaşanan her şey ise ‘seyirlik’ bir konuma indirgenerek aile kurumunun kişi ve yapıları darbe almaktadır. Evlenecek kişilerin her birinin bir mizaç ve kişilik haritası vardır. Bu haritaların tahribatı ve evlilik kurumunun bir show aracı olarak kullanılması ise toplumsal sermayemizi derinden etkileyici bir nitelik taşımaktadır” (www.hurriyet.com.tr).

Sosyal medyada yankı uyandıran ve kadına ilişkin kalıp yargılardan yola çıkılarak oluşturulmuş bir başka habere tepkinin filizlendiği ifadeler ise “Halk plajında kadınlara “kapanın” broşürü sosyal medyada tepki yarattı” başlıklı bir haberle gündeme gelmiştir. Dağıtılan broşürde; “Hanım tesettürlü olmalıdır. Kadın çalgılı düğünlere gitmemelidir. Yol ortasında insanların gezdiği yerlerde oturmamalıdır. Fal baktırmamalı, zorunlu olmadıkça alışverişi kocasına yaptırmalı, kocasından izinsiz dışarı çıkmamalıdır. Kaşını aldırması, saç ektirmesi ve estetik yaptırması haramdır. Pantolon giymemelidir. Yabancı erkelerle tokalaşmamalıdır. Evde köpek beslemek haramdır, terlikle gezmemeli, müzik dinlememeli” şeklinde yazmaktadır. Söz konusu haberin yayınlanmasından sonra sosyal medyadan yoğun tepkiler gelmiş ve haber internet ortamında çok hızlı bir şekilde yayılmıştır (<http://www.f5haber.com>).

Farklı gazetelerde ve internette yayınlanan bir başka haber ise kadınların toplu taşıma araçlarında maruz kaldığı tacizlere karşı “bacağımı topla” ve “yerimi işgal etme” söylemleridir. Bu konunun sosyal medyada dillendirilmeye başlanmasıyla birlikte binlerce insan yorum yapıp bu sorunu sosyal medya üzerinden tartışmıştır. Radikal gazetesi bu konuyla ilgili İstanbul Feminist Kollektif’in başlattığı bir süreci haber olarak şu şekilde vermiştir:

“Eğer yan koltuğu boş bir pencere kenarı bulamamışsak ve bacakları pergel gibi açık bir erkeğin yanına oturmuşsak, bu durum karşısında türlü seçeneklerimiz var: Durumu görmezden gelip, gergin bedenimizi iyice gererek ineneğimiz durağı beklemek. Yerimizde minik hareketlerle oflayarak rahatsız olduğumuzu anlamasını ve bacaklarını kapatmasını beklemek. “Bacağımızı toplar mısınız desem mi, of neyse yol çok uzun değil, şimdi kendimi iyice germeyeyim, birazdan ineneğim zaten” diye iç sayıklamalarla yolculuğu tamamlamak... Hayatımız, bizim olduğumu bildiğimiz ve terk etmeye hiç niyetli

olmadığımız alanlarımızı, her yerin kendisinin olduğunu ve her şeye hakkı olduğunu düşünen erkeklerin işgaline karşı, bir şeylere tutunup düşmemeye çalışmak ve bunun için sürekli yeni strateji ve taktikler bulmak üzerine kurulu.” şeklindeki değerlendirmeden yola çıkarak kadınları “bacağını topla” ve “yerimi işgal etme” söylemleri ile tepkiye davet etmiştir (www.radikal.com.tr).

Sonuç olarak kadınlar gündemdeki mevcut sorunları sosyal medya aracılığıyla daha hızlı ve etkili bir şekilde paylaşmakta ve ortak paydaşlarda çoğunluk oluşturarak sanal ortamdan sorunları kimi zaman alanlara taşımaktadır.

