

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

ÖZET

ÖZGECAN ASLAN CİNAYETİ: TWİTTER ÜZERİNDEN ELEŞTİREL BİR OKUMA

Duygu KEÇELİ

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz, 2018

Danışman: Doç. Dr. Haluk BİRSEN

Yeni medyanın, gündelik yaşamda etkisini artırmasıyla birlikte gündemi takip etmek için en çok tercih edilen mecra olduğu görülmektedir. Eğlence, eğitim, iletişim, ülke ve dünya gündeminden haberdar olma gibi çeşitli nedenlerle kullanılan internet, sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle farklı bir boyut kazanmıştır. İnternette önce kitlesel bir iletişim süreci izleyen medya, internetle beraber okuyucu/izleyici/dinleyicileriyle karşılıklı bir etkileşim sürecine girmiştir. Eskiden sadece “haberdar olan”, “haberi tüketen” olan vatandaş, sosyal medyada “haberdar eden”, “haberi üreten” konumuna da geçmiştir. Medya içeriklerinde kaynak olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Bu çalışmada, Özgecan Aslan cinayeti üzerinden Türkiye’de kadına bakış sosyo-ekonomik, kültürel ve politik olarak incelenmiş, Türkiye’de kadın politikalarıyla ilişkisi ortaya konuşmaya çalışılmıştır. Araştırma alanını ise yeni medya oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda Türkiye’de kadına şiddet ve kadın cinayetlerinin farklı politikalar altında değerlendirildiği saptanmıştır. Yeni toplumsal hareketler bağlamında dijital aktivizmin, ortak bir konuyla ilgili toplumun genel kanısını değiştirme ve davranışlarda değişiklik yaratmada etkisinin olmadığı gözlemlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Toplumsal cinsiyet, kadın cinayetleri, Türkiye’de yeni medya, dijital aktivizm,

ABSTRACT

MURDER OF ÖZGEÇAN ASLAN: A CRITICAL READING

Duygu KEÇELİ

Department of Journalism

Anadolu University, Graduate School of Social Science, July, 2018

Supervisor: Doç. Dr. Haluk BİRSEN

New media is seen as most preferred medium as it lifts its effectiveness on daily life. Internet is used for pleasure, education, to be aware of country and world's agenda and it took on another dimension by social media. Before internet, media was mass, but with internet a new communication course which media is in interaction with reader/audience/listener has arisen. Citizen who was just "be informed", "consume news", became "to inform", "produce news" in social media. Furthermore, they are started to use as source in media contents. In this research, aspect about women in Turkey is analyzed by socio-economically, culturally and politically via murder of Özgecan Aslan. The research area is constituted by new media. It has been observed from the research that violence and femicides are utilized under different policies. Digital activism as part of new social movements is not effective to change common idea and modify behaviour.

Keywords: Gender, femicides, new media in Turkey, digital activism

....../....../20....

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

..... (İmza)

..... (Öğrencinin Adı Soyadı)

İÇİNDEKİLER

Sayfa

KAPAK.....	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	ix
GÖRSELLER LİSTESİ.....	x
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem	1
1.2. Amaç	4
1.3. Önem	4
1.4. Sınırlılıklar	5
1.5. Yöntem	5
1.5.1. İdeolojinin söylemde önemi	6
1.5.2. İdeolojik söylem yapıları.....	8
1.5.3. Dilde temsil ve anlamın oluşturulması	9
2. AĞ TOPLUMU	11
2.1. Ağ Toplumu Ve Medya.....	14
2.2. Ağ Toplumu İle Gelen Sosyal Değişim	15
2.3. Ağ Toplumunda Bireyselleşme	16
2.4. İnternet Nedir?.....	18
2.5. İnternetin Özellikleri.....	19
3. SOSYAL AĞ SİTELERİ.....	21
3.1. İletişimin Yapısal Dönüşümünde Sosyal Ağ Sitelerinin Etkisi.....	23
3.2. Sosyal Ağ Siteleri Ve Kişilerarası İletişim.....	25
3.3. Kitlel Amatörleşme	26
4. İNTERNET GAZETECİLİĞİ VE ETİĞİ.....	27
4.1. İnternet Gazeteciliği Nedir?	27
4.2. Dijital Zamanda Haber Yapma Pratikleri	31
4.3. Medya Etiği İlkeleri.....	33

4.4. Yeni Medyada Gazetecilik Etiği.....	35
5. DİJİTAL AKTİVİZM.....	38
5.1. Dijital Aktivizm Nedir?.....	38
5.2. Dijital Aktivizm Tek Başına Yeterli Mi?.....	41
5.3. Dijital Çağda Aktivizm	42
5.3.1. Arap Baharı.....	43
5.3.1.1. Her şeyin başladığı yer: Tunus.....	43
5.3.1.2. Mısır Devrimi.....	44
5.3.1.3. Diğer Arap isyanları.....	46
5.3.2. “Occupy Wall Street”	47
5.3.3. Gezi Parkı Eylemleri.....	49
6. TOPLUMSAL CİNSİYET	50
6.1. Toplumsal Cinsiyet Nedir?.....	50
6.2. Toplumsal Cinsiyet Ve Din.....	54
6.3. Toplumda “Kadın” Olmak	58
7. ÖZGEÇAN ASLAN CİNAYETİ VE CİNAYETİN SOSYAL MEDYADA YANSIMALARI.....	63
7.1. Özgecan Aslan Cinayeti.....	63
7.2. Sosyal Medyada “Özgecan Aslan” Kampanyaları.....	64
8. BULGULAR VE ANALİZ	69
8.1. Konuşan Kim?	70
8.2. Ne Diyor?	73
8.2.1. Eril söylemde kadın: “kurban”	74
8.2.2. Toplumun vicdanı özgecan	75
8.2.3. Bütün minibüs şoförleri tecavüzcüdür	78
8.2.4. “Oğluna adam olmayı öğret”	79
8.2.5. Sosyo-kültürel bir sorun olan tecavüz ve kadın cinayetlerine çözüm önerileri	85
8.2.5.1. “İdam geri gelsin!”.....	86
8.2.5.2. “Kısasa kısas”.....	89
8.2.5.3. “13 yıldan daha fazla ceza alsın!”.....	90
8.2.5.4. “Bırakın adaleti halk sağlasın!”.....	93
8.2.6. Toplumsal cinsiyet safsataları.....	94

8.2.7. Özgecan Aslan cinayeti üzerinden sisteme getirilen eleştiriler.....	97
9. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	101
KAYNAKÇA	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 4.1. Gazete ve Dergilerin Yıllara Göre Sayısı, 2012-2016.....	38
Tablo 8.1. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Atanların Cinsiyet Dağılımı.....	75
Tablo 8.2. Özgecan Aslan ile İlgili Atılan Tweetlerin Konu Dağılımı.....	78
Tablo 8.3. Tweetlerde Kullanılan Toplumsal Cinsiyet Kategorileri.....	85
Tablo 8.4. Özgecan Aslan Cinayetiyle İlgili Hukuk Bağlamında Atılan Tweetlerin Dağılımı.....	90

GÖRSELLER LİSTESİ

Sayfa

Görsel 4.1. Ölümün Gölgesi Vadisi, Roger Fenton 1855.....	45
Görsel 4.2. Fransa Sahillerinde Çekilen, Körfez Savaşı İçin Kullanılan “Karabatak” Fotoğrafı.....	45
Görsel 7.1. Felipe Melo’nun Özgecan Aslan ile İlgili Tweeti.....	74
Görsel 7.2. Özgecan Aslan İçin Ünlülerden Protesto	74
Görsel 7.3. #SendeAnlat Etkiketi İstatistiksel Verileri	75
Görsel 8.1. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği	78
Görsel 8.2. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği	78
Görsel 8.3. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği	79
Görsel 8.4. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	79
Görsel 8.5. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	80
Görsel 8.6. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	81
Görsel 8.7. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	81
Görsel 8.8. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	84
Görsel 8.9. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	84
Görsel 8.10. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	84
Görsel 8.11. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	84
Görsel 8.12. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	84
Görsel 8.13. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	85
Görsel 8.14. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	85
Görsel 8.15. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	86
Görsel 8.16. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	87
Görsel 8.17. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	88
Görsel 8.18. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	88
Görsel 8.19. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	89
Görsel 8.20. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	89
Görsel 8.21. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	89
Görsel 8.22. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	89
Görsel 8.23. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	90
Görsel 8.24. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	91
Görsel 8.25. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	91
Görsel 8.26. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	94
Görsel 8.27. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	95
Görsel 8.28. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	95
Görsel 8.29. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	95
Görsel 8.30. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	96
Görsel 8.31. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	96
Görsel 8.32. Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	96

Görsel 8.33.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	97
Görsel 8.34.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	97
Görsel 8.35.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	97
Görsel 8.36.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	97
Görsel 8.37.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	98
Görsel 8.38.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	98
Görsel 8.39.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	98
Görsel 8.40.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	99
Görsel 8.41.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	99
Görsel 8.42.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	99
Görsel 8.43.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	100
Görsel 8.44.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	100
Görsel 8.45.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	100
Görsel 8.46.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	101
Görsel 8.47.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	101
Görsel 8.48.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	102
Görsel 8.49.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	103
Görsel 8.50.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	104
Görsel 8.51.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	105
Görsel 8.52.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	105
Görsel 8.53.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	106
Görsel 8.54.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	107
Görsel 8.55.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	107
Görsel 8.56.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	108
Görsel 8.57.	Özgecan Aslan ile İlgili Tweet Örneği.....	108

1. GİRİŞ

1.1. Problem

İnternet ve bilişime dayalı gelişmeler, yeni iletişim araç ve olanakları, elektronik alt yapının yaygınlaşması ve çıkabilecek yeni teknolojiler, iletişim araçlarının ve ana akım medyanın egemen yapısını değiştirmektedir. Günlük tüketilen medya içeriklerinin büyük bir bölümü halen gazete, dergi, radyo, televizyon, sinema gibi geleneksel medya araçları üzerinden gerçekleşiyormuş gibi görünse de içerik tüketim eğilimi dijital alanlara ve internet tabanlı iletişim ortamlarına kaymaktadır. İçerik üreticiler ve tüketiciler, teknolojinin hızlı ve değişken ilerlemesi göz önünde bulundurulduğunda, internet tabanlı iletişim ortamlarında daha fazla yer almaktadırlar. Kitle medyasının da zirve yaptığı son dönem ile birlikte daha teknolojik, daha internet tabanlı, yeni iletişim ve medya uygulamaları ortaya çıkmaktadır.

1990'lı yılların ortalarından itibaren elektronik iletişim ağlarının ortaya çıkması iletişimi yeni boyutlara taşımış, 2000'li yıllarda bu ağların hızlı yayılımları ile önemli dönüşümler yaşanmıştır. Elektronik sosyal ağların yaygınlaşmasıyla birlikte dijital aktivizmde yeni bir döneme girilmiş ve yeni aktivizm pratikleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu bağlamda Web 1.0'ın tartışma forumları, e-posta zincirleri, web sitesi, sohbet programları Web 2.0'la yerini gelişmiş dijital aktivizme bırakmıştır.

Web 1.0'dan Web 2.0'a geçiş ile, kitleler sosyal ağ siteleri yoluyla iletişim kurmaya başlamış, bireylerin yanında kurum ve sektörlerin de katılımıyla küresel ölçekte, çok yönlü kolektif paylaşımlar tüm dünya kültürleri üzerinde görülmeye başlamıştır. Günümüzde sosyal ağ siteleri herkes hem içerik üretici hem de tüketici konumundadır. Bu yönüyle geleneksel medyaya alternatif olarak duran sosyal ağ siteleri, oluşturduğu dili, toplulukları ve iletişime getirdiği yeni boyutlar ile dünya çapında kolektif bir güç ortaya koymaktadır.

