

**İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ PROGRAMLAR ENSTİTÜSÜ
HUKUK YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**KADIN GAZETECİLERİN ANLATISINDA SOSYAL
MEDYADAKİ CİNSİYETÇİ DİL VE TACİZ**

**AYŞE BANU TUNA
115614018**

Doç. Dr. SEDA KALEM BERK

**İSTANBUL
2021**

**Kadın Gazetecilerin Anlatısında Sosyal Medyadaki
Cinsiyetçi Dil ve Taciz**

**Sexist Language and Harassment in Social Media in the
Narrative of Female Journalists**

AYŞE BANU TUNA
115614018

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Seda KALEM BERK
İstanbul Bilgi Üniversitesi

Jüri Üyeleri: Prof. Dr. Turgut TARHANLI
İstanbul Bilgi Üniversitesi

Doç. Dr. Ceren SÖZERİ ÖZDAL
Galatasaray Üniversitesi

Tezin Onaylandığı Tarih :

Toplam Sayfa Sayısı :

Anahtar Kelimeler (Türkçe)

- 1) Sosyal medya
- 2) Cinsiyetçi söylem
- 3) Toplumsal cinsiyet
- 4) Kadın gazeteciler
- 5) Kamusal alan

Anahtar Kelimeler (İngilizce)

- 1) Social media
- 2) Sexist discourse
- 3) Gender studies
- 4) Female journalists
- 5) Public sphere

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR	v
TABLO LİSTESİ.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÖZET	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAMUSAL ALAN VE KADIN

1.1. Kamusal Alanı Tanımlama Sorunu ve Farklı Modeller	6
1.1.1. Arendt ve Agonistik Kamusal Alan	10
1.1.2. Habermas ve Söylemsel Kamusal Alan	12
1.2. Kamusal Alanda Kadın.....	14

İKİNCİ BÖLÜM

KAMUSAL ALAN VE SOSYAL MEDYA

2.1. Sosyal Medyanın Tanımı.....	22
2.1.1. Sosyal Ağ Siteleri.....	24
2.1.1.1. Facebook.....	26
2.1.1.2. Twitter	28
2.1.1.3. Instagram	31
2.2. Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya: Habermasçı teori için bir hayal kırıklığı mı?	33
2.3. Sosyal Medyada Cinsiyetçi Dil ve Taciz.....	41
2.3.1. Sosyal Medyada Cinsiyetçi Dil ve Tacizin Türleri	46

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE GAZETECİLİK

3.1. Türkiye’de Dijital Gazeteciliğe Geçiş	50
3.2. Gazetecilerin Sosyal Medya Kullanımı	53
3.3. Kadın Gazeteciler ve Toplumsal Cinsiyet	57
3.3.1. Medya ve Toplumsal Cinsiyet Başlığında Üçüncü Bir Eksen Olarak Okur/İzleyici/Takipçi	63
3.4. Kadın Gazeteciler ve Sosyal Medya.....	65

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE BULGULAR

4.1. Araştırma Konusu ve Alanın Yerlisi Olmak	70
4.2. Görüşülenlerin Özellikleri	72
4.3. Bulgular	74
4.3.1. Kadın Gazetecilerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları	74
4.3.2. Çevrimiçi Şiddet Deneyimleri.....	77
4.3.3. Haber Konularının Cinsiyetçi Dile Etkisi	80
4.3.4. Cinsiyetçi Dilin Kadın Gazeteciler Üzerindeki Etkisi	83
4.3.5. Cinsiyetçi Dil ve Saldırılarla Mücadele Yöntemleri	87
SONUÇ	91
KAYNAKÇA.....	97

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AGİT	Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı
AİHM	Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi
BBC	British Broadcasting Corporation
BM	Birleşmiş Milletler
COVID	Corona Virus Disease
G (No)	Görüşülen
IFJ	International Federation of Journalists (Uluslararası Gazeteciler Federasyonu)
ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü
IPI	International Press Institute
IWMF	The International Women's Media Foundation (Uluslararası Kadın Medya Vakfı)
İTÜ	İstanbul Teknik Üniversitesi
LGBTİ	Lezbiyen, Gay, Biseksüel, Transgender, İnterseks
ODTÜ	Ortadoğu Teknik Üniversitesi
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
SAS	Sosyal Ağ Siteleri
TCK	Türk Ceza Kanunu
TGC	Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
TGS	Türkiye Gazeteciler Sendikası
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TV	Televizyon
U.S.	United States
UGC	User Generated Content

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Görüşülenlerin Demografik Bilgisi, Uzmanlık Alanları ve Çalıştıkları Medya Kuruluşu Bilgisi.....	73
---	----

ABSTRACT

This thesis explores the impact of sexist language and harassment towards female journalists on social media where they share their news, articles and opinions. By in-depth interviews, it investigates the effects of harassment, women's methods of dealing with these effects, and how they explain the attacks. Social media sites stand out as important channels that journalists use professionally for the purpose of following and sharing news. In Turkey, by the decline in press freedom and media outlets taken over by pro-government business people, the importance of social media as a space of free speech is increasing. As the use of this new public sphere by journalists increases, the harassment and attacks they are exposed to also increase. It is documented by reports that female journalists are the target of more harassment and assaults compared to their male counterparts. The lack of concrete policies of media institutions and professional organizations regarding the solution of the problem isolates women journalists and stands as a major obstacle to their professional activities and freedom of expression and press.

Keywords: Social media, sexist discourse, gender studies, female journalists, public sphere

ÖZET

Bu tez Türkiye’de kadın gazetecilerin haberlerini ve fikirlerini paylaştıkları sosyal medyada maruz kaldıkları cinsiyetçi dil ve tacizin üzerlerinde bıraktığı etkiyi, bu etkilerle baş etme yöntemlerini ve saldırıları nasıl yorumladıklarını kamusal alan teorisi çerçevesinde araştırmaktadır. Araştırma yöntemi olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Sosyal medya siteleri, haber takibi ve paylaşımı amacıyla, gazetecilerin profesyonel olarak kullandığı önemli mecralar olarak öne çıkmaktadır. Türkiye’de basın özgürlüğünün ciddi biçimde gerilemesi, ana akım medya kuruluşlarının büyük oranda hükümet yanlısı iş insanlarının eline geçmesi ve işsiz bırakılan gazeteci sayısındaki artış, sosyal medyanın gazeteciler için bir mecra olarak önemini artırmıştır. Gazetecilerin bu yeni kamusal alanı kullanımı arttıkça, maruz kaldıkları taciz ve saldırılar da artmaktadır. Kadın gazetecilerin erkek meslektaşlarına oranla daha fazla ve cinsiyetlerine yönelik taciz ve saldırılara hedef oldukları meslek kuruluşlarının raporlarıyla belgelenmektedir. Medya kurumları ile meslek örgütlerinin sorunun çözümüne yönelik somut politikalarının bulunmayışı kadın gazetecileri yalnızlaştırmakta, profesyonel faaliyetlerinin ve ifade özgürlüğünün önünde büyük bir engel olarak durmaktadır.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya, cinsiyetçi söylem, toplumsal cinsiyet, kadın gazeteciler, kamusal alan

GİRİŞ

Bu araştırma, kadın medya profesyonellerinin cinsiyetlerinden dolayı karşılaştığı bir saldırı türüne; haberlerini ve fikirlerini paylaştıkları sosyal medyada hedef oldukları cinsiyetçi dil ve tacize odaklanmaktadır. Bu saldırılar dünya genelinde artan, tartışılan, hedefindekiler için koruma yolları aranan küresel bir sorundur. Uluslararası örgütler ve meslek örgütleri tarafından, ifade özgürlüğünün önündeki büyük bir engel olarak da tanımlanmaktadır. Çalışmalarını küresel çapta yürüten Women's Media Foundation'ın 2018'de yayımladığı rapora göre, kadın gazetecilerin üçte ikisi, meslek hayatlarında en az bir kez çevrimiçi ortamda tehdit edildiğini veya tacize uğradığını beyan etmektedir. Tacize uğrayan veya tehdit edilen bu kadınların yüzde 40'ı ise aynı şey bir daha başına gelmesin diye tacizle sonuçlanma ihtimali bulunan haberleri bildirmekten kaçındığını ifade etmiştir¹. Birleşik Krallık merkezli The Guardian gazetesinin 2016 yılında yayımladığı, 70 milyon okur yorumunu mercek alarak hazırlanan analiz sonucunda, en fazla taciz ve küçümseme içeren okuyucu yorumuna maruz kalan 10 yazardan sekizinin kadın olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma aynı zamanda en az taciz ve küçümseme içeren yorum² alan 10 yazarın tamamının erkek olduğunu göstermiştir³.

Ortaya çıkışında katılımcı ve demokratik bir ortam olacağı ideallerini besleyen yeni medya ortamının eril tahakkümü yeniden ürettiği, çok daha güçlü biçimde yaydığı, özellikle kadınları bilinen en eski yöntemlerle caydırmaya çalıştığı

¹ M. Ferrier, Attacks and Harassment The Impact on Female Journalists and Their Reporting, International Women's Media Foundation, 2018.

² Kadın gazetecilere yönelik taciz ve küçümseme içeren yorumlar arasında en sık görülenler tecavüz dili ve tecavüz tehdidi, fiziksel özellikleriyle ilgili saldırgan yorumlar, geleneksel kadınlık rollerinin hatırlatılması, cinsiyetinin küçümsemesi ve müstehcen içerik gönderilmesi olarak bildirilmektedir.

³ <https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/12/the-dark-side-of-guardian-comments>

(chilling effect)⁴ eleştirileri giderek artmaktadır⁵. Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 13 Nisan 2016 tarihli tavsiye kararında “[kadın gazetecilere yönelik çevrimiçi taciz eylemleri] devlet veya devlet dışı aktörler tarafından gerçekleştirilmiş olsun, ifade özgürlüğü üzerinde çok ciddi chilling effect’e (caydırıcı etki) neden olmaktadır...” denmektedir⁶.

Sosyal medyada kullanıcılar arasındaki çift yönlü etkileşimin, ifade özgürlüğünü kısıtlama amacıyla istismar edilmesinde kadın-erkek farkına vurgu yapan araştırmalar halen literatürde oldukça az bir alanı işgal etmektedir. Dikkat çeken az sayıda araştırmaya göre kadın gazeteciler erkek meslektaşlarından farklı olarak görünüşleri, cinsellikleri ya da cinsiyet kimlikleri üzerinden aşağılanmakta hatta tecavüz tehditlerine maruz kalmaktadırlar. Uluslararası Haber Güvenliği Enstitüsü’ne göre bir kadın gazetecinin çevrimiçi tacize uğrama ihtimali erkek meslektaşlarının üç katıdır⁷.

Kadın gazetecilerin maruz kaldığı saldırılarla birlikte sosyal medyanın gazetecilik mesleği için önemi de hızla artmaktadır. Araştırmalar son yıllarda sosyal medyanın habere erişimde önemi giderek artan bir mecra olduğunu ortaya koymakta, bunlar arasında özellikle Twitter, sosyal hareketlerin ifade ve iletişim alanı olduğu kadar bir haber mecrası gibi kullanıldığına dikkat çekmektedir⁸. Sosyal medya bu yönüyle gazeteciler için de giderek vazgeçilmez bir mecraya dönüşmüştür. Dünyada ve Türkiye’de ifade ve basın özgürlüğü üzerindeki artan

⁴ “Chilling effect” terimi ilk kez 1950’de ABD’de, Wieman v. Updegraff davasında kullanılmıştır. Anayasa ile koruma altında bulunan ifade özgürlüğü ve ilgili hakların, hükümet yasaları ya da tasarrufları nedeniyle caydırıcı hale gelmesinden bahsetmektedir. Türkçe’de “soğutma etkisi”, “caydırıcı etki” olarak kullanılmaktadır.

⁵ J. L. Martinez, OSCE RFoM releases recommendations for countering online abuse of female journalists, International Press Institute, 23 Ekim 2015, <https://ipi.media>, Son erişim tarihi: 20 Aralık 2020.

⁶ https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016806415d9#_ftn1

⁷ <https://www.aljazeera.com/programmes/listeningpost/2018/10/trolls-threats-online-harassment-female-journalists-181006101141463.html>

⁸ N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, D. A. L. Levy, R. K. Nielsen, Reuters Institute Digital News Report 2018, s.109.

kısıtlamalar gazetecilerin sosyal medyayı, bilhassa da Twitter'ı haber toplama ve yayma amacıyla etkin biçimde kullandığını göstermektedir⁹.

Türkiye'de ise medya ortamı son on yılda önemli bir değişim göstermiş, ana akım olarak tanımlanan alan yüzde 90'lara varan oranla hükümet yanlısı sermayedarların eline geçmiştir¹⁰. Haziran 2013'te yaşanan Gezi protestoları sürecinde çok daha görünür hale gelen medyada sansür ve otosansür, ülkede sosyal medya kullanımını çok hızla arttırmış, devam eden süreçte, haberleri sansürlenene ve işsiz kalan gazeteciler için alternatif bir mecraya dönüşmüştür. Barış Çoban ile Bora Ataman'ın 2019 tarihli Türkiye'de Profesyonel Gazetecilerin Yurttaş Gazetecilik Algısı Araştırması'na göre gazeteciler sosyal medyayı yüzde 93,1 oranında haber/bilgi takibi amacıyla kullanmaktadır. Kendi haberlerini paylaşmak için sosyal medyayı tercih edenlerin oranı ise yüzde 59,5'tir¹¹.

Bu araştırmada Türkiye gibi yaygın/merkez medya sahipliğinin büyük oranda hükümet yanlısı iş insanlarının eline geçtiği¹², sosyal medyanın tarafsız veya bağımsız habere ulaşmak bakımından önemli bir alternatif haline geldiği ülkelerde özellikle kadın gazetecilerin maruz kaldığı saldırıların ifade ve basın özgürlüğünü daha da kırılğan hale getirdiği, önemli bir kamusal alan potansiyeli taşımakla birlikte sosyal medyanın eril tahakküm ve taciz alanı haline geldikçe kadın gazeteciler üzerinde "chilling effect" (caydırıcı etki) yaratma potansiyeli olduğu argümanından yola çıkılmıştır.

Kadın gazetecilerin, bir kamusal alan olarak sosyal medyada profesyonel üretimleri ve görüşleriyle ortaya koyduğu eylemlilik halinin sonuçlarına odaklanan araştırmanın teorik altyapısı, kamusal alan-özel alan, eril tahakküm tartışmaları üzerinden ortaya konmaktadır. Araştırmanın ilk bölümünde kamusal alan teorisi ve kamusal alan modelleri incelenmekte, çalışmanın odağını sosyal

⁹ Y. Erduran, B. Ataman, B. Çoban, U. Aydın, Profesyonel Gazetecinin Yurttaş Gazetecilikle İmtihani, Kafka, Aralık 2018, İstanbul, s.44.

¹⁰ <https://turkey.mom-rsf.org/tr/>

¹¹ Y. Erduran, B. Ataman, B. Çoban, U. Aydın, a.g.e., s.44.

¹² <https://turkey.mom-rsf.org/tr/>

medyada artan cinsiyetçi söylem ve saldırılara hedef olan kadın profesyoneller oluşturduğundan Benhabib'in sınıflandırmasını takiben özellikle Habermas ile Arendt'in teorisi üzerinde durulmaktadır. Her iki düşünür de kamusal alanı, eleştirel tartışmaların özgürce vücut bulduğu, entelektüel alışverişin ve eşit katılımın mümkün olduğu, bir eylem olarak sözün, söylemin öne çıkarıldığı ve bu haliyle politik bir varoluş imkânı tanıyan alan olarak ele almaktadır.

İkinci bölümde, sosyal medyanın ortaya çıkışı ve sosyal medya ağı türlerine değinildikten sonra, Türkiye'de özellikle Twitter'ın -her ne kadar paylaşımlara yönelik açılan davalar nedeniyle ifade özgürlüğü alanı daralsa da- kamuoyu oluşturan, herkesin katılımına açık, devlet bürokrasisi dışından bireylerin eleştirel fikirlerini paylaşmak üzere bir araya geldiği alan olma özellikleriyle Habermas ve Arendt'in tarif ettiği türde bir kamusal alan olup olmadığı tartışılmaktadır¹³. Arendt, mahrem-kamusal ayrımı yaparken kişiyi kamusal alana ait kılan şeyin söz olduğunu söylemektedir. Mesleki bir gereklilik olarak sosyal medyada yer alan kadınlar, profesyonel üretimlerini burada paylaşmaları sonucunda cinsiyetleri ve cinsellikleri üzerinden saldırıya uğramakta, tecavüz tehdidiyle susturulmaya çalışılmaktadır. Pierre Bourdieu ise, toplumsal olarak dayatılmış agorafobinin araçlarından biri olarak cinsel taciz ve tecavüzdten bahsetmektedir¹⁴. Yeniden tacize uğramak endişesiyle yüzde 40 oranında sosyal medyada etkileşimde bulunmaktan, haberlerini ve fikirlerini paylaşmaktan kaçınan kadın medya çalışanları, Bourdieu'nün teorisindeki dayatılmış agorafobinin kurbanlarıdır. Taciz korkusuyla kamusal alan olarak sosyal medyadan uzak durmakta, mesleklerinin dayattığı bir alanı terk etme eğilim göstermektedirler.

Üçüncü bölümde sosyal medyanın gazetecilik mesleği için zamanla artan önemine, genel olarak gazetecilerin ve özelde kadın gazetecilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına ve motivasyonlarına, medya ve toplumsal cinsiyet çalışmalarına değinilmektedir. Medya ve toplumsal cinsiyet üzerine yapılan

¹³ J. Habermas, The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964), New German Critique içinde, 1974, s.49-55.

¹⁴ P. Bourdieu, Eril Tahakküm, 2015, s.56.

akademik çalışmalar ve ilgili literatür, meseleyi ağırlıklı olarak iki eksende ele almaktadır: Medya kurumları içinde ve meslektaşlar arası toplumsal cinsiyet ile medya/haber üretiminde ve sunuluşunda toplumsal cinsiyet. İlki gazetelerin, televizyonların, haber sitelerinin haber odalarında birlikte çalışan ve haber üreten kadınlar ile erkekler arasındaki toplumsal cinsiyet ilişkilerine, ikincisi ortaya çıkan haberin dilinde, sunuluşunda, bakış açısında kendini gösteren toplumsal cinsiyet eşişsizliğine odaklanmaktadır. Bu bölümde üçüncü bir eksen olarak okuyucu/izleyici/takipçi ve toplumsal cinsiyet meselesi ele alınmaktadır.

Bu araştırma, mesleklerini icra ettikleri için sosyal medyada cinsiyetçi saldırıların hedefi olan kadın gazetecilerin söz konusu bunu nasıl deneyimlediklerine, nasıl etkilendikleri, sosyal medyanın erilliği karşısında nasıl stratejiler geliştirdiklerine odaklanmaktadır. Sosyal medyada maruz kaldıkları cinsiyetçi yorumları, tacizi, eril tahakkümü farklı uzmanlık alanlarından gelen ve farklı mecralarda faaliyet gösteren kadın medya çalışanlarının nasıl deneyimlediğini ortaya koyacak bulguları tespit etmek için yedi kadın medya çalışanı ile yarı yapılandırılmış ve açık uçlu derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Dördüncü bölümde araştırmanın metodolojisine ve bulgulara yer verilmektedir. Kadın gazetecilerin sosyal medyayı hangi amaçlarla kullandıkları, bu alanda ne tür saldırılarla karşılaştıkları, bu saldırılardan korunmak için hangi yöntemleri geliştirdikleri, güçlendirici-koruyucu mekanizmalara sahip olup olmadıkları araştırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAMUSAL ALAN VE KADIN

1.1. Kamusal Alanı Tanımlama Sorunu ve Farklı Modeller

Kamusal alan kavramını tanımlama gayreti bazı güçlükler barındırmaktadır. Aydınlanma Dönemi'nde tartışılmaya başlanan, Jürgen Habermas'ın 1962 tarihli makalesiyle¹⁵ popüler hale getirdiği kavram, eserin 27 yıl sonra İngilizceye tercüme edildiği 1980'li yılların sonundan itibaren literatürde önemli tartışmalara yol açmış, bu tartışmaların ürünü yeni tanımlar ve yeni kamusal alan modelleri ortaya çıkmıştır¹⁶. Farklı siyasal ve ekonomik sistemler, feminist hareket, iletişim teknolojisindeki gelişmeler, yeni tartışmaların, yeni tanımların ve yeni modellerin ortaya çıkışına aracılık eden unsurlardan bazıları olarak görülmektedir.

Habermas'ın tanımladığı "kamusal alan" kavramı, burjuva sınıfının ortaya çıkışıyla beraber ele alınmaktadır. Düşünürün eserinin orijinal başlığı "Strukturwandel der Öffentlichkeit"dır. Almanca "Öffentlichkeit" kelimesi, meşru siyasi gücün, açıklığı ve kamu meseleleri hakkında özgürce fikir alışverişini önkoşul saydığı Aydınlanma fikrinin bir ifadesi olarak 18. yüzyılın sonlarında ortaya çıkmıştır. Aydınlanma Dönemi düşünürlerinden Kant, "Aydınlanma Nedir Sorusuna Yanıt" adlı eserinde aklın kamusal kullanımından bahsetmektedir: "(...) Kamunun kendi kendini aydınlatması daha gerçekçi bir olasılıktır; hem bu neredeyse kaçınılmaz bir şeydir; yeter ki insan bu konuda özgür bırakılsın."¹⁷ Kant'a göre aydınlanma, insanın kendisi için düşünemediği ve yargılayamadığı bir durumdan çıkmasıdır. Bireylerin, neredeyse ikinci doğası haline gelen bu "olgunlaşmamışlıktan" kaçınmanın zor olduğunu, ancak özgürlüğün "en zararsız biçimine" sahip olmaları şartıyla tüm halkın kendisini birlikte aydınlayabileceğini

¹⁵ J. Habermas, a.g.e.

¹⁶ Ü. Yükselbaba, Kamusal Alan Modelleri ve Bu Modellerin Bağlıları, İÜHFİM, C. LXVI, 2008, S. 2, s.227.

¹⁷ E. Dacheux, Kamusal Alan, 2012, s.15.

savunmaktadır. Kant'a göre akıl yürütmenin kamusal kullanımı sadece kişisel özerkliğe değil, aynı zamanda politik meşruiyete de bağlıdır. Meşru olmak için yasalar, vatandaşların özgürlüğüne getirdikleri kısıtlamaların herkes için haklı olmasını garanti altına almak üzere kamuoyu testini geçmek zorundadır. Bu ilke, tüm kamusal meşruiyet teorileri için başlangıç noktasıdır¹⁸.

Kant'ı takiben Habermas için "Öffentlichkeit" kavramı, endişe verici ortak konularda vatandaşların bir kısmının siyasi kararları etkileyebilecek görüş oluşturulmasına zemin sağlayacak bir açık alan ve iletişim alanı belirlemektedir¹⁹. Habermas, "Toplumsal yaşamımız içinde, tüm yurttaşların erişiminin garanti altına alındığı, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği alan" olarak tarif etmektedir kamusal alanı. Peki bu alan, fiziki bir yeri mi işaret etmektedir? Daha geniş bir kamusal alan tanımını Jostein Gripsrud'da bulmak mümkündür. Düşünür kelimenin kullanım alanlarına bakmaktadır. Günümüzde "kamusal" kelimesi birbiriyle ilişkili olmakla birlikte farklı anlamlar ifade etmektedir. Şehir meydanları, parklar gibi herkese açık fiziki mekânları tarif ederken başvurulduğu gibi herkese açık, diğerleriyle paylaşılabilir bilgi ve kaynaklar da kamusal olarak tanımlanmaktadır. Diğer yandan tanım bir sosyal kategoriye de işaret etmektedir. Herkesin katılımına açık etkinlikler, mitingler, eylemler kamusaldır. Gripsrud, güncel konularda vatandaşlar arasında ortaklaşan fikirleri de kamusal olarak ifade etmekte olduğumuza dikkat çekmektedir. Gripsrud'a göre, "kamusal"ın tüm bu farklı kullanımları bir araya geldiğinde, karşımıza "kamusal alan"ın tanımı çıkmaktadır: Herkese açık, bilgi ve kaynakların paylaşıldığı, bireylerin bir araya gelerek güncel konuları tartıştığı yer²⁰.

Literatürde kamusal alan tartışması sıklıkla özel alan-kamusal alan ikiliği içinde ele alınmaktadır. Tarihsel gelişimi içinde özellikle özel alanın tanımı ve kapsamı değişmiş, böylece kamusal alanın tanımı da farklılaşmıştır. Özel alan tanımının özellikle feminist düşünürlerin çabasıyla değişmesi, özel alan-kamusal alan

¹⁸ J. Gripsrud, a.g.e., s.xvi.

¹⁹ J. Gripsrud, a.g.e., s.xv.

²⁰ J. Gripsrud, The Idea of the Public Sphere, 2010, s.xv.

sınırının muğlaklaşmasına da yol açmıştır²¹. Hannah Arendt'in düşüncesini takip eden ve kamusalın karşısında yer alan "özel alan"ı çok geniş tanımlayan Fatmagül Berktaş iki alan arasında meydana gelen geçişlerin, tanımlama meselesini karmaşık hale getirdiğini hatırlatmaktadır. Berktaş'a göre "özel alan" ile sadece haneye dair veya şahsi meselelerin anlaşılmaması gerekmektedir. Kamuya açık mekânlarda tezahür etmekle birlikte iş ilişkilerinin büyük bölümü, ibadet, alışveriş gibi temalar da özel alana aittir. Berktaş geniş çerçeveyi, "Yurttaşların kolektif varoluşunu daha fazla ilgilendiren işlerin, konuların daha fazla politik olduğunu söyleyebiliriz" diyerek çizmektedir²².

Literatürde kamusal alanın tanımlanmasında farklı modeller ortaya çıkmıştır. Bazı düşünürler bu modelleri geliştirirken özel alan-kamusal alan karşıtlığından hareket ederken, bazıları siyasi düşünce akımlarına göre sınıflandırma yapmayı tercih etmektedir. Örneğin kamusal-özel ayrımının klasik dönemden bu yana Batı düşüncesinin temel meselelerinden biri olduğunu belirten Jeff Weintraub, kamusal-özel ayrımını yapabilmeyen yollarını dört bakış açısı altında toplamaktadır:

- “(1) Kamusal-özel ayrımını devlet idaresi ile pazar ekonomisi arasında çizen liberal ekonomist model.
- (2) Kamusal alanı siyasi bir topluluk ve vatandaşlık olarak gören, hem piyasadan hem de idari devletten analitik olarak farklı olan cumhuriyetçi erdem modeli.
- (3) Kamusal alanı, akışkan ve çok biçimli bir sosyalleşme alanı olarak gören ve onu mümkün kılan kültürel ve dramatik sözleşmeleri analiz etmeye çalışan model²³.

²¹ M. Özbek, Kamusal-Özel Alan, Kültür ve Tecrübe, Kamusal Alan içinde, s.605.

²² F. Berktaş, Politikanın Çağrısı, 2012, s.36.

²³ Meral Özbek bu modeli "Sosyallik Modeli" olarak tanımlamaktadır.

(4) Kamusal-özel ayrımını, aile ile büyük ekonomik ve politik düzen arasındaki ayrım açısından ele alıp kavramayı benimseyen feminist bakış açısı.”²⁴

Bir diğer sınıflandırma çabası Seyla Benhabib’in çalışmalarında görülmektedir. Benhabib sınıflandırmasını, Batı siyasi düşüncesindeki üç ana akıma denk gelecek biçimde yapmaktadır²⁵. Hannah Arendt’in özellikle “İnsanlık Durumu” başlıklı eserinde ortaya koyduğu agonistik model, köklerini Antik Yunan ‘polis’inde bulmaktadır. Bu modelde ayırt edici çizgi, zorunluluklar alanı olarak hane ve pazar alanı ile özgürlükler alanı olarak politik olan arasına çekilmiştir. Benhabib, Habermas’ın kamusal alan modelini, “Söylemsel Kamusal Alan” olarak tanımlamaktadır. Bu modelde kamusal alana katılım, sadece dar bir politik alanda değil, sosyal ve kültürel alanlarda da gerçekleştirilebilecek bir etkinlik olarak görülmektedir. Son olarak liberal kamusal alan modeli ise, Bruce Ackerman’ın “tarafsız liberal diyalog” teorisine dayanmaktadır. Adil ve istikrarlı kamu düzeni, bu modelde politik düşüncenin merkezini oluşturmaktadır. Benhabib, ekoloji, barış, etnik veya kadın hareketlerine çok dar bir alan bırakması sebebiyle bu modeli eleştirmektedir²⁶.

Kamusal alan modellerini kısaca ortaya koyduktan sonra mesleği nedeniyle sosyal medyada artan cinsiyetçi söylem ve saldırılara hedef olan kadınların fikirlerinin ve üretimlerinin merkezini oluşturduğu bu çalışmada, Benhabib’in sınıflandırmasını takiben özellikle Arendt ile Habermas’ın teorisi üzerinde ağırlıklı durulacağını belirtmek gerekir. Çünkü her iki düşünür de kamusal alanı, eleştirel tartışmaların özgürce vücut bulduğu, entelektüel alışverişin ve eşit katılımın mümkün olduğu, bir eylem olarak sözün, söylemin öne çıkarıldığı ve bu haliyle politik bir varoluş imkânı tanıyan alan olarak ele almaktadır. Tezin teorik temeline hizmet etmediğinden liberal kamusal alan modeli derinlemesine incelenmemiştir.

²⁴ Weintraub, *The Theory and Politics of the Public/Private Distinction* (çeviri yazara aittir), *Public and Private in Thought and Practice: Perspectives on a Grand Dichotomy* içinde, s.7.

²⁵ S. Benhabib, *Models of Public Space, Habermas and the Public Sphere* içinde, 1996, s.74-95.

²⁶ S. Benhabib, a.g.e., s.84.

1.1.1. Arendt ve Agonistik Kamusal Alan

En önemli eserlerini II. Dünya Savaşı'ndan sonra veren Hannah Arendt'in temelini Klasik Yunan 'polis'inde bulan teorisinde kamusal alan iki unsurdan oluşmaktadır; eylem ve söz. Düşünür tüm yapıtlarında, kolektif politik eylemin olanakları ve bu eylemi mümkün kılacak çoğulluğa yönelik tehditleri incelemektedir. Onun çoğulluğu mekân (kamusal alan) yaratan bir çoğulluktur; siyasi bir ilişkidir²⁷.

Arendt, antik 'polis' yaşamındaki etkinlikleri üç başlıkta sınıflandırmaktadır: Emek, iş ve eylem. Kamusal alan – özel alan ayrımı bu etkinliklerin doğasına göre biçimlenmektedir. Emek ve iş değerli etkinlikler değildir, hayatta kalmak için yapılması gereken zorunluluklardır ve bu nedenle özel alana aittir. Oysa eylem, özgürlük alanında meydana gelmektedir, zorunluluklardan azadedir. Eylem, kamusal alanda varoluştur²⁸. Arendt'e göre bir arada yaşam ve eylem, insan olmanın koşuludur. Tüm farklılıklarımızla bir arada yaşamamanın, insan olmanın anlamını oluşturduğunu düşünen Arendt için özgürlük, kolektif politik eylem ile aynı anlama gelmektedir²⁹. Politika, insanın yüksek potansiyelini keşfettiği bir alandır. “Yaşamın kendinden daha kalıcı bir şeyler başarma olanağı”dır.

Teorisinin 'agonistik' olarak tanımlanmasının sebebi, rekabetçi doğasından gelmektedir. Bireyler kamusal alanda tanınma, takdir edilme, öncelikli olmak için rekabet etmektedir. Görünüm ve sözle ortaya çıkan aleniyette etik ve politik erdem önemlidir³⁰. Arendt'e göre kamusal alan, şiddetten tamamen âri bir yer olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü kamusal alan, siyasal eylem alanıdır ve siyasal eylem de şiddet ile ayrı tutulmalıdır³¹. Şiddet, polis'in dışındaki yaşama, özel alana veya despotik barbar toplumlara aittir³². Kamusal alanı var eden, kamusal özneler olarak farklılıklarımızı ortaya koyan etkileşimdir. Seyla Benhabib, bu

²⁷ M. Dikeç, Siyaset Üzerine Düşünme Tarzı Olarak Mekân, Cogito 84, s.53.

²⁸ Ü. Yükselbaba, a.g.m., s.229.

²⁹ F. Berktay, a.g.e., s.43.

³⁰ S. Benhabib, a.g.e., s.78.

³¹ F. Berktay, Hannah Arendt: Çoğulluk Yeryüzünün Yasasıdır, Kamusal Alan içinde, 2015, s.707.

³² H. Arendt, İnsanlık Durumu, 2018, s.63.

özelliğiyle Arendt'in teorisindeki kamusal alanı, "ilişkisel kamusal alan modeli" olarak da tanımlamaktadır³³.

Kamusallığın barındırdığı iki önemli unsur bulunduğunu söylemektedir Arendt: Aleniyet ve müştereklik. Kamusal alanda cereyan eden her şey diğerleri tarafından görülebilir, duyulabilir olmaktadır. Arendt bu alana "görünüş sahası" demektedir. Özel alanda olup bitenler dahi aleniyet kazandığında, başkaları tarafından duyulduğunda gerçeklik kazanmaktadır. Müşterek dünya derken, üzerinde yaşadığımız gezegeni kastetmemektedir. Arendt'in müşterek dünyası insan yapımıdır:

"Bu dünyada bir arada yaşamak özünde şu anlama gelir: Şeylerden oluşan bir dünya, çevresinde oturmakta olanlar tarafından müşterek olarak sahiplenilmekte olan bir masa gibidir, arada olan her şey gibi bu dünya da insanları hem birbirine bağlar hem ayırır. Bir araya gelmemizi sağlayan bir ortak dünya olarak kamusal alan tabiri caizse birbirimizin üzerine yıkılmamızı önler."³⁴

Bir belediye binası veya şehir meydanı (her ne kadar günlük dilde kamu binası veya kamusal alan olarak anılsalar da), orada bulunanlar eylemediği sürece kamusal alan değildir Arendt için. Buna karşılık birbirine muhalif yabancıları bir araya getiren bir yemek odası kamusal alan örneğidir. Veya bir baraj yapımını durdurmak için protestocuları bir araya getiren ıssızlığın ortasında bir orman kamusal alan olabilir³⁵.