Sonuç

Medya artık bireylerin sadece bilginin alıcı kitleye ulaştırıldığı tek yönlü bir süreç olmaktan öte, alıcıların belirleyici olduğu bilgiyi değerlendirebilen, eleştirebilen bir formata dönüştürdüğü alan haline gelmiştir. Bu bağlamda özellikle sosyal medya bir anlam ve güç ilişkisinin temellerini bireylere sunmakta, farklı toplumsallaşma olanaklarını oluşturmaktadır. Bu güç üzerinden kadınlar haklarını tanımak, dillendirmek ve seslerini duyurmak açısından bir kanal oluşturmaktadırlar. Bir anlamda sosyal medya bireylere kendilerini ifade etmeleri için özgürlükler sunması ve edilgenliği ortadan kaldırması açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Bu noktadan yaklaştığımızda kadın kendisine sunulan ve kendisiyle ilgili haberleri daha hızlı bir şekilde paylaşmış, sonuca ulaşma açısından daha etkili bir yol bulduğu için sosyal medya üzerinden haklarını arama yoluna gitmektedir. Aynı zamanda, sosyal medya, kadın açısından sınıf, yaş ve ekonomik farklılıkların gözetilmediği ortak yaşamın anlamı üzerine eşitsiz ilişkilerin tolere edildiği bir alan olması açısından da önem taşımaktadır. Ataerkil yapı içinde dar alanlara sıkıştırılmış olan kadın kendine farklı bir özgürlük alanı yaratmış olmaktadır.

Bu özgürlük alanının iki önemli yönü vardır. Bunlardan birisi bu alanda internet hukukunun oluşmasına haklar açısından katkı vermek, ikincisi ise kendi ihlal edeceği hukuk açısından bilinçlenmeye giderek bir iç denetim üslubu geliştirmek. Her iki yön de yeni oluşmakta olan bilişim hukukunun sosyolojik tabanını beslemesi bakımından işlevseldir.

Genel olarak kadının toplumsallaşmasında interneti de dikkate alan yeni bir geleneğin ilk safhaları kadının inter-aktif sanal katılım ve internet bilinci ile şekillenebileceği noktadır. Bu oluşum kendi içinde bir kadın-erkek çatışmasına işaret etmekle birlikte kendi dinamiklerini oluşturacak işlevsel bir toplumsallaşma örneğini de sağlamış olacaktır.

KAYNAKÇA

- Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü (2008). **Medya Profesyonellerinin ve Medyanın Aile Algısı** (Yay. Haz. Ahmet Rasim Kalaycı). Ankara: Makromedya.
- Köse, N. (2014). **Kadınların Sosyal Medyada Daha Aktif Olduğunun 6 Kanıtı**. 04 Nisan 2014 tarihinde <http://sosyalmedya.co/kadınlar-ve-sosyal-medya/> adresinden erişildi.
- Marshall, G. (2005). **Sosyoloji Sözlüğü** (2.Baskı). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları
- Özdemir, E. (2014). **O Bacaklar Kimin?**. <http://www.radikal.com.tr/radikal2/1188709> başlıklı yazıya 27 Nisan 2014 tarihinde erişildi.
- Vural, Z.B.A., Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege

Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. **Journal of Yaşar University**, 20(5), ss.3348-3382.

<http://sosyalmedyakulubu.com.tr/sosyalmedya/facebook-hizmet-kosullarini-degistiriyor.html>. *Facebook Kadına Şiddet İçeren İçerikler İçin Bir Çalışma Başlattı* başlıklı yazıya 30 Haziran 2014 tarihinde erişildi.

<http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnewsmobile.aspx?id=8722450>. (17.04.2008). *İzdivaç Programlarına Tepki Yağıyor* başlıklı yazıya 30 Nisan 2014 tarihinde erişildi.

<http://www.milliyet.com.tr/halk-plajindaki-kadinlara-gundem-1902441>. (25.06.2014). *Halk Plajındaki Kadınlara 'Kapanın' Broşürü Dağıtıldı* başlıklı yazıya 25 Haziran 2014 tarihinde erişildi.