Artık, geleneksel iletişim araçlarından daha hızlı, daha kişisel ve aynı zamanda daha kitlesel yeni bir iletişim ortamı vardır. Bu yeni iletişim ortamının diğerlerinden farkı, tüm içerikleri tüm ortamlarda daha hızlı gönderme, birleştirme ve dağıtma yeteneğine sahip olmasından kaynaklanmaktadır ve yaşanan dünyayı

değiştirmektedir (Bilgili ve Şener, 2013, s.5-6). Bu yeni iletişim ortamı aynı zamanda, içerik üretimiyle ilgili egemen ilişkilerini yeni piyasa düzeninde güç alanları oluşturma bakımından merkezileştiren, devlet, sivil yaşam ve bireyin tüm yetkinlik ve otorite alanlarını sarsmaktadır.

Sosyal ağ siteleri ve buna kaynaklık eden yeni iletişim teknolojileri, egemen sosyal, kültürel ve siyasal yapıları değiştirmekte, toplumun devlet, siyaset ve ekonomi temelli örgütsel alanlarında güç merkezinin oluşumunu sağlayan içerik üreticilerin temelleri hasar almakta, yaşam biçimleri kökten etkilenmektedir (Bilgili ve Şener, 2013, s. 5-6). Yeni medya yeni bir toplumsal yaşam alanı yaratmıştır. Buna bağlı olarak siyasal söylemler ile buna dayanan siyaset kurumları da yeni medya bağlamında yeniden inşa edilmeye başlanmıştır. Bu değişimin nedeni yeni medyanın içerik, içerik üreticiler ve tüketiciler üzerindeki etkisiyle devletin ideoloji ve baskı aygıtlarının birey ve toplum üzerindeki etki alanlarını kırmasıdır. Günümüz toplumlarında yaşanan medya tüketim alışkanlıkları ve kitle iletişim endüstrisindeki değişiklikler kuşkusuz toplum üzerinde büyük etkiye sahiptir. Bunun yanı sıra toplumların politik gelişimi de yeni iletişim araçlarını geliştirerek dönüştürmektedir. Kitle iletişim alanına ilişkin gelişimi saptamak, aynı zamanda toplumsal dönüşümü de anlamayı zorunlu kılmaktadır (Bilgili ve Şener, 2013, s.5-6). Bu bağlamda toplumsal dönüşümü anlamlandırmada bireyin yeni iletişim araçlarıyla özgürlük kazandığı kadar yalnızlaştığı ve toplumu bütünleştirici değerlerin yıkıldığı gibi olumlu ve olumsuz etkiler üzerine vurgu yapılmaktadır.

Sosyal medyanın yurttaşların muhalif tavırlarını, gözlemlerini ve seslerini duyurabilecekleri çok yönlü bir iletişime fırsat vermesi bağlamında sosyal medyanın yükselişiyle birlikte internetin demokratikleştirici işlevi üzerine ön plana çıkmaktadır. İletişim teknolojilerinin “devrimci” potansiyeli üzerine tartışmalar, yeni olmamakla birlikte, Arap Baharı ve Wall Street’i İşgal Et gibi küresel çapta etki yaratan güncel sosyal hareketlenmelerle kamuoyunun gündemine yeniden oturmuştur. Dijital aktivizmin ilk örnekleri Manuel Castells’in “ilk enformasyonel gerilla hareketi” olarak nitelendirdiği ve Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA)’nın yürürlüğe girdiği 1 Ocak 1994’te Meksika Hükümeti’ne başkaldıran EZLN (Zapatista Ulusal Kurtuluş Ordusu) hareketinin mücadelesini dünyaya duyurmak için interneti alternatif bir iletişim ağı olarak kullanmıştır (Şener, 2013, s. 253). O zamandan bugüne kadar geçen zamanda dünya üzerinde birçok sosyal

hareket haberleşme, örgütlenme ve eylem amacıyla yeni medyayı öncelikli ya da önemli araçlardan biri olarak kullanmıştır.

Sosyal ağ siteleri toplumların kolektif mücadelesinin en yeni mekanıdır. Sosyal ağlarda kolektif dayanışmada herkes kendi bilgi ve becerisini paylaşarak çözüm bulmaya çalışılmakta ve bir anlamda imece usulü toplumsal dayanışma uygulanmaktadır. Dahlgren'e göre sosyal medya; toplumsal içerme, grup tarafından tanınma ve çoğulcu katılımın yanı sıra siyasi konuşma ve uğraşlar için yeni bir mekân oluşturmaktadır (Dahlgren, 2009'dan aktaran Cottle, 2011, s. 651). Sosyal medya sokaktan farklı olarak gerek gerçek gerekse de sanal kimlikleriyle var olan kullanıcıların mücadelede kendilerini daha "korkusuz" bir şekilde var etmelerine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda sosyal medyadaki kolektif mücadeleler tüm kullanıcılar tarafından birlikte üretilmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medyada sokakta bir araya gelip beraber slogan atan, omuz omuza direnen topluluklardan farklı olarak başka türlü bir kolektif ruh hâkimdir, kişiler birbirine organik bir bağ ile değil sanal olarak bağlıdır (Anderson'dan aktaran Şener, 2013, s. 255).

Toplumsal olaylarda ve sorunlarda vatandaşlar tepkilerini sosyal ağlarda hızlı bir şekilde dile getirmektedirler. Sosyal ağ sitelerindeki bu tepkiler ve örgütlenmeler olayların gidişatını da önemli ölçüde etkilemektedir. Bu bağlamda sosyal ağ sitelerinin anıdalık, küresellik ve etkileşimlilik gibi özellikleri toplumsal olayların daha çabuk ve etkili bir biçimde oluşmasına, gelişmesine ve yayılmasına neden olmaktadır.

Türkiye'de; Gezi Parkı Olayları, Soma Maden Faciası ve Özgecan Aslan Cinayeti gibi toplum gündeminde geniş yer bulan olaylar, geleneksel medyada yer almasının yanı sıra özellikle sosyal ağ siteleri üzerinden tartışılmış, haber olarak yer almış ve gündem haline gelmiştir. Bunun yanı sıra geleneksel medyadan sosyal ağ siteleri gündemine giren bu olaylar, sosyal ağ siteleri aracılığı ile geleneksel medyada farklı yönleri ile haber olarak yer almıştır.

Özgecan Aslan, Mersin'in Tarsus ilçesinde 11 Şubat 2015'te tecavüz girişimine direndiği için minibüste öldürülen üniversite öğrencisidir. Özgecan Aslan cinayetinin ortaya çıkması, Türkiye'de kadın cinayetleri ve kadının Türk toplumundaki yerini ve beraberinde tartışmaları gündeme taşımıştır. Olay, geleneksel medyadan sosyal medyaya taşınmış ardından sosyal medya olayla ilgili

geleneksel medyayı yönlendirir hale gelmiştir. Özgecan Aslan cinayetinin ardından, tacize uğrayanların Twitter’da itiraflarda bulunması, cinayete ayrı bir boyut ve farkındalık yaratma misyonu kazandırmıştır. Özgecan Aslan cinayeti örnekleminde, Twitter’da yapılan yorumların, Türkiye’de kadına bakışı ve izlenen kadın politikalarını nasıl yansıttığı bu çalışmanın problemini oluşturmaktadır.

1.2. Amaç

Bu araştırmanın amacı Özgecan Aslan cinayeti üzerinden Türkiye’de kadına bakışı sosyo-ekonomik, dinsel, kültürel ve politik olarak incelemek, Türkiye’de kadın politikalarıyla ilgili durumu ortaya koymaktır. Bu bağlamda şu alt sorulara yanıt aranmıştır:

1. Sosyal ağlarda cinayete yönelik nasıl bir söylem üretilmiştir?
2. Sosyal ağ sitelerindeki toplumsal cinsiyet söylemleri başat toplumsal cinsiyet söylemleriyle ilişkili midir?
3. Sosyal medya söyleminde “kadınlık” nasıl inşa edilmiştir?
4. Sosyal medya söyleminde “erkeklik” nasıl inşa edilmiştir?
5. Özgecan Aslan cinayetinin din bağlamı söylemde nasıl kurulmuştur?
6. Özgecan Aslan cinayetinin kültür bağlamı söylemde nasıl kurulmuştur?
7. Özgecan Aslan cinayetinin hukuk bağlamı söylemde nasıl kurulmuştur?
8. Cinayetin sosyal medya üzerinden tartışılması kadın politikalarında bir değişimi beraberinde getirmiş midir?

1.3. Önem

Sosyal ağ siteleri, günümüzde kişiler arası iletişimin ötesinde, haberdar olma anlamında da önemli bir mecradır. Kişiler, gündemden haberdar olmada artık sadece televizyon, radyo, gazete gibi geleneksel medyayı değil, sosyal ağ sitelerini de kullanmaktadır. Sosyal ağ sitelerinde içerik üreticilerin, bizzat kullanıcıların, kişilerin kendilerinin olması ise sosyal medyanın yurttaş gazeteciliği bağlamındaki önemini göstermektedir. Yurttaş gazeteciliği bağlamında, sosyal ağ siteleri günümüz geleneksel medyasından daha güvenilir bir mecra olarak da görülebilmekte, bu nedenle çoğu zaman ilk haber kaynağı olarak tercih edilmektedir.

Kişilerin, haber içeriklerini hem aldıkları hem de paylaştıkları alanlar haline gelen yeni sosyal ağlar, geleneksel medyayı içerik bağlamında da etkilemektedir. Sosyal ağ siteleri kullanıcılarının haberleri paylaşırken dönüştürmeleri ve yeniden üretmeleri haber içeriklerine yeni bir boyut kazanmaktadır. Bu çalışma, sosyal medyanın toplumsal ideolojileri belirleme ve toplumda hâkim ideolojiyi temsil etmesi açısından önem taşımaktadır. Toplumun, gündemi takip etmede birincil kaynak olarak sosyal medyayı ve sosyal medya kullanıcılarının paylaşımlarını tercih etmesi de çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Çalışma kapsamında bu etkinin nasıl olduğunun ortaya koyulması da çalışmanın önemine katkı sağlamaktadır.

1.4. Sınırlılıklar

Çalışma, Türkiye’de sosyal medyada “kadın”ın politik, sosyo-ekonomik ve kültürel olarak nasıl temsil edildiğini “Özgecan Aslan Cinayeti” çerçevesinde ele almaktadır. Bu bağlamda çalışmanın zaman sınırlılığını, “Özgecan Aslan Cinayeti”nin gerçekleştiği tarih ve onu takip eden iki hafta olmak üzere 11 Şubat 2015 – 25 Şubat 2015 oluşturmaktadır. Çalışmanın alan sınırlılığını ise sosyal medyada mikro blog sitesi Twitter oluşturmaktadır.

1.5. Yöntem

Çalışma, 6369 tweet üzerinden yapılmıştır. Bu çalışmada Özgecan Aslan cinayetinin Twitter’da ele alınışı, söylem analiziyle incelenmiştir. Söylem analizi, Teun Van Dijk ve Norman Fairclough’ın söylem analiziyle ilgili teorilerinden yola çıkılarak yapılmıştır. Söylem analizini sayısal verilerle destelemek amacıyla nicel içerik analizine başvurulmuştur.

İçerik analizi, verilerin objektif, sistematik ve niceliksel tanımlarını yapan araştırma tekniğidir (Berelson, 1952, s. 17). İçerik analizi, belirli temalar, kategoriler oluşturarak verilerin, formüle edilmiş kurallar bağlamında sınıflandırılması, anlamlı analizinin yapılmasıdır.

İçerik analizi yönteminden yararlanılarak temalar oluşturulmuş, tweetler bu temalar doğrultusunda analiz edilmiş ve söylem çözümlemesi yoluyla incelenmiştir. Çalışmanın amacı Türkiye’de “kadın” temsilini ortaya koymak ve

kadın politikalarıyla ilişkisini irdelemektir. Bu bağlamda yöntemde de bulgular analiz edilirken kadınlık ve erkeklik temsilleri din, sosyo-ekonomi, kültür ve politik kategorileştirmeye ele alınmıştır.