Arendt, kamusal – özel alan ikiliğinde üçüncü bir eksen getirmektedir önümüze: Toplumsal alan. Toplumsal alan, kökenini diğer ikisi gibi kent devletlerin ortaya çıktığı dönemde bulmaz, modern dönemin ürünüdür. Kamusal ile özel alan arasında duran ve politik eylem alanının dışında kalan toplumsal alan, ikisi arasındaki sınırları da belirsizleştirir³⁶. Bu alanda insani ilişkiler iş hayatıyla

³³ S. Benhabib, a.g.e., s.73.

³⁴ H. Arendt, a.g.e., s.92-95.

³⁵ S. Benhabib, a.g.e., s.78.

³⁶ H. Arendt, a.g.e., s.65.

sınırlıdır ve çalışmak yaşamın amacı haline gelmiştir. Bu alandan çıkış ancak yeniden eleştirel akli devreye sokarak tartışmakla mümkündür³⁷. Benhabib, toplumsaldaki yükselişle gelen kamusal alan kavramını bu gerileyişi Arendt'in politik anti-modernist teorisinin kalbini oluşturduğunu söylemektedir³⁸.

1.1.2. Habermas ve Söylemsel Kamusal Alan

Frankfurt Okulu geleneğinden gelen Jürgen Habermas, gelişmiş kapitalist toplumlarda işler bir demokrasinin temel ögesi gördüğü³⁹ kamusal alan kavramını, kamuoyuna yakın bir şeyin oluşabileceği bir bölge/alan olarak tarif etmektedir⁴⁰:

“Kamusal alan kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabileceği bir alanı kastederiz. Bu alana tüm yurttaşların erişmesi garanti altına alınmıştır. Özel bireylerin kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma durumunda, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmış olur. Bu tür bir biraradalık durumundaki bireylerin davranışları, ne iş ve meslek sahiplerinin özel işlerini görürken yaptıkları davranışlara; ne de bir devlet bürokrasisinin yasal sınırlarına tabi anayasal bir düzenin üyelerinin davranışlarına benzer. Yurttaşlar ancak, genel yarara ilişkin meseleler hakkında kısıtlanmamış bir tarzda, yani toplanma, örgütlenme, kanaatlerini ifade etme ve yayınlama özgürlükleri garantilenmiş olarak tartışabildiklerinde kamusal bir gövde biçiminde davranmış olurlar. Bu tür bir iletişimin daha genel bir kamusal gövde içinde gerçekleşmesi, bilginin muhataplarına aktarılmasını ve onların etkilenmesini mümkün kılacak özgün araçları gerektirir.”

Kamusal alanın ortaya çıkışını “Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü”nde tarihselliği içinde ele almakta, 17. ve 18. yüzyıllara, bilhassa Avrupa’da

³⁷ E. Savut, Kültür Endüstrisi: Kamusal Alanın Tüketimi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S. 23, 2016, s.19.

³⁸ S. Benhabib, a.g.e., s.75.

³⁹ M. Postone, Political Theory and Historical Analysis, Habermas and the Public Sphere içinde, 1996, s.165.

⁴⁰ J. Habermas, a.g.e., s.49.

kapitalizmin geliştiği döneme tarihlemektedir. Feodalitenin ⁴¹ geride bırakılmasıyla meşru şiddet kullanma hakkının tek sahibi olarak devlet, kamu otoritesi alanını yaratmıştır. Devletin dışında bulunan sivil toplum alanı ise özel alan (aile) ile pazar ilişkilerinin kurulduğu üretim alanını barındırmaktadır⁴².

Habermas'ın tarif ettiği kamusal alan, kamu otoritesi ile sivil toplum sahasının arasında bir yerden ortaya çıkmakta, devlet yapısı ile üretim-pazar alanlarının dışında kalmaktadır. Amacı, halkın (özel kişilerin) kendisi ve devletin pratikleri üzerine ortak yarar için eleştirel düşünce üretmesi, bu düşünceyi tartışmasıdır. Bu eleştirel tartışma ortamı, devlet otoritesinin kamusal olarak denetlenmesine de alan açmaktadır. Sadece devlet otoritesini denetlemeyi değil, kamusal alanı genişleterek devlet alanını geriletmeyi de öngörmektedir⁴³.

Habermas, kamusal alan – burjuva toplumu ilişkisini şöyle kurmaktadır:

“Kamu ancak bu evrede [17. Yüzyıldan başlayarak Batı Avrupa toplumsal yapısının ürünü olarak] kavramlaştırılmayı talep ettiğine göre, bu alanın (...) ancak o zaman oluşup bir işlev üstlendiğini kabul ederiz; kamusal alan, özgül olarak, aynı dönemde mal mübadelesinin ve toplumsal emeğin alanı olarak kendi yasalarına göre kurumlaşan ‘burjuva toplumuna’ aittir...”⁴⁴

Kamusal alanının ilk örnekleri, erkek burjuva mensuplarının, aristokrasinin ve entelektüellerin bir araya geldiği kitap kulüpleri, kahvehaneler ve salonlardır⁴⁵. Burjuva sınıfının kadının dışlandığı ‘edebi kamu’su buralarda serpilmiştir. Özel bireylerin kendi mahremiyetlerinde okuduğu romanlar ve gazeteler, bir okuyucu topluluğu oluşturmaktadır. Bireyler, okudukları ve üzerine kişisel deneyimlerini

⁴¹ Habermas bu dönem kamusunu, temsili kamu olarak tarif etmektedir. Bugün bildiğimiz anlamda bir kamusal alandan bahsetmek olanaksızdır. Egemenin görünürlük kazandığı alan olarak tanımlanmaktadır. Erkin sergilendiği alandır. 18. Yüzyılın sonlarına dek etkinliğini sürdürmüştür.

⁴² N. Stevenson, Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi, 2008, s.87.

⁴³ M. Özbek, Kamusal Alanın Sınırları, Kamusal Alan içinde, 2015, s.59.

⁴⁴ J. Habermas, Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü, 2017, s.59.

⁴⁵ T. McCarthy, Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü’nün 1989 İngilizce Baskısına Giriş, Kamusal Alan içinde, s.91.

ekledikleri görüşleri hakkında kamusal platformda akıl yürütmektedir. Edebi kamu, burjuva kamusalıyla kurulan köprüyü oluşturmaktadır⁴⁶. Edebi kamuda ortaya çıkan eleştirel akıl yürütüş, siyasal kamunun tartışma ortamını hazırlamıştır⁴⁷. “Şehir”, burjuva kamusal alanının saraydan azade hatta karşıt olarak beslendiği, geliştiği alan olarak kritik önem taşımaktadır.

Habermas’ın iletişimsel eylem kuramına göre, ideal bir kamusal alanın bazı ön koşulları vardır. İsteyen herkesin katılımı garanti altına alınmış olmalı, kimsenin ayrıcalığı bulunmamalı, genel normlar ortaya konmalı ve rasyonel meşruiyetler bulunmalıdır. Kamusal alan toplum ile devlet arasında aracılık görevi üstlenmelidir⁴⁸. Kamusal alana katılım meselesi teorinin temelini oluşturmaktadır. Arendt’in anlayışındaki agnostik, rekabetçi katılım biçimi yerine demokratik olarak, genel sosyal normlardan ve kolektif siyasal kararlardan etkilenenlerin söz sahibi olabilecekleri prosedürlerin oluşturulması olarak görülmektedir⁴⁹. Habermas’ın ideal bir kamusal alandan bahsedebilmek için öne sürdüğü “katılımın garanti altına alınması” gibi ön koşullar, bugün sosyal medyanın kamusal alan potansiyeli üzerine düşünürken de göz önüne alınmalıdır.

1.2. Kamusal Alanda Kadın

Bu bölümde “kamusal alan ve kadın” ilişkisi, özellikle Arendt ve Habermas’ın teorilerini takiple, ağırlıklı olarak söz ve söze sahip olma hakkı üzerinden tartışılacaktır. Bu noktada, “söz”ü kamusal alanda paylaşılmaya değer bir düşüncenin kelimelere dökülmesi anlamında kullandığımı belirtmem gerekir. Pek çok düşünür ve teorisyen kamusal alana katılım ile söz arasında doğrudan bağ kurmaktadır. Kamusal alanda yer almak için birey olmak, birey olmak için söze sahip olmak gerekmektedir. Jacques Lacan, “Lisan kazandığımızda birey oluruz. Lisanın ana iletişim yolu olduğu bir dünyada doğduk. Bu dili kendimizi ifade

⁴⁶ J. Habermas, a.g.e., 2017, s.97-98, 126.

⁴⁷ P. U. Hohendahl, The Public Sphere: Models and Boundaries, Habermas and the Public Sphere içinde, 1996, s.108.

⁴⁸ A. Karadağ, Kamusal Alan Modelleri: Çoğulcu Perspektiften Bir Değerlendirme, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 58-3, s.185.

⁴⁹ P. U. Hohendahl, a.g.e., s.102.

etmek ve kendimizi deneyimlemek için kullandık. (...) Bu nedenle dil aynı zamanda kadın ya da erkek olmanın ne demek olduğu konusundaki deneyimimizi de yönlendirir ve yapılandırır” demektir.

Politik eylemi el üstünde tutan Arendt, eylemin, doğru zamanda doğru sözü bulma yetkinliği, suskunluğun ise şiddet olduğunu söylemektedir⁵⁰. Onun kamusal alan teorisi iki unsurdan oluşmaktadır; eylem ve söz. Arendt’e göre insani dünyaya dâhil olmamızı sağlayan unsurlar eylem ve sözdür. Bu ikisi için gereken çoğulluğun ise eşitlik ve farklılık gibi iki özelliği bulunmaktadır. İnsanlar eşit oldukları için birbirlerini dinler ve anlar, farklı oldukları için birbirlerini dinlemeye değer bulur, gerek duyar. Sözü ve eylemin ortaya çıkması için eşit insanların farklılıklarını ortaya koyması bir gerekliliktir:

“Yunanlıların anlayışına göre, insanlara karşı şiddet kullanmak, iknadan ziyade buyurmak, polis’in dışındaki yaşama, evin reisinin rızasız, despotik ehliyetlerle yönettiği ev ve aile yaşamına; ya da despotizmleri ekseriyetle hanenin örgütlenişine benzetilen Asya’nın barbar imparatorluklarındaki yaşama ait, insanlarla siyaset öncesi uğraşma biçimleriydi.”⁵¹

Konuşmanın ve politik eylemin olmadığı bir yaşam Arendt için yaşarken ölmek anlamına gelmektedir⁵². Onun düşüncesinde söz, politik yani kamusal alan için temel unsur olmakla birlikte, ev içi, yani özel alan evin reisi tarafından rızasız ve despotik yönetilmektedir. Şehrin özgür bireyi olmak için evin efendisi olmak gerekmektedir. Bunu söylemekle birlikte Arendt, kadının kamusal alandan dışlanması, belirlenmiş toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl işlediği meselesiyle tam anlamıyla yüzleşmez⁵³. Seyla Benhabib, Arendt’e eleştirel bir bakış açısı getirirken bir anlamda bu dışlamanın politik alanı ortaya çıkardığını savunur. Polis’in agonistik politik alanı, kadınları, köleleri, çocukları, işçileri ve vatandaş olmayanları dışlayarak, hatta onların dışlanması sayesinde ortaya çıkabilmektedir.

⁵⁰ H. Arendt, a.g.e., 2018, s.62.

⁵¹ H. Arendt, a.g.e., 2018, s.258.

⁵² H. Arendt, a.g.e., 2018, s.259.

⁵³ J. B. Landes, Feminism, The Public and the Private, 1998, s.5.

Kadınların, kölelerin, işçilerin günlük hayatın sürmesini sağlayan emeği, politik alanın oluşabilmesi için gereken boş zamanı yaratmaktadır⁵⁴.

Arendt ile benzer şekilde Habermasçı teoride de demokratik bir kamusal alanın ortaya çıkması iki şeye bağlıdır: Sözün kalitesine ve katılımın çeşitliliğine. Habermas'ın etik kuramında tarif edilen ideal konuşma hali, bir tür norm da ortaya koymaktadır. Meral Özbek, söz konusu ilkeleri şöyle listelemektedir:

“(a) Her katılımcının konuşmayı başlatma, soru sorma, tartışma, sorgulama ve öneri yapma açısından eşit şansı olması. (b) Herkesin belirlenmiş olan konuşma konularını sorgulama hakkı olması. (c) Herkesin istek, arzu ve duygularını ifade etmede eşit şansı olması. (d) Konuşmacıların, bizzat söylem usulünün kuralları ve bunların uygulanma tarzı konusundaki savlarını ve eğer bu konuşma sürecinde dışlanmışlarsa, konularını özgürce ortaya koymayı kısıtlayan iktidar ilişkilerini konu etmekte özgür olması.”⁵⁵

Ancak Habermas'ın liberal burjuva kamusal alanın ortaya çıkışını tarihlediği 18. yüzyıl sonu ve 19. yüzyıl başında, söz konusu tartışma ve müzakerelerin yürütüldüğü edebiyat kulüpleri, salonlar, kahvehaneler dışlamayı da içermektedir. Katılımcılar dar bir Avrupalı nüfusu temsil etmekte; eğitilmiş, mülk sahibi erkeklerden oluşmaktadır. Söylemleri sadece dışlayıcı değil dışlananlar hakkında önyargılıdır⁵⁶. Kadınlar, erkekler ile eşit bir tartışma yürütme imkânı tanıyacak bu türden bir kamusal alanın ve politik hayatında dışında bulunmakta, özel alanın aktörleri olarak kabul edilmektedir⁵⁷.

Tarihsel kökeni antik döneme kadar uzanmakla birlikte özel ve kamusal ayrımının bugün bildiğimiz anlamdaki halini alması, 19. yüzyılda üretim ile hanenin birbirinden ayrılmasıyla gerçekleşmiştir. Bu tarih aynı zamanda Habermas'ın burjuva kamusal alan teorisini dayandırdığı döneme denk gelmektedir. Üretim ile

⁵⁴ S. Benhabib, a.g.e., s.75.

⁵⁵ M. Özbek, a.g.e., s.64.

⁵⁶ C. Calhoun, Habermas and The Public Sphere, 1996, s.2.

⁵⁷ J. B. Landes, Feminism, The Public and the Private, 1998, s.5.

hanenin ayrılması, toplumsal cinsiyet kategorilerinin belirli alanlarla tanımlanmasına paralel olarak meydana gelmiştir. Bu iki süreç, yani üretim ile hanenin birbirinden ayrılması ve toplumsal cinsiyet kategorilerinin belirli alanlarla tanımlanması, Batı’da modern sosyal yaşamın organizasyonunda önemli bir rol oynamıştır. Bu cinsiyetlendirilmiş kamusal alan, sadece dışlamayı değil, kadın-erkek arasındaki güç ilişkisinde hiyerarşiyi de beraberinde getirmektedir⁵⁸.

Habermas’ın feminist kuramcılar için benzersiz bir tartışma zemini yaratan, bununla birlikte kadının bu alanın dışında kalışıyla ilgili açıklama sunmakta yetersiz kalan kamusal alan teorisi, bu ‘körük’ bakımından “sözleşme teorisi”yle benzerlik göstermektedir. Pateman, sözleşme teorisinin tarihsel olarak bir özgürleşme teorisi gibi ortaya konmasına itiraz etmektedir. Her iki teori de sivil toplumda özgürlüğün evrensel olduğunu iddia etmektedir. Tüm yetişkinlerin aynı sivil saygınlığa sahip olduğunu varsaymaktadırlar. Ancak her iki sözleşmede de dışarıda bırakılan en büyük grup kadınlardır. Bu bakımdan sivil özgürlük evrensel değildir. Ataerki hakkına dayanmaktadır⁵⁹. Zeynep Direk de politik alanın bir erkek kardeşliği alanı olarak ortaya çıktığının ve ataerki sözleşmenin kadınların bu alandan dışlanmasına dayandığını hatırlattıktan sonra bu ilksel sözleşmenin günümüzde hala varlığını sürdürebilmesini, politik bir diskur olarak kullanılmasını, söz konusu kardeşliğin hayatta kalma meselesi olarak açıklamaktadır:

“...İlksel veya kökensel ataerki sözleşmeyi tıpkı bir performans gibi tekrar etmek neden bu kadar önemli? Neden şimdi? Belki de bu erkek kardeşliğinin çatırdamaya başladığı, egemenliğin oto-immün bir sürece girdiği yerde çok daha fazla önem kazanıyor...”⁶⁰

Yeniden Habermas’a dönecek olursak; teorisinde kamusal alana evrensel bir katılımdan bahsetmekle birlikte Habermas da pratikteki dışlamaların farkındadır.

⁵⁸ S. Tuncer, *Women And Public Space In Turkey: Gender, Modernity and The Urban Experience*, 2018, s.13-17.

⁵⁹ C. Pateman, *Cinsel Sözleşme*, 2011, s.16.

⁶⁰ Z. Direk, *Cinsel Farkın İnşası*, 2018, s.182.

“Kamusallığın Yapısal Dönüşümü”nün 1990 yılı baskısına yazdığı önsözde, kitabın ilk çıktığı yıllarda neden olduğu tartışmalara yanıt verirken, teorisinde kadınların dışlanışına da değinmektedir. Bunu Pateman’ın “aydınlatıcı fikir” olarak tanımladığı “Cinsel Sözleşme”si üzerinden yapmakta ve Pateman’ı alıntılıyarak kadınların dışlanışını, işçiler, köylüler, yani “müstakil olmayan erkekler”den ayırmaktadır. Sınıf çelişmesine dayalı dışlanmadan farklı olarak kadınların dışlanmasında ataerkinin dair yapı kurucu unsurlar (“Kardeşlik Sözleşmesi”) bulunmaktadır⁶¹.

Kadının kamusal alandan dışlanışı ağırlıklı özel alan-kamusal alan ikiliğinde tartışılmışsa da, Aksu Bora, erkekle kadın arasındaki kamusal alan-özel alan ayrımına itiraz etmektedir. Bora, Batılı bakış açısıyla özellikle üçüncü dünyada kadınların özel alana sıkıştırılmış kurbanlar olduğu fikrini reddeder. Ona göre kadın da erkek kadar kamusal alanda yer almaktadır ancak bazı farklılıklarla:

“Nereye bakarsak bakalım, herhalde ilk fark edeceğimiz, kadınlarla erkeklerin ayrı ayrı yaşadıkları olur. Kamusal olarak kabul edilen mekânlar, yani sokaklar, caddeler, kahvehaneler erkeklerle doluyken kadınları ancak belli alışveriş bölgelerinde görebiliriz.”

Bora’ya göre her iki cinsiyet de kamusal alana sahiptir ama farklı kamusal alanlara. Bu noktada kadınların ve erkeklerin kamusal güçlerinin denkleğini sorgular: “Farklılıkların birlikteliğini kurma, müzakere etme süreci olarak politika alanında bu iki kamusal alanın gücü aynı mı?”⁶² Bora’nın sorusu isabetli olmakla birlikte kadınlar ile erkeklerin ayrı kamusal alanlara sahip olduğu görüşü, kadınların ortak kamusal alandan dışlanışına cevap vermemektedir. Feminist teorisyen Carol Pateman da, Aksu Bora’nın ortaya koyduğu Batılı-Üçüncü Dünyalı ayrımının, cinsiyet temelinden sonra geldiğini savunmaktadır. Kadın olmak ortak paydası, diğer tüm farklılıkların önünde gelmektedir. Ancak kültürel farkları da inkâr etmemektedir:

⁶¹ J. Habermas, Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü, 1999, s.22.

⁶² B. Aksu, Kamusal Alanın Sahiden Kamusal mı?, Kamusal Alan içinde, 2015, s.689-690.

“Erkekler ile kadınların anlamının temel toplumsal kurumların yapılanmasına nasıl katkıda bulunduğunu anlamak, tamamen doğal kategorilere düşmek değildir. Bu kadınlar arasında önemli farklar olduğunu, mesela Sidney’in merkezinde yaşayan genç bir Aborjin kadının hayatının Princeton’daki zengin, beyaz bir bankacının karısının hayatından belirgin bir şekilde farklı olacağını inkâr etmek de değildir. Sözleşmeyi ve ataerki hakkını araştırmak bakımından kadınların kadın olması, aralarındaki farklardan daha geçerlidir. Örneğin eş olmanın toplumsal ve yasal anlamı sınıfsal ve ırksal farklılıkları aşar.”⁶³

Nancy Fraser’ın aktardığı, akademiye dair bir gözlem bu noktada önem taşımaktadır. Araştırmalara göre akademik toplantılarında veya erkeklerle kadınların birlikte katıldığı tartışma gruplarında, erkekler kadınların sözlerini tersi duruma kıyasla daha çok kesmekte, daha çok söz almakta ve daha uzun konuşmaktadır⁶⁴. Benzer bir tespite Senta Trömel-Plötz’de rastlamak mümkündür ancak o sadece akademiyle sınırlı tutmaz çerçeveyi. Televizyonlardaki tartışma programlarından akademiye, kadınlarla erkeklerin bir arada tartıştığı tüm ortamlara dair veriler ortaya koymaktadır. Erkekler kadınlardan daha uzun konuşmakta ve daha sık söz almakta, kadınların sözünü sistematik biçimde kesmekte, kadınların söz almak ve sözü kendilerinde tutmak için mücadele vermesi gerekmektedir⁶⁵. Söz ve tartışma, kamusal alanın kurucu ögesi olduğuna göre kadınları susturmak, kamusal alanın da dışına göndermek anlamına gelmektedir. Kadın-erkek arasındaki güç ilişkisinin sözel yönüyle ilgilenen Trömel-Plötz, erkeğin kadın üzerindeki güç kullanımının sözle, kelimelerle nasıl inşa edildiğini ortaya koymaktadır. “Lisan kazandığımızda birey oluruz” diyen Lacan’ın aksine o, dilin cinsiyeti değil, cinsiyetin dili belirlediğini iddia etmekte ve şiddet ile sözlü iletişimin iç içe geçmiş olduğunu tespit etmektedir⁶⁶. Günlük hayatın parçası olarak şiddet, kadın ile erkeğin sözlü iletişime geçtiği hemen her

⁶³ C. Pateman, Cinsel Sözleşme, 2011, s.37.

⁶⁴ N. Fraser, Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek: Gerçekte var Olan Demokrasinin Eleştirisine Bir Katkı, Kamusal Alan içinde, 2015, s.113.

⁶⁵ S. Trömel-Plötz, Gewalt durch Sprache, 1987, s.60.

⁶⁶ S. Trömel-Plötz, Gewalt durch Sprache, 1987, s.15.

karşılaşmada cereyan etmektedir. Sözel şiddet eylemlerini, hakaret, karalama, itibarsızlaştırma, değersizleştirme, saygısızlık etme, görmezden gelme, saçmalamakla itham etme, dalga geçme, aşağılama ve karakter suikastı diye sıralamaktadır Trömel-Plötz. Kadının ne söylediği kadar nasıl söylediğinin de önemli olduğunu altını çizmektedir. Yumuşak huyluluk kadınlara atfedilen, kadınlardan beklenen bir özelliktir ve agresif açıklamalarda bulunan, kendini agresif bir dille ifade eden kadın önce kadınlıktan çıkarılır⁶⁷. Böyle bir kadın erkekler tarafından çekici veya kadınsı bulunmaz. Kadınlıktan çıkarıldıktan sonra dahi sözü dinlenmez, onunla bir tartışmaya girilmez. Böylece iki düzeyde cezalandırılmış olur: Hem kadın olarak karalanmış hem de bir tartışma ortağı olarak itibarsızlaştırılmıştır.

Pierre Bourdieu, Trömel'in tespit ettiği gibi kadının kamusal alandan ve kendi sözüne sahip olmaktan dışlanışını Kabil Berberilerinden örneklerle tartışmaktadır. İncelemesini eril-dişil temelinde bir karşıtlıklar sistemi içinde inşa eder. Bedeni, karşıtlık akslarına böler. Buna göre eril kabul edilen üst kısım, karşılaşmak, yüzleşmek, gözlerine bakmak ve söz almak gibi kamusal kullanımları temsil etmektedir. Dişil alan ise bedenin alt kısmıyla, uyku, ölüm, ev, bahçe ile ilişkilendirilmektedir. Bu karşıtlıklar içinde kadın, kamusal alandan uzak tutulur. Toplum içinde ona tanınan tek söz "bilmiyorum"dur⁶⁸. Bu süreç kalıcı izler bırakır ve toplumsal olarak dayatılmış bir agorafobiyle sonuçlanır. Bu, kadınların kamusal alandan kendi kendilerini dışlaması anlamına gelmektedir. Tahakküm böylece kalıcı hale gelmektedir⁶⁹.

Bu bölümde, kamusal alan-özel alan ekseninde kalarak kadınların ortak kamusal alana katılımı, söze (düşünceye) sahip olma ve sözü (düşüncüyü) dile getirme hakkı üzerinden tartışılmıştır. Bir sonraki bölümde sosyal medya ağlarının birer kamusal alan olarak taşıdığı potansiyele, klasik kamusal alanda (çevrimdışı kamusal alan) varolan dışlamaların çevrimiçi kamusal alanda da tekrarlayıp

⁶⁷ S. Trömel-Plötz, a.g.e., s.16-17.

⁶⁸ P. Bourdieu, Eril Tahakküm, 2016, s.25-31.

⁶⁹ P. Bourdieu, a.g.e., s.56.

tekrarlamadığına, bu kamusal alanlarda kadınların ne kadar yer aldığına, kadınlara, özellikle de önemli konularda fikirlerini beyan eden kadınlara yönelik taciz ve saldırılara odaklanılacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

KAMUSAL ALAN VE SOSYAL MEDYA

2.1. Sosyal Medyanın Tanımı

Çevrimiçi sosyal medyanın üzerinde anlaşmaya varılmış tek bir tanımı bulunmamaktadır. “Bana göre sosyal medya bir şeylerin paylaşılmasını sağlayan internet uygulamalarıdır” diyen Van Dijk, ağ toplumunun eksiksiz bir örneğini oluşturduğunu düşündüğü sosyal medyanın en basit, öte yandan karmaşık tarifini yapmaktadır⁷⁰. Çünkü Kane’e göre hangi teknolojilerin sosyal medya olduğunu, hangilerinin olmadığını söylemek zordur. Bugün sosyal medya terimi wiki’ler, blog’lar, sanal dünyalar, sosyal ağ siteleri ve video paylaşım siteleri gibi geniş ve sürekli gelişen, çeşitler arasındaki sınırların giderek bulanıklaştığı bir teknolojik çeşitliliği tarif etmek için kullanılmaktadır⁷¹. Fuchs ise Van Dijk’in altını çizdiği “paylaşım” meselesinin, sosyal medyanın sadece bir katmanını meydana getirdiğini söylemekte; sosyal medyanın sosyallik, medya, toplum, güç, demokrasi, katılım, kültür, işgücü, iletişim, bilgi, kamusal alan ve özel alan gibi meselelerin dâhil olduğu, karmaşık ve çok katmanlı bir olgu olduğunu iddia etmektedir⁷².

Kaplan ve Haenlein’e göre, sosyal medyayı tanımlamak için önce sık sık sosyal medya ile birlikte anılan Web 2.0 ve “User Generated Content” (Kullanıcı Tarafından Oluşturulan İçerik) kavramlarına bakmak gerekmektedir⁷³. Web 2.0 terimi 2004’te, bilgisayar teknolojileri üzerine çalışan yayıncı Tim O’Reilly

⁷⁰ J. Van Dijk, Ağ Toplumunu, 2018, s.251.

⁷¹ G. C. Kane, M. Alavi, G. Labianca and S. P. Borgatti, What’s Different About Social Media Networks? A Framework and Research Agenda, 2012, s.2.

⁷² C. Fuchs, Social Media: A Critical Introduction, 2017, s.7.

⁷³ Kaplan & Haenlein, Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, 2009, Business Horizons (2010) 53, s.59-68.

tarafından gündeme getirilmiştir⁷⁴ ve www'dan (world wide web) yeni bir yararlanma biçimine işaret etmektedir. Web 2.0 ile internetteki içerik ve uygulamaların tek taraflı yaratılıp yayımlandığı dönem bitmiş, tüm kullanıcılar tarafından sürekli güncellendiği, geliştiği, yenilendiği bir dönem başlamıştır. Web 2.0 sosyal medyanın gelişmesine olanak sağlayan platformdur. Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik (UGC) ise insanların sosyal medyayı kullanma biçimlerinin toplamı olarak görülebilir⁷⁵.

“Sosyal medya hem bireysel hem de sosyal dünyaları birbirine bağlar, kişiler arası ve kitle iletişiminin bir bileşimini sunar” diyen Van Dijk, sosyal medyanın arama motorlarından farklı bir “internet doğası” meydana getirdiğini söylemektedir. Sosyal medya şirketlerini, interneti bilgiye ulaşım aracı yerine iletişim ve ilişkiye geçmek için kullanan bir sosyal enstrüman olarak tanımlamaktadır⁷⁶. Bu sosyal enstrüman, klasik “kamusal alan” teorisinde dönüşüm yaratmakta, yeni kavramların ortaya çıkmasına yol açmaktadır⁷⁷. “Kişisel medya”dan ve internet ağları sayesinde dijital mecrada bir araya gelen bireylerin oluşturduğu “kişisel kamu”lardan bahsedilmektedir artık. Sosyal medyada bir hesabı bulunan ve takipçileri ile bu hesaptan çift yönlü iletişime geçen kullanıcılar, birer kişisel kamu oluşturmaktadır. Schmidt, “kişisel kamu”yu, eski kitle medyasıyla mümkün olan “geleneksel kamu”nun karşısına yerleştirmekte ve sosyal medyada birini takip etmeyi, aboneliğe benzetmektedir. Örneğin Twitter, ortaya çıkan sosyal ve metinsel ilişkilerin yanı sıra belirli teknolojik özelliklerin oluşturduğu bir iletişim alanı sağlamaktadır. Kişisel ilgi düzeyine göre seçilen ve sunulan bilgilerden oluşan yeni bir tür kamusal alan; konuşma tarzında eklenmiş sosyal bağların bir izleyici kitlesiyle paylaşıldığı kişisel kamuların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Schmidt, kişisel kamuyu tanımlayıcı üç kriter ortaya koymaktadır:

⁷⁴ T. O'Reilly, What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, 2005, <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>, erişim tarihi 03.01.2020.

⁷⁵ T. O'Reilly, a.g.e.

⁷⁶ J. Van Dijk, Ağ Toplumu, 2018, s.134.

⁷⁷ Van Dijk, dijital kamusal alanı somut kamusal yerlerden ayırmak için “kamusal alan” yerine “kamusal mekân” kelimesini kullanmayı tercih etmektedir.

“Gazeteciliğe özgü haber faktörlerinin izlenmesinden söz konusu kişi açısından geçerli olma kriterlerine göre seçilmekte ve sergilenmektedir. Dağınık, tanınmayan bir kitle izleyicisine yayınlanmaktan ziyade belirginleştirilmiş ağ bağlarından oluşan bir izleyiciye gönderilmektedir ve son olarak, kişisel kamulardaki iletişim tek yönlü değil etkileşimli bir modda yapılmaktadır.”⁷⁸

Kullanıcının aynı zamanda üretici olduğu blog’ları, sosyal ağ sitelerini, internet ortamında mesajlaşmaları “kişisel medya” olarak tanımlayan Lüders’e göre, kişisel medya ile bireysel kullanıcılar belirli bir medya türünün geliştiricisi haline gelmektedir. Tıpkı gazetecilerin bazı alanlarda uzmanlaşması gibi kişisel medya kullanıcıları da belirli uzmanlaşmalar ve sosyalleşme yapıları meydana getirmektedir⁷⁹. Alvin Toffler, bu tür bir üretimde bulunan birey için çok daha geniş kapsamda bakarak “tüketen üretici” (prosumer) demektedir⁸⁰.

Bu noktaya kadar sosyal medyadan bir bütün olarak bahsedilmekle birlikte birbirinden farklı özellikler taşıyan, farklı şirketlere ait sosyal medya siteleri/ağları bulunmaktadır. 2000’li yıllardan itibaren ortaya çıkan bu sosyal medya siteleri/ağları arasında gazeteciler tarafından en sık kullanılanlar Facebook, Twitter ve Instagram olduğundan bu üçü bir sonraki bölümde detaylı olarak incelenmektedir.

2.1.1. Sosyal Ağ Siteleri

Sosyal medyanın önemli bir aktörü olan sosyal ağ siteleri (SAS), üyelerinin bir sistem içinde açık veya yarı açık kişisel profiller oluşturarak kendilerini diğer üyelere görünür kıldığı web siteleri olarak tanımlanmaktadır⁸¹.

⁷⁸ J. H. Schmidt, Twitter ve Kişisel Kamuların Doğuşu, Twitter ve Toplum içinde, 2016, s.48.

⁷⁹ M. Lüders, Conceptualizing Personal Media, New Media & Society Vol10 (5) içinde, 2008, s.688, doi: 10.1177/1461444808094352.

⁸⁰ A. Toffler, Üçüncü Dalga, 1981, s.329-359.

⁸¹ P. G. Lange, Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube, Journal of Computer-Mediated Communication 13 (2008), s.361-380.

Ellison ve Boyd'a göre, sosyal ağ sitelerini benzersiz kılan, sadece bireylerin yabancılarla tanışmasına fırsatı vermesi değil, kullanıcıların sosyal ağlarını görünür hale getirmelerini sağlamasıdır⁸². Bu özellik, bireyler arasında başka türlü sağlanamayacak bağlantıların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bir SAS'a katıldıktan sonra, yeni üyeden bir dizi soruya cevap vermesi istenmektedir. Yaş, yaşanan yer, ilgi alanları, 'hakkımda' gibi başlıklar genellikle bu soruların konusunu oluşturmaktadır. Pek çok site, kullanıcının bir profil fotoğrafını yüklemesini de tavsiye etmektedir. Bazı SAS'lar kullanıcının 'üzgün', 'heyecanlı' gibi ruh halini yansıtacak multimedya içerikler sunmaktadır. Profilin kimler tarafından görüneceği SAS politikası kadar kullanıcı tercihiyle de belirlenmektedir. Bir SAS'a profil oluşturarak katıldıktan sonra kullanıcılar tanıdıkları, takip etmek istedikleri diğer kişileri seçmeye başlarlar. Bu kişiler 'arkadaşlarım', 'takip ettiklerim' gibi isimlerle anılmaktadır. Facebook gibi bazı SAS'larda takip etme işlemi karşılıklı, Twitter ve Instagram gibi bazılarında tek taraflı olabilmektedir. Yayımlanan mesajların, fotoğrafların, videoların altına yorum yazılabildiği gibi, birbirini takip eden kullanıcılar e-posta benzeri bir sistemle ikili mesajlaşmalar da yürütebilmektedir⁸³.