Öz

Kadına İlişkin Medyatik Bilgiye Kadının Müdahalesi: Sosyal Medya Örneği

Medya geç Latince medialis, Fransızca medius sözcüklerinden türemiştir. İlk olarak 1570'de kullanılmış olan bu kavram ortalık yerde oluşan veya başlayan anlamında kullanılmaktadır. Medya İngilizcede media olarak kullanılıp iletişim ortamı, iletişim araçları olarak tanımlanmaktadır. Sözcüğün Türkçedeki kullanımı ise kamuoyu, haberleşme, iletişim gibi kavramlarla yaklaşık son 20 yıllık bir süreyi kapsamaktadır. Geleneksel medya olarak nitelendirdiğimiz televizyon, radyo ve gazete aracılığıyla ataerkil ideolojiyi yansıtan medya metinleri, erkek egemen bir bakış açısını beslerken kadınının yaşamsal fırsatlarını oluşturacak bilgi kaynaklarını ataerkillik üzerinden kurgulamaktadır. Geleneksel medya metinleri kadına ilişkin, “güç ve iktidarın sahibi olan erkeğe hizmet eden”, “erkeği cinselliği aracılığıyla kendine çeken ve gücünü bedeni üzerinden kurgulayan”, “sevgi-nefret, ihtiyaç duyma-korkma ikilemi arasında sıkışan”, “sosyal ve kültürel normlarla edilgenleştirilen” bir söylemi aktarmakta ve kadın çoğunlukla bu söylemler üzerinden inşa edilmektedir. Buna karşılık geleneksel medya zaman içinde sosyal medyaya evrilirken önemli bir konu karşımıza çıkmaktadır. O da sosyal medyanın inter-aktif olarak aynı anda ortama katılanlarca sağlanması durumudur. Sosyal medya bireylere zaman ve mekân sınırlaması olmadan paylaşımın, etkileşimin yapıldığı bir ortam sağlarken, bilginin inter-aktif olarak aynı anda ortama katılanlarca sağlanması bireyin iletişimde aktör olması demektir ve bu sosyolojik tabanda önemli bir etkileşimi ve değişimi de beraberinde getirir. Dolayısıyla kadının sosyal medya aracılığıyla kendisiyle ilgili habere müdahale etme şansı ortaya çıkmaktadır. Buradan yola çıktığımızda yazılı ve görsel medya ataerkil kültür kalıplarını tekrarlayarak, yeniden üreterek kadını statü ve güç açısından etkisizleştirirken kadın sosyal medya üzerinden kendisini nasıl ifade etmektedir sorusu çalışmamızın ana temasını oluşturmaktadır. Dolayısıyla aldatılma, aldatma, intikam, kıskançlık gibi anlam kodlarıyla işlenen ve kadını değiştiremeyeceği bir yaşam kıskacının içine hapseden medyatik bakış açısı kadının sosyal medya üzerinden kendisini tanımlamasıyla nasıl bir değişime uğramaktadır sorusu sosyolojik çerçevede irdelenecektir. Çalışmada yazılı ve görsel medyanın kadın tanımlamasına karşılık internet kullanımının artmasıyla birlikte kadının sosyal medya üzerinden inter-aktif katılımı örnekler üzerinden değerlendirilirken internet hukukunun bu konu ile bağlantısına da kısaca değinilecektir.

Anahtar Kelimeler: Medya, Geleneksel Medya, Sosyal Medya, İnternet hukuku

Abstract

*Intervention Of Woman On The Mediatic Data For Woman:
The Example Of Social Media*

The word media is derived from late Latin “medialis” and French “medius”. This term first used in 1570 is used to refer to sudden appearance or beginning. Media, used as media in English is defined as communication medium and tool. The Turkish usage of the word covers approximately last 20 years with the terms like public opinion, information and communication.

The media texts, reflecting patriarchal ideology through television, radio and newspaper labelled as traditional media, construct data sources that create woman’s vital opportunities through patriarchy while supporting man dominated perspective. Traditional media texts use such a discourse that they reflect woman as “the one who serves the man in power and rule”, “the one attracts man with her sexuality and dominates by her body”, “the one who is torn between the dilemma of love-hatred, need-fear”, “the one passivized by social and cultural norms” and construct woman image through these discourses. On the contrary, while traditional media is evolving towards social media, an important subject comes up. That is the condition which is created by the ones taking place in the communication medium interactively in the social media. Social media provides a communication medium for the individual where communication and interaction take place without time and space limitation and it means that an individual becomes an actor in communication, and this also brings an important interaction and change in sociological base. Therefore, through social media, there appears the opportunity of intervention for woman to the news about her. Thus, the main goal of this study is the question of how woman defines herself through social media while written and visual media are passivizing the status and power of woman by repeating and reconstructing patriarchal cultural models. Therefore, the question of how mediatic perspective, that traps woman in a life which is hard to change and full of codes like being cheated, cheating, revenge and jealousy, changes when woman defines herself through social media will be examined within a sociological frame. Within the study, also, the relation of internet law with this subject will be handled while woman’s interactive participation through social media with the excessive use of internet as a response to the definition of woman in written and visual media will be discussed with the examples.

Keywords: Media, Traditional media, Social Media, Internet law