Çalışmada, Twitter’da Özgecan Aslan cinayeti ile ilgili atılan tweetlerde var olan toplumsal cinsiyet ilişkileri incelenmiştir. Metin analizinde eleştirel söylem çözümlemelerinden yola çıkılmıştır. Çalışmada, eleştirel söylem çalışmaları bağlamında tweetlerdeki aktörlere ve tweetlerin neyi ön plana çıkarıldığına, bağlam/artalan bilgilerine, sözcük seçimlerine ve cümle yapılarına odaklanılmıştır.

Tweetler; karşıtlıklar, söylem biçimleri ve usamlamalardan yararlanarak değerlendirilmeye çalışılmıştır. Tweetlerde başat olarak görülen konular kategorileştirilerek toplumsal cinsiyet, dinsel ve kültürel öğretiler, politika ve hukuk sistemi temaları belirlenmiş, analiz bu başlıklar altında yapılmıştır. Araştırmada sayısal verilere metin çözümlemesini desteklemek amacıyla başvurulmuştur.

1.5.1. İdeolojinin söylemde önemi

Van Dijk ideolojiyi tanımlarken onun fikirlerle, özellikle de bir toplumsal grubun veya hareketin paylaştığı toplumsal, siyasi ve dini düşüncelerle ilgili olduğunu belirtmektedir (Van Dijk, 2015, s. 15). Dolayısıyla ideolojiler, bir grubun üyelerinin köklü inançları olarak anlaşılabilir. Komünizm, liberalizm, feminizm, faşizm, militarizm gibi birçok farklı ideolojiden bahsetmek mümkündür. Bir fikri ideoloji olarak adlandırmak için o fikrin toplumun geneli tarafından benimsenmesi gerekmemektedir. Önemli olan toplumsal bir grup tarafından paylaşılan ortak fikirdir.

İdeolojinin farklı tanımları olduğu gibi ideolojiye farklı yaklaşımlar da vardır. Marx’ın “yanlış bilinç” olarak ele aldığı ideoloji bir olumsuz yaklaşım örneğidir. Marx ideolojinin bir yanlış bilinç olduğunu, popüler ancak yanıltıcı inançların statükoyu meşrulaştırmak ve işçilerin gerçek sosyo-ekonomik durumlarını gizlemek için yöneten sınıf tarafından aşılana düşünceler sistemi olduğunu söylemektedir (Van Dijk, 2015, s. 16).

İdeolojilerden etkilenen ve ideolojilerin ortaya çıktığı alanlardan biri de toplumsal pratiklerden biri olan dil kullanımı ve söylemdir. Söylemimiz dünyaya

ne taraftan baktığımızı, hangi ideoloji bağlamında konuştuğumuzu ortaya koymaktadır. İdeolojik fikirler öncelikle aileden, akranlardan, içinde bulunduğumuz sosyal çevreden ve o toplumsal grubun üyelerinden öğrenilmektedir. Daha sonra ise televizyon, okulda okutulan kitaplar, reklamlar, gazeteler, romanlar, iş arkadaşlarıyla yapılan görüşmelerden öğrenilmektedir. İdeolojik fikirler söylem ile birlikte ifade edilmekte, söyleme gizlenerek topluma verilebilmekte ve toplumda yeniden üretilmektedir.

İdeolojiler, toplumsal yapı içerisinde kişilere aktarılmaktadır. Burada sosyo-kültürel bilgi kişinin öznel deneyim ve inançlarıyla toplumsal grup içindeki inançların kesişimini Van Dijk şöyle açıklamaktadır:

“İnsanlar yalnızca kişisel deneyimleriyle ilgili kişisel inançlara sahip olmakla kalmazlar, aynı zamanda aynı grubun diğer üyeleri ya da hatta tüm toplum veya kültürdeki diğer insanlar gibi başka insanlarla da daha genel inançları paylaşırlar. Sosyo-kültürel bilğimiz belki de bu tür paylaşılan inançların en önemlisidir: dünyanın ve günlük yaşamlarımızın tüm yönleri hakkında çok sayıda bilgiyi paylaşmaksızın ne birbirimizi anlayabilir ne de birbirimizle konuşabilir ya da etkileşimde bulunabiliriz. İnsanoğlu böylece doğumdan ölüme kadar kendi dilleri ve etkileşim yöntemlerinden başlayarak etkileştikleri insanlar ve gruplar, çevrelerindeki nesneler, toplumun kurumları ve daha sonra da çoğunlukla kitle iletişim araçlarının çeşitli biçimleri veya eğitsel söylem sayesinde dünyanın geri kalanı hakkında devasa boyutlarda bilgi edinir. Biz de bu toplumsal olarak paylaşılan inançların toplumsal bellek denilebilecek şeyi oluşturduğunu ve sosyo-kültürel bilginin toplumsal bellekteki zihinsel temsillerin ana sistemi olduğunu varsayacağız.” (Van Dijk, 2015, s. 22).

İdeolojilerin yeniden üretimi genellikle ortak bir amacı ve ortak tutumları, değerleri ya da ideolojik prensipleri olan iki üç insandan daha fazlasını gerektirmektedir. Toplumun büyük bir kesimine bir ideolojiyi aktarabilmek ve bu ideolojinin yeniden üretimini sağlayabilmek için büyük kurumlar ortaya çıkmıştır. Din, politika, ekonomi, eğitim, eğlence insanları etkilemek için kullanılan etkili alanlar olarak sayılabilir. Bu bağlamda kilise, cami gibi din kurumları, okulları, kitle iletişim araçları önemli ideolojik kurumlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle ekonomi-politik olarak hemen her sınıftan insanın evine giren televizyon ideolojinin insanlara aktarılması açısından önemli bir araçtır. Bir televizyon programı izlenirken bu programın ideolojiyi nasıl aktardığına bakıldığında o programın hazırlanışı, belirlenen konu ve bu konuda kimlerle görüşüleceğine karar verilmesi, programı sunuş şekli, metinde seçilen kelimeler, cümle yapıları ve dil kullanımı, programın yer aldığı televizyon kanalı ve ekonomi-politik olarak

devletle olan ilişkisi göz önünde bulundurulmalıdır. Tüm bunlar basit bir televizyon programının ideolojik kurum olarak önemini ve ulaştığı insan sayısına bakıldığında etkisini göstermektedir.

Okulların ve kitle iletişim araçlarının ideolojiyi yaymada önemli kurumlar olmasını ortaya koyan bir diğer neden kişilerin bir şeyi günlük yaşantısında görerek taklit etme eğiliminde olmalarıdır. Kişiler, bu yolla kısmi ideolojiler edinebilirler, ancak ideolojiler büyük oranda, söylem yoluyla edinilmektedir (Van Dijk, 2015, s. 47).

Fairclough, ideolojinin hem yapıların hem de olayların bir niteliğini olduğunu söylemektedir (Fairclough, 2015, s. 156). İdeoloji söylemsel olayların içindedir ve metinlerde yerleşik olarak bulunmaktadır. Ancak bir ideolojiyi metinden okumak Fairclough'ta göre imkansızdır. Çünkü anlamlar, metinlerin yorumlanması yoluyla üretilir ve metinler değişik yorumlara açıktır ve ideolojik süreçler, bu olayların anlamları olarak üretilmiş, dağıtılmış ve yorumlanmış metinlere değil, bütünsel toplumsal olaylar olarak söylemlere aittir. İdeoloji; hem geçmiş olayların bir ürünü, güncel olayların koşullarını oluşturan yapılarda ve hem de kendi koşullandırılmış yapılarını yeniden üreten ve dönüştüren olaylarda konuşlandırılmıştır.

1.5.2. İdeolojik söylem yapıları

Söylem oldukça karmaşık bir yapıdır; her birinin sonsuz şekilde birbirine bağlanabildiği, kendi kategorileri ve unsurları olan birçok düzeye sahiptir. Söylem, açık bir şekilde ifade edilebileceği ve fark edilebileceği gibi üstü kapalı, imalarla da verilebilir ve bu durumda alt metin okumaları olmadan söylemin ne vermek istediğini anlamak olanaklı değildir. Söylemde ideolojiden bahsederken ideolojinin yerleştiği ve içerisinde verildiği cümle yapılarına, sözcük yapısına bakmamız gerekmektedir. Bir şeyden bahsederken seçilen sözcükler söylemde ideolojiyi belirleyen önemli göstergelerden biridir. Birisine “özgürlük savaşçısı”, “isyancı”, “terörist” ya da “devrimci” dememiz o insan hakkındaki düşüncemize bağlı olan sözcükle alakalıdır (Van Dijk, 2015, s. 55). Bu seçim ise ideolojik konumumuz ve o kişinin ait olduğu toplumsal grup hakkındaki tutumumuzla ilgili bilgi vermektedir.

Söylemde ideolojiye bakarken sözcük yapılarında anlam ve konulara bakmak gerekmektedir. Konuların ideolojik işlevleri doğrudan ideolojinin verildiği “biz”i olumlama ve karşısında yer alan “onlar”ı olumsuzlama üzerine kuruludur. Konulaştırmada kendimiz hakkında olumlu şeylerden bahsederken ayrıntılı bilgilere yer verirken, karşı taraf hakkında konuşurken olumlu yönlerini hiç konulaştırmazken, olumsuz özelliklerini ayrıntılarını da vererek konulaştırırız.

Bunun yanı sıra söylemde karşıtlıkları, eşanlamlılıkları, yadsımlar kullanılarak ideolojik anlatımlar oluşturulmaktadır. Bir söylemde konuşan aktörlerin kim olduğu da çözümlemede önemli bir göstergedir. Cümle yapısı içerisinde etken, edilgen cümle yapıları, bir haber metninde ya da yazılan kişisel bir yorumda metnin aktörünün kim olduğu konunun öznesine karşıtlık ya da yakınlığı anlamada önemli göstergelerdendir.

1.5.3. Dilde temsil ve anlamın oluşturulması

Dil, ideolojinin maddi bir biçimidir ve ideoloji dilde oluşturulmaktadır (Fairclough, 2015, s. 58). Söylem yapıları tarafından biçimlendirilirken bir yandan da yapıların yeniden biçimlendirilmesi, yeniden üretimi ve dönüşümü söylemin katkısıyla gerçekleşmektedir. Söylenen her şey tarihselliğe ve kültürel bir geçmişe sahiptir. Bu nedenle söylem, nereden konuşulduğu ve kimin konuştuğu konu ve konuşan aktörün sosyo-ekonomik, politik ve kültürel konumu hakkında bize önemli bilgiler vermektedir.

Temsil, söylem çözümlemesinde ve kültürel çalışmalarda üzerinde durulan önemli bir konudur. Temsil, dili kullanarak birine bir şeyi anlatmaktır (Hall, 1997, s. 15). Dil ile ilgili ilk ve tek boyutlu kavramsallaştırılmayı Saussure yapmıştır. Buna göre bir anlatıda gösteren, gösterilen ve gösterge vardır. Bu, en temel haliyle anlamı oluşturmaktadır. Örneğin; ay yıldızlı kırmızı bir bayrakta gösteren işitimi imgesi olan “bayrak”tır, gösterilen bu imgenin zihninizde çağrıştırdığı “bayrak” sembolüdür bu ikisi birlikte göstergeyi oluşturmaktadır. Saussure’e göre dil rastlantısaldır ve kültürle şekillenmektedir (Hall, 1997, s. 31). Bu nedenle bir İngiliz’in “flag” denildiğinde zihninde canlanan imgeyle, bir Türk’ün “bayrak” denildiğinde zihninde canlanan imge aynıdır ama bu imgeyi temsil eden farklıdır.