SAS'larda 'sosyal ağlar' bireylerin oluşturduğu profillerin birbiriyle ilişkisinden ortaya çıkmaktadır. Bir arkadaşlık veya takip talebiyle profiller arası bağ kurulmakta, her arkadaşlık veya takiple yeni kişinin arkadaş ağı diğerine eklenmektedir⁸⁴.

2019'da dünya genelinde 3.4 milyar insanın sosyal ağ sitelerini kullandığı bilinmektedir⁸⁵. Türkiye'de 2019'da aktif sosyal medya kullanıcı sayısı yaklaşık 52 milyon kişidir ve kullanıcılar günde ortalama iki saat 46 dakikalarını sosyal medyada geçirmektedir. 2019 itibarıyla kullanıcılar arasında en popüler sosyal ağ

⁸² N. B. Ellison, D. M. Boyd, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication 13 (2008) içinde, s.210–230, doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

⁸³ N. B. Ellison, D. M. Boyd, a.g.e.

⁸⁴ P. G. Lange, a.g.e.

⁸⁵ <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01> erişim tarihi 04.01.2020.

siteleri listesinde yüzde 92 ile video paylaşım sitesi Youtube ilk sırada gelmektedir. İkinci sırada yüzde 84 ile Instagram bulunmakta, ardından yüzde 82 ile Facebook ve yüzde 58 ile Twitter gelmektedir⁸⁶.

Çalışmada, görüşülen kadın gazetecilerin anlatısında cinsiyetçi saldırıların meydana geldiği platformlar olarak sıklıkla adları geçtiğinden Facebook, Twitter ve Instagram'ın yapılarına detaylı bakılmıştır.

2.1.1.1. Facebook

Mark Zuckerberg tarafından 2004'te kurulan ücretsiz ve küresel sosyal ağ sitesi Facebook, bugün bildiğimiz anlamda sosyal medyanın başlangıcı olarak kabul edilmektedir⁸⁷.

Kullanıcılar sitede kendilerine bir profil oluşturmakta, daha sonra arkadaşlarından oluşan bir ağ yaratmakta ve metin, fotoğraf, video veya diğer multimedya öğeler içeren paylaşımlarda bulunmaktadır. Sitede biriyle arkadaş olabilmek için, arkadaşlık teklifinin karşı tarafca kabul edilmesi gerekmektedir. Kullanıcılar bir mahalle, şehir, organizasyon, şirket gibi başka ağların parçası da olabilmektedir. Facebook'ta hesabı, dolayısıyla birer ağı bulunan bu şirketler arasında, üyelerine anlık haberler geçmek isteyen haber kanalları ve gazeteler de bulunmaktadır⁸⁸. Facebook'u toplumun çevrimiçi bir modeli olarak gören Ekaterina Netchitailova, Facebook'un sadece bir şirket olmadığını altını çizmektedir:

“Facebook aynı zamanda kültürel bir formdur ve bu nedenle, Facebook'u kapitalizmin içinde ama aynı zamanda milyonlarca insanın günlük yaşamında kullandığı ve bize arkadaşlık, değişen mahremiyet nosyonu,

⁸⁶ <https://www.statista.com/statistics/284503/turkey-social-network-penetration> erişim tarihi 04.01.2020.

⁸⁷ D. Irak, O. Yazıcıoğlu, Türkiye ve Sosyal Medya, 2012, s.16.

⁸⁸ W. Stassen, Your news in 140 characters: exploring the role of social media in journalism, Global Media Journal African Edition 2010 Vol 4 (1), doi: 10.5789/4-1-15.

kimlik ve şöhret kültürü konularında çok şey söyleyen bir araç olarak ele alan bir yaklaşıma ihtiyaç duymaktadır.”⁸⁹

2019 itibariyle Türkiye’de 43 milyon Facebook kullanıcısı bulunmaktadır⁹⁰. Bu kullanıcıların yüzde 36’sı kadın, yüzde 64’ü erkek olarak bildirilmiştir. Alanında ilk ve tek iken kullanıcının ilgisini çeken haberlerin, kişisel bilgilerin, ilgi alanlarının, fotoğrafların paylaşımıyla yoğun olan kullanılan Facebook, diğer sosyal medya sitelerinin ortaya çıkmasıyla aile, arkadaşlar gibi kapalı gruplar arasında haberleşme ve paylaşım aracı olarak tercih edilir olmuştur. Kullanıcının paylaşımları herkes tarafından değil, sadece kendi seçtiği “arkadaşlar” tarafından görülmekte ve yorumlanmaktadır. Gazeteciler tarafından da haber paylaşımı amacıyla kullanım sıklığı düşmüştür.

Facebook üyelerinin sitede neleri yapıp neleri yapamayacağını belirleyen ilkeler, “Topluluk Standartları” başlığı altında listelenmektedir. Toplumsal cinsiyet kavramı bu standartlar arasında geçmemekle birlikte “Uygunsuz İçerikler” altbaşlığında nefret söylemine yer verilmektedir. Cinsel yönelim, cinsiyet ve cinsel kimlik nefret söyleminden korunan özellikler olarak anılmaktadır :

“ Nefret söylemini insanlara koruma altındaki özellikler olarak adlandırdığımız ırk, etnik köken, milli köken, engellilik durumu, dini inanç, sınıf, cinsel yönelim, cinsiyet, cinsel kimlik ve ciddi bir hastalık gibi özelliklerinden dolayı doğrudan saldırıda bulunulması olarak tanımlıyoruz. Saldırıları şiddet veya itibarsızlaştırıcı söylem, zararlı basmakalıplar, aşağılama ifadeleri, küçümseme ifadeleri, iğrenme veya yok sayma, küfür veya dışlama ya da ayrımcılık çağrıları olarak tanımlıyoruz. Koruma altındaki diğer özelliklerle birlikte atıfta bulunulduğunda, yaşı koruma altındaki bir özellik olarak kabul ederiz. Göçmenlik politikalarına yönelik yorum ve eleştirilere izin versek de mülteci, muhacir, göçmen ve sığınmacıları da en şiddetli saldırılara karşı koruruz. Benzer şekilde,

⁸⁹ E. Netchitailova, Flâneur, Aylak ve Empatik İşçi, Yeni Medya Kuramları içinde, 2018, s.3.

⁹⁰ <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01> erişim tarihi 04.01.2020.

koruma altındaki bir özellikte birlikte atıfta bulunulduğunda meslek gibi özellikler için bazı korumalar sağlarız.”⁹¹

2.1.1.2. Twitter

Merkezi ABD San Francisco’da bulunan Twitter, 2006’da Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone ve Evan Williams tarafından kurulup kullanıma açılmış bir sosyal medya ağı ve mikroblog⁹² sitesidir⁹³. Kısa sürede küresel bir fenomen haline gelmiş⁹⁴, Latin alfabesi kullanmayanlar da dahil olmak üzere pek çok dile uyumlu hale getirilmiştir. Twitter’ı bugün 34 dilde kullanmak mümkündür⁹⁵. Üyelik gerektiren ancak ücretsiz olan platformda katılımcılar, kısa iletiler yayımlamakta, başkalarının iletilerini takip edebilmekte, başkalarına ait iletileri yeniden yayımlayabilmektedir. Bu iletilere İngilizce’de “kuş cıvıltısı” anlamına gelen “tweet” denmektedir. Başka birinin iletilerini yeniden yayımlamaya ise retweet denmektedir. Belirli bir kullanıcıya seslenmek ya da belirli bir kişiyi yanıtlamak için o kişinin hesap isminin önüne @ işareti eklemek gerekmektedir. Tek bir gönderide en fazla 280 karakter kullanılabilir. Twitter’da, Facebook’tan farklı olarak bireylerin birbirlerini karşılıklı takip etmesi gerekliliği yoktur. Koruma altına alınmış bir hesap olmadıkça, kullanıcılar diledikleri kişiyi onay olmaksızın tek taraflı takip edebilmektedir. Ancak birbirini karşılıklı takip eden üyeler arasında birebir mesajlaşma mümkün olmaktadır. Schmidt, Twitter’da birini takip etmeyi, “onun güncellemelerine abone olmak” şeklinde tarif etmektedir⁹⁶.

⁹¹ <https://www.facebook.com/communitystandards/introduction>, Erişim tarihi 1 Şubat 2021.

⁹² Mikroblog, hızlı izleyici etkileşimleri için tasarlanmış kısa bir içerik parçası olarak tanımlanmaktadır. Microbloging, anlık mesajlaşma ve içerik üretiminin bir kombinasyonudur. Bir mikroblog ile, etkileşimi geliştirmek için çevrimiçi bir izleyici ile kısa mesajlar paylaşılmaktadır.

⁹³ <http://web.archive.org/web/20170225084723/https://about.twitter.com/company> erişim tarihi 22.12.2019.

⁹⁴ K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt, C. Puschmann, Twitter ve Toplum, 2016, s.33

⁹⁵ <https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-for-websites/twitter-for-websites-supported-languages/overview>, erişim tarihi 03.01.2020.

⁹⁶ J. Schmidt, Twitter ve Kişisel Kamuların Doğuşu, Twitter ve Toplum içinde, 2016, s.49

Twitter'ın aylık aktif kullanıcı sayısı 2019'da ortalama 313 milyon olarak açıklanmıştır⁹⁷. Kullanıcılar, kişisel hesaplarından günde 500 milyon kadar tweet yayımlamakta ve bunun için yüzde 82 oranında cep telefonlarını kullanmaktadır⁹⁸.

Twitter şirketi, resmi internet sitesindeki tanıtımda, potansiyel kullanıcıların Twitter üzerinden küresel bir sohbetin fitilini ateşleyebileceğinin müjdesini vermektedir. Hemen altında "Twitter'da biz ifade özgürlüğüne inanıyor ve her sesin dünyayı etkileme gücüne sahip olduğunu düşünüyoruz" denmektedir⁹⁹.

Twitter, siyasi iletişim aracı olarak da özel bir önem kazanmıştır. Colleoni, Rozza ve Arvidsson, bu sonucu ortaya çıkaran nedenleri şöyle sıralamaktadır: İletilerin varsayılan olarak her kullanıcı tarafından görülebilir (farklı bir şekilde belirtilmedikçe) olması, içeriklerin kolayca paylaşılabilir ve retweet özelliği ile ağda hızla yayılabilir olması, 'hashtag' ve 'mention' özellikleri ile grup oluşturmaya gerek kalmadan belirli tartışmalar etrafında topluluk oluşturulmasına izin vermesi ve kullanıcıların, sahibinin iznini almadan belirli bir hesabı takip edebilir olması. Bu özellikler, hem simetrik ilişkilere dayalı "simetrik sosyal grafikler" hem de simetrik olmayan ilişkilere dayanan "simetrik olmayan sosyal grafikler" oluşturulmasını sağlamaktadır. Araştırmacılara göre bu durum, Twitter'ın teorik olarak hem kamusal alana hem de yankı odası senaryosuna elverişli olduğu anlamına gelmektedir¹⁰⁰.

Bruns ve Moe, Twitter'daki kullanıcı etkileşimlerini üç katmanlı olarak ele almaktadır: Mikro, mezo ve makro. Mezo, sosyal ağdaki iletişimin verili düzeyidir. Yani üye olup takipçi edinen ve bir tweet yazan kişinin tweet yayımı, platformdaki etkileşimin mezo düzeyini oluşturmaktadır. İletisine bir hashtag (etiket) ekleyen kullanıcı makro katmanda hareket etmektedir, çünkü takipçisi olsun olmasın, bu hashtag ile ilgilenen herkese ulaşabilmektedir. Bruns ve Moe,

⁹⁷ <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/> erişim tarihi 22.12.2019.

⁹⁸ <https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/> erişim tarihi 22.12.2019.

⁹⁹ <https://about.twitter.com/tr.html>, erişim tarihi 03.01.2020.

¹⁰⁰ E. C. Alessandro, Rozza, Arvidsson, Echo Chamber or Public Sphere? Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data, *Journal of Communication* (2014), s.319-320, doi:10.1111/jcom.12084 .

hashtag kullanımını “ortak bir tema, ilgi ya da düşünceyle bir araya getirilmiş bir kamuya açık bir toplanmada yapılan konuşma”ya benzetmektedir. Twitter’deki etkileşimin mikro katmanını ise @ işareti ile belirli bir kişiye yönelen mention’lar oluşturmaktadır¹⁰¹.

Türkiye’de Ocak 2019 itibariyle 9 milyon Twitter kullanıcısı bulunmaktadır. Kullanıcıların yüzde 19’u kadın, yüzde 81’i erkek olarak bildirilmiştir¹⁰². Tüm sosyal ağ siteleri için Türkiye’de erkek kullanıcı sayısı kadın kullanıcı sayısının üzerindedir ancak Twitter’deki farkın, diğer sitelere kıyasla hayli büyük olduğu dikkat çekmektedir. Türkiye’de özellikle 2013 yaşanan Gezi Protestoları sonrasında Twitter kullanımı giderek politikleşmiş, gazetecilerin haberlerini ve görüşlerini yaymak için kullandığı birincil araç haline gelmiştir.

Twitter kullanıcılarının sadık kalması beklenen ilkeler, Twitter Kuralları başlığı altında listelenmektedir. Bu ilke ve kuralların Facebook’a kıyasla çok daha net ifade edildiği görülmekte, kadın kullanıcılar kırılğan gruplar arasında sayılmaktadır. İfade özgürlüğü alanına vurgu yapıldığı görülmektedir:

“Twitter’ın amacı kamusal sohbete hizmet etmektir. Şiddet, taciz ve diğer benzer davranış türleri, insanları kendilerini ifade etmekten caydırır ve nihayetinde küresel çapta kamusal konuşmanın değerini azaltır. Kurallarımız, tüm insanların herkese açık sohbete özgürce ve güvenli bir şekilde katılabilmesini sağlamaktır.

İrk, etnik köken, ulusal köken, sosyal sınıf, cinsel yönelim, cinsiyet, cinsel kimlik, dini inanç, yaş, engellilik durumu ya da önemli hastalığa dayanarak diğer kişilere karşı şiddeti destekleyemez, doğrudan saldıramaz veya tehditlerde bulunamazsınız. Ayrıca, temel amacı bu kategorilere dayanarak başkalarına zarar vermek olan hesaplara izin vermeyiz.

¹⁰¹ A. Bruns, H. Moe, Twitter’da İletişimin Yapısal Katmanları, Twitter ve Toplum içinde, 2016, s.63-68.

¹⁰² <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01> erişim tarihi 04.01.2020.

(...) Twitter'ın misyonu herkese içerik oluşturma, görüşlerini ve bilgilerini paylaşma, görüşlerini ve inançlarını sınırsızca ifade etme gücü vermektir. İfade özgürlüğü insani bir haktır. Herkesin söyleyecek bir sözü olduğuna ve bu sözü söylemeye hakkı olduğuna inanıyoruz. (...) İnsanlar Twitter'da tacize uğradığında kendilerini ifade etme özgürlüklerinin tehlikeye girebileceğini anlıyoruz. Araştırmalar bazı grupların çevrimiçi ortamlarda tacize çok yüksek oranlarda hedef olduklarını göstermektedir. Bu gruplar arasında kadınlar, beyaz olmayan insanlar, lezbiyen, gey, biseksüel, transseksüel, kuir, interseks, aseksüel bireyler, ötekileştirilmiş ve yeterince temsil edilmeyen topluluklar bulunur. Kendini yeterince temsil edilmeyen birden çok grupla tanımlayan kişiler için taciz daha sık karşılaşılan, doğasında daha sert ve daha zararlı bir durumdur.”¹⁰³

2.1.1.3. Instagram

Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında kurulan Instagram, bir fotoğraf paylaşım uygulaması olarak ortaya çıkmıştır. Şirket kendini “görsel hikâye anlatıcılığında yeniliklerin yuvası” olarak tanımlamaktadır ¹⁰⁴ . Uygulamanın günlük 500 milyon aktif kullanıcısı bulunmaktadır¹⁰⁵.

Instagram kullanıcıları, siteye ücretsiz üye olduktan sonra fotoğraf ve kısa video paylaşımı yapabilmektedir. Bu fotoğraflar üzerinde, uygulama tarafından sunulan filtreleri kullanarak oynama yapmak mümkündür. Korumaya alınmış hesap değilse Twitter’da olduğu gibi herkes istediği kişiyi takip edebilmekte, paylaşılan fotoğrafların altına yorum yapabilmekte veya sadece beğendiğini belli eden simgeyi işaretleyebilmektedir. Twitter ve Facebook’ta bulunan hashtag (etiket) ve mention (özellikle bir kullanıcıdan bahsetme) özellikleri Instagram için de geçerlidir. Facebook ve Twitter’dan farklı olarak Instagram’ı tüm özellikleriyle

¹⁰³ <https://help.twitter.com/tr/rules-and-policies/hateful-conduct-policy>, erişim tarihi: 1 Şubat 2021.

¹⁰⁴ <https://www.instagram.com/about/us/> erişim tarihi: 03.01.2020.

¹⁰⁵ <https://blog.hubspot.com/marketing/instagram-stats> erişim tarihi 03.01.2020.

kullanmak sadece cep akıllı telefonuyla mümkün olmaktadır. Instagram 2012’de Facebook tarafından 1 milyar dolara satın alınmıştır¹⁰⁶.

Hu, Manikonda ve Kambhampati, paylaşılan fotoğrafları analiz ederek yaptıkları araştırmanın sonucunda beş tip Instagram kullanıcısı olduğundan bahsetmektedir¹⁰⁷. Fotoğraf temelli olduğundan güzel anların, manzaraların, görüntülerin ağırlıklı paylaşıldığı bir platform olarak öne çıkmaktadır. Facebook ve Twitter ile karşılaştırıldığında politik tartışma ve görüşlere çok daha az rastlanmaktadır. 2019 itibariyle Türkiye’de 38 milyon Instagram kullanıcısı bulunmaktadır¹⁰⁸. Kullanıcıların yüzde 41’i kadın, yüzde 59’u erkek olarak bildirilmiştir. Bu oranlar, yine Facebook ve Twitter’la karşılaştırıldığında kadınlar tarafından daha fazla kullanıldığını göstermektedir. Türkiye’de gazeteciler tarafından kullanımı Twitter’dan az olmakla birlikte giderek artmaktadır.

Instagram’ın Topluluk Kuralları arasında “Topluluğunun diğer üyelerine saygı duyun” bölümü bulunmakta, bu bölümde ağırlıklı olarak nefret söylemine yer verilmektedir. Kullanıcılara, istenmeyen bir yorum aldıklarında yorumu yapan hesabı engellemeleri ve cevap vermemeleri öğütlenmektedir:

“Topluluğumuzun olumlu ve çeşitlilik açısından zengin olmasını istiyoruz. İnanırcı tehditler veya nefret söylemi barındıran içerikleri, aşağılama veya küçük düşürme amacıyla özel bireyleri hedef alan içerikleri, birine şantaj yapma veya taciz etme amaçlı kişisel bilgileri ve tekrar tekrar gönderilen istenmeyen mesajları kaldırıyoruz. Mesleği veya yapmayı tercih ettiği aktiviteler nedeniyle haberlere konu olan veya kamuda büyük bir hedef kitlesi bulunan kişiler hakkında genellikle daha fazla konuşulmasına izin veriyoruz. (...) Irklarından, etnik kökenlerinden, milli kökenlerinden, cinsiyetlerinden, cinsel kimliklerinden, cinsel yönelimlerinden, dinlerinden, engellilik hallerinden veya hastalıklarından dolayı insanlara şiddet veya saldırının teşvik edilmesine asla müsamaha

¹⁰⁶ <https://www.bbc.com/news/technology-17658264>, erişim tarihi 03.01.2020.

¹⁰⁷ Hu, Manikonda, Kambhampati, What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types, 2014, s.4.

¹⁰⁸ <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01> erişim tarihi 04.01.2020.

göstermeyiz. Nefret söylemlerinin, karşı çıkmak veya farkındalık yaratmak üzere paylaşılmasına izin verebiliriz. Bu durumlarda niyetinizi açıkça ifade etmenizi rica ediyoruz. (...) Bir kişiden istenmeyen bir karşılık aldığımızda, o kişiyi engellemiz ve her türlü iletişimi sonlandırmanız tavsiye edilir. Bu işlem özellikle, kişinin sizi takip etmesini veya profiliniz için arama yapmasını önleyecektir. Kötü amaçlı kişiler, yanıt vermediğinizi fark ettiklerinde veya artık sizinle etkileşim kuramadıklarını anladıklarında genellikle ilgilerini kaybeder.”¹⁰⁹

2.2. Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya: Habermasçı teori için bir hayal kırıklığı mı?

Tim Berners-Lee'nin 1989'da ağ iletişimini mümkün kılan interneti icadından¹¹⁰ sonra “internet ve kamusal alan”; 2000'li yılların ilk yarısında sosyal medyanın ortaya çıkışından bu yana da “sosyal medya ve kamusal alan” ilişkisini inceleyen pek çok akademik çalışma bulunmaktadır. Kollock ve Smith, bu çalışmaları, vardıkları sonuç itibarıyla iki ana başlıkta gruplamanın mümkün olduğunu belirtmektedir. İlk grupta, internetin yeni toplanma ve tartışma alanları açarak demokrasi üzerindeki olumlu etkilerine dikkat çekilmektedir. İkinci grup çalışmalar ise dijital dünyadaki tüm bu gelişmelerin arkasında yatanın, halkla ilişkiler ve reklamcılık faaliyetleri ile politik retorik olduğunu iddia etmektedir. Bu gruptaki araştırmacılar için bireyler, sosyal kontrol ve gözetleme bakımından sürekli yeni fırsatlar sunan bir ağa yakalanmıştır¹¹¹.

Internet ve sosyal ağların demokratik potansiyeli hakkında iyimser olan, dolayısıyla ilk grupta yer alan Yochai Benkler, “The Wealth of Networks” adlı kitabında ABD Yüksek Mahkemesi'nin Reno v. American Civil Liberties Union, 521 U.S. 844 (1997) kararından alıntı yapmaktadır: “... İnternetteki herhangi bir sohbet odası sayesinde, bir telefon hattı olan herkes, sokakta yapacağı bir serbest

¹⁰⁹ <https://help.instagram.com>. Erişim tarihi 1 Şubat 2021

¹¹⁰ <https://www.w3.org/People/Berners-Lee/> erişim tarihi 22.12.2019.

¹¹¹ P. Kollock, M. A. Smith, Communities in Cyberspace, 1999, s.4.

kürsü konuşmasından çok daha fazla kişiye sesini duyurabilir, bir sese sahip olabilir...”¹¹² Benkler’e göre internetteki sosyal ağlar, bireylerin yalnız veya başkalarıyla birlikte hareket etme kapasitelerini artırmıştır. Kamusal alanda aktif katılımcılar, okuyucular, dinleyiciler veya izleyiciler haline gelmişlerdir¹¹³. Benkler’in, pek çok sosyal medya platformunun hayatımıza girmesinden kısa süre önce yaptığı değerlendirme, Habermas’ın kamusal alan tarifinden pek uzağa düşmemektedir. Benkler’e göre sosyal ağların var olduğu bir iletişim teknolojisi olarak internet, bilgi üretim araçlarını ve akışını çeşitlendirmekte ve sonuçta çevrimiçi bilgi müştereklerinin oluşmasına neden olmaktadır. Bu bilgi müştereklerinin yanı sıra, gittikçe artan sayıda ve işbirliği halindeki bilgi üreticisi ve tüketicisi, siyasi düşünce alışverişi ve kolektif eylemin seferber edilmesi için çevrimiçi olarak yeni bir demokratik alan açacaktır¹¹⁴.

Keane ise, iletişim araçları üzerinden ortaya çıkan kamusal alanları mikro, mezo ve makro olarak üçe ayırmaktadır. Milyarlarca insanın belirli bir başlıkta tartışma ağı oluşturabildiği internet hizmetlerini makro kamusal alan örneği olarak anmaktadır¹¹⁵. Keane’in kamusal alan tanımı iletişim araçlarıyla iç içedir:

“Kamusal alan, genellikle şiddetsiz tartışmaların ortaya çıktığı, kısa veya daha uzun bir süre boyunca belirli bir iletişim aracıyla (TV, radyo, telefon, faks, uydu, vb.) bağlanan iki veya daha fazla kişi arasındaki belirli bir mekânsal ilişkidir.”¹¹⁶

Tıpkı Keane’in yaptığı gibi, dijital sosyal ağları kamusal alan kabul eden bir başka sınıflandırmayı Dahlberg’de bulmak mümkündür. Dijital demokrasi kavramını yeniden yapılandırırken yaptığı gruplama, sosyal medyanın kamusal alan olarak

¹¹² supreme.justia.com/cases/federal/us/521/844/, erişim tarihi 21.12.2019.

¹¹³ Y. Benkler, *The Wealth of Network How Social Production Transforms Markets and Freedom*, 2006, s.212.

¹¹⁴ I. Furman, A. Tunç, *The End of Habermasian Ideal? Political Communication on Twitter During the 2017 Turkish Constitutional Referendum*, *Policy & Internet*, 2019, doi:10.1002/poi3.218.

¹¹⁵ B. Kejanlıoğlu, *Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı*, *Kamusal Alan içinde*, 2015, s.848.

¹¹⁶ J. Keane, *Structural Formations of the Public Sphere* (çeviri yazara aittir), *The Information Society Reader içinde*, 2004, s.366.

potansiyelini desteklemektedir. Weintraub'un kamusal-özel ayırımına benzer, dört başlıktan oluşan bir gruplandırma yapmaktadır Dahlberg: "Liberal-bireyci dijital demokrasi", "müzakereci dijital demokrasi", "karşıt kamusalci dijital demokrasi" ve "otonom Marksist dijital demokrasi". Bu gruplama içinden "müzakereci dijital demokrasi", güçlü biçimde Habermas'ın kuramından faydalanmaktadır¹¹⁷. Dahlberg, "Genel olarak dijital medya, özel olarak ise internetin sağladığı imkân, dijital demokrasi hakkındaki yorum ve uygulamalarda rasyonel iletişim ve karar alıcıları hesap verebilir kılan kamuoyu oluşumunun müzakereci bir demokratik kamusallığın gelişimini desteklemesi bağlamında kimi zaman anlamlı bir tutmaktadır" demektedir. Dahlberg'e göre sosyal ağ siteleri, müzakereci dijital demokrasinin araçlarıdır.

Halkın politik süreçlere katılımı ve medyanın rolü üzerine çalışan Peter Dahlgren ise, internetin, kamusal alanın temel özelliklerinden biri olan etkileşim boyutunu iki açıdan ele almaktadır. İlk yönü medya ile yurttaşın karşılaşması, ikinci yönü yurttaşların kendi arasındaki karşılaşmalardır. Bu ikinci tür etkileşim iki kişilik sohbetlerden daha geniş katılımlı oturumlara kadar her şeyi içerebilmektedir. Dahlgren, internet sayesinde halkın kendi arasındaki etkileşimin tarihi bir yayılım gösterdiğini öne sürmektedir¹¹⁸. Bu siber dönüşüm, kamusal alan anlamında en önemli gelişmelerin yaşandığı yerdir Dahlgren'e göre. Öte yandan internetin kapitalizmin koşullarıyla iç içe bir sistem olduğunu, internette kamusal alanın ortaya çıkmasını sağlayan demokratik tartışma ortamının sıklıkla tüketim ve eğlencenin gerisinde kaldığını da inkâr etmez¹¹⁹.

Van Dijk'a göre ise, bildiğimiz anlamda tek bir kamusal alandan söz etmek artık mümkün değildir. Kamusal alan-özel alan arasındaki farkın da artık bir önemi yoktur. Van Dijk, "değişik boyutlarda, üst üste binen ve birbirine bağlı kamusal mekânlardan oluşan karmaşık bir mozaik oluşacağını" ön görmektedir. Şu anda

¹¹⁷ L. Dahlberg, Dijital Demokrasiyi Yeniden Yapılandırmak: Dört Pozisyona Dair Bir Taslak, Yeni Medya Kuramları içinde, 2018, s.137.

¹¹⁸ P. Dahlgren, İnternet, Kamusal Alanlar ve Siyasal İletişim: Dağılıma ve Müzakere, Yeni Medya Kuramları içinde, 2018, s.176.

¹¹⁹ P. Dahlgren, a.g.e., s.179.

bile Twitter, YouTube veya Facebook'ta, bloglarda temelini halkın günlük meselelerinden ve geleneksel medyadan alan farklı alanlarda ve konularda üst üste binmiş tartışmalar devam etmektedir. Sosyal medya, anlık gönderiler yardımıyla çevrimdışı kamusal alanlar ile çevrimçi kamusal alanlar arasında bağ kurmaktadır. Bu da kamusal alana daraltıcı değil zenginleştirici bir ortam sağlamaktadır¹²⁰.

Flichy'e göre ise sosyal medya ile sadece kamusal alan değil özel alan da genişlemiştir. Aile içinde veya yakın arkadaş çevresinde yapılan politik tartışmalar, Facebook gibi sosyal ağ sitelerine taşınmıştır. Bu açıdan bakıldığında özel alanın genişlediğini söylemek mümkün olmaktadır. Flichy, kamusal alanın genişlemesine dair en önemli gelişmeyi ise uç ve karşıt seslerin daha sık duyulmaya başlamasıyla açıklamaktadır. "Yakın zamana kadar kamu alanında belli siyasi ve sosyal grupların sesini duymak mümkündü. Oysa internet sayesinde uç görüşler duyulmaya, karşı görüşler ise birbiriyle çatışmaya başladı" demektedir. Karşıt fikirlerin bilinmesi, ortak noktalar üzerinde düşünmek için bir fırsat yaratmaktadır¹²¹.

Shirky, sosyal medyanın sivil toplumu destekleme gücüne sahip olduğunu, kısa sürede yeryüzündeki hemen hemen tüm siyasi hareketleri koordine eden bir enstrümana dönüştüğünü, bu nedenle özellikle otoriter hükümetler tarafından kısıtlanmaya çalışıldığını söylemektedir¹²². Türkiye'de de özellikle 2013'teki Gezi protestoları sonrasında sosyal medyanın bir kamusal alan olarak potansiyeli üzerine çalışmalar ortaya konmuştur¹²³. Furman ve Tunç, tüm bu çalışmaların sosyal medyadaki politik iletişim ağlarının, Habermasçı kamusal alana dair tüm koşullara sahip olduğuna dair ampirik deliller sunduğunu belirtmektedir¹²⁴. Habermas'ın, kamusal alanın nitelikleri olarak sıraladığı, farklı görüşlere sahip

¹²⁰ V. Dijk, Ağ Toplumu, 2018, s.266.

¹²¹ Z. Atikkan, A. Tunç, Blogdan Al Haberi, 2011, s.99.

¹²² C. Shirky, Sosyal Medyanın Politik Gücü: Teknoloji, Kamusal Alan ve Politik Değişim, Yeni Medya Kuramları içinde, 2018, s.159.

¹²³ Malkoç (2018), Korkmaz (2015), Göle (2013), Vatikiotis, Yörük (2016), Erkoç (2013), Arda (2015), Tüfekçi (2014)

¹²⁴ İ. Furman, A. Tunç, The End of the Habermasian Ideal? Political Communication on Twitter During the 2017 Turkish Constitutional Referandum, Policy&Internet, 2019, doi:10.1002/poi3.218.

bireylerin belirli bir mesele hakkında tartışmak üzere bir araya gelmesi, özgür katılıma açık olması, katılımcıların pasif olmaktan ziyade aktif durumda olmaları gibi kriterler, sosyal medya üzerinden toplanan Indignados, Arap Baharı, Gezi Parkı gibi hareketler sırasında karşılanmış görünmektedir¹²⁵.

Ancak sosyal medyanın kamusal alan olarak potansiyeline şüpheyle yaklaşan görüşleri de dikkate almak gerekmektedir.

Habermas, “Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü”nde bize kamusal alanın 17. ve 19. yüzyıllar arasında cereyan eden yükselişini ve düşüşünü anlatmaktadır. Düşüş, özellikle 19. yüzyılın sonlarından itibaren kültürel alanda, sanattan basına ve kitle eğlence endüstrisine, ticarileşme ve rasyonalizasyon süreçlerinin bireysel tüketiciyi giderek daha fazla hedef almasıyla, özellikle elektronik kitle medyasının yeni çağında rasyonel tartışmaların arabulucu bağlamlarını ortadan kaldırmasıyla gerçekleşmiştir¹²⁶. Devlet ile toplum arasındaki ilişkiler, devletin yararına yeniden düzenlenmiş ve özgür politik yaşamın ortadan kalkmasına sebep olmuştur. Bu noktada, Habermas’ın kamusal alanın düşüşünü gördüğü koşullar ile günümüz sosyal medyasının yapısını karşılaştırmak mümkün olabilir.

Nitekim, 2000’li yılların ilk yarısında ortaya çıkan sosyal medya platformları, hem ticari hem de politik alanla kesişimleri bulunduğu için Habermas’ın tarif ettiği ideal kamusal alan koşullarını tam olarak yerine getirmemektedir. Twitter, Facebook, Instagram gibi sosyal medya siteleri, sahipleri, yatırım yapmış hissedarları bulunan ticari kuruluşlardır. Ticari faaliyetleri kapsamında ellerindeki kullanıcı bilgilerini üçüncü taraflara, başka şirketlere sattıklarına ilişkin bugüne kadar pek çok örnek ortaya konmuştur¹²⁷. Şirketler elde ettikleri bu bilgilerle, kullanıcılara özel reklam kampanyaları hazırlamakta, hatta oy verme davranışları üzerinde etki yaratmaktadır¹²⁸. Twitter’da en çok konuşulan başlıklardan oluşan

¹²⁵ İ. Furman, A. Tunç, a.g.e.

¹²⁶ G. Eley, Nations, Publics and Political Cultures: Placing Habermas In The Nineteenth Century, Habermas and the Public Sphere içinde, 1996, s.293.

¹²⁷ www.nytimes.com/2018/12/18/technology/facebook-privacy.html

¹²⁸ www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election

ve kısaca “tt” olarak anılan “trending topic” listesine reklam vererek girmek mümkündür¹²⁹.

Bu da Habermas’ın teorisinde burjuva kamusal alanının sonunu getiren tarihsel süreci akla getirmektedir. 19. yüzyılın sonlarına doğru iletişimin gitgide ticari motivasyonla biçimlendirilmesi, salon ve kahvehanelerdeki tartışma ortamını geriletmiştir. Tekelci kapitalizmin ortaya çıkışı basını ticarileştirmiş, tartışmanın yerini ideolojik fikir birliği almıştır. Televizyon, radyo gibi yeni medya araçlarının ortaya çıkışı, kültürün özel alanda yani evlerde tüketilir hale gelmesine yol açmış, tek yönlü işleyişiyle toplumsal tartışma, katılım alanı bırakmamıştır¹³⁰.

Ticaret ve politika ekseninden devam edecek olursak, “Medya ve kamusal alan” ilişkisini ilk kuran akademisyenlerden Nicholas Garnham da hem ticari hem de politik alanda faaliyet göstermesinden dolayı medyayı sorunlu bulmaktadır. Garnham’a göre politik iletişim, ticari medya üzerinden ses bulmaya zorlandıkça kamu iletişimi tüketim politikasına dönüşmektedir. Politikacılar seçmenlere kamu yararı için endişelenen rasyonel varlıklar olarak değil, akıldışı iştahları doyurulması gereken birer reklam tüketicisi gibi etkilemeye çalışmakta, vatandaşlara kamusal alanın değil özel alanın üyesi gibi seslenmektedir¹³¹. Dahlgren’e göre de evlerinde oturup medyayı tüketen bireyler kamuyu oluşturamaz, çünkü söylemsel bir etkileşim sürecine dâhil değildiler¹³².

Sosyal medyaya dönük eleştirel tartışmaya Papacharissi, ulaşılabilirlik sorunu üzerinden ve sanal alan ile sanal mekân farkına¹³³ dikkat çekerek katılmaktadır. Papacharissi’ye göre sanal mekân tartışmayı geliştirirken, sanal alan demokrasiyi geliştirmektedir ve kamusal alan olarak internetin potansiyelinden bahsedebilmek için sanal alan özellikleri aramak gerekmektedir. İnternet teknolojileri bireylere

¹²⁹ <https://business.twitter.com/en/help/overview/what-are-promoted-trends.html> erişim tarihi 24 Aralık 2019.

¹³⁰ N. Stevenson, a.g.e., s.90.

¹³¹ N. Garnham, The Information Society Reader içinde, 2004, s.363.

¹³² P. Dahlgren, İnternet, Kamusal Alanlar ve Siyasal İletişim: Dağılma ve Müzakere, Yeni Medya Kuramları içinde, 2018, s.176.

¹³³ Papacharissi bu ikilikten İngilizce metinde “virtual space” ve “virtual sphere” olarak bahsetmektedir.

kendilerini ifade etmek için alan açmakta, çok az tanınan kişilerin ve grupların dahi kamu hizmeti verenlerine ulaşmasını sağlamakta, interaktif özellikleriyle elektronik plebisitler, kamuoyu yoklamaları ve referandumlara imkân tanımaktadır ama öte yandan her zaman eşit, temsiliyeti yüksek, adaletli bir kamusal alan vaat etmemektedir. Hâlâ internet hizmetine ulaşamayanların sayısı hayli yüksektir ve bu dışlayıcılık bakımından Habermas'ın burjuva kamusal alanına benzemektedir. Papacharissi, farklı geçmişlerden ve temellerden gelen bireyleri bir araya getirerek bir forum, politik tartışma ortamı yaratma becerisi bakımından da sorgulamaktadır: “Çevrimiçi platformlar, insanları bir araya getirmeyi vaat etmekte ancak onları farklı yönlere yönlendirme riski de barındırmaktadır”¹³⁴.

Papacharissi'nin değindiği bu nokta, sosyal medyanın kamusalılığına şüpheyle bakılmasının bir diğer nedenini meydana getirmektedir ve sorun “yankı odaları” kavramıyla vücut bulmaktadır. İnternet kullanımının yaygınlaşması, vatandaşların eriştiği siyasi bilgilerin miktarını ve çeşitliliğini artırmış ve olaylar hakkında başkalarıyla iletişim kurmak için fırsatlar yaratmıştır. Ancak özellikle sosyal medyada kişiler, mevcut görüşlerini pekiştiren görüşleri takip ettikçe siyasi kutuplaşmayı kolaylaştırabilecek bir “yankı odası” ortamına yol açabilirler¹³⁵. Bu tip bir politik tek seslilik, sosyal medyanın kamusal alan olarak potansiyelini kısıtladığından önemlidir.

New York Üniversitesi'nden bir grup bilim insanının araştırma sonuçları, özellikle politik konularda yankı odası ihtimalinin daha yüksek olduğunu, politik olmayan konularda farklı görüşlerden insanların bilgi ve görüş paylaşımında bulunabildiğini ortaya koymaktadır. 2012'de ABD'de meydana gelen Sandy Hook İlkokulu saldırısı sonrası sosyal medyadaki yazışmaları inceleyen araştırmacılar, iletişim yapılarının dinamik ve esnek olduğunu, farklı görüşlerden kişiler arasında çapraz iletişim bulunduğunu tespit etmişlerdir. Politik meseleler

¹³⁴ Z. Papacharissi, The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere, New Media Society vol:4, 2002, s.9-27, DOI: 10.1177/14614440222226244.

¹³⁵ P. Barberá, J. T. Jost, J. Nagler, A. Tucker, R. Bonneau, Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber?, Psychological Science Vol. 26, 2015, s.1531-1542.

söz konusu olduğunda ise bireyler ideolojik olarak benzer kaynaklardan aldıkları bilgiyi, benzer kaynaklara aktarmayı daha çok tercih etmektedir. Ancak araştırmacılar, çevrimiçi politik iletişimin yapısında ve işlevinde yine de dikkate değer bir ideolojik asimetrinin var olduğunu iddia etmektedir¹³⁶.

Benzer bir sonuç, Furman & Tunç araştırmasında karşımıza çıkmaktadır. 16 Nisan 2017 Anayasa Referandumu gecesi Twitter verilerini inceleyen araştırmacılar, kullanıcıların demokratik tartışmalara girmek veya iki görüş arasında ortak zemin aramak yerine benzer görüşte olanlarla iletişim kurma eğiliminde olduğunu belirtmekte ancak çapraz iletişimin kurulduğu istisnalar bulunduğunun altını çizmektedir¹³⁷.

Colleoni, Rozza ve Arvidsson'un, 1 Haziran-31 Aralık 2009'da yürüttüğü bir başka araştırmanın sonuçları, sosyal medyaya yüklenen işleve göre elde edilen sonucun değişebileceğini göstermektedir. Yedi aylık dönemde Twitter'daki Amerikan Cumhuriyetçileri ile Demokratların mesajlarını inceleyen araştırmanın sonucuna göre Twitter'a bir sosyal medya aracı olarak bakıldığında tek seslilik seviyesi ve iletişim yapısında yankı odası görünümü artmaktadır. Ancak sosyal medya aracı yerine haber mecrası olarak bakıldığında tek seslilik seviyesi düşmekte, iletişimde kamusal alana dair özellikler artmaktadır¹³⁸.

Yankı odaları üzerinde kutuplaşma riskine rağmen etkileşimli iletişimi yeniden mümkün kılan sosyal medya hâlâ kamusal alana dair özellikler barındırmaktadır. Tekrar Habermas'a başvuracak olursak, ona göre basın, politikayla ilgili bireyler arasında bir tartışma ve uzlaşma ortamı yaratarak Avrupa'nın demokratikleşmesinde büyük pay sahibi olmuştur. Habermas kamusal alanı temsili kamu, edebi kamu ve siyasal kamu olarak üçe ayırır. Temsili kamu,

¹³⁶ a.g.e.

¹³⁷ İ. Furman, A. Tunç, The End of the Habermasian Ideal? Political Communication on Twitter During the 2017 Turkish Constitutional Referandum, Policy&Internet, 2019, doi:[10.1002/poi3.218](https://doi.org/10.1002/poi3.218).

¹³⁸ E. Colleoni, A. Rozza, A. Arvidsson, Echo Chamber or Public Sphere? Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data, Journal of Communication, 2014, 317–332, doi:[10.1111/jcom.12084](https://doi.org/10.1111/jcom.12084).

kapitalizm öncesi dönemde feodal hükümdarların, asillerin, sarayın statüsüdür¹³⁹. Edebi ve siyasal kamular, 18. yüzyılda burjuva toplumu ile ortaya çıkar. Basın ve kişilerin bir araya geldikleri kulüpler edebi kamunun parçasıdır. Edebi ve siyasal kamunun belirmesiyle kamusal alan kamu erkinden kopmaya başlar. Bu alanı oluşturanlar artık özel kişilerdir ve kamusal alan kamu erkini, kamuoyu önünde meşrulaşmaya zorlayan yönelen bir forum özelliği kazanmıştır¹⁴⁰. Siyasi bir yayının ortaya çıkışı, kamuoyu ve özgürlük mücadelesine katılım anlamına gelmektedir. Bu da kamusal alana katılım demektir¹⁴¹.

Özellikle okuyucu yorumlarına yer veren gazeteler, siyasi konularda kamusal tartışma için bir alan yaratmaktadır. Bugün dahi İngiliz The Times gazetesinin okuyucu mektupları sayfası, kamuoyunun sesini duymak amacıyla siyasetçiler tarafından yakından takip edilmektedir¹⁴².

Sosyal medya da bireylerin önemli olaylarla ilgili siyasi fikirlerini kamu önünde ifade etmesine olanak tanımakta, dolayısıyla kamusal alana katılım sağlamaktadır¹⁴³. Bugün bireylerin yerel yöneticilere veya milletvekillerine sesini duyurmasının en etkili yolunun sosyal medya üzerinden iletişim kurmak olduğunu ortaya koyan araştırma raporları bulunmaktadır¹⁴⁴.

2.3. Sosyal Medyada Cinsiyetçi Dil ve Taciz

İnternet ve sosyal medya, geleneksel medyanın “eşik bekçiliği” rolünün önemini azaltarak, daha önce görülmemiş ölçüde kapsamlı bir ifade özgürlüğü alanı oluşturmuştur. Bunun genel olarak kamusal alanın demokratikleşmesine katkıda bulunduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte, görünüşte sınırsız konuşma

¹³⁹ J. Habermas, Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü, 2017, s.65.

¹⁴⁰ J. Habermas, a.g.e., s.90.

¹⁴¹ J. Habermas, The Public Sphere: An Encyclopedia Article, New German Critique, S.3, s.53.

¹⁴² B. McNair, An Introduction To Political Communication, 2011, s.13.

¹⁴³ C. Shirky, The Political Power Of Social Media, Foreign Affairs içinde, Ocak 2011, s.2.

¹⁴⁴ <http://www.congressfoundation.org/projects/communicating-with-congress/social-congress-2015>.

özgürlüğü imkânı; kamusal tartışmanın kutuplaşması, agresif iletişim tarzları ve çevrimiçi ortamın susturucu etkileri ile ilgili endişeleri de artırmaktadır¹⁴⁵.

İnternet hizmetlerinin gelişmeye başladığı 1990'lı yılların başında, siber âlemin, kendimizi ve başkalarını değerlendirmede cinsiyet, ırk, yaş, kilo gibi fiziksel özelliklerin önemini kaybedeceği bir evren olacağına dair araştırmalar yayımlanmaktaydı. Bu tür özellikler, kimsenin yüz yüze gelmediği siber uzayda açıkça ayırt edilemeyeceklerinden, etkileşimin yapılandırılmasının birincil aracı olmayacaklardı. Bedensel deneyimden kurtulmuş olan zihin, kendini ve diğerlerini oluşturmak ve kişiler arası iletişimi düzenlemek için yeni formlar üretecekti¹⁴⁶. Ancak 25 yıl sonra bulunduğumuz noktada, etkileşimli kamusal alanlar üreten internetin, toplumsal sınıf, etnisite, eğitim, toplumsal cinsiyet gibi alanlarda eşitsizliğin yeniden üretildiği bir mekân haline geldiği görülmektedir¹⁴⁷. 2019'da "Yeni Eşitsizlikler" temasıyla toplanan "4. Yeni Medya Çalışmaları Ulusal Kongresi"nin Sonuç Bildirgesi'nde söz konusu eşitsizlikler sıralanmakta, yeni medyanın yarattığı yeni kamusal alanın beklentileri karşılayamadığı tespit edilmektedir. Bildirgede "Toplumsal Cinsiyete Dayalı Eşitsizlikler"e ayrı bir bölüm ayrılmaktadır:

"Geleneksel kitle iletişim araçlarıyla toplumsal cinsiyet üzerinden idealize edilerek ticarileştirilmeye çalışılan beden politikaları, yeni medya ortamlarında da benzeri şekilde devam ederek, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini yeniden üretilmektedir. Yeni medya ortamları, ev içi emek gibi kadın emeğini iktisadi sermayeye dönüştürme potansiyeli taşımasına rağmen bunu da yine toplumsal cinsiyetçi bir bakış açısıyla gerçekleştirmektedir. Kadınlara yüklenen cinsiyetçi kalıp yargıların, iş

¹⁴⁵ M. Nadim, A. Fladmoe, Silencing Women? Gender and Online Harassment, 2019, <https://doi.org/10.1177/0894439319865518>.

¹⁴⁶ J. O'Brien, Writing in The Body: Gender (Re)Production in Online Interaction, Communities in Cyberspace içinde, 1999, s.77.

¹⁴⁷ T. Çomu, Yeni Medyada Nefret Söylemi, 2010, s.9.

yapma pratiklerinin Instagram, Facebook gibi platformlarda devam ettiği üzerinde durulmuştur.”¹⁴⁸

Toplumsal cinsiyet ve internet ilişkisini araştıran van Zoonen, bu yeni medyanın ortaya çıkış koşullarının, mecradaki baskın cinsiyeti de belirlediğini öne sürmekte, iletişim teknolojileri alanının erkekler tarafından domine edildiğine dikkat çekmektedir. Ona göre çevrimiçi ortamın maskülen olması kaçınılmazdır çünkü internet çalışmaları 1960’ların başında Amerikan üniversiteleri ve Amerikan Savunma Bakanlığı Pentagon’da başlamıştır. Dolayısıyla teknolojinin kökleri askeri endüstride yatmaktadır ve kaçınılmaz olarak maskülen kodlara ve değerlere sahip bulunmaktadır¹⁴⁹. Van Zoonen, *A Brief History of the Future: The Origins of the Internet* kitabının yazarı John Naughton’la yaptıkları bir yazışmayı aktarmakta, internet tarihini kaleme alan Naughton’ın tüm çabalarına rağmen Nicola Pellow’dan başka bir kadın ismine rastlayamadığını belirtmektedir¹⁵⁰.

Cinsiyetçi dil ve taciz, sosyal medyada kadınlara yönelik ayrımcılığın önemli bir parçası olarak dikkati çekmektedir. Lincoln Park Strategies araştırma şirketinin rakamlarına göre, 2016’da, Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD), internet ortamında taciz edildiğini bildiren kadınların yüzde 26’sı cinsiyetçi içerikli olduğunu beyan etmektedir. Bu oran erkeklerde yüzde 7 olarak ortaya konmaktadır. 2018’de internette tacize uğradığını bildirenlerin yüzde 57’si kadın, yüzde 42’si erkektir. Aynı yıl tacizin en fazla yaşandığı yer olarak, yüzde 68 ile sosyal ağ sitesi Facebook’un bildirildiği görülmektedir¹⁵¹. Pew Araştırma Merkezi’nin 2017’de yürüttüğü araştırmanın sonuçlarına göre de, sosyal medya, çevrimiçi tacizin gerçekleştiği en yaygın mekân olarak öne çıkmaktadır.

¹⁴⁸ M. Binark, *Yeni Medya Çalışmaları IV. Ulusal Kongre Genel Değerlendirme ve Sonuç Bildirgesi*, <https://yenimedya.wordpress.com/>, 2019, erişim tarihi 26.12.2020.

¹⁴⁹ L. van Zoonen, *Gendering the Internet*, *European Journal of Communication* Vol 17 içinde, 2002, s.6.

¹⁵⁰ a.g.e, s.11, 21.

¹⁵¹ <http://onlineharassmentdata.org/> erişim tarihi 11.01.2020.

Katılımcılara çevrimiçi tacizle ilgili en son deneyimlerinin nerede gerçekleştiği sorulduğunda, yüzde 58 sosyal medyada gerçekleştiğini söylemektedir¹⁵².

Uluslararası Af Örgütü'nün 2017 tarihli araştırmasına göre, internette yaşadıkları taciz deneyimi, dünyanın farklı coğrafyalarından kadınların stres, endişe ve panikatacık nöbetleri yaşamasına sebep olmaktadır. Danimarka, İtalya, Yeni Zelanda, Polonya, İspanya, İsveç, Birleşik Krallık ve ABD'den 18 ile 55 yaş arası kadınlar arasında yapılan araştırmanın anketine katılan kadınların yüzde 23'ü en az bir kez internette tacize uğradığını bildirmektedir. İnternette tacize uğrayan kadınların yüzde 41'i, bu deneyim yüzünden en az bir kez fiziksel olarak tehdit altında olduğunu hissettiğini beyan etmektedir. Aynı kadınların yüzde 46'sı uğradıkları tacizin kadın düşmanı ve cinsiyetçi olduğunu aktarmaktadır¹⁵³.

“Misogyny Online” adlı kitabında, kendi de dâhil, kadınların internetteki cinsiyetçi taciz deneyimlerine yer veren Emma A. Jane, kökten bir değişim yaratarak cinsiyet, ırk veya sınıf ayırımından azade, kapsayıcı olması beklenen internetin, bugün cinsiyetçiliği eşi benzeri görülmemiş bir şekilde güçlendirdiğini söylemektedir. Jane'e göre internetteki kadınlara yönelik cinsiyetçi, kadın düşmanı tacizler, çok daha eski bir cinsiyete dayalı istismar ve baskı geleneğine aittir. Kadınları cinsiyetlerine -veya cinsel eksikliklerine- indirgeyen ve bu nedenle onları cezalandıran bir gelenekten bahsetmektedir. Yazar, kadınlara yönelik 'tecavüz etmeye bile değmeyecekleri' gerekçesiyle tecavüz etme tehditlerinin şaşırtıcı bir sıklıkta gerçekleştiğini ifade etmektedir¹⁵⁴.

Moloney ve Love'a göre ise, tıpkı yüz yüze ilişkilerde yaşanan taciz vakalarında olduğu gibi sanal dünyadaki tacizlerin kökeninde de hegemonik erkeklik yatmaktadır¹⁵⁵. Connell ve Messerschmidt, hegemonik erkeklik kavramını şöyle tanımlamaktadır:

¹⁵² <https://www.pewresearch.org/internet/2017/07/11/online-harassment-in-focus-most-recent-experience/> erişim tarihi 12.01.2020.

¹⁵³ <https://www.amnesty.org.tr/icerik/internette-kadinlara-yonelik-taciz-ve-istismar-kaygi-verici-etkiler-yaratiyor> erişim tarihi 11.01.2020.

¹⁵⁴ E. A. Jane, Misogyny Online, 2017, s.2-3.

¹⁵⁵ M. Moloney, T. Love, Assessing Online Misogyny: Perspectives From Sociology and Feminist Media Studies, 2018, s.3, doi: 10.1111/soc4.12577.

“Hegemonik erkeklik, erkeklerin kadınlar üzerindeki hâkimiyetinin devam etmesine izin veren uygulama örüntüsü olarak anlaşılmaktadır (...) Bir erkek olmanın en onurlu yolunu somutlaştırmakta, diğer tüm erkeklerin kendilerini buna göre konumlandırmasını gerektirmekte ve kadınların küresel olarak erkeklere boyun eğmesini ideolojik olarak meşrulaştırmaktadır.”¹⁵⁶

Kavramı Connell ve Messerschmidt'ten alıntılararak Moloney ve Love, kadınlara yönelik cinsiyetçi tacizlerin her iki alanında da saldırganların ağırlıklı olarak güç sahibi olmak ve hükmetmek arzusuyla hareket eden heteroseksüel erkekler olduğunu hatırlatmaktadır. Bu sanal erkeklik eylemleri üzerinden teknolojiyi kullanarak cinsiyet normlarını ve hegemonik cinsiyeti dayatmakta, kadınları baskılamakta ve diğer erkekleri de “kutunun içinde” tutmaktadırlar¹⁵⁷.

Sanal dünyadaki cinsiyetçi saldırıların bir yöntemi olarak Mantilla, “gender trolling” kavramını ortaya koymaktadır. Terimin kökeninde, 1990’larda kullanılmaya başlanan “trolling” terimi bulunmaktadır. İnternet çalışmaları uzmanı Whitney Phillips, kavramı “[Trolün] kendi eğlencesi için tartışma panosuna kışkırtıcı ifadeler ya da aptalca sorular göndererek ya da gerçekten kavgacı, aşındırıcı bir kişilik olduğu için konuşmayı ya da topluluğun tamamını bozması” olarak tanımlamaktadır. Phillips ayrıca “İngilizce konuşan web'deki trollerin çoğunun beyaz, erkek ve biraz ayrıcalıklı olduğunu” belirtmektedir. Mantilla “gender trolling” kavramıyla tarif ettiği durumun, yukarıda özetlenen genel “trolleme” eyleminden daha tehditkâr bir çevrimiçi fenomen olduğunu iddia etmektedir. Kavramı ayırt edici yapan unsurları şöyle sıralamaktadır:

- Birden fazla kişinin, bazen koordineli katılımıyla olması.
- Cinsiyet temelli aşağılamalar barındırması.
- Zehirli nefret dili kullanılması.
- Ciddiye alınması gereken tehditler içermesi.

¹⁵⁶ R. W. Connell, J. W. Messerschmidt, Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept, Gender Society 19 içinde, 2005, s.832.

¹⁵⁷ M. Maloney, T. Love, a.g.e..

- Saldırıların sıra dışı yoğunlukta, geniş çaplı ve uzun süreli olması.
- Konuşan kadınları hedef alması¹⁵⁸.

Mantilla'ya göre, tüm bu özelliklerle “gendertrolling”in günlük hayatta, sözgelimi iş yerinde veya sokakta meydana gelen taciz olaylarından bir farkı yoktur. Her iki durumda da taciz; hakaret, nefret, şiddet tehdidi gibi araçlar kullanarak toplumsal cinsiyet sınırlarını denetim altında tutmak, kadınları erkeklerin hüküm sürdüğü alanların dışında tutmak veya kadınlara bu alanlarda önemsiz roller vermektir. Kadınların cinsel tacizindeki amaç, kadınları profesyonel ortamları mesken tutmasını, erkeklerle tam bir rekabete girmesini önlemektir¹⁵⁹.

2.3.1. Sosyal Medyada Cinsiyetçi Dil ve Tacizin Türleri

Gerçek (çevrimdışı) dünyada olduğu gibi, çevrimiçi dünyada da cinsiyetçi tacizin pek çok türü bulunmaktadır. Tacizler, trollerin sinir bozmaya yönelik yorumlarından gerçek şiddet tehdidi ve siber ısrarlı takibe uzanan bir aralıkta cereyan etmektedir.

Amerikalı insan hakları avukatı Nani Jansen Reventlow, “çevrimiçi” ve “çevrimdışı” dünyalar arasındaki ayrımın yapay olduğunu söylemektedir. Herhangi bir çevrimiçi tacizin her zaman gerçek dünya etkisi olduğunu, taciz için kullanılan ortamın dijital olmasının, gerçek korku ve kaygıya yol açmadığı anlamına gelmediğini hatırlatmaktadır¹⁶⁰. Bu görüş, Birleşmiş Milletler (BM) İnsan Hakları Konseyi'nin internette insan haklarının geliştirilmesi, korunması ve kullanılmasına ilişkin L.13 sayılı kararında da vurgulanmakta; “insanların çevrimdışında sahip olduğu hakların çevrimiçinde de geçerli olduğu, özellikle

¹⁵⁸ K. Mantilla, Gendertrolling: Misogyny Adapts to New Media, Feminist Studies Vol. 39, No. 2 içinde, s.563-570.

¹⁵⁹ K. Mantilla, a.g.e.

¹⁶⁰ N. J. Reventlow, Online harassment of women journalists and international law: Not “just” a gender issue, but a threat to democracy, Medium/Berkman Klein Center koleksiyonu, <https://medium.com/berkman-klein-center/online-harassment-of-women-journalists-and-international-law-not-just-a-gender-issue-but-a-b8c6a5c7e128>, erişim tarihi 18.01.2020

ifade özgürlüğünün çevrimiçi ortamda da korunması gerektiği” teyit edilmektedir¹⁶¹.

İfade özgürlüğünü merkeze alan Uluslararası PEN Kulübünün bir parçası olan sivil toplum örgütü PEN America, bir “çevrimiçi taciz” rehberi hazırlamıştır. Rehberin hedef kitlesi olarak “tacizin hedefi olanlar” ile “tacize şahitlik edenler, tacize uğrayanların sosyal çevresi ve işverenleri” gösterilmektedir. Rehberde yer verilen çevrimiçi cinsiyetçi taciz türleri şöyle sıralanmaktadır¹⁶² :

Siber zorbalık: Tıpkı “çevrimiçi taciz” gibi bir şemsiye terimdir, bir dizi taciz edici çevrimiçi davranışı kapsamaktadır. Fiziksel zorbalık gibi siber zorbalık da genellikle gençleri hedeflemektedir ve çevrimiçi ortamda tehdit, utanç veya aşağılamayı içerebilmektedir.

Toplu siber zorbalık: İngilizce’de “cyber-mob” olarak kullanılan bu kavram Türkçe’de yine siber zorbalık olarak geçmektedir. Ancak bir önceki maddeden farklılaştığı noktalar bulunmaktadır. Saldırıları, hedefini itibarsızlaştırmak, tehdit veya taciz etmek, utandırmak, susturmak isteyen geniş bir grup tarafından gerçekleştirilmektedir. Hedefler genellikle politik konularda fikirlerini beyan ettikleri için seçilmektedir. Bu tür saldırıların, hedefteki kişinin işini kaybetmesi gibi çevrimdışı sonuçları olabilmektedir.

Siber ısrarlı takip: Siber zorbalığın, taciz etmek, korkutmak, gözdağı vermek veya gözetim altına almak amacıyla uzun süreli kullanımı olarak tanımlanmaktadır. Genellikle hedefin korku, kaygı, aşağılanma ve aşırı duygusal sıkıntı çekmesine neden olan, tekrar tekrar veya düzenli olarak yapılan bir dizi taciz edici davranış içerebilmektedir.

Doxing veya Doxxing: İngilizce’de “doküman yayımlamak, dokümanları ortaya bırakmak” eyleminin kısaltması olarak kullanılmaktadır ve Türkçe karşılığı bulunmamaktadır. 90’ların bilgisayar korsanları arasında bir intikam taktiği olarak

¹⁶¹ https://ap.ohchr.org/documents/alldocs.aspx?doc_id=20280 erişim tarihi 18.01.2020

¹⁶² <https://onlineharassmentfieldmanual.pen.org/defining-online-harassment-a-glossary-of-terms> (çeviri yazara aittir), erişim tarihi 18.01.2020.

ortaya çıkan eylem, bugün bir hedefin kimliğini, hakkındaki hassas kişisel bilgileri taciz etmek, korkutmak, zorlamak amacıyla çevrimiçi yayınlamak olarak ortaya çıkmaktadır. Hassas bilgiler arasında vatandaşlık kimlik numarası, telefon numaraları, ev adresleri, kişisel fotoğraflar, istihdam bilgileri, e-posta adresleri ve aile üyelerinin kişisel bilgileri bulunabilmektedir.

Nefret söylemi: Açık ara en yaygın çevrimiçi taciz türüdür. Bir kişinin kimliğinin ırk, etnik köken, cinsiyet kimliği, din, cinsel yönelim veya engellilik gibi belirli bir yönüne saldıran ifade biçimi olarak tanımlanmaktadır. Çevrimiçi nefret söylemi, bir kişinin özelliklerine saldırarak konunun tartışılmasını önlemeyi amaçlamaktadır. Entelektüel argümanlar üzerinde önyargılı duygular uyandıran saldırılar ile baskı kurmaktadır.

Görüntüye dayalı saldırı: Rıza dışı pornografi ya da yaygın olarak kullanılan biçimiyle görüntüye dayalı saldırı, “rıзалarı olmayan kişilerin özel, cinsel açıdan müstehcen görüntülerinin veya videolarının dağıtımı” anlamına gelmektedir. Bireye şantaj yapmak amacıyla çıplak veya müstehcenlik içeren bir resim veya video dağıtma tehdidi olarak da kullanılabilir. Sayısız kadın, bu tür saldırıların hedefi olmaktadır.

Sahte hesap açmak: Tacizcilerin genellikle hedef adına rahatsız edici veya zehirli ifadeler yayınlamak için aldatmaca sosyal medya hesapları oluşturdukları bir strateji olarak anılmaktadır. Çoğu durumda, tacizin amacı başkalarını hedefe seçilen kişiye atfedilen sahte alıntılara inanmaya ikna ederek, hedefin daha fazla taciz edilmesine yol açmaktır.

Çevrimiçi cinsel taciz: Kadınları erkeklerden çok daha yüksek oranda hedefleyen çevrimiçi cinsel taciz, dijital platformlarda çok çeşitli cinsel suiistimalleri kapsamaktadır. Genellikle nefret dolu konuşma veya çevrimiçi tehditler olarak kendini göstermektedir. Aşağılayıcı veya ayrımcı cinsel yorumlar kullanarak, birini sistematik olarak bir gruptan dışlamak, istenmeyen cinsel istek ve içerik göndermek, cinsiyete veya cinsel yönelime dair nefret dili kullanmak, tecavüzle tehdit etmek yöntemlerinden bazıları olarak anılmaktadır.

Trollemek: “Trollemek”, üzerinde anlaşmaya varılan tek bir anlamı olamayacak kadar evrimleşmiş bir terimdir. Yazar ve gazeteciler tarafından en sık atıfta bulunulan trol türünü şöyle özetlemek mümkündür: Dikkat çekmek, kasıtlı olarak bir hedefe zarar vermek, sorun veya tartışmaya neden olmak amacıyla tansiyon artırıcı, zehirli veya nefret dolu yorumlar yazmak.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE GAZETECİLİK

3.1. Türkiye’de Dijital Gazeteciliğe Geçiş

Bugün internet olarak adlandırdığımız dijital iletişim ağı, 1969’da Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Savunma Bakanlığı tarafından kurulan Arpanet’in, 1990’da internet olarak anılmaya başlamasıyla gelişmiş, world wide web’in (www) 1990’ların ortalarında ortaya çıkışıyla gazeteciliğin kökten değişimler geçireceği bir dönem başlamıştır¹⁶³. Türkiye’nin internetle tanışması, Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) ve Ortadoğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) işbirliğiyle 12 Nisan 1993’te gerçekleşmiştir. Türkiye’de ilk internet bağlantısı ODTÜ’nün bilgi-işlem merkezindeki sunucular ile sağlanmıştır. ODTÜ’nün ardından Ege (1994), Bilkent (1995), Boğaziçi (1995) ve İstanbul Teknik (İTÜ) (1996) üniversiteleri internete bağlanan kurumlar olmuştur¹⁶⁴. İnternetin ticari amaçlı veya haneler tarafından kullanılması ise 1996’da Türk Telekom’un Türkiye Ulusal İnternet Altyapı Ağı’nı kurmasıyla mümkün hale gelmiştir¹⁶⁵.

İnternet üzerinden dijital haber yayıncılığı için biraz daha zaman geçmesi gerekmiştir. İnternet gazeteciliği ilk olarak ABD’de başlamış, 19 Ocak 1994’te, haftalık Palo Alto Weekly, düzenli olarak internet üzerinden yayın yapmaya başlayan ilk gazete olarak kayıtlara geçerken, Eylül 1994’te Time Warner Group internet mecrasında haber yayıncılığına başlayan ilk büyük medya şirketi olmuştur¹⁶⁶. Türkiye’de ise internetten haber yayıncılığının ilk örnekleri 1995’ten

¹⁶³ M. Özgen, İnternet ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliği, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 0 (10), 2012, s.57-64, <https://dergipark.org.tr/en/pub/iuifd/issue/22879/244592>.

¹⁶⁴ M. Karaduman, İnternet ve Gazetecilik, Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya içinde, 2003, s.142.

¹⁶⁵ E. Dikmen, Türkiye’de Telecizyon Yayıncılığının Dönüşümü: Sosyal TV Yayıncılığı, e-GİFDER, vol.5, S. 1, 2017, s.428.

¹⁶⁶ D. Carlson, Thi Hibtory of Online Journalism, Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism içinde, 2003, s.50.

itibaren görülmeye başlamıştır. 19 Temmuz 1995'te Aktüel, internette faaliyet gösteren ilk haber dergisi olurken, 2 Aralık 1995'te Zaman, ilk gazete olarak basın-yayın tarihinde yerini almıştır¹⁶⁷. Ulusal veya yerel; gazetelerin içeriklerini internete taşıma süreci 90'lı yıllar boyunca sürmüş, 2000'li yıllarla birlikte yeni medya olarak tanımlanan medya ile rekabet edebilmek için geleneksel medya şirketlerinin iletişim teknolojilerine yatırımları artırmıştır¹⁶⁸.