Dilde ideolojinin oluştuğu yer ise Saussure’ün kavramsallaştırdığı düz anlam değil, Barthes’in ortaya koyduğu yan anlamdır. Roland Barthes, her anlatıda yan anlam da olduğunu, bu ikinci anlam düzeyinde ideolojilerin belirleyici olduğunu söylemektedir. Buna göre düz anlamda gösterilen, yan anlamda gösteren olmaktadır. Dolayısıyla bayrak örneğinde gösterilen Türk bayrağı bize Türklükten, Türk milliyetçiliğinden bahsetmektedir. Temsil ise burada oluşmaktadır. Barthes, yan anlamlarda mitlerin ortaya çıktığını söylemektedir (Hall, 1997, s. 39). Barthes’a göre mitler, yan anlamlarda ortaya çıkan toplumsal anlamlandırmalardır.

Fairclough, söylemin üç ögenin bileşimi olduğunu belirtmektedir: toplumsal pratik, söylemsel pratik (metin üretimi, dağıtımı ve tüketimi) ve metin (Fairclough, 2003, s. 159-160). Bu bağlamda çözümleme yaparken bu üç ögeye ve kendi içlerindeki tutarlılığa bakmak gerekmektedir. Eleştirel söylem çözümlemesi, söylem ve diğer toplumsal pratiklerin diğer ögeleri arasındaki diyalektik ilişkiyi çözümlemektedir. Bu çözümlemeyi yaparken toplumsal değişimleri, ağ yapısındaki göstergesel süreçler ve toplumsal ögeler arasındaki ilişkilerin söylem üzerindeki etkisi, söylemde nasıl yer aldığı ve değişimlerinin etkisine bakılmaktadır. Fairclough, söylemle ilgili şunlar söylemektedir:

Söylem, toplumsal pratiklerde kabaca üç yolla kendini gösterir. İlki, bir pratikteki toplumsal etkinliktir. Örneğin; bir için parçası olarak (örneğin; mağazada tezgahçılık yapmak) dili özğün bir şekilde kullanmak, aynı şekilde bir ülkenin yönetiminde görev almak. İkincisi, söylemin temsillerde kendini göstermesidir. Tüm pratiklerde toplumsal aktörler, pratik içindeki etkinlikler bağlamında, kendi pratiklerinin (“dönüşlü”) temsili olduğu kadar, diğer pratiklerin temsillerinin ürünüdür. Bu aktörler diğer pratikleri “yenidenbağlamlaştırır”. Yani bunları, kendi pratiklerine dahil ederler ve değişik toplumsal aktörler pratikte bunların konumlanışına göre farklı olarak tanımlanabilir. Temsil pratikleri, toplumsal yapılanma sürecidir, dönüşlü kendi kendine etkinlenmeyi de içerir -temsiller toplumsal süreçlere ve pratiklere girer ve şekillendirir. Üçüncüsü de kimliklerin oluşturulmasındaki -örneğin İngiltere’de Tony Blair gibi bir politik liderin kimliği kısmen göstergesel olarak oluşturulmuş bir varolma biçimidir- varolma biçimi olarak söylemdir (Fairclough, 2015, s. 174-175).

Van Dijk (Van Dijk’tan aktaran Gür, 2013, s. 193-194), söylem çözümlemesinin başlıca ilkelerini şöyle belirtmektedir:

- Söylem çözümlemesi, doğal olarak üretilen metin (yazılı) ve konuşma (sözlü) halinde bulunan söylemler üzerinde yoğunlaştığı için bilgi herhangi bir değişime uğramadan kendi doğallığına ve gerçeğliğine en yakın şekilde incelenecektir.

- Söylem kendi bağlamında incelenir. Bu bağlam ise yer, zaman, söylemin tarafları, tarafların iletişimleri, sosyal rol, sosyal bilgi, norm, değer, kurumsal yapılardan meydana gelir.

- Söylem sosyal yapı içinde ortaya çıkar. Söylem ve üreticileri bulundukları toplumdan soyutlanamaz.

- Söylemler çizgisel bir yapıdadır ve diğer söylemlerle ardışıktır. Söylem çözümlemesi; söylemin düzeyini, katmanlarını ve aralarındaki karşılıklı ilişkileri inceler. Ayrıca söylemi oluşturan öğeleri (sesleri, kelimeleri, sözdizimsel biçimleri vb.) ve söylemin değişik boyutlarını da (etkileşim çeşitleri, dil eylemleri) dikkate alır.

- Söylem çözümlemecileri “anlam”la ilgilenir ve özellikle iki soru türü üzerinde yoğunlaşır: “Bu durumda bunun anlamı ne?” ve “Neden bunu söyledi?”

Fairclough ve Wodak(Fairclough ve Wodak’tan aktaran Gür, 2013, s. 194) ise söylem çözümlemesinde göz önüne alınması gereken önemli noktaları şöyle sıralamaktadır:

- Söylem çözümlemesi sosyal problemler üzerinde durur.
- Toplumdaki güç ilişkileri söylemlerde bulunurlar. Çözümlemede bunlar ortaya çıkarılır.

- Söylem toplum ve kültürü oluşturur. Bunun anlamı söylem her şey değildir ama sosyal hayatın ve kültürün tüm izleri söylemde ortaya çıktığından bir çözümleme bu konudaki bilgileri içermelidir.

- Söylemler tarafsız değil, ideolojik eylemlerdir.
- Söylem tarihsel kökler taşır. Yani söylem çözümlemesinde art zamanlılık ilkesi vardır.

- Söylemler yorumlamaları ve yeniden tanımlamaları bünyesinde taşır.
- Söylem sosyal bir eylemdir.
- Metin ve sözlerin toplum üzerinde etkileri vardır.

2. AĞ TOPLUMU

Ağ kavramı sosyolojik anlamıyla bir veya birden fazla toplumsal ilişkiyle birbirine bağlanmış, dolayısıyla toplumsal bir bağ oluşturan bireylere gönderme yapmaktadır (Marshall, 1999, s. 4). Bu bağlamda toplumsal ilişkilerin var olduğu günden bugüne kadar ağ olgusu sosyal hayatın bir parçası olarak değerlendirilebilir. Günümüzde, enformasyon teknolojilerinin de gelişimiyle birlikte yeni bir sosyal organizasyon türü ortaya çıkmıştır. Ağlarla örülü bu organizasyon ise “Ağ Toplumu”dur. Bu toplumun ağ kavramı ile özdeşleştirilmesi veya birlikte anılması,

onun ağ temeli üzerine kurulmuş sosyal, ekonomik, politik ilişkileri yoğun bir şekilde kullanmasından kaynaklanmaktadır (Doğan ve Göker, 2011, s. 178).

Ağ toplumu en genel anlamıyla; iş, iletişim ve yönetime yönelik amaçlarla küresel ağları düzenli olarak kullanan bir toplumu ifade etmektedir. Günümüzde toplumsal formasyonu tanımlamada sıklıkla kullanılan enformasyon toplumu, iletişim toplumu gibi kavramların yerine yeni iletişim teknolojilerini kullanan bir dünyayı tanımlamada ağ toplumu kullanılmaktadır. Ağ toplumuna ilişkin sosyal bilimler içerisinde birbirinden farklı birçok yaklaşım vardır; ancak bunlardan en tanınmış Manuel Castells'e ait olanıdır. Castells'e göre ağlar, enformasyon veya bilgi toplumunda giderek baskın sosyal örgütlenme biçimi haline gelir (Abercrombie ve Longhurst, akt. Doğan ve Göker, 2011, s. 179).

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde, dünya çapında yeni bir ekonomi ortaya çıkmıştır. Temeldeki ayırt edici özelliklerini tanımlamak, bu özellikler arasındaki benzeşmeyi ortaya koymak amacıyla, Castells bu ekonomiyi enformasyonel, küresel ve ağ örgütlenmesine dayalı olarak nitelendirmektedir (Castells, 2005, s. 99). Enformasyoneldir; çünkü bu ekonomide birimlerin ya da ajanların (şirketler, bölgeler veya ülkeler) üretkenliği, rekabet gücü temelde verimli bir biçimde bilgiye dayalı enformasyon üretme, işleme ve uygulama kapasitelerine dayanmaktadır. Üretimin, tüketimin ve dolaşımın bileşenleri (sermaye, emek, hammadde, yönetim, enformasyon, teknoloji, piyasalar) kadar kilit faaliyetleri de ya doğrudan ya da ekonomik ajanlar arasındaki bir bağlantılar ağı üzerinden küresel ölçekte örgütlendiği için küreseldir (Castells, 2005, s. 99).

Castells ağ kuruluşunu enformasyonel, küresel ekonominin örgütlenme biçimi olarak tanımlamakta ve ağ müessesesinin bilgiyi işleyerek, işaretleri mallara dönüştürerek enformasyonel, küresel ekonominin kültürünü somutlaştırdığını söylemektedir (Castells, 2005, s. 237).

Castells, internetin teknolojik ve kültürel açıdan bireyselleşmenin bir iz düşümü olduğunu düşünmesine karşın, toplulukları birleştirici bir etkiye sahip olduğunu söylemektedir. Bu bağlamda, yeni çalışan sınıfı "ağ toplumu" içerisinde var olabilmek için enformasyonu manipüle edebilmeli ve bu enformasyonu organizasyonel, bilimsel bilgiye dönüştürerek üretim sürecinde kullanabilmelidir (Kara, 2013, s. 41). Bu yeteneğe sahip olmayan bireyler ise ağ toplumu içerisinde

esnek ekonomik yapıya uyum sağlayamayarak bir alt sınıfa dâhil olmaktadır. Bu nedenle enformasyonel iş gücü, yeni ekonomik sistem ve anlayışı kavrayan, değişim yaratan, tasarlayan ve enformasyonu işlevselleştiren bir topluluktur.

Dünyamız, son yirmi yıldır çok boyutlu bir yapısal dönüşüm içindedir. Bu çok boyutlu dönüşüm, yeni teknolojik paradigmaların ortaya çıkmasıyla yakından ilişkili, bilgi ve iletişim teknolojilerine ise dayalı bir dönüşümdür. Özellikle günümüzde artık teknolojinin toplumu belirlemediğini, teknolojinin kendisinin “toplum” olduğunu görmekteyiz (Castells ve Cardoso, 2006, s. 3). Toplum teknolojiyi; ihtiyaçlarına, değerlerine ve teknolojiyi kullanan bireylerin ilgi alanlarına göre şekillendirmektedir. Ayrıca, bilgi ve iletişim teknolojileri özellikle, onu kullanan sosyal kullanıcının etkilerine karşı daha duyarlıdır.

Yeni ortaya çıkan toplum genellikle, bilgi toplumu olarak adlandırılmaktadır. Bu tanım, bilgi birikiminin toplumların temelinde yattığı göz önünde bulundurulduğunda doğru bir tanımlamadır.

Tarihsel gelişimi boyunca ağ toplumuna bakıldığında, bu toplumun en iyi adapte edilebilir ve en biçimlendirilebilir organizasyonel oluşum olduğu görülmektedir. Diğer bir yandan ise bu toplumların amaçlarını yerine getirmek veya verilen görevi tamamlamak için yeterince hâkimiyet kuramadıkları, kaynakları koordine edemedikleri görülmektedir. Bu nedenle, tarihsel süreçte ağ toplumlarının özel hayatta baskın olduğu göze çarpmaktadır. Dijital ağ teknolojileri, ağ toplumlarının tarihsel limitlerini aşmalarına olanak sağlamıştır. Bu çerçevede, güç/enerji ağlarının endüstriyel toplumları oluşturan alt yapıları olduğu gibi, dijital iletişim ağları da ağ toplumunun omurgasıdır (Castells ve Cardoso, 2006, s. 4).

Ağ toplumu, günümüzde modern toplumları açıklamak için kullanılan kavramların başında gelmektedir. Özellikle internet teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte dünya üzerinde birbirine internet ağı ile bağlanan insanların iletişim ve etkileşim süreçleri bu kavramın yaygın kullanımında etkili olmuştur. Bireylerin siyasi, ekonomik, kültürel ve eğlence amaçlı bir araya gelmelerini sağlayan ağ toplumunun, kişilerin belirli toplumsal olay ve sorunlar etrafında örgütlenmelerini de kolaylaştırdığı görülmektedir.