Aynı dönemde TV kanalları da benzer bir çabaya girmiş, kanalların internet siteleri, içerikleri kısıtlı olmakta birlikte, internetin web 1.0 olarak anılan ilk döneminde açılmaya başlamıştır. Dönemin teknolojisi, televizyon yayımının internet üzerinden kullanılmasına izin vermediğinden, bu sitelerde genellikle metinler bulunmaktadır¹⁶⁹. Dijitalde gazeteciliğin ilk dönemlerinde, gazetelerin web siteleri ise kâğıda basılı gazeteye çok benzemektedir. Basılı gazetelerden farklı olarak artık gün içinde haberlere güncelleme yapmak, yeni gelişen haberleri baskı saati beklemeden yayımlamak mümkün hale gelmiştir¹⁷⁰. Karaduman, internet gazeteciliğinin üç dönemden geçtiğini aktarmaktadır:

“Birinci dönem, gazetecilerin haber içeriğini internet gazeteciliği için üretmediği, kendi geleneksel gazeteleri için ürettikleri haber içeriklerini internet sayfalarına aktardıkları dönemdir. İkinci dönemde, gazeteciler internet için özgün haber içerikleri üretmişlerdir. Üçüncü dönem ise internet gazeteciliği için düşünülen haber yapma ve kullanıcıya içeriği denetleme olanağı veren, tek yönlü iletişim yerine interaktif iletişimin sağlandığı dönemdir.”¹⁷¹

Karaduman'ın bahsettiği üçüncü dönem, internetin ikinci nesline işaret eden ve 2004 yılında kullanılmaya başlayan web 2.0 dönemidir. Bu teknolojik gelişme

¹⁶⁷ M. Özgen, a.g.e.

¹⁶⁸ A. Ayten, Sosyal Medyada Türk Basımı, İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi 20, 2013, s.15-31

¹⁶⁹ E. Dikmen, a.g.m., s.429

¹⁷⁰ M. Karaduman, İnternet ve Gazetecilik, Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya içinde, 2003, s.146.

¹⁷¹ M. Karaduman, a.g.e.

sosyal medya ağlarının ortaya çıkışını da mümkün kılmıştır¹⁷². Artık haberin tek taraflı akış yönü değişmiş, gazeteci ile okuyucu arasında iki yönlü bir iletişim söz konusu olmaya başlamıştır. Okurların habere yorum getirebilmesi, hatta şekil vermesi mümkündür. Okurun haberle ilgili yorum yapması, haber kuruluşları tarafından da teşvik edilmekte, haberlerin altına “Bu haberle ilgili ilk yorumu siz yapın” gibi çağrılar eklenmektedir. Gazete ve televizyonların kurumsal Facebook ve Twitter hesaplarını ağırlıklı olarak 2009- 2011 arasında, Instagram hesaplarını ise 2012’den itibaren açtıkları görülmektedir¹⁷³. Haber siteleri, yayımladıkları haberlerin sosyal medyada yayılmasını kolaylaştırmak için haberin başlığına yakın yerlere, Twitter, Facebook, LinkedIn gibi platformlarda paylaşımalarına kısa yol oluşturan semboller yerleştirmektedir. Hem medya kuruluşları hem de gazeteciler kendilerini sosyal medyada sunmaktadır¹⁷⁴.

Gazetecilerin internette yayımlanan haberiyle ilgili anlık okuyucu yorumu almasını sağlayan bu yeni teknoloji, beraberinde olumsuz sonuçlar da getirmektedir. Haberlerin altına yazılan yorumlar, haberin konusu olan kişi veya gruplara, haberde imzası bulunan muhabire yönelik nefret söyleminin üretilmesine yol açabilmektedir örneğin¹⁷⁵.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2019 verilerine göre, Türkiye’de internet kullanan bireylerin oranı 16-74 yaş grubundakilerde yüzde 75,3’tür. İnternet üzerinden haber okuyanların oranı yüzde 69,8 olarak açıklanmıştır¹⁷⁶. 2019 tarihli Reuters Enstitüsü Dijital Haberler Raporu’na göre, Türkiye’de internet kullanıcılarının yüzde 87’si habere çevrimiçi kaynaktan, yüzde 59’u sosyal medyadan ulaşmaktadır. Bu kişilerin yüzde 45’i, okudukları haber hakkında internet sitesi veya sosyal medya üzerinden yorum yaptığını ifade etmektedir¹⁷⁷.

¹⁷² M. Kuyucu, Web 2.0 Haçlı Seferleri Twitter İle Ana Akım Medyanın Erişim Savaşı, İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter içinde, 2015, s.146.

¹⁷³ A. Ayten, a.g.e.

¹⁷⁴ K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt, C. Puschmann, Twitter ve Toplum, 2016, s.55.

¹⁷⁵ İ. Dirini, Okur Yorumlarıyla Yeniden Yeniden Üretilen Nefret Söylemi, Yeni Medyada Nefret Söylemi içinde, 2010, s.55.

¹⁷⁶ www.tuik.gov.tr, erişim tarihi 15.02.2020.

¹⁷⁷ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf, erişim tarihi 15.02.2020.

Gazeteciler ile etkileşimli iletişime geçme imkânı bulunan bireylerin sayısı hakkında bu oranlar bir fikir vermektedir. Karaduman da “Okurla interaktif etkileşim; okurun yorumlarını anında iletebilmesi”ni internet haberciliğinin olanakları arasında saymaktadır. Bununla birlikte kâğıda basılı gazetelerin tirajı düzenli olarak düşmektedir. Yine TÜİK verilerine göre 2018’de gazete ve dergilerin yıllık tirajları yüzde 17,6, yayın sayısı ise yüzde 2,6 azalmıştır. Veriler, satışların son beş yılda neredeyse yarı yarıya düştüğünü göstermektedir¹⁷⁸. İnternet gazeteciliğinin imkân tanıdığı anlık, çeşitli ve yüksek sayıda habere çoğunlukla ücret ödmeden ve istenen yerde ve anda ulaşma durumu, okuyucuyu kâğıda basılı gazeteden hızla internet gazetelerine yöneltmektedir¹⁷⁹. Basılı gazeteler her geçen gün okuyucu kaybederken gazeteciliğin ve gazetecilerin mevcut durumunu ve geleceğini belirleyen mecra olarak internet öne çıkmaktadır.

3.2. Gazetecilerin Sosyal Medya Kullanımı

İnternet ve sosyal medya, günümüzde haber tüketimini, 25 yıl öncesiyle karşılaştırıldığında tamamen değiştirmiştir. Bugün insanlar haberlere ulaşmak için sabah gazetelerini, akşam TV’de haber bülteni saatini veya saat başı radyolarda yayımlanan haberleri beklememektedir. Günümüzde haber tüketimi, insanların 24 saat televizyon haber kanalları aracılığıyla dünya çapında gerçekleşen olaylara ayak uydurdukları internet öncesi haberler ile de aynı değildir. Günümüzde tüketicinin haberi araması gerekmemekte, haberler nerede ve ne zaman olursa olsun, akıllı cep telefonlarının yardımıyla tüketiciyi bulmaktadır¹⁸⁰.

Bugünün haber tüketicileri, bilginin hayatlarında her zamankinden daha önemli olduğu, ağlarla birbirine bağlandıkları bir dünyada yaşamaktadır. Aradıkları bilgiyi onlara ulaştırmakla görevli gazetecilerin de artık gazete, radyo, televizyon gibi geleneksel mecraların ötesine; haber tüketicisinin çoktan gittiği siber alana

¹⁷⁸ <https://journos.com.tr/gazete-dergi-tiraj-2018>, erişim tarihi 15.02.2020.

¹⁷⁹ İ. Dirini, a.g.e., s.59.

¹⁸⁰ J. Alejandro, Journalism In the Age of Social Media, Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford, 2010, s.5.

ulaşması gerekmektedir¹⁸¹. 2000’li yılların ikinci yarısında yaygınlaşan sosyal medya ise, bireylerin habere ulaşma ve paylaşma yöntemlerini kökten değişime uğratmıştır¹⁸². İnternette, kullanıcıların içeriğine göz atmaya geldiği bir web sitesine sahip olmak artık haber kuruluşları için yeterli olmamaktadır. Kitlelerine tam olarak ulaşabilmeleri, diğer haber kuruluşları ile rekabet edebilmeleri için sosyal medyanın farklı kanallarından haber güncellemeleri sunmak zorundadırlar. Medya ekonomisi ve politikaları uzmanı Robert Picard, “Haber şirketlerinin yaşam felsefesi, her zaman, her yerde, her platformda olmak haline gelmiştir” demektedir¹⁸³.

Haber endüstrisi yeni teknolojilere ayak uydurmaya çalışmaktayken, gazeteciler için de mesleğin pratikleri kökten değişimlere uğramıştır. Dijital yenilikler profesyonel gazeteciliğin ne anlama geldiğini yeniden tanımlamamıştır, ancak gazetecilerin çalışmalarını ele alma ve yapma biçimlerini değiştirmiştir¹⁸⁴. Gazetecilerden artık çok daha azıyla çok daha fazlasını yapması beklenmektedir. Muhabirler aynı haberi basılı, web, sosyal medya ve video gibi farklı platformlarda sunulabilecek koşullarda hazırlamak durumundadır¹⁸⁵. Pek çok haber kuruluşu, gazetecilerini aktif olarak sosyal medyayı kullanmaya teşvik etmektedir. Gazetecilerden özellikle Twitter’ı günlük rutinlerine dâhil etmeleri beklenmektedir¹⁸⁶. İngiliz yayın kuruluşu BBC, ilk sosyal medya editörünü 2009’da işe almıştır ve editörün görevi, BBC muhabirlerine ve prodüktörlerine, gazetecilik için bir haber toplama ve yayma kanalı olarak sosyal medyayı özellikle de Twitter’ı daha aktif kullanmak konusunda yardım etmek olarak

¹⁸¹ W. Stassen, Your news in 140 characters: exploring the role of social media in journalism, Global Media Journal African Edition, 2010, Vol. 4.

¹⁸² M. Ludtke, Let’s Talk: Journalism and Social Media, Nieman Reports Fall 2009, vol.63, no.3, s.4.

¹⁸³ R. Picard, Blogs, Tweets, Social Media, and the News Business, Nieman Reports Fall 2009, vol.63, no.3, s.10.

¹⁸⁴ D. L. Lesorsa, S. C. Lewis & A. E. Holton, Normalizing Twitter, Journalism Studies 13:1, 2012, s.19.

¹⁸⁵ J. Alejandro, a.g.e., s.15.

¹⁸⁶ D. L. Lesorsa, S. C. Lewis & A. E. Holton, a.g.e., s.22.

açıklanmıştır¹⁸⁷. Christoph Neuberger, Hanna Jo vom Hofe ve Christian Neuernbergk, gazetecilerin Twitter kullanımının beş boyutundan bahsetmektedir:

- “1. Gazeteciler kendi web sitelerinin reklamının yapmaktadırlar. Tweet’ler web sitesi içeriğine atıfta bulunmakta ve linklemektedir.
2. Gazeteciler güncel haber olaylarının ortamından gerçek zamanlı haber yapmaktadırlar. Doğrudan olayların meydana geldiği yerden Twitter aracılığıyla canlı haber bildirimleri sağlamaktadırlar.
3. Gazeteciler Twitter’da halktan kişilerle etkileşime girmektedirler.
4. Bildirimlerine yönelik izleyici tepkilerini ve başka iletişimleri izlemektedirler.
5. Twitter kullanarak haber öykülerini incelemekte ve araştırmalar yapmaktadırlar.”¹⁸⁸

2018’de yayımlanan “Türkiye’de Profesyonel Gazetecilerin Yurttaş Gazetecilik Algısı”¹⁸⁹ araştırmasına göre, Türkiye’de sürekli çevrimiçi olduğunu beyan eden gazetecilerin oranı yüzde 89,5’tir. İnternete bağlanırken en çok tercih edilen araç olarak akıllı telefonlar yüzde 92,2 ile öne çıkmaktadır. Araştırmada katılımcılara sosyal medya kullanım alışkanlıkları da sorulmuştur. Hangi sosyal medya platformlarında hesapları bulunduğu sorulduğunda, yüzde 90,8 Twitter, yüzde 87,6 Facebook, yüzde 73,5 Instagram hesapları bulunduğunu beyan etmiştir. Gazetecilerin yüzde 93,1’i bu hesapları haber/bilgi takibi ve paylaşımı için kullandığını ifade etmektedir. Kendi oluşturduğu içerikleri paylaşmak için kullananların oranı yüzde 59,5’tir. Üçüncü sırada, dikkat çekici bir düşünüşle “sosyal çevrem ve yakınlarımla haberleşmek için” diyenler gelmektedir ve

¹⁸⁷ M. Bunz, “What will the BBC’s new social media editor do?”, www.theguardian.com, 19 Kasım 2009.

¹⁸⁸ C. Neuberger, H. Hofe, C. Neuernbergk, Profesyonel Gazetecilerin Twitter Kullanımı, Twitter ve Toplum içinde, 2016, s.453.

¹⁸⁹ Yurttaş gazetecilik kavramına dair birçok tanımlama bulunmasına rağmen katılımcılığı ve kullanıcı merkezliliği öne çıkaran nitelikleriyle en sık atıf yapılan ve en kapsayıcı olanların başında Rosen’İN tanımı gelmektedir: “Eskiden izleyici olarak bilinen insanların, sahip oldukları gazetecilik araçlarını kullanarak birbirlerini haberdar etmelerine yurttaş gazetecilik denir.” Melissa Wall ise “Yurttaş gazetecilik, profesyonel olmayanların ürettiği her türlü yazılı, işitsel, görsel, interaktif, v s.haber içeriğidir” tanımını yapmaktadır. Kaynak: Profesyonel Gazeteciliğin Yurttaş Gazetecilikle İmtihani, 2018, s.11.

oranları yüzde 17,6'dır. Araştırmanın ortaya koyduğu sonuçlara göre, günlük gazete ve televizyon gibi geleneksel mecralar, haber takibi için kullanılan mecralar sıralamasından sosyal medya ve dijital platformların gerisinden gelmektedir. Haber takip mecraları sıralamasında sosyal medya yüzde 46,7 ile ilk sırada gelmektedir. Sosyal medyanın detayına bakıldığında ise yüzde 84,1 ile Twitter ilk, yüzde 31,8 ile Facebook ikinci ve yüzde 9 ile Instagram üçüncü sırada gelmektedir. Araştırmada gazetecilerin haber paylaşmakta kullandıkları araçlara da bakılmıştır. Yaptıkları haberi sosyal medyada paylaşırken gazeteciler yüzde 79,1 ile en çok Twitter'ı tercih etmektedir. Ardından yüzde 51,7 ile Facebook, yüzde 16,4 ile Instagram gelmektedir. Gazeteciler paylaştıkları habere sosyal medyada yapılan yorumları, yüzde 68,2 oranında her zaman, yüzde 23,9 oranında zaman zaman okumaktadır ancak her zaman yorumlara karşılık veririm diyenlerin oranı yüzde 14,4'e düşmektedir. Yapılan yorumlara hiçbir zaman karşılık vermeyenlerin oranı yüzde 48,8 olarak görülmektedir¹⁹⁰. Araştırmanın ortaya koyduğu sonuçlar, gazetecilerin mesleki günlük pratiklerine sosyal medyayı yüksek düzeyde dâhil ettiklerini göstermektedir.

Alejandro tarafından farklı kıtalardan 135 profesyonel gazeteci ile yapılan bir başka araştırmanın sonuçlarına göre, gazeteciler sosyal medyanın iş pratiklerini tamamen değiştirdiği konusunda hemfikir. Bu gazeteciler değişimi hem haberin toplanması ve yayılması alanında hem de mesleğin doğasında gözlemlediklerini ifade etmektedir¹⁹¹.

Haber kuruluşlarının ve gazetecilerin, haberlerini sosyal medya üzerinden yayma çabasının olumlu sonuçlarına dair veriler bulunmaktadır. Araştırmalar, haberlerin sosyal medyada internet sitesine oranla daha fazla okunduğunu göstermektedir. Sütçü ile Bayrakçı'nın 2013'te yürüttükleri araştırmaya göre internet gazetesinde yer alan bir haber, Twitter'da ortalama 1,77 kez tweet edilmiştir. Bu oran haberin

¹⁹⁰ Y. Erduran, B. Ataman, B. Çoban, U. Aydın, a.g.e., s.44-52.

¹⁹¹ J. Alejandro, a.g.e., s.29.

sosyal medya üzerinden daha fazla insana ulaştığını göstermektedir¹⁹². Ancak bu pratik, gazetecileri her zamankinden daha da ulaşılabilir kılmakta ve saldırılara açık hale getirmektedir. Tıpkı medya kurumlarının internet sitelerinde haberlerin altına yazılan okuyucu yorumları gibi, sosyal medyada yaygınlaştırılan haberlerin altına da kullanıcılar yorum yapmakta, bu yorumlar muhabire yönelik şiddet ve nefret dili içerebilmektedir.

3.3. Kadın Gazeteciler ve Toplumsal Cinsiyet

Sosyal medyada kadın gazetecilere yönelik cinsiyetçi dil ve saldırıları tartışmaya başlamadan önce, kadınların medyadaki görünümüne, medya ve toplumsal cinsiyet alanındaki literatüre bakmak bir zemin oluşturacaktır. Medya ve toplumsal cinsiyet çalışmaları, feminist hareketle örtüşen bir tarihe sahip bulunmaktadır. Medya üzerine yürütülen akademik çalışmaların büyük bölümü, uzun süre kadınlara bir araştırma konusu olarak ilgi göstermemiştir. ABD'de 1960'lı yılların başında yükselen ikinci dalga feminist hareket ile akademide de toplumsal cinsiyet üzerine çalışmaların sayısı artmaya başlamıştır¹⁹³. Medya ve toplumsal cinsiyet çalışmalarının ancak 1970'lerden itibaren ortaya çıkmasının önemli bir başka sebebi, medya alanının ve daha dar kapsamda gazeteciliğin, "erkek" bir meslek olarak görülmesidir. Bu anlayışta, mesleğin tarihsel gelişimi önemli bir rol oynamaktadır. Kamusal alan ve basın ilişkisini yakından inceleyen, basını kamusal alanın önemli bir parçası olarak ele alan Habermas, basılı gazetelerin, erkekler arasındaki kamusal sohbetlerin ürünü olarak ortaya çıktığını ortaya koymaktadır:

"Haber mektubu yazıcılığı, basın eleştirel işlevler üstlendiği anda, edebi gazeteciliğe dönüşür. Edebi gazeteciliğin ahabapça sohbetlerde akıl

¹⁹² C. Sütçü, S. Bayrakçı, Sosyal Medya Gazeteleri Nasıl Etkiliyor? Hasarların Twitter'da Yayılması Üzerine Bir Araştırma, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC April 2014 Vol. 4 S. 2, 2014, s.40-52.

¹⁹³ T. Krijne, S. v. Bauwel, Gender and Media: Representing, Producing, Consuming, 2015, s.11

yürütme tarzındaki kökleri, ilk dergilerin aylık konuşmalar, aylık musahabeler denemelerinde görülebilir.”¹⁹⁴

Habermas, basından bahsedebilmek için düzenli haber akışının kamusallaşmasını yani halk tarafından erişilebilir olmasını koşul olarak ortaya koymakta ve tam anlamıyla basın ortaya çıkışını 17. yüzyılın sonuna tarihlemektedir¹⁹⁵. Mesleki rollerin erkeksi-kadını olarak tanımlanmasının, sadece medya üretiminin nasıl düzenlendiği konusunda değil, kamusal ve özel alanın kesiştiği yerler üzerinde de sonuçları vardır. Erkeklerin kamusal alanda faaliyet göstermesi beklenirken, kadınlar özel alana bağlı görülmektedir¹⁹⁶. Bu nedenle kadın gazeteciler tarihte, kimliklerini korumak maksadıyla haberlerinde kendi isimleri yerine mahlas kullanmışlardır¹⁹⁷. Connell’a göre erkeklerin iktidarına dayalı cinsiyet sistemini ayakta tutan, toplumsal yapıyı belirleyen üç mekanizmadan biri cinsiyete bağlı işbölümüdür. Söz konusu işbölümü kadını ücretsiz aile-ev işleriyle sınırlamaktadır. Ücretli istihdama katılan kadınlar için de cinsiyete dayalı iş bölümü devam etmektedir. Connell, “Bir firmaya giren işçiye kadınsa X işi, erkekse Y işi verilir. Ustalık ve eğitim, cinsel iş bölümünü güçlü bir toplumsal kısıtlama sistemine dönüştüren mekanizmalardan biridir. Değiştirilmesi için bilinçli bir girişimde bulunulduğunda ise ne denli güçlü olduğu ortaya çıkar” demektedir¹⁹⁸.

Genel olarak medyanın, daha dar kapsamda gazeteciliğin toplumsal cinsiyetle kesişimi, akademik çalışmalarda temelde iki ana başlıkta ele alınmaktadır. (1) Haberlerde, programlarda, televizyon dizilerinde kadının nasıl yansıtıldığı, yani içeriğin kadını nasıl gördüğü, (2) medyada, haber kuruluşlarında çalışan kadınların meslekleri ve erkek meslektaşlarıyla ilişkilerinden ortaya çıkan toplumsal cinsiyet rolleri, kadınların bu kuruluşlarda nasıl ve hangi koşullarda var olduğudur.

¹⁹⁴ J. Habermas, Kamusalın Yapısal Dönüşümü, 2017, s.114.

¹⁹⁵ J. Habermas, a.g.e., s.77.

¹⁹⁶ T. Krijne, S. v. Bauwel, a.g.e., s.102.

¹⁹⁷ M. Ferrier, N. Garud-Patkar, Trollbusters: Fighting Online Harassment of Women Journalists, Mediating Misogyny: Gender, Technology, and Harassment içinde, 2018, s.322.

¹⁹⁸ R. W. Connell, Toplumsal Cinsiyet ve İktidar, 2016, s.154-155.

İlk eksenle, yani kadınların medyada nasıl yansıtıldığıyla ilgilenen önemli ve erken dönem araştırmalardan biri Gerbner ve Gross'a aittir. Araştırmacılar, 1976'da yayımladıkları, televizyon ile şiddet ilişkisini inceledikleri çalışmada "sembolik imha"dan bahsetmektedir. Bir semboller evreni olarak tanımladıkları televizyonun kurgusal dünyasında temsil edilmek, sosyal varoluşa, temsiliyetin olmayışı ise "sembolik imha"ya işaret etmektedir. Araştırma sonuçlarına göre televizyonda başrollerin dörtte üçü beyaz, üst sınıf, hayatının zirvesinde Amerikalı erkeklere aittir. Daha az sayıdaki kadınlar romantik, aileyle ilişkili, evli veya evlenme hazırlıkları yapan karakterler olarak yer kaplamaktadır¹⁹⁹. Bu araştırmadan iki yıl sonra Gaye Tuchman, "Making News: A Study in the Construction of Reality" isimli çalışmasında, kadınların haberlerdeki "sembolik imha"sından bahsetmektedir. Kadınlar haber dilinde temsil edilmemekte, edildiklerinde ise çocuksu, bir erkeğin korumasına muhtaç gösterilmekte, evleri meşru yaşam alanları olarak sunulmaktadır.

Karen Ross 2009'da, Tuchman'ın araştırmasını yayımladığı 1978'den bu yana medya ve toplumsal cinsiyet açısından bakıldığında çok az şeyin değiştiğini üzülerek tespit etmektedir. Ross, erkek hâkimiyetine dayalı hegemonik dünya görüşünün kurgusal veya verilere dayalı medyada da sürdüğünü, medyadaki kadın temsiliyetinin topluma kadınların yeri, rolü ve hayatı üzerine önemli mesajlar gönderdiğini söylemektedir. Söz konusu haber dili olduğunda, bu direngenliğin gerisinde haber masalarındaki zihniyetin yattığını hatırlatmaktadır:

"Eğer haber medyası kadın yargıçların ya da kadın parlamenterlerin ya da kadın iş dünyasının liderlerinin görüşlerini bildirmezse, ancak her zaman kadınlara karşı şiddet suçları hakkında rapor verirse, o zaman toplumun kadınların toplumda önemli roller üstlendiğini fark etmemeleri şaşırtıcı değildir."²⁰⁰

¹⁹⁹ G. Gerbner & L. Gross, Living With Television: The Violence Profile, Journal of Communication, S. 26, 1976, s.172-199.

²⁰⁰ K. Ross, Gendered Media: Women, Men, and Identity Politics (çeviri yazara aittir), 2009, s.70.

Literatürde ikinci eksen, medyada çalışan kadınların toplumsal cinsiyet perspektifinden durumu oluşturmaktadır. Habere konu olan değil, haberi yapan kadınların durumu da ilkinden pek farklı değildir. Liesbet van Zoonen, medya sektöründe çalışan kadınların durumunu ve haberlerde kadın varlığını mercek altına almaktadır. 1988 tarihli araştırmasında, Hollanda'daki kadın gazetecilerin haber üretimindeki rolünü ve haber içeriğinde yer alan kadınların temsiliyetini inceleyen Zoonen, kadın habercilerin sanat, eğitim, sosyal yardım veya tüketici ilişkileri gibi “yaşam” başlığı altında faaliyet gösterdiğini, erkeklerin ise hemen her alanda var olduğunu özellikle finans, sosyo-ekonomi, dış ve iç politika konularında göründüklerini tespit etmektedir. Haberler “yumuşak” ve “sert” haber olarak sınıflandırılmakta, kadınlar sıklıkla “yumuşak” haberlerin takibiyle görevlendirilmektedir. Internet Democracy Project'ten (İnternet Demokrasi Projesi) Anja Kovacs, politika, din, feminizm veya cinsellik üzerine yazan kadın gazetecilerin çevrimiçi tacize daha sık uğradığını bildirmektedir²⁰¹. Gazete ve televizyon haberciliğinde kadın yönetici sayısının düşüklüğüne dikkati çeken Zoonen, kadınların sahip oldukları cinsiyetin temsilcisini olarak görüldüğünü, bir kadının yaptığı hatanın tüm kadınlara atfedildiğini aktarmaktadır²⁰².

Kadınların medyadaki temsiliyle ilgili sorunlar, Birleşmiş Milletlerin 1995'de Pekin'de düzenlenen 4. Dünya Kadın Konferansı bildirisinde de tespit edilmektedir. Metnin “Kadınlar ve Medya” başlığı altında şu teşhisler yer almaktadır:

“İletişim sektöründe daha fazla kadın kariyer yapmaktadır, ancak çok azı karar verme düzeyindeki pozisyonlara ulaşabilmekte veya medya politikasını etkileyen yönetim kurullarına ve organlarına hizmet edebilmektedir. Medyada toplumsal cinsiyet duyarlılığı eksikliği, kamu veya özel, yerel, ulusal ve uluslararası medya kuruluşlarında görülebilen toplumsal cinsiyete dayalı klişeleri ortadan kaldıramamıştır. Kadınların

²⁰¹ M. Ferrier, N. Garud-Patkar, a.g.e., s.323.

²⁰² L. v. Zoonen, Rethinking Women and News, European Journal of Communication, S. 3, 1988, s.35-53.

medyadaki olumsuz ve aşağılayıcı görüntülerinin (elektronik, basılı, görsel ve işitsel) devam eden yansımaları değiştirilmelidir. Çoğu ülkede yazılı ve elektronik medya, kadınların değişen yaşamları ve değişen dünyada topluma katkıları hakkında dengeli bir tablo sunmamaktadır... Dünya genelinde tüketiciliğe yönelik eğilim, reklamların ve ticari mesajların genellikle kadınları öncelikli tüketici olarak gösterdiği ve her yaştan kızları ve her yaştan kadınları uygunsuz bir şekilde hedeflediği bir iklim yaratmıştır.”²⁰³

Aynı konferansın çıktısı olarak beş yılda bir tekrarlanan Global Media Monitoring Project’in (Küresel Medya İzleme Projesi), 114 ülkede yürütülen 2015 raporuna göre²⁰⁴, kadınların medyadaki görünürliğünde ilk 10 yılda yavaş ancak istikrarlı bir iyileşme gözlenmekteyken, 2005-2015 arasında bu gelişme durmuştur. Gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medyada haber üreticisi olarak kadınların payında gelişme gözlenmemekteyken, internet ve sosyal medya gibi yeni dijital medya bir parça teselli sunmaktadır. Genel olarak bakıldığında, kadınlar tarafından bildirilen haberlerin oranı yüzde 37 ile 2005’ten bu yana yerinde saymaktadır. Geleneksel medyadaki haberlerin yalnızca yüzde 4’ü, açıkça toplumsal cinsiyet klişelerini sorgulamaktadır. Televizyon ve radyolarda haberi yapan ile sunan farkı dikkati çekmektedir. 2015’te televizyon haberleri yüzde 57 oranında kadınlar tarafından sunulurken, aynı haberleri yapanlar yüzde 62 oranında erkeklerdir. Bu oran gazetelerde yüzde 65’e çıkmaktadır. Rapor, dünya genelinde medya şirketlerinde yönetici pozisyonundaki kadınların oranını yüzde 27 olarak vermektedir. Haber merkezlerindeki kadınların oranı ise yüzde 35’dir. Raporda “İnternet ve Twitter”’a ayrı başlık açılmakta, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformlarının öneminin haber kaynağı olarak giderek arttığının altı çizilmektedir. Geleneksel medya ile karşılaştırıldığında, kadınlar çevrimiçi ortamda yüzde 5 daha fazla haber üretmektedir. Çevrimiçi yayımlanan haberlerin

²⁰³ <https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/media.htm#diagnosis>, çeviri yazara aittir, erişim tarihi 29.02.2020. Çeviri yazara aittir.

²⁰⁴ <http://whomakesthe news.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>, erişim tarihi 29.02.2020.

yüzde 42'sinin altında kadın gazetecilerin imzası bulunmaktadır. Bununla birlikte, internetin veya sosyal medyanın kadınlara daha fazla alan açtığını veya eşitlikçi olduğunu iddia etmek, gerçeklikle örtüşmeyecektir. Medya üretiminde teknolojik gelişmeler ile küreselleşmenin neden olduğu anlam ve bağlam değişimleri meydana gelmektedir. Bu değişimler üretimin cinsiyetle ilişkisi üzerinde de sonuçlara yol açmaktadır. Medya tüketicisi, bu yeni medya evreninde üretici haline gelmiştir. Sadece ürünün kendisi değil, sosyal yönü de artık medyayı anlamanın bir parçasıdır. Sosyal ağ siteleri bu noktayı en iyi şekilde tasvir etmektedir. Yeni medya teknolojileri sonrası artık “produser” olarak anılan üretici-kullanıcıdan ve kullanıcı tarafından oluşturulan içerikten bahsedilmektedir. “Prodosage” (üretim-kullanım) kavramı, 2007’de Axel Bruns tarafından ortaya atılmıştır ve çevrimiçi ortak ve paylaşılan alanlarda ortaya çıkan hibrit uygulamaları işaret etmektedir. Üretim ve kullanım giderek iç içe geçmiş, aralarındaki ayırım bulanıklaşmış, netliğini yitirmiştir²⁰⁵. Bu içeriklerin büyük bölümü erkek kullanıcılar tarafından üretilmektedir²⁰⁶. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), 2007’de Avrupa’daki içerik oluşturucuların (çevrimiçi içerik üreten kişiler) yüzde 86'sının erkek olduğunu açıklamıştır²⁰⁷.

Medya sektöründe toplumsal cinsiyet uçurumunu gösteren pek çok başka araştırma ve rapor bulunmaktadır. The International Women’s Media Foundation’ın (IWMF - Uluslararası Kadın Medya Vakfı) “Haber Medyasında Kadının Statüsü Hakkında Küresel Raporu”, kadınlar ile erkeklerin mesleki durum, maaş, işe alma ve terfi politikaları hakkında ayrıntılı bilgi içermektedir. 59 ülkede 500'den fazla medya yöneticisiyle görüşülerek hazırlanan 2011 raporuna göre, medyada üst yönetim pozisyonlarının yüzde 73'ü erkekler tarafından işgal edilmektedir. Muhabirlerin yaklaşık üçte ikisini erkekler oluşturmaktadır. Ancak, üst düzey profesyoneller arasında kadınlar haber toplama, düzenleme ve yazma işlerinin yüzde 41'ini üstlenerek eşitliğe bir parça yaklaşmaktadır. Küresel

²⁰⁵ E. Siapera, Gazeteciliğin İkilemleri: Profesyonel Gazetecilik ve Medyanın Sürdürülebilirliğinin İnternet ile İmtihani, Tehlike Altına Gazetecilik içinde, 2016, s.309.

²⁰⁶ T. Krijne, S. v. Bauwel, Gender and Media: Representing, Producing, Consuming, 2015, s.107-114.

²⁰⁷ <https://www.oecd.org/sti/38393115.pdf>, erişim tarihi 29.02.2020.

çalışmada incelenen 59 ülkenin 20'sinde kadınlar için cam tavanlar bulunduğu gözlenmektedir. Bu görünmez engeller en yaygın olarak orta ve üst yönetim seviyelerinde bulunmaktadır²⁰⁸.

Türkiye özelinde bakacak olursak, Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın (TGS) Mart 2018'de yayımladığı “Gazeteci Kadınların Yaşadığı Cinsiyet Ayrımcılığı ve Şiddet Araştırması”na katılan kadın gazetecilerin yüzde 63'ü “İş hayatımda cinsiyetim nedeniyle ayrımcılığa uğradım” beyanında bulunmaktadır. “Kadın olduğum için sürekli şık/bakımlı/güzel olmam bekleniyor” ifadesine belirli derecelerde katılan kadınların toplam oranı yüzde 75 olarak ortaya çıkmaktadır. Araştırmaya katılanların yüzde 70'i, cinsiyetinden dolayı terfi almasının zor olduğuna inanmaktadır. Yüzde 63'ü takdir edilmek ve başarılı görülme için erkek meslektaşlarından daha fazla çalıştığını beyan etmektedir. Aynı oranda kadın gazeteci, erkek meslektaşlarına kıyasla daha az ciddiye alındığını ifade etmektedir. İş hayatında cinsiyeti nedeniyle şiddetin herhangi bir türüne en az bir kez maruz kaldığını açıklayan kadın gazetecilerin oranı ise yüzde 47,5 olarak ortaya çıkmaktadır²⁰⁹.

Tarafsız ve profesyonel bir gazetecilik ahlakına sahip olması gereken haber odası kültürü, pratik ve ideolojik nedenlerle erkeği norm kabul eden bir yapıya sahip bulunmaktadır²¹⁰. Bu yapı dünyanın farklı coğrafyalarında oldukça benzer ve istikrarlı görünmektedir. Yukarıda sunulan tüm rakamsal ve deneyimsel veriler de bu durumu ortaya koymaktadır.

3.3.1. Medya ve Toplumsal Cinsiyet Başlığında Üçüncü Bir Eksen Olarak Okur/İzleyici/Takipçi

Yukarıda değinildiği üzere literatürde medya ve toplumsal cinsiyet çalışmaları konuyu genellikle iki eksenle ele almaktadır. a. Medyada yansıtılan kadın imajı,

²⁰⁸ <https://www.iwfmf.org/wp-content/uploads/2018/04/IWFMF-2011-12-Annual-Report.pdf>, erişim tarihi 29.02.2020.

²⁰⁹ <https://tgs.org.tr/gazeteci-kadinlarin-yasadigi-cinsiyet-ayrimciligi-ve-siddet-arastirmasi/>, erişim tarihi 29.02.2020.

²¹⁰ K. Ross, Gendered Media: Women, Men, and Identity Politics, 2009, s.84.

b. Medyada çalışan kadınların durumu. Ancak medya tüketicisinin aynı zamanda üretici de olduğu, ve bu içeriğin büyük ölçüde erkekler tarafından üretildiği yeni dönemde, “medya ve toplumsal cinsiyet” başlığı altında ele alınması gereken üçüncü bir eksen daha bulunmaktadır: c. Okuyucu/izleyici/takipçi²¹¹ ve toplumsal cinsiyet. Bu araştırma, söz konusu üçüncü ekseninde literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Genelde kadın medya çalışanlarının, özelde kadın gazetecilerin üretimi, ortaya koyduğu iş, okuyucu/izleyici/takipçi tarafından eleştirilirken sıklıkla cinsiyetçi bir çerçeve eşlik etmektedir. Uluslararası Basın Enstitüsü'nün (IPI) 2016 yılında beş Avusturyalı kadın gazeteci ile yaptığı görüşme, bu bakımdan önemli veriler sunmaktadır. “Broadly” isimli internet haber sitesi için muhabirlik yapan Verena Bogner, çevrimiçi saldırıları neyin tetiklediğiyle ilgili soruyu şöyle cevaplamaktadır: “Kadınla ilgili olan ve bir kadının bir fikir sahibi olma hakkını kullanmaya cesaret ettiği her şey...”²¹²

Medyanın internette var olması ve yayımlanan haberlerin altında, eski okuyucu mektuplarının işlevini görmek üzere okur yorumlarına yer açılmasıyla²¹³ başlayan bu eğilim, haberlerin sosyal medyada paylaşılmasıyla önemli ölçüde artmıştır²¹⁴. Okura gazetecilerle doğrudan iletişim kurma, geri besleme hatta katkı yapma imkânı tanıyan, paylaşılan bir alan yaratan²¹⁵ bu teknolojik gelişme, kendi içinde ifade özgürlüğü alanını daraltan bir fonksiyon da edinmiştir.

Reuters Enstitüsü'nün 2018 ‘Dijital Haber Raporu’na göre Türkiye’de şehirlerde yaşayanların yüzde 66’sı habere sosyal medyadan ulaştığını beyan etmektedir²¹⁶.

²¹¹ İngilizce literatürde “audience” olarak kullanılan ve okuyucu, izleyici, takipçi olmak üzere tüm medya tüketicisini kapsayan kavramın Türkçe’de üzerinde anlaşmaya varılmış bir karşılığı bulunmadığından üçlü “okuyucu/izleyici/takipçi” tanımı kullanılmıştır.

²¹² <https://ipi.media/go-die-you-whore-five-female-austrian-journalists-on-online-abuse/>, erişim tarihi 01.03.2020.

²¹³ A. D. Santana, “Online Readers’ Comments Represent New Opinion Pipeline”, Newspaper Research Journal, S 32 (2), 2011, s.69.

²¹⁴ <http://bianet.org/bianet/medya/204347-kadin-gazetecilerin-ucte-ikisi-sanal-cinsiyetci-saldiriya-ugruyor>, erişim tarihi 01.03.2020.

²¹⁵ J.B. Singer, I. Ashman, “Comment is Free, But Facts Are Sacred: User Generated Content and Ethical Constructs In The Guardian”, Journal of Media Mass Media Ethics, 2005, S. 24, s.3.

²¹⁶ N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, D. A. L. Levy, R. K. Nielsen, a.g.e., s.109.

Her yıl We Are Social ve Hootsmit tarafından hazırlanan internet ve sosyal medya istatistikleri raporu Digital Turkey 2019'a göre Türkiye'deki aktif sosyal medya kullanıcı sayısı 52 milyondur. Aynı rapor 9 milyon Twitter kullanıcısının yüzde 81'inin erkek olduğunu ortaya koymaktadır²¹⁷.

Yaptıkları haberleri kişisel sosyal medya hesaplarından paylaşmanın gazeteciler için önemli günlük bir rutin haline geldiği günümüzde bu durum²¹⁸, kadın gazeteciler için tacizle birlikte yaşamak anlamına gelmektedir. Türkiye'de ana akım medyada çalışan gazetecilerin yüzde 54,9'u, alternatif medyada çalışanların yüzde 74'ü kendi ürettikleri haberi sosyal medyada paylaşmaktadır. Twitter yüzde 90,8 ile sosyal medya ağları arasında en fazla kullanılan mecradır²¹⁹.

Habercinin okuyucuya ulaşmakta, okuyucunun da habere ulaşmakta yüksek oranda kullandığı bir mecra, kadın haberciler için cinsel tacizin de alanı haline gelmektedir. Kadın habercilerin yüzde 47,5'i iş hayatında cinsiyeti nedeniyle en az bir kere şiddete maruz kaldığını ifade etmektedir. Bu kadınların yüzde 20,8'i, şiddeti uygulayanın okuyucu/izleyici olduğunu beyan etmektedir²²⁰. Yeni medyanın bir parçası olarak anılan sosyal medyanın yarattığı etkileşimli kamusal alanlar, cinsiyetçiliğin yeniden üretilebileceği uygun bir ortam haline gelmiştir²²¹.

3.4. Kadın Gazeteciler ve Sosyal Medya

Sosyal medya, medya endüstrisine ve gazetecilerin günlük pratiklerine nüfuz ettikçe, kadın veya erkek fark etmeksizin gazeteciler giderek artan biçimde çevrimiçi saldırıların hedefi haline gelmektedir. Ancak çevrimiçi saldırıya uğrayan kadın gazetecilerin sayısının erkek meslektaşlarına oranla daha yüksek olduğu gözlenmekte ve erkek gazetecilerden farklı olarak kadın gazetecilere yönelik saldırıların cinsiyetçi özelliği öne çıkmaktadır. Uluslararası Gazeteciler

²¹⁷ <https://datareportal.com/reports/digital-2019-turkey>

²¹⁸ Dominic L. Lesorsa, Seth C. Lewis & Avery E. Holton, Normalizing Twitter, Journalism Studies 13:1, s.20, 2012, Routledge.

²¹⁹ Y. Erduran, B. Ataman, B. Çoban, U. Aydın, a.g.e., s.44.

²²⁰ Türkiye Gazeteciler Sendikası Kadın ve LGBTİ Komisyonu, Gazeteci Kadınların Yaşadığı Cinsiyet Ayrımcılığı ve Şiddet Araştırması, Mart 2018.

²²¹ A. Akın, Yeni Medyada Nefret Söylemi, Kalkedon, İstanbul, 2010, s.9.

Federasyonu'nun (IFJ) Kasım 2018 verilerine göre kadın gazetecilerin yüzde 66'sı, cinsiyetleri nedeniyle çevrimiçi tacize uğramaktadır. Cinsiyetçi hakaretler, fiziki görünülerinden dolayı aşağılama, tecavüz tehdidi bu saldırı biçimlerinden bazıları olarak sıralanmaktadır. Araştırmaya katılan kadın gazetecilerin yüzde 48'i cinsiyetçi aşağılamaya maruz kaldığını beyan etmekte, yüzde 46'sı ortaya koydukları işin cinsiyetleri nedeniyle değersizleştirilmeye çalışıldığını söylemektedir. Yüzde 14'ü ise tecavüz ile tehdit edildiğini bildirmektedir. Bu kadınların yüzde 75'i, hiçbir şeyin değişmeyeceği düşüncesiyle saldırıları polise, bağlı oldukları sendikaya veya çalıştıkları kuruma bildirmediğini açıklamaktadır. Kadın gazetecilerin çevrimiçi cinsiyetçi tacizleri olağan kabul ederek kendi kendilerine başa çıkmaya çalıştığı gözlenmektedir. Bununla birlikte yüzde 63'ü bu tip saldırıların psikolojilerini olumsuz etkilediğini kabul etmekte, yüzde 38'i saldırıya uğramamak için oto-sansür uyguladığını ifade etmektedir ²²² .

International Women's Media Foundation IWFM'nin (Uluslararası Kadın Medya Vakfı), 2018'de yayımlanan ve 597 kadın gazeteci ve medya çalışanı ile yapılan anket çalışması, 25 kadın gazeteci ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yardımıyla hazırlanan "Attack and Harassment: The Impact on Female Journalists and Their Reporting" raporuna göre de son beş yılda kadın gazetecilere yönelik çevrimiçi saldırılar, dünya genelinde yükselen milliyetçilik ve politik süreçlerde dijital ağların kullanılmasının da etkisiyle daha görünür hale gelmiştir. Çalışmaya katılan kadınlar, politikadan çevreye kadar farklı alanlarda uzmanlaşmış, sosyal medyada görünür, sosyal medyayı günlük rutinlerinin bir parçası olarak haberlerini yaymak, kaynaklara ulaşmak ve diğer kullanıcılarla iletişime geçmek için kullanan medya çalışanları olarak belirtilmektedir. Kadınların yaklaşık üçte ikisi (yüzde 63) en azından bir kez çevrimiçi tacize uğradığını beyan etmektedir. Bu kadınların yaklaşık yüzde 40'ı, sırf bu nedenle belirli türde haberleri bildirmekten kaçındığını itiraf etmektedir. Serbest çalışan gazeteciler, durumu bildirmek üzere kurumsal anlamda kime gideceklerini bilemediklerinden

²²² <https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/article/ifj-global-survey-shows-massive-impact-of-online-abuse-on-women-journalists.html>, erişim tarihi 01.03.2020.

çevrimiçi saldırıya uğradıklarında kendilerini daha savunmasız hissettiklerini söylemektedir. Çevrimiçi cinsiyetçi tacizlerin yüzde 39'u kadınların profesyonel Twitter hesabı üzerinden, yüzde 37'si kişisel Twitter hesabı üzerinden, yüzde 32'si kişisel Facebook sayfasından, yüzde 26'sı profesyonel Facebook sayfasında, yüzde 5'i kişisel Instagram hesabı üzerinden, yüzde 4'ü ise profesyonel Instagram hesabı üzerinden meydana gelmektedir²²³. Çevrimiçi taciz oranlarının yüksekliği ve yaygınlığı nedeniyle Vickery, durumu salgın olarak tarif etmektedir²²⁴.

Kadın gazetecilere yönelik çevrimiçi ortamda giderek artan saldırıları, Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT), demokrasi ve basın özgürlüğüne yönelik bir saldırı olarak ele almaktadır. Kuruluş, üye ülkelerden kadınları susturmaya yönelik her türlü saldırının temel özgürlüklere yönelik doğrudan saldırı olarak kabul edilmesini istemekte, ifade özgürlüğü üzerinde “chilling effect”e (caydırıcı etki) neden olduğundan hareketle internette tacizci söylemin kısıtlanması için yeni yasalar çıkarılmasını talep etmektedir²²⁵.

Kadınların sosyal medyada dışlanması bir diğer önemli nedeni, artan kutuplaşma olarak tespit edilmektedir. 1978 tarihli araştırmasında kadınların medyadaki “sembolik imha”sından bahseden Gaye Tuchman, 2013'te bir güncellemede bulunmakta, internetin, sosyal medyada politik kutuplaşmanın neden olduğu yankı odaları yoluyla kadınların dışlanmasına daha fazla katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Tuchman, “Kadınlar yeterince temsil edilmez ve minimize edilirse, erkeklerden daha az güçlü kabul edilirler; statüleri, toplumun ikinci sınıf üyeleri olarak sürmeye devam eder. Kitle iletişim araçları bu sosyal yapıları günlük olarak sürdürmektedir” demektedir²²⁶. Sosyal medyada kadın gazetecilere yönelik cinsiyetçi dil, gazeteciyi cinsiyetine indirgeme ve şiddetin biçimleri olarak fiziki görünümünden dolayı aşağılama ve tecavüz tehdidinin

²²³ <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2018/09/Attacks-and-Harassment.pdf>, erişim tarihi 02.03.2020.

²²⁴ J. R. Vickery, T. Everbach, The Persistence of Misogyny: From the Streets, to Our Screens, to the White House, Mediating Misogyny içinde, 2018, s.11.

²²⁵ D. Mijatovic, New Challenges to Freedom of Expression: Countering Online Abuse of Female Journalists, 2016, s.1.

²²⁶ G. Tuchman, Media, Gender, Niche, Media disparity: A gender battleground içinde, 2013, s.11-18.

önemli yer tuttuğunu araştırma raporları ortaya koymaktadır. Connell, toplumsal cinsiyet düzeninin ana unsurları olarak işbölümü, iktidar yapısı ve kateksis'i (duygu yatırımı) sıralarken, iktidar başlığı altında tecavülden bahsetmektedir:

“Medyada sürekli bireysel sapkınlık olarak sunulan tecavüz, iktidar eşitsizlikleri ve erkek üstünlüğü ideolojilerine köklü biçimde yerleşmiş bir ‘kişiden kişiye’ şiddet biçimidir. Toplumsal düzenden sapmak bir yana dursun, en açık anlamda bu düzenin bir uygulamasıdır.”²²⁷

“Kadın Çirkinliğinin Tarihi”nin yazarı Claudine Sagaert ise çirkinliğin varoluş özgürlüğünü yok ettiğini savunmaktadır:

“Kadının ahlaki çirkinliğini bildiren söylemler öncelikle bağımsızlıkları üzerinde hak iddia eden kadınları hedef alır... Varlığı kabul edilen kadın, bundan böyle görünüşün tiranlığına sokulmuştur... Çirkinlik sadece dişil kimliğin kırılma noktasıyla sonuçlanmadı, vardığı doruk noktası şuydu: ‘Çirkinim öyleyse yokum.’ Bu bakış açısına göre, geçmişi, kimliği, mesleki kariyeriyle tanınan kadın, artık görünüşü tarafından tehdit edilmiş hale gelir... Kadının güzel görünebilmesi, sadece ondan beklenene uymasıyla mümkün olur.”

Yazar bir itaatsizlik biçimi olarak çirkinlikten bahsetmektedir. Kadınlığa atfedilen cinsiyet rollerinin dışına çıkmayı seçen kadın, çirkindir. Entelektüel kadın da bu gruba dâhildir:

“Eğer kadınlık anlayışında genç, güzel, baştan çıkarıcı, heteroseksüel, eş ve anne olan bir kadın tanımlanıyorsa, buna uymayanlar çirkinlikle itham edilirler. Çirkin olanlar annelik yapmayı reddedenler, cinsellikleri erkek merkezli olmayanlar, görünüşleri, tutumları ve meşguliyetleri kendi cinslerinden farklı olanlar, zihinsel yetilerini geliştirmeye çalışanlar ya da siyaset, edebiyat ve felsefeye bulaşmış olanlardır.”²²⁸

²²⁷ R. W. Connell, a.g.e., s.164.

²²⁸ C. Sagaert, Kadın Çirkinliğinin Tarihi, 2017, s.14-71.

Görölmektedir ki, toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık yeni bir tür kamusal alan olarak düşünölen sosyal medyada da sürmekte, kadın medya profesyonelleri için eşitsizliği yeniden üretmektedir. Kullanılan teknolojik araçlar yeni olsa da kadınları dışlamak için başvurulan yöntemler binlerce yıllık ataerkinе dayanmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE BULGULAR

4.1. Araştırma Konusu ve Alanın Yerlisi Olmak

Sosyal medyada haber ve görüşlerini paylaşan kadın gazetecilerin sıklıkla karşılaştığı cinsiyetçi dil ve taciz, küresel bir sorun olup, mesleki alanda faaliyet gösteren kuruluşlar tarafından tespit edilmiş²²⁹, üzerine pek çok rapor hazırlanmışsa da akademik alanda aynı yoğunlukta araştırma konusu olmamıştır. Bu cinsiyetçi söylemin zaman zaman hedefi olan bir kadın gazeteci olarak, araştırmanın aynı zamanda “yerlisi” olduğumu, araştırmanın alanı ile “ev”in kaçınılmaz olarak iç içe geçtiğini belirtmem gerekir²³⁰. 2000’li yılların başından itibaren, özellikle Gezi Protestoları ile artan biçimde profesyonel amaçlarla kullandığım sosyal medya platformları, paylaştığım bilgi ve haberlerden dolayı, paylaşımın içeriğini değil cinsiyetimi öne çıkaran eleştiri, taciz ve saldırılara neden olmuş ve olmaktadır. Dolayısıyla araştırma konusunun seçiminde kişisel ve mesleki kaygılar öne çıkmaktadır.

Yıllarca mesleğin erkekler tarafından konmuş yazılı olmayan kurallarına bağlı kalması beklenen, erkekler tarafından oluşturulmuş bir iş ortamında mesleğini icra etmiş bir kadın gazeteci olarak araştırmayı feminist epistemoloji üzerinden yürüttüm. Lana F. Rakow ve Laura A. Wackwitz’in dikkati çektiği gibi, çalışma hayatındaki kadınlar kendi oluşturmadıkları koşullarda emek vermektedir ve feminist teori bu koşulları anlamamıza, deneyimlerimizi adlandırmamıza ve anlatmak için hikâyeler oluşturmamıza yardımcı olup, adaleti sağlamaya yönelik stratejiler sunabilir²³¹. Gerçekleştirdiğim görüşmelerde dinlediğim hikâyelerin,

²²⁹ <https://demos.co.uk/press-release/demos-male-celebrities-receive-more-abuse-on-twitter-than-women-2/>, erişim tarihi, 29.10.2020

²³⁰ Burada “alan” araştırmanın yapılıp bilginin toplandığı, “ev” bilgilerin analiz edilip yazıldığı ve “yerli” araştırmanın konusu olanlar olarak anlaşılmalıdır.

²³¹ L. F. Rakow, L. A. Wackwitz, *Feminist Communication Theory* (çeviri yazara aittir), Sage Publication, 2004, s.vii.

ortaya çıkan deneyim paylaşımlarının kendi deneyimlerimi de yeniden gözden geçirmeme ve anlamlandırmama yardım ettiğini söylemem gerekir.

Deneyim anlatısının önemine dikkat çeken Rakow ve Wackwitz, sadece kitle iletişimin değil en genel anlamıyla feminist iletişim teorisinin açıklayıcı olduğunu, deneyimden ve deneyime konuştuğunu söylemektedir. Feminist teorisinin yardımıyla kavramlar ile yaşanmış deneyim arasında, gözlemler ile bilgi arasında, düşünce ile eylem arasında bağlantılar kurmak mümkün olabilmektedir. İki düşünür, bu araştırmanın da ana meselelerinden biri olan konuşmanın, politik yönüne vurgu yapmaktadır: “Kadınların sesi o kadar çok ve farklı biçimlerde susturulur ki, basit konuşma eyleminin kendisi politik bir eylem haline gelebilir.”²³² Araştırmamda bu politik edimin kadın gazeteciler özelinde psikolojik ve mesleki etkilerini deneyim anlatıları üzerinden anlamaya çalıştım.

Nilüfer Nahya ve Rabia Harmanşah, araştırmacı ile yerli ayırımına dikkat çekmekte, araştırmacının alanın neresinde durduğunun farkında olmasının önemini hatırlatmaktadır²³³. Bu önemli uyarıdan hareketle, medyanın farklı alanlarında ve farklı uzmanlıklarda çalışan yedi kadın gazeteci ile yaptığım yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerde mesafemi korumaya ve objektif kalmaya özen gösterdim. Ancak görüşülenlerin özellikle başlarından geçen olayları ve saldırılar sırasında nasıl hissettiklerini anlattıkları bölümlerde bu mesafeyi korumak güçleşti. Ayrıca araştırma konusuna içeriden bakmam sebebiyle görüşülenlerin anlattığı bazı detayları ilk kez duymadığımdan yadırgamadığımı, cevabı zaten bildiğimi varsayarak yeni sorularla bu detayları geliştirmede yazım aşamasında fark ettim. Bununla birlikte, araştırma alanının “yerlisi” olmam, görüşülenlere ulaşmamda, güven ilişkisi inşa etmemde ve içeriden sorular ile görüşmeleri zenginleştirmemde yardımcı oldu. Görüştüğüm dört gazeteciyi şahsen tanıyordum. Diğer iki gazeteciyi ismen tanıyıp cinsiyetçi söyleme maruz kaldıklarını sosyal medyadan ve meslek örgütlerinin raporlarından gözlemlemekle birlikte ortak arkadaşların aracılığıyla ulaştım. Bir görüşmecinin

²³² L. F. Rakow, L. A. Wackwitz, a.g.e, s.6.

²³³ R. Harmanşah, Z. N. Nahya, Etnografik Hikâyeler, 2016, s. 19-22.

ismine ise gazetecilik yaptığı alanda uzman bir başka gazetecinin yardımı ile ulaştım ve iletişime geçtim. Görüşmeler ile kadın gazetecilerin sosyal medyada karşı karşıya kaldığı cinsiyetçi söylemin sayısal değil niteliksel boyutuna yoğunlaşırken, cinsiyetçi söylem ve saldırıların kadın gazeteciler üzerindeki bıraktığı kısa ve uzun vadeli etkileri, mücadele ve korunma yöntemlerini ortaya koymaya çabaladım.

4.2. Görüşülenlerin Özellikleri

Görüşmeler, Aralık 2019-Mart 2020 arasındaki dört aylık süreçte gerçekleştirildi. Dört kadın gazeteci ile yüz yüze görüşmeler yapılmış, 11 Mart 2020’de ilan edilen COVID-19 pandemisi nedeniyle ve kendilerinin talebiyle diğer üç görüşme Skype üzerinden görüntülü olarak gerçekleştirilmiş, görüşülenlerin rızası yazılı olarak alınmıştır. Görüşmelerin süresi 50-70 dakika arasında, görüşülenlerin yaş aralığı 26 ile 44 arasında değişmektedir. 18 yıllık fark, gazetecilerin sosyal medya ile tanışması ve kullanım alışkanlıkları bakımından bazı farklılıkları ortaya koymakta yardımcı olmuştur. Görüşülenlerin altısı gazeteciliğe başladıktan sonra sosyal medya hesabı açtığını söylemektedir. Sosyal medyanın 2000’lerin başında ortaya çıktığı ve görüşülenlerin mesleğe başladıkları yıllar düşünülürse kaçınılmaz bir sonuç gibi görünse de, üç kadın özellikle gazeteciliğe katkısı veya meslektaşlarının yönlendirmesi nedeniyle sosyal medya hesabı açtığını belirtmektedir. Bir görüşülen ise sosyal medya ile öğrencilik yıllarında tanıştığını, bu nedenle sosyal medyada kendini yaşça büyük meslektaşlarından daha rahat hissettiğini ifade etmektedir:

“Gazeteciliğe başladıktan sonra sosyal medyayı keşfetmiş olsaydım, bu cinsiyetçi saldırılardan, tacizden daha fazla tedirgin olurdum belki. Ama ben sosyal medyaya çok daha önce bağışıklık kazandım. Meslekteki büyüklerimden daha az tedirgin oluyorum.”²³⁴

²³⁴ G6 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 11 Şubat 2020.

Görüşülenlerden dördü, bugün internet medyası için çalışmakla birlikte ana akım yazılı basın geçmişine sahiptir. İki kariyerlerinin tamamında televizyon kanalları için çalışmıştır, biri kariyerinin başından bu yana internet medyasında muhabirlik yapmaktadır. Gazetecilerin uzmanlık alanları bakımından da çeşitlilik gözetilmiş, spor gibi “erkeklerle ait” kabul edilen bir alanda veya milliyetçi-İslamcı duyarlılıkların yüksek olduğu konularda ağırlıklı olarak haber yapan kadınların sosyal medya tecrübelerine yer verilmiştir. Görüşülenlerin tamamı görüşmeler sırasında ayrıntılı konuşmak konusunda istekli davranmış, iki kadın bu sayede ilk kez konuyla ilgili detaylı düşünme fırsatı bulduğunu, bir görüşülen ise iki yıl önce deneyimlediği sosyal medya linçini ilk kez bu kadar detaylı konuştuğunu ve konuşmanın kendisine iyi geldiğini beyan etmiştir. Görüşülenlerden bazıları sosyal medyada yazılanların müstehcen içeriğinden bahsederken özür dilemiş veya hakaretin tamamını açık açık söylemek yerine “devamını sen biliyorsun işte” demiştir.

Tablo 1: Görüşülenlerin Demografik Bilgisi, Uzmanlık Alanları ve Çalıştıkları Medya Kuruluşu Bilgisi²³⁵

	Demografi	Uzmanlık alanı	Çalıştığı medya
G1	44 yaşında	Kürt meselesi ve yoksulluk	Haber sitesinde yazar
G2	44 yaşında	Kürt meselesi ve toplum	Haber sitesinde yönetici
G3	41 yaşında	Kadın, çocuk ve çevre	Haber sitesinde yazar
G4	32 yaşında	Eğitim ve toplum	Televizyon kanalında programcı, sunucu
G5	39 yaşında	Spor	Televizyon kanalında ve radyoda yorumcu
G6	26 yaşında	Siyasal İslam	Haber sitesinde muhabir
G7	33 yaşında	Toplumsal cinsiyet ve mülteciler	Uluslararası basında muhabir

²³⁵ Uzmanlık alanları bilgisi görüşülenlerin beyan ettiği şekilde yer almaktadır. Araştırmanın devamında görüşülenlerden tabloda verilen kodlar ile bahsedilecektir.

4.3. Bulgular

Görüşmelerde kadın gazetecilerin sosyal medyayı kullanma motivasyonlarını, sosyal medyada kullanılan cinsiyetçi dili ve onların cinsiyetçi dili nasıl anlamlandırdıklarını, bu dil ve saldırıların üzerlerinde bıraktığı etkiyi ve baş etme yöntemlerini ortaya koyacak sorularla ilerlenmiş ve sonuçlar beş başlık altında değerlendirilmiştir.

4.3.1. Kadın Gazetecilerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları

Araştırmanın önceki bölümlerinde, sosyal medyanın gazeteciler için haber/bilgi takibi ve haber/bilgi paylaşımı için önemli ve giderek artan oranda yaygın bir mecra olduğundan bahsedilmiştir²³⁶. Görüşülen kadın gazetecilerin beyanları da bu veriyi doğrulamaktadır. Görüşülenlerin tamamı, sosyal medyanın artık gazetecilikte bir gereklilik olduğunu, çalıştıkları kurumların da sosyal medyayı kullanmalarını teşvik ettiğini ifade etmektedir. Haber sitelerinde yazarlık yapan G1, okuyucusuna yazdığı siteden çok sosyal medya üzerinden ulaştığını söylerken, G5 bir gazeteci için sosyal medya kullanımının bir tercih değil zorunluluk olduğunu aktarmaktadır:

“Sosyal medyayı kullanmak bir seçenek değil şu anda. Orayı kullanmak zorundasınız. Yaptığınız işi göstermek, nerede ne yaptığınızı insanlara haber vermek için. Hem sektörün içine ‘Bakın ben ne kadar güzel işler yapıyorum’ demek için hem de okuyucuya, dinleyiciye, izleyiciye sizi takip edebilmeleri için yaptığınız işleri oradan duyurmanız gerekiyor.”²³⁷

Kariyerinin başından bu yana küçük medya kuruluşları için çalıştığını belirten G6 da sosyal medya kullanmadan gazetecilik yapmanın mümkün olmadığını anlatıyor. Ana akımda çalışmayanlar için sosyal medyanın daha da önemli olduğunun altını çizmekte:

²³⁶ Y. Erduran, B. Ataman, B. Çoban, U. Aydın, a.g.e., s. 44-52.

²³⁷ G5 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 19 Mart 2020.

“Sosyal medyada aktif olduğun sürece haberin daha çok okunuyor, sen de daha çok tanınıyorsun. Markalaşmana yardım ediyor. Ben ana akımda hiç çalışmadım. Küçük medya kurumları için çalışıyorum. Sosyal medya sayesinde ana akımın ulaştığı kitle ile alternatif medyanın ulaşabildiği kitle arasındaki sayısal farkı kapatabiliyorsun. Yaptığım haberler okunsun istiyorum. Benim emeğimi geç, konuştuğum insanlara karşı bir sorumluluğum var. Ben onun hikâyesini görünür kılmak için haber yapmışım, borçluyum.”²³⁸

Bir kuruma bağlı olmaksızın serbest çalışan gazetecilerde de benzer bir anlatı dikkati çekmektedir. Uzun yıllar ana akımda çalıştıktan sonra işten çıkarılan ve uluslararası yayınlar için serbest gazetecilik yapan G7, serbest gazetecilik yapmaya başladıktan sonra sosyal medyayı daha fazla kullanmaya başladığını anlatmaktadır:

“Çünkü bir süre sonra kendi kendinize bir haber ajansı gibi oluyorsunuz. Haberlerin tek bir yerde çıkmıyor. Haberlerim arada kaynamasın diye kamuoyu ile sosyal medya üzerinden paylaşıyorum. Sadece kendim için söylemiyorum, serbest çalışan tüm gazeteciler için geçerli bu.”²³⁹

Sosyal medyayı bir bütün olarak ele aldıktan sonra görüşülenlere en sık kullandıkları sosyal medya siteleri ve bu siteleri aynı yoğunlukta ve biçimde kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur. Görüşülenlerin tamamında haber alma ve paylaşma amacıyla kullanım sıklığı bakımından Twitter öne çıkmaktadır. Twitter’den önce Facebook’un aktif kullanıldığı ancak daha sonra geri plana düştüğü ifade edilmektedir. Instagram, Twitter’den sonra en sık kullanılan sosyal medya sitesi olarak görülmektedir. Görüşülenlerin bir kısmı siteler arasında kullanım amacı bakımından ayrıma giderken, bir kısmı hepsini benzer amaçlarla kullandığını beyan etmektedir. Ayrım yapan gazetecilerde benzer bir tutum dikkati çekmektedir. G3 bu ayrımı şöyle ifade etmektedir:

²³⁸ G6 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 11 Şubat 2020.

²³⁹ G7 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 27 Mart 2020.

“Twitter, Instagram ve Facebook’ta hesaplarım var ama Facebook’u çok az kullanıyorum. Bazen aynı şeyleri paylaştığım oluyor, özellikle Facebook’ta story’nin (hikâye akışı) devreye girmesinden sonra ama genelde hepsinde farklı içerikler paylaşıyorum. Instagram’da kendimle ilgili haberleri paylaşıyorum. Lay lay lom fotoğraf da koyuyorum. Onları Twitter’a koyamazsın. Seyahate gittin mesela, bir şeyler çektin. Bunları Twitter’a koyamazsın. Twitter çok daha haber ağırlıklı tabii. Instagram çok daha kişisel. Instagram’ı biraz farkındalık yaratayım diye de kullanıyorum. Facebook’ta haftada bir yazımı paylaşıyorum, o kadar.”²⁴⁰

Twitter’da Instagram’a kıyasla çok daha ağır ve ciddi konularda paylaşım yapma durumu tüm görüşülenler tarafından tekrarlanmıştır. İki görüşülen Instagram’ı “lay lay lom” diyerek tanımlamıştır. Twitter’daki kullanıcıların Facebook ve Instagram’daki kullanıcılardan daha öfkeli olduğu görüşü de dile getirilmiştir.