Castells’in ağları ve iletişim gücünü tanımlarken sosyal ağlar, teknolojik ağlar ve tekno-sosyal ağların hepsini aynı kategori altında açıklamasını eleştiren

Fuchs, toplum ve teknoloji arasındaki niteliksel farkların kategorik olarak birleştirilmemesi gerektiğini belirtmektedir (Fuchs, 2014, s. 120). Toplumun yarattığı, ürettiği ve yeniden ürettiği teknoloji, toplumun bir parçasıdır. Ancak toplum, yalnızca teknolojiden daha fazlasıdır. Sosyal ve teknolojik ağların ortak yönü, tüm ağlarda düğümlerin ve etkileşimlerin olmasıdır.

Teknolojinin toplumsal yapıyı, ekonomiyi ve siyaseti etkilediği, değiştirdiği ve dönüştürdüğü yadsınamaz. Bu yeni düzende, bilgi toplumundan söz edilmektedir. Bilgi toplumu sanayi toplumlarından tamamen farklı bir insan topluluğu olarak ele alınmaktadır. Bu iddia, toplumun şekillenmesini ve gelişmesini materyal değerlerin itici güç olmasından değil bilgi üretiminin değerli hale gelmesinden almaktadır (Masuda, 1990). Ağ toplumu öncesi sistemlerde teknolojinin materyal üretim gücü ile ilişkisinin önemli olduğu görülmektedir. Bilgi toplumuyla birlikte ise bu yönelim değişmiş, teknoloji, bilgi toplumunun temellerini belirleyen bilgisayar tabanlı iletişim teknolojisi bağlamında ele alınmaya başlanmıştır. Bunun yanı sıra sanayi toplumunun gelişimsel modeli, bugün sözünü ettiğimiz bilgi toplumunun temellerini de tarihsel bağlamda oluşturmaktadır.

Sanayi toplumunun gelişimini etkileyen en önemli yenilikçi teknoloji buharlı makinanın ortaya çıkması ve öncelikle fiziksel insan gücünü etkilemesidir (Masuda, 1990). Bilgi toplumunda, bilgisayar teknolojisinin ortaya çıkması, bu gelişmeye eş değerdir. Bilgisayar teknolojisiyle birlikte, bilginin üretimi, dağıtımı ve tüketimi büyük bir hız kazanmış, kolaylaştırmıştır. Bilgi devriminde hızla gelişen bilgisayar teknolojisi sistemsel, bilişsel bilginin ve teknolojinin kitlesel üretimini ortaya çıkarmıştır.

Sanayi toplumunda toplumsal sembol olan fabrikalar, bilgi toplumunda yerini ağlara bırakmıştır. Bilgisayar tabanlı alt yapılar, ağlar bilgi toplumunda ürün üretiminin merkezi olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.1. Ağ toplumu ve medya

İletişim, büyük ölçüde hem küresel hem yerel olan ve televizyon, radyo, basın, işitsel üretimler, kitap basımı, müzik kaydı ve dağıtımı ve çevrimiçi reklam firmaları dâhil medya holdingleri etrafında organize olmaktadır. Bu holdingler

dünya genelinde, farklı ortaklıklarla şekillenen medya organizasyonlarıdır. İletişim hem küresel hem yerel hem genel hem özelleştirilmiş, pazar ve ürünlere bağlıdır. İletişim sistemi, artan bir düzeyde dijitalleşmekte ve gittikçe etkileşimli olmaktadır.

Toplumlar, kitle medya sisteminden özelleştirilmiş ve izleyicinin de artarak bölümlendiği bölümlere ayrılmış multimedya sisteme geçmişlerdir. Sistemin ayrıştırıcı ve esnek olması, topluma gönderilen her mesajın da kapsamlı hale gelmesine yol açmaktadır. Diğer bir deyişle, yeni medyanın teknolojik bağlamda kolayca şekillendirilebilmesi tüm iletişim kaynaklarının aynı üstün metin içerisinde birleşmesine olanak sağlamaktadır (Castells ve Cardoso, 2006, s. 13). Bu çerçevede, dijital iletişim merkezi olarak daha az organize olmuş; fakat kendi mantığı içerisinde artan bir sosyal iletişim paylaşımını özümser hale gelmiştir.

Ağ toplumu yayıldıkça ve yeni iletişim teknolojileri ağlarını genişlettikçe, iletişimin yatay ağlarında bir patlama yaşanmaktadır. Medya sektörü ve hükümetten bağımsız olan bu oluşuma Castells, kendi kendine yönelen kitle iletişimi adını vermektedir (Castells ve Cardoso, 2006, s. 13). Bu kitle iletişimidir; çünkü İnternet aracılığıyla yayılmaktadır ve dolayısıyla bütün gezegene ulaşma yetisine sahiptir. Kendi kendine yönelmektedir; çünkü genellikle medya sistemlerini atlatarak bireyler veya gruplar tarafından kendi kendilerine başlatılmaktadır. Bloglar, vloglar, podcastler, stream ve diğer etkileşimli oluşumların ortaya çıkması, ilk defa bireylere toplumun herhangi bir kurumu tarafından düzenlenen bir kanal aracılığı olmadan iletişim kurmasına olanak sağlamıştır (Castells ve Cardoso, 2006, s. 13).

2.2. Ağ toplumu ile gelen sosyal değişim

Teknolojide yaşanan değişimler; toplumun maddi, kültürel ve ekonomik temelleri üzerinde oldukça önemli değişimlere neden olmuştur. Teknoloji, üretim maliyetlerinin düşmesiyle ofislerde ve evlerde her türlü araç gereç ve ürünün içine girmiş ve yeni toplumsal deneyimler yaratarak yeni bir çağa girilmesine neden olmuştur. Enformasyonun işlenmesi ve depolanması konusundaki değişimlere, enformasyonun yönetilmesi ve dağıtılması konusunda yaşanan değişimler eklenmiştir. Bu durum ise üretim, medya, eğitim gibi toplumsal yaşamın pek çok alanında yaşanan deneyimleri farklılaştırmıştır. Bu süreçte enformasyon ve iletişim

teknolojilerinin yakınsaması ile oluşan enformasyon ağları giderek evrimleşerek enformasyon toplumunun altyapısı ve kurucu unsurlarından birisi haline gelmişlerdir (Webster, 1996'dan aktaran Kara, 2013, s. 37).

Toplumsal dinamiklerin ve yaşayış biçimlerinin hızlı değiştiği günümüzde, bilim insanları da bu değişimleri adlandırmak için bir dizi çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda Daniel Bell ve Tourain'in *Bilgi/Enformasyon Toplumu* (1994), Manuel Castells'in *Ağ Toplumu* (2005) gibi eserler toplumun değişen dinamiklerini, yaşayış biçimlerinde yaşanan değişimlerin beraberinde iletişim araçlarında yaşanan dönüşümleri ve hızlı gelişmeleri incelemektedir.

2.3. Ağ toplumunda bireyselleşme

Günlük yaşamda gerçeklik söylevi 20'nci yüzyılın son 30 yılı içerisinde değişim göstermiştir. Bireylerin dünyayı algılayışı elektronik aracılıkla gerçekleşmekte, bu nedenle günlük yaşam deneyimlenen ve sunulanların bir ürünü olarak ortaya çıkmaktadır (Silverstone, 2005'ten aktaran Cardoso, 2006, s. 331). 21'inci yüzyılın başlarında, medya demokrasinin gelişimi için temelleri sunan sembolik bir alan sağlamaktaydı. Bu alan kuralları önceden belirlenmiş, medya tarafından sağlanan haberler ve devlet görüşünü temsil eden bilgiler içeren bir alandı.

Medya, bireylerin yaşadıkları ve ona sunulan bilişsel gereksinimler arasındaki bağlantıyı oluşturmaktadır. Bu bağlamda, bireylerin günlük yaşamda aileleri, iş veya okul arkadaşları ile yaşadıkları deneyim ve kimliklerini oluşturan formlar gibi medya da bireylerin hayatı anlamlandırmasında önemli bir etkiye sahiptir. Medyanın bu güçlü rolünü kabul etmek, medya olmadan yaşamının zorluğunu da kabullenmeyi beraberinde getirmektedir. Buna bağlı olarak, birey olmak medyadan bağımsız düşünülemez hale gelmektedir.

Medya, modern yaşamda kişilerin bir yurttaş olarak rollerini deneyimlemeleri için anahtar mekân olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü bireyler medyada çok geniş sayıda seçenikle karşı karşıya gelmektedirler. Bu bağlamda ağ toplumunda medya, bireylere seçeneğin bol olduğu, esnek bir ortam sağlamaktadır.

Kendine özgü iletişim ve etkileşim koşullarını üretme ve bu ilişkileri ağ temelinde sürdürme konusunda kullanıcılarına en uygun ortamı hazırlayan iletişim

teknolojisi kuşkusuz internettir. Bu bağlamda internet, dünyada en büyük ve en yaygın ağın ismi olarak nitelendirilebilir. İnternet ağına dayalı yeni sosyal yapılanmanın adı ise sanal cemaattir (Doğan ve Göker, 2011, s. 179). Sanal cemaat, birbirleriyle internet üzerinden iletişime geçen ve iş, gönüllü aktivite, oyun ve sosyalleşme gibi amaçlarla birbirleriyle paylaşımlarda bulunan insanlar tarafından şekillenen topluluklardır. Bireylerin birbirlerini fiziksel dünyada tanımamalarına rağmen aynı amaç doğrultusunda internet ortamında bir araya gelmeleri ve birbirleriyle iletişim kurmaları bu toplumun en belirgin özelliğidir.

Sanal cemaatlerle birlikte vurgu yapılan bir başka konu ise kuşkusuz bireysel kimliklerdir. Ağ toplumunda, bireyler kendi kimliklerini internet üzerinde iletişime geçtikleri diğer insanlar aracılığıyla yeniden inşa etmektedirler. Bu bağlamda bir kimlik oluşumu ve kimliğin sunumu ağ toplumunda birbirine farklı koşullarda bağlanabilen bireylerin etkileşime geçmesi sonucu gerçekleşebilmektedir. Bu çerçevede bireylerin ağlar içerisinde ilgi alanlarına göre konumlanması ve ortak ilgi alanlarına yönelen bireylerle iletişim ve etkileşimde bulunması kimliğin oluşmasında ve belirginleşmesinde etkili rol oynamaktadır. İzlenim oluşturma ve buna bağlı olarak sosyal kimliği inşa etme süreci sosyal yaşamın en önemli parçalarından biridir (Doğan ve Göker, 2011, s. 179). Sosyal yaşam ile birlikte ağ toplumunda da birey kimliklerinin var olması kuşkusuz önemlidir. Ancak bireylerin sosyal ortamda fiziksel kimliklerinden farklı olarak da yer alabilme ihtimali de göz önünde bulundurulduğunda ağ toplumundaki kimliklerin gerçekliği ve denetlenebilirliği tartışılan konulardan biridir.

Etkileşimli geri dönüşler olsun ya da olmasın bireylerin sosyal medyada yer almalarının temel nedeni sosyalleşmektir. Bu medya mecraları ağ toplumunun mükemmel bir yansımasını oluşturmaktadır. Bireylerin sosyal medyayı kullanması ağ toplumunun önemli bir eğilimini temsil etmektedir (Van Dijk, 2012, s. 181). Van Dijk bu davranışı “ağ bireyselleşmesi” olarak nitelendirmektedir.

Ağ bireyselleşmesi, bir ağ toplumunda belirli bir yerin, grubun veya organizasyonun değil, bireyin en önemli ağ olmasını belirtmektedir. İnternette çok önce ortaya çıkan, bireyselleşmenin sosyal ve kültürel süreci, sosyal ve medya ağlarının yükselişiyle güçlü bir şekilde desteklenmektedir. Bu bağlamda ağlar, bireyselleşmenin meslektaşlarıdır.

Sosyal ve medya ağlarını kullanarak birey, kendisine mobil bir hayat tarzı ve coğrafi olarak dağınık ilişkiler kurmaktadır. Bu, bireyin sosyalleşmesinin bir göstergesi olmasının yanı sıra bireyin teknoloji ile tek başına daha fazla vakit geçirdiğini ve bir anlamda “sanal” olarak sosyalleşirken fiziksel olarak asosyalleştiğinin de bir göstergesidir.

2.4. İnternet nedir?

İletişim teknolojilerinin toplum üzerinde, neden olduğu dönüşümler açısından kuşkusuz önemi büyüktür. İnternet de ortaya çıkış nedeni, siyasi, grup ve bireysel kullanım amaçları ve yeni bir kamusal alan oluşturması bakımından en önemli iletişim teknolojisi olarak nitelendirilebilir. İnternet temellerini, bilgisayarın keşfinden 15 yıl sonra başlayan bilgisayar ağları ile ilgili araştırmalardan almaktadır (Başaran, 2010, s. 130).

İnternet terimi, “international” (uluslararası) ve “network” (ağ) sözcüklerinin birleşmesinden oluşmaktadır (Karaduman, 2005, s. 142). 1960’lı yıllarda ABD Savunma Bakanlığı tarafından desteklenen Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu (DARPA) tarafından gerçekleştirilen proje ile ilk ağ olan ARPANET (Gelişmiş Araştırma Projesi Dairesi Ağı) ortaya çıkmıştır (Gümüş, 2017, s. 5-6). Paket anahtarlama sistemi olan ARPANET, soğuk savaş döneminde ABD hükümeti ve savunma bölümü açısından nükleer saldırı durumunda kumanda ve kontrol verilerinin ve ses trafiğinin sürekliliğini sağlayabilecek bir gelişme olarak ele alınmıştır. ARPANET’in tasarımı, planlaması, başlatılması ve gelişmesinde önemli roller üstlenen Lawrence Roberts ise sistemin kurulurken paket anahtarlama teknolojisinin seçilmesinin sadece ekonomik nedenlere dayandığını ifade etmektedir (Roberts, 2000’den aktaran Başaran, 2010, s. 148). İnternetin “demokratik bir iletişim ortamı” olarak ele alındığı teoriler çerçevesinde düşünüldüğünde, Roberts’ın bu açıklaması internetin sadece askeri amaçla ortaya çıkmadığını söylemek adına önem taşımaktadır. Ancak soğuk savaş koşulları düşünüldüğünde internetin sadece ekonomik nedenlerle ortaya çıktığını söylemek yetersiz kalacaktır.

İnternet, 1980’lerde askeri amaçlı kullanımının dışında da kullanılmaya başlamış ve araştırmaların, akademisyenlerin birbiriyle hızlı ve kolay bilgi

alışverişinde bulundukları bir ortam olarak karşımıza çıkmaktadır. 1983 yılında ise Arpanet birbirine paralel çalışan iki ağ haline getirilerek, internetin ticarileşmesine yönelik ilk adım atılmıştır. Arpanet sanayi, üniversite ve kamu kurumlarının araştırma birimlerini birbirine bağlamıştır.

World Wide Web'in (WWW) ortaya çıkışı ile birlikte internet, hem çoklu ortam uygulamaları için uygun bir platforma dönüşmüş hem de ticari kullanıma hazır hale gelmiştir. İnternetin ticarileşmesini hızlandıran World Wide Web, Avrupa Nükleer Araştırmalar Merkezi'nde (CERN) geliştirilmiştir. İnternet üzerinde web aracılığı ile farklı türlerde içeriğin sunulabilmesi nedeniyle mevcut iletişim ortamı köklü bir değişime uğramış, iletişim alanı hem teknolojik temeli hem de sanayi yapısı farklılaşmıştır (Başaran, 2010, s. 152). İnternet, dünya çapında binlerce bilgisayar ağını birbirine bağlayan bir ağ olarak kendisinden önce var olan iletişim teknolojilerinin niteliklerini aşmakta ve zorlamaktadır. İletişim pratiği, internet teknolojisiyle birlikte büyük ölçüde değişime uğramıştır.

Türkiye'de internet ise 1993 yılında, TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu) – ODTÜ(Orta Doğu Teknik Üniversitesi) işbirliği ile Devlet Planlama Teşkilatı projesi çerçevesinde kendisini göstermiştir. 64 kbit/san hızındaki bu hat ODTÜ'den uzun bir süre tek çıkışı olmuştur. Ardından 1994'te Ege Üniversitesi, 1995'te Bilkent Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesi, 1996'da ise İstanbul Teknik Üniversitesi bağlantıları gerçekleşmiştir.

2.5. İnternetin özellikleri

İnterneti diğer iletişim teknolojilerinden ayıran en büyük özelliği maliyetinin ucuz olmasıdır. Gazete, televizyon, radyo, telefon vb. gibi iletişim teknolojilerinin maliyetleriyle karşılaştırıldığında internetin ekonomik açıdan avantajlı olduğunu söylemek mümkündür. İnternet teknolojisi neredeyse sıfır maliyetle dünyanın her yerine dağılmıştır. Günümüzde dünyanın hemen her yerinden internete erişmek olanaklıdır. İnternetin yayılma maliyetinin çok düşük olmasına bağlı olarak, kullanımı da çok ucuzdur (Atabek, 2005, s. 70).

Ulaşımının kolay olduğu internetin, diğer iletişim teknolojilerinin bir diğer avantajı her an ulaşılabilir olmasıdır. Dünyanın her yerinden, 24 saat 365 gün internete erişim sağlanabilmektedir. Ekonomik ve zamansal açıdan kolay

ulaşılabilir olan internet bu anlamda, televizyon, radyo ve gazete gibi diğer iletişim teknolojileriyle kıyaslandığında daha avantajlı durumdadır.

İletişim teknolojilerine baktığımızda; gazete baskı ve dağıtım açısından bütçe ve zaman gerektirmektedir. Aynı şekilde televizyon ve radyoda da üretimin ve dağıtımın maliyetli olduğu görölmektedir. İnternet bu anlamda medya içerik üreticilerine avantaj sağlamaktadır. Bir medya kanalı olarak internette bir içeriğin üretimi, çoğaltılması ve paylaşılması maliyeti diğer iletişim teknolojilerine göre çok daha düşüktür. Üretilen içeriğin ağ dolayımıyla dağıtılması ise ücretsizdir. Bir içerik üretildikten sonra internette bir sunucuya yerleştirilir ve ardından dünyanın her yerine eşit olanakla yayılabilmektedir.

İnternet, kullanıcıların içeriğe ve birbirine ulaşmasında coğrafi açıdan da iletişime büyük yenilikler getirmiştir. İnternet teknolojileriyle birlikte coğrafi uzaklıklar ortadan kalkmış, dünyanın birbirine uzak iki farklı ülkesinden herhangi iki kişi birbirine internet aracılığıyla anında ulaşabilir hale gelmiştir. Bireylerarası iletişimde mesafeyi ortadan kaldıran internet, kişilerin kendi coğrafyaları dışında olup bitenlerle ilgili haberdar olmasını da zaman ve mekân olarak genişletmiştir.

Kitle iletişim araçlarının sansürlenebilmesi haberdar etme ve haberleşme üzerindeki en büyük engellerden biridir. İnternetin büyük oranda sansürlenememesi, diğer iletişim teknolojileri karşısında sağladığı olanaklardan biridir. Her medya sansür edilir, buna internet de dahildir. İnterneti kullanan kişiyi ağdan koparmak ya da içerik silmek internette sansürün mümkün olduğunu göstermektedir (Atabek, 2005, s. 71). Ancak internete koyulan ve ağda dolaşıma sokulan bir içerik eş zamanlı olarak birden fazla kullanıcıya gitmekte ve paylaşıma sokulabilmektedir. Dolayısıyla bir içeriğin ilk kaynağını ortadan kaldırmak ya da sansürlemek, içeriğin ilk halini de ortadan kaldırmak anlamına gelmemektedir. Ayrıca günümüz teknolojileri, internete girişi kolaylaştıran programların üretimi, sanal IP'ler (Internet Protocol), sunucuların değiştirilebilmesi ve izlenebilirliğin imkânsız hale getirilebilmesi göz önünde bulundurulduğunda, internette sansürün geleneksel iletişim araçlarına oranla daha az yapılabilir olduğunu söylemek mümkündür.

İnternetin, onu diğer iletişim teknolojilerinden ayıran bir başka özelliği birleşik medya olmasıdır. İnternet radyo, gazete, televizyon gibi diğer medya

türlerini kendi içerisinde barındırmaktadır. İnternette aynı anda hem görüntü izlenebilmekte hem ses dinlenebilmekte hem de metin okunabilmektedir. Her türlü medya içeriğini tek bir ortamda sunması interneti diğer iletişim araçlarından daha çok tercih edilir hale getirmiştir. Bunun yanında internetin bu avantajı, diğer iletişim araçlarının yok olmasına, kullanılmamasına neden olmamıştır. Televizyon, gazete ve radyo günümüzde hala varlıklarını sürdürmektedir.

Görüntü, ses ve yazının internetten ulaşılabilir olması her bir medyanın aynı anda sunulmasının yanı sıra zaman açısından da avantaj sağlamaktadır. Günlük, aylık ya da yıllık olarak çıkan bir gazete ya da dergi yazısı internette istenilen zamanda okunabilmekte, saklanabilmektedir. Aynı şekilde televizyon ve radyo içeriklerine de ulaşım internet sayesinde kolaylaşmıştır. Bir televizyon programını sadece yayınlandığı saatte izlemek mümkün iken aynı içeriğe internette istenilen zamanda ulaşılabilir hale gelmiştir. İnternet sayesinde geçmiş bir radyo ya da televizyon programı istenilen zamanda dinlenebilmekte ya da izlenebilmektedir. İnternetin eş zamanlı olması bir programın yayınlandığı anda ya da sonradan izlenmesine, dinlenmesine de olanak sağlamaktadır.

İnternet, sahiplik yapısına bakıldığında diğer iletişim araçlarından ayrılmaktadır. Medyayı anlamak için bakılan içerik, izleyici ve kurumlara internet bağlamında bakıldığında, internet medya sahiplik yapısına yeni bir anlayış getirmektedir. İnternette klasik bir sahiplik yapısından söz etmek mümkün değildir. Kablolar, linkler, hard diskler, cihazlar vb. altyapılara baktığımızda sahiplerinin olduğunu söylemek tabii ki mümkündür. Ancak ortak bir anlatı alanı olarak bakıldığında internette kesin bir sahiplik yapısından söz edilememektedir. Günümüz sosyal medyasında internet kullanımında tüketicilerin de birer içerik üreticisi, bu içeriği yaydığı bir alanın sahibi olduğu göz önünde bulundurulduğunda geleneksel bir medyadaki gibi yapıdan söz etmek olanaksızdır.

3. SOSYAL AĞ SİTELERİ

Wasserman ve Faust'a göre sosyal ağ, bir grup insan ve bu insanlar arasındaki ilişkiler bütünü temsil etmektedir (Wasserman & Faust, 1994'ten aktaran Kara, 2013, s. 52). Bu tanım, Facebook ve türevlerinin ortaya çıkışından daha önce,

1994'te yapılmış bir tanımdır. Dolayısıyla sosyal medya kavramı, Facebook'tan çok daha önce hayatımıza girmiş bir kavramdır.