Sosyal medya hesaplarında kullanılan profil fotoğrafı tercihleri sorulduğunda da görüşülenler arasında ortaklaşan eğilimler dikkati çekmektedir. Görüşülenlerin tamamı, profile koydukları fotoğraflarının ciddi ve profesyonel bir imaj çizmesine dikkat ettiğini beyan etmektedir. Bu tercihin, kişinin sosyal medyada ciddiye alınmasını sağlaması ve cinsiyetçi saldırıları azaltması nedeniyle kullanıldığı görülmektedir. Görüşülen kadın gazetecilerden biri, sosyal medyadaki profil fotoğrafı ile gazetede kullanılan imza fotoğrafı arasında fark görmediğini, gazetede kullanmayacağı bir fotoğrafı sosyal medyada da kullanmadığını ifade etmektedir. Profil fotoğraflarının bağlamı dışında kullanılması olasılığı da kadın gazeteciler arasında endişe yaratmaktadır:

“Her sosyal medya hesabımda farklı resim var ama hepsi ciddiyetli resimler. Galiba gazeteci olmaktan kaynaklı. Tırnak içinde söylüyorum; hafif fotoğraf kullanırsam hafif kadın gibi görülürüm diye belki. Fotoğraf yüzünden ekstra saldırı da olur diye düşünüyorum. Bir arkadaşım bikinili fotoğrafını Instagram’a koymuş, gözlerim yerinden çıktı. Ama o gazeteci

²⁴⁰ G3 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 22 Şubat 2020.

değil. Ben kullansam yarın öbür gün aleyhime kullanılır. Bu haberi yapan kişi şöyle biridir aslında diye. Örneğin bir keresinde mütedeyyinlerin gittiği bir mekân hakkında izlenim yazmam istendi. Gittim, gidenlerle konuştum, mekânı gezdim ve yazdım. Akit gazetesi fotoğrafımı kocaman vererek ‘cahil’ diye saldırdı haber yayımlandıktan sonra. Mesela o sırada Instagram’da bikinili fotoğrafımı bulsalar kullanırlardı. Bir keresinde de Kürtlerle ilgili başka bir haberde, Facebook’taki profil fotoğrafım kullanılarak ‘Kürt sevicisi’, ‘Senin tipin Kürt’e benziyor zaten’, ‘Git kendini Kürt’e s....’, ‘Orospu’, ‘Seni PKK s....., ben s....’, ‘Zaten çirkinsin’ diye yorumlar yapıldı Twitter’da. Anneme bile küfrettiler. Evime gelip tecavüz etmekle tehdit eden oldu.”²⁴¹

4.3.2. Çevrimiçi Şiddet Deneyimleri

Görüşülen kadın gazetecilerin tamamı, sosyal medyada cinsiyetçi dile ve tacize maruz kalmış kişiler arasından seçildiklerinden, görüşme sırasında doğrudan bu konudaki deneyimleri sorulmuştur. Görüşülenlerin tamamı, sosyal medyada haberlerini veya fikirlerini paylaştıklarında kadın oldukları için cinsiyetçi dil ve saldırılara maruz kaldıkları inancını dile getirmekte, erkek meslektaşlarının da sosyal medyada saldırıya maruz kaldığını ancak saldırıların hedefine cinsiyetlerinin değil, ortaya koydukları fikirlerin alındığını ifade etmektedir. Ana akımda ve bağımsız medyada 23 yıldır gazetecilik yapan G2, Twitter’da daha fazla saldırıya uğradığını söylemekte, bu sosyal medya sitesini cehennem gibi tarif etmektedir:

“Paylaştığım haberler üzerinden gelen saldırıların yarısından fazlası kadın olmamla ilgili. Bir erkeğe çok çirkinsin denmiyor mesela. Benim yazdıklarımı bir erkek meslektaşım yazsaydı, benimle aynı tür saldırıya uğramazdı. Yine uğrardı belki ama ‘terörist’ derlerdi ya da yine bir kadın

²⁴¹ G2 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 5 Şubat 2020.

olarak annesine küfrederlerdi. Benim durumumda yine terörist ilan ediyor ama tecavüz tehdidinde de bulunuyor.”²⁴²

Bu anlatı, Bourdieu'nün “erkeklerin spontane ittifak mantığı” olarak tarif ettiği durumun bir örneği gibidir. Bourdieu, toplumsal mevkilerin de “cinsiyetlendirilmiş ve cinsiyetlendirici” olduğunu, herhangi bir meslek dalında kadın sayısının artmasının o mevzinin “kadınlaşması” riskine karşı erkekler tarafından şiddetli duygusal tepkilerle korunduğunu öne sürmektedir²⁴³. Ancak aynı gazetecinin aktardığı bir başka deneyim, kadın gazetecilerin maruz kaldığı sözlü/yazılı saldırılarda sosyal medya ile geleneksel iletişim araçları arasındaki farkı ortaya koymaktadır. Bu gazeteci, sosyal medyada kişinin sesi veya görüntüsü ile yokluğunun saldırıların şiddetini artırdığını düşünmektedir:

“...’te (sol eğilimli ulusal bir gazete) çalışırken reisçiler olarak tanımlayabileceğim bir grup sürekli telefonla arar, şunu nasıl yazarsınız, bunu nasıl yazarsınız ile başlayıp bedduaya geçer, arkasından da cinsiyetçi küfürler ederdi. Bir defasında bu aramalardan birinde anneme küfrettiler. Ben de son derece sakin bir sesle ‘Beyefendi annem hakkında ne biliyorsunuz ki siz, benim annem öldü’ dedim. Bunun üzerine az evvel ağıza alınmayacak küfürler eden adam ‘Kusura bakma abla’ dedi. Senin insan olduğunu fark etmiyorlar, yalnızca bir telefonun veya bilgisayarın arkasından hakaretler ediyorlar. Sosyal medyada insan var ama yok bir yandan. Bu yokluk saldırının şiddetini artırıyor diye düşünüyorum.”

Ağırlıklı olarak toplumsal cinsiyet ve Türkiye’deki mültecilerle ilgili haberler yapan 11 yıllık gazeteci G7 de benzer bir anlatıyı dile getirmektedir:

“Kimse eleştiriden muaf değil, herkes eleştirilebilir ama kadın olduğun zaman aptal aptal şeyler yazıyorlar. Bana desinler ki, ‘Sen bu konuyu bilmiyorsun’. Ama yok, ille de kadınlığından aşağılayacak. Git evde bulaşık yıka, git kendini s..... Bana süslü kokana yazmış biri. Nereden

²⁴² G2 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 5 Şubat 2020.

²⁴³ P. Bourdieu, Eril Tahakküm, 2014.

çıkarıyor bunu? Sahadan yaptığım haberin altına ‘Sen git Starbucks’ta kahveni iç’ yazıyor. Bu kadar da salaklar. Masa başında oturarak değil, sahadan yapmışım ben o haberi. ‘Önce bir oku’ diye kendi kendime bağırırım geliyor... Benim yerimde erkek meslektaşım olsa yine saldırıya uğrar ama cinsiyetçi olmaz. Erkek olduğunda yazdığı bilgiye saldırıyor. Kadın gazeteci yazdığına kadın olmasına saldırıyor. Bu yüzden aç hâlâ televizyon kanallarını, tartışma programlarında herkes erkek. Hâlâ erkekler daha iyi biliyor diye düşünüyorlar. Halk da böyle düşünüyor. Kadın olduğun için ciddiye alınmıyorsun.”²⁴⁴

Güneydoğu’da kalkınma alanında çalışırken bölgeden haber geçmeye, yazı yazmaya başlayan ve yedi yıldır ana akım ile bağımsız haber sitelerinde Kürt meselesi, Güneydoğu ve yoksulluk üzerine yazan G1, cinsiyetçi dil ve taciz ile kadın gazeteci olmak arasında doğrudan bir bağ kurarken, kadın gazetecinin fiziksel özelliklerinin de saldırının niteliğinde önem kazandığını ifade etmekte, güzel kabul edilmenin dezavantaj olduğu gözlemini iletmektedir:

“Biri sana bir şey yapmak, itibarını zedelemek istiyorsa cinsiyet üzerinden hareket ediyor. Erkek olsaydım bu saldırılar başıma gelmezdi. Bana baktığında kadın görüyor sadece çünkü. Bu saldırılar kadın olmamla alakalı, bundan eminim. 40 değil 60 yaşında olsam belki daha az olurdu. Güzel olmak daha dezavantajlı. Kadın gazetecinin gülümsemesinden bile hoşlanmıyorlar. Gülümseyen bir fotoğrafını koyuyorsun, ‘Ne var gülünecek’ diye saldırıyor. Ağlayan resmimi koysam, ağlak diyecek bu sefer. ‘Ağzın çok büyük’ diyor. Sana ne! Erkek olsam ağzımdan bu kadar rahatsız olmayacak.”²⁴⁵

Görüşülenler, cinsiyetçi dil ve taciz deneyimlerinden örnekler vermeleri istendiğinde ağırlıklı olarak tecavüz dili ve tecavüz tehditlerinden bahsetmektedir. Fiziki özellikleriyle ilgili saldırgan yorumlar, geleneksel kadınlık rolleri

²⁴⁴ G7 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 27 Mart 2020.

²⁴⁵ G1 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 21 Mart 2020.

hatırlatılarak küçümsenmek diğer başlıklar olarak öne çıkmaktadır. Bir görüşmeci ‘mansplaining’i de kullanılan cinsiyetçi dil örnekleri arasında göstermektedir. Görüşülenler, genel olarak tecrübe ettikleri ağır saldırılar nedeniyle, cinsiyetçi dilin şiddet içermeyen türlerini anmamakta, hatırlatıldığında ise “Bu tip ‘küçük’ şeyleri ciddiye bile almadıklarını” ifade etmektedirler. G7 maruz kaldığı cinsiyetçi dili zaman zaman gülerek şöyle tarif etmektedir:

“Genel olarak orospu, kaltak veya hanım kız diyorlar. Halkımızda hanım kızım demenin cinsiyetçi olduğuna dair bir algı da yok. Önceki yaz, Suriyelilerin Türkiye’den gönderilmesiyle ilgili milletin yine galeyana geldiği bir dönem bir karikatür paylaştım. Yorum yapmadan. Karikatürde Türkiye bayrağındaki hilal, köpekbalığının ağzı gibi çizilmiş ve üç Suriyeliyi kovalıyor. Seni gelip bilmem ne yapacağız diye tecavüz tehditleri geldi. Genellikle tecavüzle tehdit ediyorlar. Bu kadar ağır bir şeye daha evvel maruz kalmamıştım. Birkaç arkadaşım yazılanları görünce arayıp iyi olup olmadığını sordu. Telefonu sessize alıp altına yazılanları okumayı bıraktım. İstanbul’da değildim, tatildegdim. İstanbul’da olsam evde kalmaktan korkardım. Milliyetçilik ile cinsiyetçiliğin el ele gittiği tehditlerdi. Kadınlar için milliyetçi damardan gidenler daha korkutucu. Bunların aklına tecavüzden başka bir şey gelmiyor. Emniyet Genel Müdürlüğü’nü ‘mention’ladılar, hakkımda soruşturma açıldı sonunda. İfade vermeye gittim. Takipsizlik verildi sonra.”²⁴⁶

4.3.3. Haber Konularının Cinsiyetçi Dile Etkisi

Görüşmeler sırasında kadın gazetecilere, cinsiyetçi dili ve saldırıları veya şiddetini artıran türden haberler veya konu başlıkları gözlemleyip gözlemedikleri sorulmuştur. Kürt meselesi, dindarlık ve din, mülteciler, milliyetçilik görüşülenler tarafından ortaklaşa tekrarlanan temalar olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla

²⁴⁶ G7 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 27 Mart 2020.

birlikte televizyon gazeteciliği ve spikerlik yapan G4, “ironi yaptığı” içeriklerin cinsiyetçi saldırılara daha sık neden olduğunu söylemektedir:

“Bazen saldırmaya karar vermişse, ne yazdığını fark etmiyor. İki çarpı iki dört eder desen bile, ‘Aman orospu iyi ki söyledin’ diyorlar. Ama genellikle ironi yaptığım içerikler daha çok cinsiyetçi saldırılara neden oluyor. Yani örneğin gündemle ilgili espri yaptığında. Taraf olduğunu belli edersen mutlaka diğer taraf sana saldırıyor. AİHM’in Kavala kararını paylaşıyorsun, ona bile saldırıyor. Bence kadının zekâsını ortaya koyan, incelikli, ironik şeyler söylemesini sevmiyorlar. Kahkaha atmasına sinir oldukları gibi.”²⁴⁷

Televizyon ve radyodaki spor kanallarında futbol yorumculuğu yapan G5’in anlatısı bu noktada diğer görüşülenlerden tamamen ayrılmaktadır. Görüşülen, sadece erkeklere özgü kabul edilen futbol alanında bir kadın olarak varolmanın ve kendini kabul ettirmenin uzun zaman aldığını, bu sırada da sayısız cinsiyetçi yorum ve saldırıya maruz kaldığını anlatmaktadır:

“Sosyal medyada özellikle televizyona çıktığım dönemde çok fazla cinsiyetçi taciz ve saldırı ile karşılaşıyordum. Bir kadın futbol yorumcusunu erkekler önce itmek istedi. ‘Sen evinde oturup hamur açsana’, ‘Bize bunları anlatacağına iki tane yemek tarifi öğrenip yapsana’, ‘Sorun bakalım ofsaytı biliyor muymuş’, ‘Bunu buraya kim getirmiş?’ ‘Bu kimin sevgilisi, karısı?’ yazanlar oldu. Yaşadığım en büyük aşağılama da bu sonuncusuydu aslında. Benim oraya kendi çabamla geldiğime inanmaktansa bir erkeğin kanatları altında tepeden indirildiğim algısı vardı. Görünüşüm eleştirildi, söylediklerim dinlenmedi. En ufak bir açığı yakalamaya çalışan kitleler oldu. Bunlardan çok zorlandım. Küfürleri saymıyorum bile. Ali Koç’un yapmak istediği bir transferi

²⁴⁷ G4 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 16 Aralık 2019.

eleştirdim, 48 saat linçe uğradım. Sülalemler birlikte küfür işittik. ‘Sana ne kaltak’ diyen vardı.’²⁴⁸

Haberin nasıl paylaşıldığının da cinsiyetçi dil ve saldırıların gerçekleşmesi hususunda önemli olduğu anlaşılmaktadır. Görüşülenler, sosyal medyanın bir görünürlük alanı olduğunu hatırlatmakta, takipçilerinin ilgisini çekmek ve hazırladıkları haberi okutmak için haberin linkiyle birlikte dikkat çekici bir yorum da paylaşmak gerektiği, saldırılara da aslında bu yorumların neden olduğu görüşünü paylaşmaktadır. G3, yazılarını sosyal medyada “dümdüz” paylaşmadığını anlatmaktadır:

“İlgi çeksin diye içinden bazı yerleri öne çıkararak paylaşıyorum. Bu saldırganların büyük çoğunluğu oturup bir şey okumuyor aslında. Başlığına bakıp saldırıyor. Haberin başlığında çok bir şey yoksa saldırıya uğramazsın. İçinden can alıcı bir yeri öne çıkarırsan saldırıya uğrarsın. Saldırıya uğradıktan sonra ‘Bile bile lades’ dediğim oldu. Hala bu toplumu iyi tanımadığımı düşünüyorum bazen.’²⁴⁹

G2 de sosyal medyanın bir görünürlük alanı olduğuna dikkat çekmekte, kendisinin ise bu alanda “başarısız” olduğuna dair inancını dile getirmektedir. Bu görüşülene göre sosyal medyada yüksek paylaşım sayılarına ulaşmak için pazarlama tekniği ve isteği gerekmekte, pazarlama tekniklerini kullanmadığından fazla takipçisi olmadığını ifade etmektedir:

“Ben kendimi çok fazla promote edemiyorum, iyi kullanabildiğim bir yer değil. İnsanlar gerçekten çok iyi takipçiler, onlar bunlar yaratıyor. Pazarlama tekniği gerektiriyor. Story kullanmaya bile yeni başladım.’²⁵⁰

²⁴⁸ G5 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 19 Mart 2020.

²⁴⁹ G3 ile yapılan görüşme, Görüşme tarihi: 27 Şubat 2020.

²⁵⁰ G2 ile yapılan görüşme, Görüşme tarihi: 5 Şubat 2020.

4.3.4. Cinsiyetçi Dilin Kadın Gazeteciler Üzerindeki Etkisi

Sosyal medyadaki saldırıların kadın gazeteciler üzerinde mesleki bakımdan caydırıcı etkisi olduğu, önceki bölümlerde yer veriler araştırma sonuçları ve raporlar ile görülmektedir. Kadınlar, mesleki bir zorunluluk olarak yer aldıkları sosyal medyada bu tip saldırılar nedeniyle haber paylaşmaktan zaman zaman çekindiklerini, vazgeçtiklerini bu araştırmada da ifade etmişlerdir. Bu durum ifade özgürlüğü alanını da daraltan bir etki olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu saldırıların kadınlar üzerinde bireysel psikolojik etkileri de bulunmaktadır. Görüşülenlere, sosyal medyada cinsiyetçi dil ve tacize maruz kaldıklarında ve sonrasında ne hissettikleri de sorulmuştur. Yedi kadın medya çalışanının ortaklaşan bulgusu, hepsinin anlatmaya en kötü ve yıpratıcı tecrübelerinden başlamış olmasıdır. Bir görüşülen, 2018'de başına gelen sosyal medya linçinin en kötüsü olduğunu, ancak hemen her saldırının aynı şekilde hissettirdiğini söylerken, diğer görüşülenler zamanla daha az travmatize olduklarını aktarmaktadır. Bir görüşülen ise gittikçe daha az etkilenmekle birlikte tam anlamıyla başa çıkabilmek için psikolojik destek aldığını beyan etmektedir. Bu görüşülenin aktardığı deneyim, saldırıların psikolojik ve mesleki etkilerini bir arada sunmaktadır:

“Sağ-sol, muhalif-muhafazakâr fark etmiyor cinsiyetçi saldırılarda. Trollerin saldırısına da uğruyorum. Psikolojik destek alıyorum. Gittikçe daha az etkileniyorsun ama hala tam anlamıyla başa çıktığımı söyleyemem. Bu tarz saldırılar nedeniyle mücadeleden kopan arkadaşlarımı gördüm, onlar gibi olmak istemiyorum. İyilik ile kötülüğün mücadelesi olarak görüyorum artık. İçinde sağcısı, solcusu, Türk'ü, Kürt'ü herkes var.”²⁵¹

²⁵¹ G1 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 21 Mart 2020.

G1'in "mücadeleden kopmak" olarak tarif ettiği durum, AGİT raporuyla da kayıt altına alınmış olan caydırıcı etkiyi (chilling effect) işaret etmektedir²⁵². Kuruluş, kadın gazetecilere yönelik tacizci söylemi, basın ve ifade özgürlüğü önünde ciddi bir risk ve engel olarak kabul etmektedir. G4'ün de benzer bir anlatısı bulunmaktadır. Sosyal medyada paylaşım yapmaktan kaçındığını "terbiye edilmek" tarifiyle açıklamaktadır. Saatler, hatta günler süren troll saldırıları ve linç kampanyaları, kadın gazetecilerin anlatısında en ürkütücü tecrübeler olarak anılmaktadır:

"İlk başıma geldiğinde çok berbattı. Üç gün sürdü linç. Arkadaşarımla bütün gece oturduk. Binlercesi geliyor. 12 saat aralıksız gelen yorumlara baktığımı hatırlıyorum. Tek tek, hastalık gibi... Şimdi hiç bakmıyorum."²⁵³

Yöneticileri tarafından, maruz kaldığı saldırıları görmezden gelmesi öğütlenen G4, saldırıların üzerinde yarattığı psikolojik etkilerin yanı sıra fizyolojik etkilere de değinmektedir. Çalıştığı kurumun yayın politikası nedeniyle saldırılara daha açık hale geldiğini, kurum yöneticilerinin sessiz kalmasını öğütlemesi nedeniyle kendisini bir kez daha çaresiz hissettiğini anlatmaktadır. Bu örnekte, saldırıların günlerce süren bir kampanyaya dönüşmesi, hükümet yanlısı medya kuruluşunun bir süre sonra kadın gazetecinin işine son vermesine de yol açmıştır. Bu yönüyle saldırıların cezalandırıcı etkisi katlanmakta, kadın gazeteciler meslek alanının dışına itilmektedir. Şiddet ve tacizin, kadınları iş yaşamının dışına ittiği, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ile BM Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadının Güçlendirilmesi Birimi'nin hazırladığı "Çalışma Yaşamında Kadınlara Yönelik Şiddet ve Tacizle Mücadele" el kitabında da vurgulanmaktadır. İş yaşamındaki şiddet ve tacizin kadınların güvenliği, sağlığı, esenliği ve çalışma yaşamına katılımı üzerinde yıkıcı etkisi olduğunun altını çizilmektedir²⁵⁴:

²⁵² D. Mijatovic, New Challenges to Freedom of Expression: Countering Online Abuse of Female Journalists, 2016, s. 1.

²⁵³ G3 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 22 Şubat 2020.

²⁵⁴ J. Pillinger, Çalışma Yaşamında Kadınlara Yönelik Şiddet ve Tacizle Mücadele El Kitabı, 2019

“Başıma gelen en kötü saldırı, benim gibi düşündüğünü sandığım insanlardan geldi. Zamları eleştiren bir imada bulunmuştum oysa ama yandaşlıkla suçladılar çalıştığım kurum yüzünden. Önce fikirlerine değer verilen, saygıdeğer birisi attığı tweet’le seni saldırıya açık hale getiriyor, ardından gelenler cinsiyetçi hakaretlere kadar vardırıyor. Bunu bazen kadınlar da yapıyor, sadece erkekler değil. Hayatımda duyduğum cinsiyetçi hakaretlerin hepsini, o olayda duydum. Günlerce devam etti. Aralıksız bir hafta sürdü. 10 gün sonra azalarak bitti. Cevap vermeyi düşündüm ama yöneticilerim saldırılara cevap vermememi söyledi. Geçer gider dediler. Sonra da kovuldum zaten. Artık yılgınlık oldu, sosyal medyaya yazmak istemiyorum... Saldırıları yüzünden kurdeşen döktüğüm oldu. Kalbim sıkışıyor gibi geliyor. Evde yalnız kalmak istemiyorum. Kendini savunmak zorunda kalmak ama savunamamak hem öfkeliendiriyor hem de çaresiz hissettiriyor. Uykum bozuluyor. Üstelik yayına çıkacaksan hiçbir şey olmamış gibi davranmak zorundasın.”²⁵⁵

G5’in anlatısı, saldırılar kendilerine aktarıldığında yöneticilerin verdiği tepki bakımından benzerlik göstermektedir:

“Başıma gelen ilk sosyal medya linçinde evden çıkmaya korktum. İlk 24 saat sanki kapıda bekliyorlar gibi geldi. Çevremdekileri arayıp onlara anlattım, isyan ettim. Konuşarak üzerimden atmaya çalıştım. Sonra kanala gittim, işi bırakacaktım. Yöneticim bir kenara çekip ‘insanların duymak istediklerini söylersen küfür işitmezsin ama bu, mesleğini yapmadığın anlamına gelir. Birilerini rahatsız ediyorsan işini doğru yaptığın anlamına gelir. Meseleye böyle bakman lazım’ dedi. Sonunda o noktadan bakmayı öğrendim.”²⁵⁶

G4 ile G5’in anlatısı, medya kuruluşlarındaki yöneticilerin sosyal medyadaki cinsiyetçi dile ve tacize yönelik bakışını ortaya koyması bakımından önemli

²⁵⁵ G4 ile yapılan görüşme, 16 Aralık 2019.

²⁵⁶ G5 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 19 Mart 2020.

görülmektedir. Görüşülenlerin tamamına sözleşmeli veya kadrolu fark etmeksizin çalıştıkları kurumların bu gibi durumlardaki tepkileri sorulmuştur. Sadece bir görüşülen, yoğun bir saldırı atağından sonra yazı yazdığı kurumdan arandığını, desteğe ihtiyacı olup olmadığını, kurumsal bir açıklama isteyip istemediğinin sorulduğunu bildirmektedir. Anlatılarda, yöneticilerin bu tip saldırıları ciddiye almadığı, korktuğunu söyleyen kadın gazeteciyi alaya aldığı dikkati çekmektedir. Yöneticilerin kadın gazetecilere sosyal medyadaki cinsiyetçi dil ve saldırılara alışmasını öğütlediği, kurumların bu tip durumlar hakkında izlenecek yol ile ilgili kurum içi politikası olmadığı, vakaların kuruma bildirilmesi durumunda kadınların arkasında durmadıkları görülmektedir. Görüşülen 3, saldırılara kendisinin neden olduğu söylenerek üstleri tarafından azarlandığını belirtmektedir.

Yönetici ve karar alma pozisyonlarındaki kadın sayısının artması, söz konusu sorunun çözülmesinde etkili olabilir mi? Pek çok profesyonel meslekte olduğu gibi gazetecilikte de kadınlar hem toplam işgücü hem de yönetici pozisyonları bakımından azınlıktadır. Basın İlan Kurumu'nun 2019 istatistiklerine göre, Türkiye'de 7 bin 593 fikir işçisinden ²⁵⁷ 2 bin 414'ü kadındır. Bianet'in araştırmasına göre ise Türkiye'de gazetelerin yayın yönetmeni pozisyonunda bulunan kadınların oranı sadece yüzde 10'dur. Bu oran gazetelerin web sitelerinde yüzde 16,6'ya, internet haber sitelerinde ise yüzde 31'e çıkmaktadır. Orta düzey yöneticiler olarak kabul edilebilecek editörlük kadrolarına bakıldığında da erkek sayısının yüksek olduğu görülmektedir. Gazetelerde editörlerin yüzde 26'sı, gazetelerin web sitelerinde yüzde 39,5'i, internet haber sitelerinde ise yüzde 46,6'sı kadındır²⁵⁸. Türkiye'de medya çalışanı kadınlar yönetici ve karar alıcı pozisyonlarda sayısal olarak erkeklere üstünlük sağlayana kadar yukarıdaki soru ampirik bir soru olarak kalacaktır. Bununla birlikte Seda Kalem Berk, "kadın deneyimi"nin ekonomik, toplumsal veya siyasi, hayatın her alanına nüfuz

²⁵⁷ Basın İlan Kurumu raporunda haber üretimi alanında çalışanlar fikir işçisi olarak anılmaktadır.

²⁵⁸ Ç. Tahaoğlu, Medyanın Künyesi: Kaç Kadın, Kaç Erkek?, bianet, 2014, erişim tarihi 6 Ocak 2021.

etmesinin her durumda ataerkil yapıların kırılmasında rol oynayacağını söylemektedir²⁵⁹.

4.3.5. Cinsiyetçi Dil ve Saldırılarla Mücadele Yöntemleri

Görüşülen yedi kadın medya çalışanı, çalıştıkları kurumların ve yöneticilerinin, sosyal medya üzerinden gelen saldırılara yönelik bir politikası ve eylem planı bulunmadığından, meslek örgütleri somut desteklerle yanlarında durmadığından kendi önlemlerini almak ve kendi mücadele yöntemlerini geliştirmek durumunda kaldıklarını ifade etmektedir. Bununla birlikte sendika üyesi olan bir görüşülen, böyle bir durumla karşılaştığında sendikasını haberdar etmenin aklına gelmediğini söylemektedir. Bu beyanı doğrulayan veri, Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın (TGS) 2018'de yaptığı araştırmada bulunmaktadır. Araştırmaya katılan kadınların yaklaşık yarısı TGS üyesi olmakla birlikte yüzde 93'ü şiddet olayını TGS ile paylaşmadığını söylemiştir²⁶⁰. Görüşülenlerin anlatısında en sık tercih edilen yöntemin söz konusu sosyal medya ağlarının şikâyet ve engelleme özelliklerinin kullanımı dikkati çekmektedir. G3, bir trol saldırısında bin kişiyi engellediğini anlatmaktadır. Saldırının geldiği sosyal medya sitesinin uygulamasını kapatıp birkaç gün açmamak, gelen yeni yorumları okumamak baş etme yöntemi olarak anılmaktadır. Cinsiyetçi yorumları aynı sosyal medya sitesi üzerinden ifşa etmek bir diğer yöntem olarak kullanılmaktadır. Bu yöntemle söz konusu yorumun onlarca veya yüzlerce yorum arasında gözden kaçması engellenmekte, gazetecinin takipçileri arasında görünürlüğü artırılmaktadır. Pek çok feminist için ifşa yöntemi, kadını sessiz bir "öteki" olmaktan çıkarmakta ve güçlendirmektedir. Baker ve Benton, özel alanda kaldığı sürece kadın sözünün çoğu zaman değersizleştirilmekte hatta susturulmakta olduğunu hatırlatmaktadır. Feministler kadının kendisi hakkında konuşmasının, kadın benliği duygusunu yeniden inşa etmesi veya yeniden konumlandırması için bir ses kazanmanın yolu olduğunu

²⁵⁹ S. Kalem Berk, Toplumsal Cinsiyet ve Profesyonelleşme: Hukuk Mesleğinde Kadın Örneği, Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, C. 16, S.1, 2013

²⁶⁰ TGS Kadın ve LGBTİ Komisyonu, Gazeteci Kadınların Yaşadığı Cinsiyet Ayrımcılığı ve Şiddet Araştırması, Mart 2018

savunmaktadır. Böylece kişisel olan politik hale gelmektedir²⁶¹. G7, “yardıma çağırarak” olarak tarif ettiği ifşa yönteminin eğer destek de gelirse iyi hissettirdiğini aktarmaktadır:

“Bana yazılanları yine sosyal medyada paylaşarak ifşa etme yöntemini kullanıyorum. COVID karantinaları sırasında ‘Bu karantinalar nedeniyle kadına yönelik şiddet artacak’ diye bir tweet attım. Bunu zaten ben söylemiyorum, araştırmalar söylüyor. Bu mesajın altına hepsi erkeklerden yorumlar geldi. Yine cinsiyetçi, tecavüzcü... İlk 20 dakika o yorumlar yüzünden tweet attığıma çok pişman oldum. Konuya hâkim olduğum halde kendimi sorgulamama neden oldular. Sonra kız kardeşlerimiz desteğe geldi. Bana saldıranların hepsini eleştiriye tuttular. O adamlar sustu hemen. ‘Üzme sen kendini’ diye mesaj atanlar oldu kadınlardan. Kendimi çok iyi hissettim.”²⁶²

Ne kadar ciddi ve korkutucu olursa olsun bir görüşülen²⁶³ dışında kimsenin saldırılar karşısında adli yöntemlere başvurmamış olması da dikkat çekicidir. Somut olaya göre bakılmak kaydıyla bu saldırılar Türk Ceza Kanunu’nun (TCK) dört maddesinin konusu olabilmektedir. TCK 105. Maddede düzenlenen “Cinsel Taciz”, TCK 106. Maddede düzenlenen “Tehdit”, TCK 125. Maddede düzenlenen “Hakaret” ve TCK 123. Maddede düzenlenen “Huzur ve sükunu bozma” suçları oluşabilir²⁶⁴. Görüşülenlerin tamamı, bu tip saldırılar karşısında yasal haklarını bildiklerini ancak adli makamlara şikâyette bulunmadıklarını aktarmaktadır. Yasal yolları kullanmayışlarını farklı nedenlerle açıklamaktadırlar. Sonuç alınacağına dair kuvvetli inancın bulunmayışı, bu nedenler sırasında başta gelmektedir. Uzayan yasal sürece ayıracak vakit ve enerjinin bulunmayışı, yasal sürecin saldırganla gazeteciyi fiziki ortamı paylaşmak zorunda bırakma ihtimali, şikâyet

²⁶¹ B. L. Baker, C. L. Benton, The Ethics of Feminist Self-Disclosure (çeviri yazara aittir), Interpretive Approaches to Interpersonal Communication içinde, s. 225, State University of New York Press, 1994.

²⁶² G7 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 27 Mart 2020.

²⁶³ G1 bir site içindeki evinin yakın çekilmiş fotoğrafı paylaşıldığında savcılığa şikâyette bulunduğunu ancak takipsizlik kararı verildiğini aktarmaktadır. Görüşme Tarihi: 21 Mart 2020.

²⁶⁴ <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf>, erişim tarihi 4 Kasım 2020.

üzerine saldırının fiziki boyuta taşınma riski diğer sebepler olarak sıralanmaktadır. G6, adalet sistemine yönelik güvensizliğini aktarırken, anlatımında kadına yönelik şiddette cezasızlık sorununun yarattığı yılginlık dikkati çekmektedir:

“Şimdiye kadar savcılığa kimseyi şikâyet etmedim. Buna vakit ayırmaya değmez. Biri beni gelip sokakta ellese ona bir şey yapmıyorlar, sosyal medyada taciz edene mi yapacaklar? Yasaların uygulanacağını bilsem şikâyet ederdim. Bu insanların bir tepkiyle, cezayla karşılaşması lazım ki tacizi bıraksınlar. Şikâyet etsem ceza almadan yürüyüp gidecekler, bu da onları daha da cesaretlendirecek. Cezasızlık perçinlenecek. O yüzden ölü taklidi yapıyorum.”²⁶⁵

G5’in anlattıkları da benzer bir inancı ortaya koymaktadır:

“Bunun yargıda çözülebileceğine inanmıyorum. Enerjimi bunlara harcamak istemiyorum. Yalnız yaşayan bir kadın olarak yasal yollara başvurup da başımı belaya sokmam açık konuşmak gerekirse. Sonuç itibariyle erişilebilir biriyim. Bunları yazacak kadar manyak birisinin kapıma dayanmayacağını garantisini kimse veremez. Polisin de Türkiye’de kadınları koruduğuna inanmıyorum. Engelleyip hayatımdan çıkarmak daha güvenli. Bir manyak peşinize düştüğünde kendinizi korumanız çok zor.”²⁶⁶

G2 de bugüne kadar ağır saldırılara uğramış olmasına rağmen yasal şikâyet mekanizmalarını kullanmadığını söylemekte, gerekçe olarak yargıya güvensizliğini göstermektedir. Ancak can güvenliğinin tehlikede olduğundan emin olursa şikâyette bulunacağını aktarmaktadır:

“Sistemik saldırılar olsa ve uzun sürse belki şikâyet ederdim. Can güvenliği çünkü. Hukuk gerçekten mağdurun yanında olduğunu yıllar sonra bir kere gösterse elbette şikâyette bulunurdum. Hukuk karşısında

²⁶⁵ G6 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 11 Şubat 2020.

²⁶⁶ G5 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 19 Mart 2020.

kimse eşit filan değil. Hukuk gerçekten işini yapan gazetecileri muhalif olarak değil normal algılasa belki şikâyetimiz bir yer bulur. Şimdi şikâyette bulunsam bir de sinirim bozulacak. Şikâyet hakkında bir şey yapılmayacak, zaman kaybedip başladığım yere geri döneceğim. Bu sefer sinirim bozulmuş ve daha da tükenmiş olacağım.”²⁶⁷

G6, video haber de yaptığı için yüzünün tanındığını, zaman zaman sosyal medyadan kendisini sokakta görenler tarafından nerede, nasıl görüldüğüne dair mesajlar atıldığını anlatmıştır. Bu örnekler, G6'nın meselenin fizikiye dönme ihtimalini ciddiye almasına neden olmuş, çantasında biber gazı taşımaya başlamıştır. “Sanalda gördüğüm o nefret ve öfke ile yüz yüze gelme fikri korkutucu. Krizi nasıl yönetirim bilmiyorum” demektedir.

Araştırmanın bulgularına göre internet ve sosyal medya ağları, kamusal alanın geleceği için yeni mekânlar ve etkileşim fırsatları barındırmanın yanı sıra mevcut hiyerarşilerin, “biz” ve “öteki”nin yeniden üretildiği mecralar olarak da ortaya çıkabilmektedir. Bununla birlikte mevcut feminist yöntemlerin kullanımı, bu mecralara kadınlar için güçlendirici fonksiyonlar kazandırabilmektedir.

²⁶⁷ G2 ile yapılan görüşme, Görüşme Tarihi: 5 Şubat 2020.

SONUÇ

Bu araştırmanın amacı, sosyal medyada kadın gazetecilere yönelik cinsiyetçi dil ve tacizin nedenlerini, hedefindekiler üzerindeki etkilerini ve sonuçlarını kadın gazetecilerin deneyimleri üzerinden ortaya koymaktır. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler ile kadın gazetecilerin sosyal medyayı hangi amaçlarla kullandıkları, bu alanda ne tür saldırılarla karşılaştıkları, bu saldırılardan nasıl etkilendikleri ve korunmak için hangi yöntemleri geliştirdikleri, güçlendirici-koruyucu mekanizmalara sahip olup olmadıkları araştırılmıştır. Çalışma, söz konusu sorunu kamusal alan teorisi çerçevesinde ele almakta ve bu zehirli dilin kamusal alan kavramına, bir kamusal alan olarak sosyal medyanın potansiyeline, yurttaşlık kültürüne etkilerini, kadın gazeteciler üzerinde yarattığı sonuçları ortaya koymaktadır. Kamusal alan tartışmasında özellikle Habermas ile Arendt'in teorisi üzerinde ağırlıklı durulmaktadır. Bunun nedeni, her iki düşünürün de kamusal alanı, eleştirel tartışmaların özgürce gerçekleştirildiği, entelektüel alışverişin ve eşit katılımın mümkün olduğu, bir eylem olarak sözün, söylemin öne çıkarıldığı ve bu haliyle politik bir varoluş imkânı tanıyan alan olarak ele almasıdır.