Jan Van Dijk, sosyal ağ sitelerini bireylerin bir şeyler paylaşabildiği internet uygulamaları olarak tanımlamaktadır (Van Dijk, 2012, s. 180). Bu bağlamda paylaşılan şeyler mesajlar, fotoğraflar, videolar, müzik, grafik, bilim veya bilgi parçaları ve hatta çevrimiçi oyunlar olabilmektedir. Sosyal ağ siteleri paylaşımları bağlamında mesaj içerikleri medya zenginliği açısından 3-D teknolojisinin kullanıldığı oyunlar gibi görsel ve işitsel ürünlere göre daha zayıf içeriklerdir. Bu çerçevede daha zengin medya kullanımı, daha çok zihinsel ve sosyal etki üretmektedir. Sosyal medya, kullanıcıları tek yönlü bilgi paylaşımından çok yönlü bilgi paylaşımı ortamına taşımıştır. Web 2.0 sonrası internet dünyasını resmeden sosyal medyanın, eş zamanlı ve çok kullanıcı bilgi paylaşımını mümkün kılması ve teknoloji sayesinde kendisini sürekli yenileyebilmesi onu toplumsal merkezli bir güç haline getirmiştir.

Sosyal ağ sitelerinin geleneksel medyadan farkını anlamada medyanın temsil alanı ve gücü, ekonomi politik yapısı ve ortaya çıkış amacına bakılmalıdır. 18. yüzyıl ortasında Avrupa kentlerinde çıkmaya başlayan gazeteler iletişim araçlarının ilk örnekleridir. 19. yüzyılda, “Vatandaşın sesi” olma amacıyla çıkartılmaya başlanan gazeteler, vatandaş odaklı gazetecilik kavramının da temellerinin atıldığı iletişim mecralarıdır. Kendisini halkın sesi olarak tanımlayan gazeteler, zaman içerisinde iktidar ile toplum arasında kanal olma misyonunu kendilerine atfetmiştir. Süreç içerisinde, bu misyona bağlı olarak, siyasal kararları etkileme, kitleleri bilgilendirme, eğitme ve eğlendirme işlevlerini de üstlenmiştir. Bu işleyiş, kitle iletişim araçlarının “dördüncü kuvvet” olarak tanımlanmasını getirmiştir. Bu büyük güce sahip geleneksel medyanın, işlevlerini yerine getirirken sınırlılıkları bulunmaktadır. Her şeyden önce geleneksel medya sermayeye bağlıdır. Sermaye olmazsa medyada üretim yapamaz. Sermaye bağımlılığı ise medyayı, güç ortaklarıyla kurduğu ilişkiler bağlamında zamanla, toplumun yalnızca belli bir kesiminin sözcüsü haline getirmiştir. Geleneksel medyanın bu yapısı göz önünde bulundurulduğunda, ne kadar “vatandaşın sesi” olduğu ve temsil alanının sınırları ile objektifliği tartışmaya açılmaktadır.

Sosyal ağ sitelerinde ise toplumun sesini duyurması için herhangi bir sermayeye gereksinim duyulmamaktadır. Bir kişi neredeyse sermayesiz olarak

kişisel bir web sitesi, blog ya da Facebook hesabı oluşturabilir. Geleneksel medyada faaliyetlerin gerçekleşmesi için gereken emek, sermaye, kurumsal teşebbüs ve hukuki süreçlerin sosyal ağ sitelerinde bir gereklilik olmaması, onu daha çekici ve tercih edilebilir hale getirmektedir.

Geleneksel medya araçlarına sahip olmanın büyük ekonomik güç gerektirmesi zamanla farklı medya araçlarının belli sermaye odaklarında toplanmasına yol açmıştır. Bu çerçevede, aynı kişilerin hem üretip hem tükettiği internet geleneksel medyadan farklı bir yolda ilerlemektedir. İnternete ortamındaki her bireyin hem üretici hem de tüketici olabildiği aktif bir rol üstlenmesi yeni medyanın yarattığı iletişim ortamında hem çok sesliliği hem de çoğulculuğu getirmektedir.

Sosyal ağ sitelerinde bakılması gereken bir diğer özellik, sosyal medyadaki takastır. Bu, bir birey geri dönüş almaksızın yaptığı paylaşımlar veya iki kişi arasında karşılıklı yapılan paylaşımlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda hem bireylerin geri dönüş beklemezsizin paylaşım yaptıkları hem de karşılıklı etkileşimin olduğu sosyal ağ siteleri mecraları arasında bloglar ve Twitter gibi mikro bloglar sayılabilmektedir.

Sosyal ağ siteleri, geleneksel medyadan farklı olarak kullanıcılar hem üretici hem de tüketici konumundadır. Bu bağlamda işlevsel yönü itibariyle sosyal ağ siteleri, çoğulcu bir karaktere sahiptir. Sosyal ağ siteleri, geleneksel medyadan daha özgür ve çok sesli bir yapıya sahip olsa da kişilerin internette üretim ve tüketim alanları da belli sınırlarla çizilmiştir. Kişiler, internette belirli kalıpları kullanan geniş kitleler olarak yer almaktadır. Sosyal ağ sitelerini bağlayıcı nitelikteki hukuki mekanizmaların henüz tam anlamıyla oluşturulmaması da sosyal ağ sitelerinin özgür bir iletişim ortamı ve mecrası olarak algılanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda sosyal ağ sitelerinde demokrasi ve anarşizm arasında ince ve saydam bir çizgi vardır. Düzendan kaosa geçiş hızlıdır.

3.1. İletişimin yapısal dönüşümünde sosyal ağ sitelerinin etkisi

Toplumlar, tarihi süreç içerisinde yaşadıkları döneme uygun olarak iletişim biçimlerini geliştirmiş ve araçlarını üretmişlerdir. Bu iletişim üretim ve gelişim döngüsü zaman içerisinde birbirine eklenerek, bir öncekinden hareketle gelişerek

ve çoğu kez de dönüşerek devam etmiştir. Öncesinde düz-çizgisel ve tek taraflı bir süreç olan iletişim, bilgisayar ve internet teknolojileriyle birlikte etkileşimli hale gelmiştir (Babacan vd., 2011, s. 68).

Tek taraflı, monolog biçiminde gerçekleşen iletişim sürecinde, iletişim araçları da siyasi ve ekonomik iktidarların elinde bulunmaktaydı. Bu bağlamda, iletişim sürecinde gönderilen mesajlar da enformasyon akışının kontrolünü elinde bulunduran iktidarların yaratmak istedikleri siyasal, toplumsal ve kültürel dönüşüm etrafında şekillenmekteydi.

İletişim sürecinin yapısal anlamda dönüşmesi ve interaktif iletişimin başlamasıyla ise iletişim sürecinde köklü değişiklikler yaşandı. Bu bağlamda çok boyutlu ve karşılıklı bir iletişim süreci başladı. Eski medya araçlarıyla yapılan iletişimde, azınlıkların ya da iktidarların belirlediği sınırlarda gerçekleşen bilgi akışı, yeni iletişim teknolojileri ile değişti ve bu değişiklik çoğunluğun kendi istediği enformasyona ulaşmasına olanak sağladı (Babacan vd., 2011, s. 68). Bu bağlamda yeni medya olarak tanımlanan forumlar, bloglar, paylaşım siteleri, sosyal ağ siteleri, mikro-blog siteleri gibi sosyal medya araçları hayatımıza girdi.

İnternet ile birlikte yazılı, sözlü ve görsel-işitsel iletişim türleri aynı sistem içinde birleşerek bireylere çoklu bir iletişim ortamı ve dili sunmaktadır. Buna paralel olarak iletişimin ve medya araçlarının değişen varoluşsal dönüşümünün kültürün ve gündelik hayatın akışını nasıl değiştirdiğine dikkat çeken Castells “Giderek evrensel, sayısal bir dili konuşan yeni bir iletişim sistemi, hem kültürümüzün sözcükleri, sesleri ve imgelerinin üretimini ve dağıtımını küresel olarak entegre hale getiriyor hem de onları bireylerin kimliklerinin ve halet-i ruhiyelerinin beğenilerine uygun kılıyor.” demektedir (Castells, 2005, s. 2).

Bireylerin etkileşimli bir biçimde süreç içerisinde özne olarak yer almasına olanak sağlayan sosyal ağ siteleri; bireylere internet üzerinde sınırsız bir iletişim ortamı sunarken aynı zamanda bireysel ve toplumsal sıkışmışlıkların açığa çıktığı bir ortam yaratarak da bireylerin iletişim özgürlüklerini kısıtlamaktadır. Bu bağlamda bireylerin sosyal ağ sitelerindeki iletişimi manipüle edilebilir, kontrol edilebilir ve sınırlandırılabilir bir yapıda gerçekleşmektedir.

“Bilgiye ulaşmada geleneksel medyadan alışkın olduğumuz sınırlamaları ortadan kaldıran yeni iletişim teknolojileri, kullanıcının enformasyon kanalları ve içeriği üzerindeki kontrolünü ve üretkenliğini artırır. Postmodern toplumda tüketici aynı zamanda mesajın üreticisi

haline gelmiştir. Öte yandan geleneksel medyanın sunmadığı bu aktif katılım hakkının bir ‘ifade özgürlüğü alanı’ mı yoksa demokratik temsil ihtiyacına hizmet eder görünen ve dönem dönem biriken baskıyı azaltan toplumsal bir sübab mu olduğu tartışma konusudur” (Başer, 2010’dan aktaran. Babacan vd., 2011, s. 70).

Yeni medya döneminde eskiye kıyasla bilginin özgürce dolaşımı ve paylaşımı daha kolay sağlanmakta ve kullanıcılar aktif olarak istedikleri her şeyi paylaşabilmektedirler. Sosyal ağ siteleri ortamında kullanıcılar, bir haberin gerek kaynağı gerekse de hedefi ve yorumlayıcısı olabilmektedirler. Sosyal ağ siteleri ile bireylere sunulan bu özgürlük ortamı, bireylerin sadece gündelik haber, bilgi veya iletişimi amacıyla değil; siyasi, ideolojik, iktisadi, kültürel hemen her alanda katılımını sağlamaktadır. Eski medyada iletişimin hedefi konumundaki birey, dinamik bir yapıya sahip olan yeni medyada haberi yayınlayan ve editörlüğünü yapan konumundadır. Dolayısıyla haberde kendinden başka editör yoktur ve haberine oto-sansür uygulanmayacağını bilir. Bu bağlamda yeni medya ağı tabandan gelişen ve egemen medya anlayışına, gelenekçi düzene başkaldıran “devrimci” bir olgudur (Engin, 2011’den aktaran Babacan vd, 2011, s. 73).

Eski medya araçlarıyla karşılaştırıldığında olumlu özellikler olarak duran bu gelişmeler, bireylerin sınırsız ve kuralsız bu ortamda hangi zeminde ve nasıl duracakları problemini beraberinde getirmektedir. Sınırsız paylaşımın olduğu sosyal ağ siteleri ortamında, enformasyon paylaşımının artmasıyla bilgi kirliliği ortaya çıkmakta ve hangi bilginin güvenilir olduğu konusunda kafa karışıklığı oluşmaktadır

Diğer taraftan sosyal ağ siteleri, tüketim sürecini besleyerek yaşadığımız çağın ruhuna ve tanımlamasına uygun biçimde tüketim döngüsünü geliştirmektedir. Tüketimi dönüştüren sosyal ağ siteleri, öznesi olan bireyin kendisini paylaşarak tüketmesini sağlamaktadır (Babacan vd., 2011, s. 74).

3.2. Sosyal ağ siteleri ve kişilerarası iletişim

Sosyal ağ sitelerinin en önemli özelliklerinden biri, kişilerarası ve kitle iletişimi arasındaki ayrımı belirsizleştirmesidir. Düzenli olarak bir blog yazmak veya Twitter’da birçok paylaşım yapmak, bireyin kişisel bir günlük veya yayın oluşturmasını sağlamaktadır.

Kişilerarası ve kitle iletişimi arasındaki belirsizleşme internetin, ortaya çıkışından beri, karakteristik özelliklerinden biri olmuştur. 1980’lerde özel ilgili alanlarıyla oluşturulan binlerce haber gruplarının ardından, 1990’larda kamusal ve özel iletişim arasında bir internet uygulaması ortaya çıkmıştır (Van Dijk, 2012, s. 182).