Kadın gazeteciler haber paylaşımı için ağırlıklı olarak üç sosyal medya sitesini kullandıklarını beyan etmektedir. Bu siteler kuruluş sırasına göre Facebook, Twitter ve Instagram'dır. Facebook'un, diğer ikisiyle karşılaştırıldığında haber paylaşımında giderek daha az tercih edildiği görülmektedir. Twitter haber alma ve paylaşmada ana mecra olarak öne çıkmaktadır. Görüşülenler Twitter'ı daha ciddi bulduklarını, haberlerini ilk olarak burada paylaştıklarını söylemektedir. Öte yandan en fazla saldırıya uğradıkları mecra da Twitter'dır. Instagram'ı bir nefes alma alanı olarak tanımlamaktadırlar. Kullanıcı oranlarına bakıldığında da Instagram'da kadınların Twitter'la karşılaştırıldığında daha fazla yer aldığı görülmektedir. Bu da akla Aksu Bora'nın farklı kamusal alanlara dair tezini getirmektedir. Aksu'ya göre kadınlar da erkekler de kamusal alana sahiptir ancak

farklı kamusal alanlara... Kadın gazeteciler tarafından “lay lay lom” olarak tanımlanan Instagram, kadın katılımına daha açık görünmektedir.

Görüşülenlerin anlatılarında cinsiyetçi dili ve saldırıları veya şiddetini özellikle artıran alanlar ve temalar olduğu gözlenmektedir. Spor, politika, ekonomi gibi alanlar “erkeklere özgü”, “erkek işi” olarak görülmekte, bu konularda haber yapan, görüş beyan eden kadınlar daha sık aşağılama ve saldırıya maruz kaldığını ifade etmektedir. Kürt meselesi, dindarlık ve din, milliyetçilik görüşülenler tarafından saldırıların artış nedenlerinde ortaklaşa tekrarlanan temalardır. Bir görüşülen, milliyetçilerden gelen saldırıların daha korkutucu olduğunu, tecavüz dilinin sosyal medyada kendini böyle tanımlayan erkekler arasında daha yaygın olduğunu belirtmektedir.

Hangi haberlerin cinsiyetçi saldırılara neden olduğu kadar, söz konusu haberlerin nasıl paylaşıldığının da fark yarattığı anlaşılmaktadır. Görüşülenler, sosyal medyanın bir görünürlük alanı olduğunu hatırlatmakta, takipçilerinin ilgisini çekmek ve hazırladıkları haberi okutmak için haberin linkiyle birlikte dikkat çekici bir yorum da paylaşmak gerektiğini, saldırılara da aslında bu yorumların neden olduğunu ifade etmektedir. Sosyal medyada gazetecinin ismi markalaşmakta, takipçi ve retweet sayısı ile geleneksel medyadaki okuyucu sayısı arasında bağ kurulmaktadır. Bu nedenle sosyal medyada daha fazla okunmak için takipçi sayılarını artırmaları, takipçi sayılarını artırmak içinse dikkat çekici, haberin çatışmalı unsurlarını öne çıkaran paylaşımlar yapmaları gerektiği görülmektedir. Kadın gazetecilerin durumunda bu paylaşımlar büyük oranda cinsiyetçi saldırılarla sonuçlanmaktadır.

Kadınlar, tüm zamanların ötekisi olarak susturulmaya çalışılan, ötekileştirilen, üzerinde tahakküm kurulmaya çalışılan gruplar arasında üst sıralarda bulunmaktadır. Cinsiyetçilik ve tecavüz dili ise tahakkümün birincil enstrümanı olarak öne çıkmaktadır. Oysa kamusal alanda yer almak için birey olmak, birey olmak için de söze sahip olmak gerekmektedir. Kadınları susturmaya ve dışlamaya yönelik söylem ve pratikler, sosyal medyanın Habermas ve Arendt’in tarif ettiği ideal kamusal alan olma potansiyeline zarar vermektedir. Şu haliyle

“kamusal alana benzer bir şey” olarak tanımlayabileceğimiz bu alanın kutuplaşmanın zaman zaman ileri derecelere vardığı yapısından dolayı kadınlar çok daha yaygın ve kolayca cinsiyetçi söyleme ve tacize uğramaktadır.

Araştırmaya katılan kadın gazeteciler, maruz kaldıkları saldırgan dilin nedeninin cinsiyetleri olduğu konusunda hemfikir görünmektedir. Sosyal medya ağlarında aktif olarak yer almanın mesleklerinin dayattığı bir zorunluluk olduğunu fakat bu mecralarda kendilerini güvende hissetmediklerini, saldırılardan kaçınmak için zaman zaman paylaşım yapmaktan çekindiklerini hatta vazgeçtiklerini beyan etmektedirler. Sosyal medyada paylaşım yapma zorunluluğu, meselenin sadece bir kadınlık meselesi değil, aynı zamanda gazetecilik mesleğinin sorunu olduğunu göstermektedir. Kadınların susturulması sadece kamusal alandan dışlanması anlamına gelmemektedir. Hannah Arendt, eylemin, doğru zamanda doğru sözü bulma yetkinliği, suskunluğun ise şiddet olduğunu söylemektedir. Kadınlar cinsiyetçi söylem ve tacizin yanı sıra suskunluğa itilmenin sonucu olarak bir kez daha şiddete uğramaktadır. Bununla birlikte görüşülen kadın gazetecilerin sorunu mesleki bir sorun olarak değil, bir kadınlık meselesi olarak tanımladığı dikkat çekmektedir. Saldırıları meslek örgütlerine bildirmeyen kadınlar, bu örgütlere üye olmamak, üye oldukları meslek örgütlerine güven duymamak, bu örgütlerin bir fark yaratacağına dair inançsızlık gibi nedenler göstermektedir. Meslek örgütlerinin de konuya özel bir tavır veya politika geliştirmediği görülmektedir. Örneğin Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin (TGC), kadına yönelik şiddete karşı tutum aldıklarını beyan etmekle birlikte bu sorun özelinde bir politikası bulunmamaktadır. Bu yokluk, “kadına yönelik şiddet ve taciz” kavramının teknoloji ile genişlediğini ancak kurumların yeni olasılıklara ve koşullara adapte olmakta geride kaldığı izlenimi yaratmaktadır. TGS'nin yaptığı araştırma sonuçlarının kadın gazetecilere yönelik şiddetin kaynaklarından biri olarak sosyal medyayı göstermesine rağmen konuyla ilgili yardım almak üzere kadın üyelerinin aklına sendikayı aramak gelmediği anlaşılmaktadır. Arasalar da kurumdan bu konu özelinde avukat desteği dışında yardım veya destek alabilecekleri bir mekanizma bulunmamaktadır. Medya kuruluşları ile yöneticiler de sorunu ele almak ve politikalar geliştirmek yönünde isteksiz görünmektedir. Görüşülenlerden

sadece biri, sadece bir olayda sosyal medya üzerinden saldırıya uğradığında çalıştığı kurumdan destek telefonu aldığını bildirmektedir. Yöneticiler sorunun çözümü için inisiyatif almadığı gibi kadın gazetecilere bu saldırılara alışmayı öğütlemekte veya kadınların endişelerini ciddiye almamaktadır. Medyada yönetici ve karar alıcı pozisyonlarda çok az sayıda kadın bulunması, yöneticilerin kayıtsızlığını açıklayan faktörlerden biridir.

Bununla birlikte medya kuruluşlarının, çalışanların sosyal medya kullanımıyla ilgili kurumsal ilkeler belirleme, yönergeler hazırlama yönünde de bir eğilimi olmadığı izlenmektedir. “Doğan Grubu Yazılı Medya Yayın İlkeleri”, bu bakımdan istisna dışı bir örnek olarak görünmektedir. 2018’de Demirören Grubu tarafından satın alınan Hürriyet, Milliyet, Hürriyet Daily News gibi gazetelerin Doğan Grubu Yazılı Medya Yayın İlkeleri’yle bağlı oldukları, ancak bu ilkelerin gazetelerin el değiştirmesinden sonra geçerliliğini yitirdiği dikkati çekmektedir. 2012 yılında yürürlüğe giren ilkelerin 23. maddesi “Doğan Yayın Grubu Yayın İlkeleri, bütün dijital platformlarda yapılan yayıncılık ile gazete, dergi çalışanları ve dışarıdan katkıda bulunanların sosyal medyadaki faaliyetlerini de kapsar ” demektedir. Çalışanlar arasında bu ilke, “Gazetede yazamayacağını sosyal medyada da yazma ” olarak özetlenmektedir. Medya kuruluşlarının çalışanların sosyal medya kullanımına dair politikaları, ayrıca araştırılmayı hak eden bir konu olarak önümüzde durmaktadır.

Kadın gazetecilere yönelik cinsiyetçi şiddet, ifade özgürlüğü ve haber alma hakkının engellenmesi sonucunu da doğurmaktadır. Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi’nin 13 Nisan 2016 tarihli tavsiye kararında “[kadın gazetecilere yönelik çevrimiçi taciz eylemleri] devlet veya devlet dışı aktörler tarafından gerçekleştirilmiş olsun, ifade özgürlüğü üzerinde çok ciddi chilling effect’e (caydırıcı etki) neden olmaktadır...” denmektedir. Görüşülenlerin ifadeleri, bu tespiti doğrulamaktadır. Sosyal medyada paylaşımları nedeniyle cinsiyetçi nefret söylemine maruz kalan kadın gazetecilerden bir bölümü artık daha az paylaşımda bulunduğunu, bir bölümü ise paylaşım yaparken saldırıya uğrama ihtimalinin aklına geldiğini belirtmektedir. Bir görüşülen ise susturulmaya direnmeyi bir

mücadele alanı olarak tanımlamaktadır. Paylaşım yapmadan önce, bu paylaşımın cinsiyetçi ve/veya tacizci saldırılara neden olabileceğini aklına getirmediğini beyan eden görüşülen bulunmamaktadır.

Araştırmaya katılan gazetecilerin, hedef oldukları saldırı ve tacizi, üzerlerindeki etkisi ne kadar ağır olursa olsun yargıya taşımamış, şikâyet konusu yapmamış olması da dikkat çekicidir. Saldırıları karşısında yasal haklarını bilmekle birlikte kolluk kuvvetlerine ve yargıya yönelik güvensizlikleri bulunduğunu da beyan etmişlerdir. Araştırmalar kadınların genel olarak şiddeti bildirmekten kaçındığını ortaya koymaktadır. Hacettepe Üniversitesi'nin 2014'te yürüttüğü "Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması", şiddet gören kadınların yüzde 1,4'ünün durumu kurum ve kuruluşlara bildirdiğini, yüzde 44'ünün ise aile veya arkadaşlarına bile anlatmadığını göstermektedir²⁶⁸. Yargıya ve kolluk kuvvetlerine güven duymayan, çalıştıkları kurumlar veya erkek meslektaşları tarafından çevrimiçi taciz karşısında güçlendirilmeyen/ciddiye alınmayan kadınların dayanışma ve desteği yine kendi aralarında buldukları izlenmektedir. Tacizin aracı olan sosyal medya, kadınlar tarafından dayanışma için de kullanılmakta, ifşa yönteminin görüşülenlerden bazıları tarafından etkili bulunduğu görülmektedir. Cinsiyetçi dil ve taciz içeren mesajları yine sosyal medya üzerinden ifşa ederek diğer kadınları yardıma çağırmaktadırlar. Bu bakımdan sosyal medyanın güçlendirici bir yönü de olduğu görülmektedir.

Dahlgren, çevrimiçi kamusal alandaki politik etkileşimi, demokrasinin işlemlerini kolaylaştıran yurttaşlık kültürü kavramıyla birlikte ele almaktadır²⁶⁹. Bu kavramın parametrelerinden biri "yakınlık"tır. Dahlgren yakınlığı, "vatandaşlar arasında var olan minimal ortaklık anlayışı" olarak tanımlamaktadır: "Bu yakınlık olmadan, düşmanlar ile iletişimde hiçbir ilerleme veya hemfikir olanlar arasında hiçbir işbirliği ve ağ bile olamaz." Kadın gazeteciler özelinde kadınların sosyal medyada

²⁶⁸ Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması, Ankara, 2015.

²⁶⁹ P. Dahlgren, İnternet, Kamusal Alanlar ve Siyasal İletişim: Dağılım ve Müzakere, Yeni Medya Kuramları içinde, 2018, s. 188-192.

susturulması, saldırıya uğraması yurttaşlık kültürünü olanaksızlaştırmakta, kamusal alanı ve demokrasiyi yok etmektedir.

Kadınların çevrimiçi kamusal alanın dışına itilmesi sonucunu doğuran bu saldırıların temelinde, binlerce yıllık ataerkinin tahakkümünü sürdürmek için bir enstrüman olarak kullandığı cinsel şiddetin teknolojinin gelişmesi ile ortaya çıkan bu yeni alanda da sürmesi yatmaktadır. Kadınları suskunluğa iten bu şiddetin, kadın gazeteciler özelinde chilling effect'e (caydırıcı etki) yol açması, ifade özgürlüğü ve haber alma hakkı üzerinde de olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliği ve basın özgürlüğünün geleceği için sosyal medyada kadın gazetecilere yönelik cinsiyetçi dil ve tacizin ciddiye alınması, meslek örgütleri ve medya kuruluşları tarafından koruyucu mekanizmalar geliştirilmesi, yargıya güvenin yeniden inşa edilmesi ve hukuki caydırıcılık getirecek önlemler alınması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- ALEJANDRO, Jennifer**, Journalism In the Age of Social Media, Reuters Institute Fellowship Paper, University of Oxford, 2010
- ARENDT, Hannah**, İnsanlık Durumu (çeviren: Bahadır Sina Şener), İletişim, 2018, İstanbul
- ATIKKAN, Zeynep, TUNÇ, Ash**, Blogdan Al Haberi, YKY, 2011, İstanbul
- AYTEN, Adem**, Sosyal Medyada Türk Basını, İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi 5(20), 2013
- BAKER, Barbara L., BENTON, Carol L.**, The Ethics of Feminist Self-Disclosure, Interpretive Approaches to Interpersonal Communication içinde, State University of New York Press, 1994.
- BARBERA, P., JOST, J. T., NAGLER, J., TUCKER, A., BONNEAU, R.**, Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber?, Psychological Science, Vol.26, 2015
- BENHABIB, Seyla**, Models of Public Space, Habermas and the Public Sphere içinde, The MIT Press, 1996, Cambridge
- BENKLER, Yochai**, The Wealth of Network: How Social Production Transforms Markets and Freedom, Yale University Press, 2006
- BERKTAY, Fatmagül**, Politikanın Çağrısı, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2012, İstanbul
- BERKTAY, Fatmagül**, Hannah Arendt: Çoğulluk Yeryüzünün Yasasıdır, Kamusal Alan içinde, Hil Yayın, 2015, İstanbul
- BİNARK, Mutlu**, Yeni Medya Çalışmaları IV. Ulusal Kongre Genel Değerlendirme ve Sonuç Bildirgesi, <https://yenimedya.wordpress.com>, 2019,
- BORA, Aksu**, Kamusal Alan Sahiden Kamusal mı?, Kamusal Alan içinde, Hil Yayın, 2015, İstanbul
- BOURDIEU, Pierre**, Eril Tahakküm (çeviren: Bediz Yılmaz), Bağlam, 2015, İstanbul
- BRUNS, Axel, MOE, Hallvard**, Twitter'da İletişimin Yapısal Katmanları (çeviren: Emre Erbatur), Twitter ve Toplum içinde, Kafka, 2016, İstanbul

- BUNZ, Mercedes**, What Will the BBC's New Social Media Editor Do?, The Guardian, 19 Kasım 2009
- CALHOUN, Craig**, Habermas and The Public Sphere, The MIT Press, 1996, Cambridge
- CARLSON, David**, The History of Online Journalism, Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism içinde, Rowman & Littlefield Publishers, 2003
- COLLEONI, E., ROZZA, A., ARVIDSSON, A.**, Echo Chamber or Public Sphere? Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data, J Commun, Vol.64, 2014
- CORNELL, R.W.**, Toplumsal Cinsiyet ve İktidar (çeviren: Cem Soydemir), Ayrıntı, 2016, İstanbul
- CORNELL, R. W., MESSERSCHMIDT, J. W.**, Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept, Gender and Society, 19(6), 2005
- ÇOMU, Tuğrul**, Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi, Yeni Medyada Nefret Söylemi içinde, Kalkedon, 2010, İstanbul
- DACHEUX, Eric**, Kamusal Alan (çeviren: Hüseyin Köse), Ayrıntı, 2012, İstanbul
- DAHLBERG, Lincoln**, Dijital Demokrasiyi Yeniden Yapılandırmak: Dört Pozisyona Dair Bir Taslak, Yeni Medya Kuramları içinde (çeviren: Esra Demirci – Gül Dilek Türk), Der Yayınları, 2018, İstanbul
- DAHLGREN, Peter**, İnternet, Kamusal Alanlar ve Siyasal İletişim: Dağılma ve Müzakere, Yeni Medya Kuramları içinde (çeviren: Mustafa Ali Minarlı), Der Yayınları, 2018, İstanbul
- DİKEÇ, Mustafa**, Siyaset Üzerine Düşünme Tarzı Olarak Mekân, Cogito 84 içinde, YKY, 2016, İstanbul
- DİKMEN, Ergin Şafak**, Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Dönüşümü: Sosyal Tv Yayıncılığı, e-GİFDER, vol.5, S.1, 2017
- DİREK, Zeynep**, Cinsel Farkın İnşası, Metis, 2018, İstanbul
- DİRİNİ, İlden**, Okur Yorumlarıyla Yeniden Yeniden Üretilen Nefret Söylemi, Yeni Medyada Nefret Söylemi içinde, Kalkedon Yayınları, 2010, İstanbul
- ELEY, Geoff**, Nations, Publics and Political Culteres: Placing Habermas In The Nineteenth Century, Habermas and the Public Sphere içinde, The MIT Press, 1996, Cambridge

- ELLISON, N. B., BOYD, D. M.**, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication* Vol. 13, 2008, s. 210–230
- ERDURAN, Y., ATAMAN, B., ÇOBAN, B., AYDIN, U.**, Profesyonel Gazetecinin Yurttaş Gazetecilikle İmtihanı, *Kafka*, 2018, İstanbul
- FERRIER, Michelle**, Attacks and Harassment The Impact on Female Journalists and Their Reporting, *International Women’s Media Foundation Report*, 2018
- FERRIER, Michelle, GARUD-PATKAR, Nisha**, Trollbusters: Fighting Online Harassment of Women Journalists, *Mediating Misogyny: Gender, Technology, and Harassment içinde*, Palgrave Macmillan, 2018
- FİDANER, Işık Barış**, Yeni Medyada Nefret Söylemi, *Kalkedon*, 2010, İstanbul
- FRASER, Nancy**, Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek: Gerçekte var Olan Demokrasinin Eleştirisine Bir Katkı, *Kamusal Alan içinde* (çeviren: Meral Özbek – Cemal Balcı), Hil Yayın, 2015, İstanbul
- FUCHS, Christian**, *Social Media: A Critical Introduction*, Sage UK, 2017
- FURMAN, Ivo, TUNÇ, Aslı**, The End of Habermassian Ideal? Political Communication on Twitter During the 2017 Turkish Constitutional Referandum, *Policy & Internet*, 2019
- GARDINER, Becky, MANSFIELD, Mahana, ANDERSON, Ian, HOLDER, Josh, LOUTER, Daan, ULMANU, Monica**, The Dark Side of Guardian Comments, *The Guardian*, 12 April, 2016
- GARNHAM, Nicholas**, *Information Society Theory As Ideology*, The Information Society Reader içinde, Routledge 2004, London
- GERBNER, George, GROSS, Larry**, Living With Television: The Violence Profile, *Journal of Communication*, S.26, 1976
- GRIPSRUD, Jostein**, *The Idea of the Public Sphere*, Lexington Books, 2010, United Kingdom
- HABERMAS, Jürgen**, The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964), *New German Critique* No:3 içinde, 1974
- HABERMAS, Jürgen**, *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü* (çeviren: Tanıl Bora – Mithat Sancar), İletişim, 2017, İstanbul
- HARMANŞAH, Rabia, NAHYA, Z. Nilüfer**, *Etnografik Hikayeler*, Metis, 2016, İstanbul

- HOHENDAHL, Peter Uwe**, The Public Sphere: Models and Boundaries, Habermas and the Public Sphere içinde, The MIT Press, 1996, Cambridge
- IRAK, Dağhan, YAZICIOĞLU**, Onur, Türkiye ve Sosyal Medya, Okyanus, 2012, İstanbul
- JANE, A. Emma**, Misogyny Online, A Short (and Brutish) History, Sage Publications, 2017, London
- KALEM BERK, Seda**, Toplumsal Cinsiyet ve Profesyoneleşme: Hukuk Mesleğinde Kadın Örneği, Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, C. 16, S.1, 2013
- KANE, G.C. & ALAVİ, M. & LABIANCA, Giuseppe & BORGATTI, Stephen**, What's different about social media networks? A framework and research agenda. MIS Quarterly. Vol.38. 2012
- KAPLAN, Andreas, HAENLEIN, Michael**, Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, Business Horizons, Vol.53., 2010
- KARADAĞ, Ahmet**, Kamusal Alan Modelleri: Çoğulcu Perspektiften Bir Değerlendirme, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt 58, S.3
- KARADUMAN, Murad**, İnternet ve Gazetecilik, Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya içinde, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, İstanbul
- KEANE, John**, Structural Formations of the Public Sphere, The Communication Review, Vol.1, No.1, 1995
- KEJANLIOĞLU, Beybin**, Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı, Kamusal Alan içinde, Hil Yayın, 2015, İstanbul
- KOLLOCK, Peter, SMITH, Marc**, Communities in Cyberspace, Routledge, 1999
- KRIJNEN, Tonny, VAN BAUWEL Sofie**, Gender and Media: Representing, Producing, Consuming, Routledge, 2015, New York
- KUYUCU, Mihalıs**, Web 2.0 Haçlı Seferleri Twitter İle Ana Akım Medyanın Erişim Savaşı, İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter içinde, Heretik Yayınları, 2015, Ankara
- LANDES, Joan, B.**, Feminism, The Public and the Private, Oxford University Press, 1998, United Kingdom
- LANGE, Patricia, G.**, Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube, Journal of Computer-Mediated Communication Vol. 13, 2008

- LASORSA, Dominic, LEWIS, Seth C., HOLTON, Avery E.**, Normalizing Twitter, *Journalism Studies* 13:1, Routledge, 2012
- LUDERS, Marika**, Conceptualizing personal media. *New Media & Society*, 10(5), 683–702, 2008
- LUDTKE, Melissa**, Let's Talk: Journalism and Social Media, *Nieman Reports* Fall 2009, Vol.63, No.3, 2009
- MANIKONDA, L., HU, Yuheng, KAMBHAMPATI, S.**, What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types, *ICWSM*, 2014
- MANTILLA, Karla**, Gendertrolling: Misogyny Adapts to New Media, *Feminist Studies* Vol. 39, No. 2, 2016
- MARTINEZ, Javier Luque**, OSCE RFoM Releases Recommendations For Countering Online Abuse of Female Journalists, *International Press Institute*, 2015.
- McCARTHY, Thomas**, Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü'nün 1989 İngilizce Baskısına Giriş, *Kamusal Alan içinde* (çeviren: Meral Özbek), Hil Yayın, 2015, İstanbul
- McNAIR, Brian**, *An Introduction To Political Communication*, Routledge UK, 2011
- MOLONEY, Mairead Eastin, LOVE, Tony**, Assessing Online Misogyny: (Council of Europe, 2016) (Council of Europe, 2016) (Council of Europe, 2016) Perspectives From Sociology and Feminist Media Studies, *Sociology Compass*, Vol.12, i.5, 2018
- NADİM, Marian, FLADMOE, Audun**, Silencing Women? Gender and Online Harassment, *Social Science Computer Review*, July 2019
- NETCHHITAILOVA, Ekaterina**, Flâneur, Aylak ve Empatik İşçi, *Yeni Medya Kuramları içinde* (çeviren: Filiz Aydoğan), Der Yayınları, 2018, İstanbul
- NEUBERGER, Christoph, HOFÉ, Hanna Jo vom, NEUERBERGK, Christian**, Profesyonel Gazetecilerin Twitter Kullanımı: Almanya'da Bir Haber Odası Anketi Sonuçları, *Twitter ve Toplum içinde* (çeviren: Emre Erbatır), Kafka, 2016, İstanbul
- NEWMAN Nic, FLETCHER Richard, KALOGEROPOULOS, Antonis. LEVY, David. A.L., NIELSEN, Rasmus Kleis**, *Reuters Institute Digital News Report 2018*, Reuters Institute/University of Oxford, 2018
- O'BRIEN, Jodi**, *Writing in The Body: Gender (Re)Production in Online Interaction, Communities in Cyberspace içinde*, Routledge, 1999

- O'REILLY, Tim**, What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, Published in: International Journal of Digital Economics No. 65, 2007
- ÖZBEK, Meral**, Kamusal Alan, Hil Yayın, 2015, İstanbul
- ÖZGEN, Murat**, İnternet ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliği, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 0 (10), 2012
- PAPACHARISSI, Zizi**, The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere, New Media Society, Vol:4, 2002,
- PATEMAN, Carol**, Cinsel Sözleşme (çeviren: Zeynep Alpar), Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2011, İstanbul
- PICARD, Robert**, Blogs, Tweets, Social Media, and the News Business, Nieman Reports Fall 2009, Vol.63, No.3, 2009
- PILLINGER, Jane**, Çalışma Yaşamında Kadınlara Yönelik Şiddet ve Tacizle Mücadele El Kitabı, 2019
- POSTONE, Moishe**, Political Theory and Historical Analysis, Habermas and the Public Sphere içinde, The MIT Press, 1996, Cambridge
- RAKOW, Lana F., WACKWITZ Laura A.**, Feminist Communication Theory, Sage Publication, 2004
- REVENTLOW, Nani Jansen**, Online Harassment of Women Journalists and International Law: Not "Just" a Gender Issue, But a Threat to Democracy, Medium/Berkman Klein Center koleksiyonu, 2017
- ROSS, Karen**, Gendered Media: Women, Men and Identity Politics, Rowman&Littlefield Publishers, 2009
- SAGAERT, Claudine**, Kadın Çirkinliğinin Tarihi (çeviren:Serdar Kenç), Maya Kitap, 2017, İstanbul
- SANTANA, Arthur**, Online Readers' Comments Represent New Opinion (Council of Europe, 2016)Pipeline, Newspaper Research Journal, S.32 (2), 2011
- SAVUT, Emre**, Kültür Endüstrisi: Kamusal Alanın Tüketimi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı 23, 2016
- SCHMIDT, Jan-Hinrik**, Twitter ve Kişisel Kamuların Doğuşu, Twitter ve Toplum içinde (çeviren: Emre Erbatur), Kafka, 2016, İstanbul

- SHIRKY, Clay**, Sosyal Medyanın Politik Gücü: Teknoloji, Kamusal Alan ve Politik Değişim, Yeni Medya Kuramları içinde (çeviren: Eyüp Al), Der Yayınları, 2018, İstanbul
- SHIRKY, Clay**, The Political Power Of Social Media, Foreign Affairs içinde, January/February 2011
- SIAPERA, Eugenia**, Gazeteciliğin İkilemleri: Profesyonel Gazetecilik ve Medyanın Sürdürülebilirliğinin İnternet ile İmtihanı, Tehlike Altına Gazetecilik içinde (çeviren: Defne Orhun), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2016, İstanbul
- SINGER, Jane, ASHMAN, Ian**, Comment is Free, But Facts Are Sacred: User Generated Content and Ethical Constructs In The Guardian, Journal of Media Mass Media Ethics, S. 24, 2005
- STASSEN, W.**, Your News in 140 Characters: Exploring the Role of Social Media in Journalism, Global Media Journal African Edition, Vol.4, 2010
- STEVENSON, Nicholas**, Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi (çeviren: Göze Orhon – Barış Engin Aksoy), Ütopya, 2008, Ankara
- SÜTÇÜ, Cem, BAYRAKÇI, Serkan**, Sosyal Medya Gazeteleri Nasıl Etkiliyor: Haberlerin Twitter’da Yayılması Üzerine Bir Araştırma, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, April 2014, Vol.4 S.2, 2014
- TAHAOĞLU, Çiçek**, Medyanın Künyesi: Kaç Kadın, Kaç Erkek?, bianet, 2014,
- TOFFLER, Alvin**, Üçüncü Dalga (çeviren: Ali Seden), Altın Kitaplar, 1981, İstanbul
- TROMEL-PLOTZ, Senta**, Gewalt Durch Sprache, Fischer Taschenbuch Verlag, 1984, Frankfurt am Main
- TUCHMAN, Gaye**, Media- Gender- Niche, Media Disparity: A Gender Battleground içinde, Lexington Books, 2013
- TUNCER, Selda**, Women And Public Space In Turkey: Gender, Modernity and The Urban Experience, I.B. Tauris, 2018, London
- VAN DIJK, Jan**, Ağ Toplumu (çeviren: Özlem Sakin), Kafka, 2018, İstanbul
- VAN ZOONEN, Liesbet**, Rethinking Women and News, European Journal of Communication, S.3, 1988
- VAN ZOONEN, Liesbet**, Gendering the Internet, European Journal of Communication, Vol.17, 2002

VICKERY, Jacqueline Ryan, EVERBACH, Tracy, The Persistence of Misogyny: From the Streets, to Our Screens, to the White House, Mediating Misogyny içinde, Palgrave Macmillan, 2018

WEINTRAUB, Jeff, Public and Private in Thought and Practice: Perspectives on a Grand Dichotomy, University of Chicago Press, 1997, Chicago

WELLER, Katrin, BRUNS, Axel, BURGESS Jean, MAHRT, Merja, PUSCHMANN, Cornelius, Twitter ve Toplum, Kafka, 2016, İstanbul

YÜKSELBABA, Ülker, Kamusal Alan Modelleri ve Bu Modellerin Bağlıları, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, Vol. 66, 2008

İNTERNET KAYNAKLARI

About Twitter, <https://about.twitter.com/tr/company.html>, erişim tarihi 27 Aralık 2020

Al Jazeera, Trolls, Threats: Online Harassment of Female Journalists, <https://www.youtube.com/watch?v=oTNiOZjWAFg>, erişim tarihi 27 Aralık 2020.

BBC, Facebook Buys Instagram Photo Sharing Network for \$1bn, <https://www.bbc.com/news/technology-17658264>, erişim tarihi 3 Ocak 2020

Bianet.org, Kadın Gazetecilerin Üçte İki Sanal Cinsiyetçi Saldırıya Uğruyor, <https://bianet.org/bianet/medya/204347-kadin-gazetecilerin-ucte-ikisi-sanal-cinsiyetci-saldiriya-ugruyor>, erişim tarihi 1 Mart 2020.

Council of Europe, Recommendation CM/Rec(2016)4[1], https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016806415d9#_ftn1, erişim tarihi 27 Aralık 2020.

Developer Twitter, <https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-for-websites/supported-languages>, erişim tarihi 27 Aralık 2020

Digital 2019 Turkey, <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01>, erişim tarihi 27 Aralık 2020

Facebook Topluluk Kuralları, https://www.facebook.com/communitystandards/objectionable_content, erişim tarihi 1 Şubat 2021

Hubspot, The Ultimate List of Instagram Stats (2019), <https://blog.hubspot.com/marketing/instagram-stats>, erişim tarihi 27 Aralık 2020.

- IFJ.org**, IFJ global survey shows massive impact of online abuse on women journalists, <https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/article/ifj-global-survey-shows-massive-impact-of-online-abuse-on-women-journalists.html>, erişim tarihi 1 Mart 2020.
- Instagram**, About Us, <https://www.instagram.com/about/us/>, erişim tarihi 27 Aralık 2020.
- IPI Media**, ‘Go Die, You Whore’: Five Female Austrian Journalists on Online Abuse, <https://ipi.media/go-die-you-whore-five-female-austrian-journalists-on-online-abuse/>, erişim tarihi 1 Mart 2020.
- IWMF.org**, Attacks and Harassment The Impact on Female Journalists and Their Reporting, <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2018/09/Attacks-and-Harassment.pdf>, erişim tarihi 2 Mart 2020.
- IWMF Annual Report 2011-2012**, <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2018/04/IWMF-2011-12-Annual-Report.pdf>, erişim tarihi 29 Şubat 2020.
- Justia**, US Supreme Court, Reno v. American Civil Liberties Union, <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/521/844/>, erişim tarihi 21 Aralık 2019.
- Media Ownership Monitor Türkiye**, <https://turkey.mom-rsf.org/tr.>, erişim tarihi 27 Aralık 2020.
- OSCE**, New Challenges to Freedom of Expression: Countering Online Abuse of Female Journalists, <https://www.osce.org/files/f/documents/c/3/220411.pdf>, erişim tarihi 27 Aralık 2020.
- Omnicores**, Twitter by Numbers, <https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/>, erişim tarihi 22 Aralık 2019.
- Statista**, Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 1st quarter 2019, <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/> erişim tarihi 27 Aralık 2020.
- TGS.org**, Gazeteci Kadınların Yaşadığı Cinsiyet Ayrımcılığı ve Şiddet Araştırması, <https://tgs.org.tr/gazeteci-kadinlarin-yasadigi-cinsiyet-ayrimciligi-ve-siddet-arastirmasi/>, erişim tarihi 29 Şubat 2020.
- W3.org**, Tim Berners-Lee Biography, <https://www.w3.org/People/Berners-Lee/> erişim tarihi 22 Aralık 2019