1990’larda kişisel web siteleri, sanal cemaatler, çevrimiçi forumlar, çevrimiçi destek grupları ve çevrimiçi hizmet sağlayıcı grupları çoğalmıştır. Milenyuma gelindiğinde ise sosyal medyanın, kişilerarası ve kitle iletişimi arasında birçok yeni uygulama ile genişlediği görülmektedir.

3.3. Kitlesele amatörleşme

Haberdar olmada, bilginin tek taraflı olarak okuyucuya gittiği dönemlere bakıldığında gazetenin en önemli ve tek iletişim aracı olduğu görülmektedir. Farklı konuların – dünya haberleri, iş ilanları, reklamlar, spor vs.- birbiriyle bir bağlam oluşturmaksızın bir araya geldiği gazetede, tüm bu konuları birbirine bağlayan mürekkep ve kâğıdın matbaada onları tek bir parça haline getirmesidir. Gazetede kitleler için gündelik bilgiler bütünü vardır. Televizyon ve radyonun sahneye çıkışıyla bu bilgilerin izleyici-dinleyici eğilimleri doğrultusunda kategorize edilmeye başlandığı ve tüketiciye bu eğilimler doğrultusunda seçim hakkı da sunulduğu görülmektedir. Televizyon ve radyonun yarattığı bu değişimlere rağmen, basılı haberlerin yazı üzerinde bir tekeli vardı (Shirky, 2008, s. 57). Ancak bu tekel Web gelene kadar sürdü. Web, habercilikte var olan düzene bir rakip olmak yerine, yeni bir düzen yarattı.

Gazetede, bir olay basılacak kadar pahalı bir haber değeri taşıyorsa haberleştirilmekte ve kullanılmaktadır. İnternet ise maliyeti, esnekliği, ulaşılabilirliği ve size sunduğu yaratıcı ortam sayesinde bu kısıtlamaları ve seçim zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. Bunun yanı sıra yayıncılığı kitlesele olarak amatörleştirmektedir. Bu bağlamda internet üzerinde haberi üreten ve yayan her zaman bir gazete, muhabir ya da başka bir medya mecrasının internet kolu olmak zorunda değildir. İnternette var olan kullanıcılar da artık birer amatör muhabir, köşe yazarı ve haber üreticileri olarak karşımıza çıkmaktadırlar. İnternetin haber üretimini kolaylaştırması ve amatörleştirmesinin yanı sıra haber üretiminde bir

haberi oluřtururken “Neden yayınlayayım?” dūřūncesinden “Neden olmasın?” dūřūncesine geçiř yařandığı da gözlemlenmektedir (Shirky, 2008, s. 60).

Bir haberin deniz yıldızı gibi değişip, çoğalıp, eksilip ya da dönüştürölüp çok hızlı bir biçimde yayıldığı internette řūphesiz güvenilirlik önemli bir handicap oluşturmaktadır. Ancak burada önemli olan güvenilir kaynak olarak nitelendirebileceğimiz kanalların azlığına vurgu yapmak yerine, internetin geleneksel iletişim mecralarından çok daha fazla kaynak sunduğu üzerine yoğunlaşmaktır. İnternet üzerinde sayısız yerde yayınlanan aynı fikir ya da haber, az sayıdaki profesyonel kanalların yargısından daha tamamlayıcı bir etkiye sahip olabilmektedir. İnternetin iletişimde yaptığı değişim – amatör yayıncılık – düzeltici savunmaya geleneksel medyadan daha fazla dayanır (Shirky, 2008, s. 61).

İnternetin özgülleştirici ve “sesini duyurabilme” özelliği, mikro ve özellikle yazı alanı kısıtlamasının olmadığı makro blogların, bir fikri olan herkesin ilgisini çekmesine neden olmuştur. Bloglar, kişisel web sitesi ya da günlükten, kategorileri ve ilgi odaklarına göre çeşitlenmiş yayın organlarına genişlemişlerdir. Bu bağlamda, bloggerlar da gönüllü muhabirlere, köşe yazarlarına hatta kimi zaman ilk haber kaynaklarına dönüşmüşlerdir. Bloglar sadece alternatif yayın siteleri değil, yayıncıların azınlık ve profesyonel sınıf olması göz önüne alındığında, yayıncılık alternatifleridir. Bu bağlamda bir gazetede yayın yapmak için profesyonel olma gerekliliğinin, internette ortadan kalktığı görölmektedir. İfade olanaklarının internet ile birlikte değişmesi, radikalleşmesi bu alanda her bir izleyiciyi üretici haline getirmiş ve kitlesel amatörleşmeyi ortaya çıkarmıştır.

4. İNTERNET GAZETECİLİğİ

4.1. İnternet gazeteciliği nedir?

Gazetelerin elektronik versiyonları internetin hayatımıza girmesinden önce 1980’lerde videotex vb. uygulamalarla yapılmıştır. Burada America Online, Prodigy ve CompuServe örnek olarak verilebilir (Garrison, 2005, s. 3). İnternet gazeteleri, 1990’ların ortasında internetin halkın kullanımına açılması ve teknolojik gelişmelerle birlikte ortaya çıkmıştır (Geray ve Aydoğan, 2010, s. 305). İlk internet gazetelerinin ise 1994’te Kaliforniya’da Palo Alto Weekly, ardından 1995’te The Chicago Tribune ve 1996’da The New York Times ile başladığı görölmektedir.

Türkiye’de internet gazeteciliğine ilk olarak Zaman gazetesi, 1996 yılında basılı gazeteyi internet ortamına aktararak geçmiştir. 1997 yılından itibaren ise neredeyse tüm geleneksel medya kuruluşları internet siteleri kurarak internet gazeteciliği yapmaya başlamıştır. İlk zamanlarda internet gazeteciliği sadece basılı haberlerin internet ortamına aktarılması olarak uygulanmıştır. Daha sonra maliyetin daha düşük olması internet gazeteciliğinin yapılmasını yaygınlaştırmıştır.

İnternet gazeteciliği işlevlerine göre en az dört modele bölünerek ele alınabilmektedir. Bunlar; 24 saat devam eden haber siteleri, kamu bülteni panosu işlevi gören siteler, tamamlayıcı haber siteleri ve özel haber siteleri modelidir (Garrison, 2005, s. 15). 24 saat devam eden haber sitelerinin özellikleri, haberin devamlı güncellenebilir olması ve son dakika haberlerine önem gösterilmesidir. Bu tarz haber sitelerinde haber sürekli takip edilir, değişiklikler güncellenir, terörist saldırıları, doğal felaketler gibi haberler anında siteye girilir. Kamu bülteni panosu işlevi gören modelde ise haberlerin güncelliğinin yanı sıra gazetenin etkin olduğu coğrafi alanda kültür-sanat, hava durumu, ticaret gibi alanlarda da okuyucular haberdar edilir.

Bazı basılı gazeteler, basılı versiyonlarında yer vermedikleri ya da kısaca yer verdikleri haberleri ise internet sitelerinde daha geniş bir alanda işlerler. Bu tip internet gazeteciliği modeline tamamlayıcı haber siteleri denmektedir. Özel haber siteleri ise çok tercih edilmeyen haber siteleridir. Bu modelde başka hiçbir yerde yer verilmeyen haber sadece o sitede yer alır. Geleneksel gazetelerin yaptığı internet gazeteciliği bağlamına düşünüldüğünde bir haberi sadece tek bir kaynağında kullanması çok tercih edilir değildir.

Ekonomik ve teknolojik nedenlerle uygulanmasının yaygınlaştığı internet gazeteciliği, okurlar için de önemli imkanlar sağlamıştır. Gazetelerin internet sitelerinde okuyucu yorumları için alan açılması okuyucuyu da geri bildirim bağlamında haber sürecine dahil etmiştir. Bunun yanı sıra ekonomik ve siyasi nedenlerle geleneksel medyada kendisine yer bulamayan gruplar da interneti seslerini duyurmak için bir alan olarak kullanmaya başlamıştır.

Geleneksel gazetecilikten farklı olarak internet gazeteciliği haber üretim ve tüketim alışkanlıklarını da değiştirmiştir. İnternet de bir haberin üretimi daha hızlıyken tüketimi de ona bağlı olarak hızlıdır. Ayrıca haberler, okuyucular

tarafından tekrar ve tekrar dolaşıma sokulmaktadır. İnternet gazeteciliği, haber üretiminde çoklu medyayı da beraberinde getirmiştir. Hürriyet, Milliyet, Cumhuriyet gibi ana akım medyanın internet sitelerinde bir haber hem yazılı hem görüntülü hem de sesli olarak okuyucuya sunulabilmektedir. Basılı gazetelerde yayın süreci bellidir; hazırlanan haberler editöryel süreçten geçer, basılır ve ertesi gün okuyucuya ulaştırılır. İnternet gazeteciliğinde ise haberin istenilen zamanda okuyucuyla paylaşılması, “son dakika” gibi haber türleriyle olayın gerçekleştiği an haber olarak okuyucuya sunulması olanağı vardır. Bu anlamda internet gazeteciliği, haber üretimine “anındalık” özelliğini getirmiştir (Korkmaz, 2009, s. 9). İnternet gazeteciliğinin diğer özellikleri şöyle sıralanabilmektedir (Çakır, 2007, s. 140):

- Haberi çok hızlı bir biçimde verir ve sürekli olarak günceller
- Okur habere istediği zaman ulaşabilir
- Multimedya haberciliğe olanak tanır; haberlerde ses-grafik-görüntü kullanımı vardır
- Haberleri arşivleme ve istenildiği zaman eski haberlere ulaşma olanağı tanır
- Okurla interaktif etkileşim sağlar, okuyucu habere yorumlama ve onu paylaşma ile dahil olur
- Okuyucu aynı zamanda haberi yeniden üretendir, haberi tüketeni, üretene dönüştürür
- Haberde arka plan ve kaynak link verebilme sayesinde kolaylıkla ulaşılabilir

İnternet gazeteciliği, zamanla okuyucuların haberdar olması anlamında diğer medya mecralarından daha öne geçmiştir. 2004 yılında Amerika seçimlerinde 63 milyon Amerikalının seçimle ilgili bilgi edinmek için internet haber sitelerini tercih etmesi ve internette okudukları haberlerin seçimlerinde etkili olduğunu belirtmeleri bunun bir örneğidir (Friend ve Singer, 2007, s. 33).

Kawamoto dijital gazeteciliği şöyle tanımlamaktadır: haberleri ve bilgileri sürekli artan bilgisayar okuryazarı okuyucu için araştırmak, üretmek ve yaymak amacıyla dijital teknolojileri kullanan gazetecilik (Kawamoto, 2003, s. 4). Bu tanım aynı zamanda gazeteciliğin kamuyu aydınlatma görevini ve bunu yaparken gelişen teknolojileri ve okuyucu kitlesinin değişen okuryazarlık dinamiklerini de göz önünde bulunduran bir gazetecilik öngörmektedir.

Dijital gazeteciliği özellikleri şöyledir (Kawamoto, 2003, s. 4):

- **Hipermetinsellik:** Doğrusal olmayan hiyerarşik bir yapıda dijital bilginin birleştirilmesi veya katmanlara ayrılması. Haber metnini okurken alternatif medya kaynaklarına ve metinler arası geçişin mümkün olması.
- **Etkileşimlilik:** Bilgi üretiminde ve paylaşımında haberi üreten dışında bir insanın üretim sürecine dahil edilmesi.
- **Doğrusalsızlık:** Geleneksel hikaye anlatma sıralamasının (kronolojik, düzenli) dışında esnek bir sistemle bilgi aktarımının olması.
- **Multimedya:** Birden fazla medyayı tek bir haberde, üründe kullanma.
- **Yakınsama:** Birbirinden ayrı teknoloji ve servisleri birleştirme veya iki farklı yapıyı birbiri içinde bulandırma.
- **Kişiselleştirme:** İçeriği, her bir bireyin istek ve ihtiyacına göre şekillendirebilme.

Dijital gazetecilik geleneksel gazeteciliğin hem destekçisi hem de rakibi olarak görülmektedir. Teknolojiye ayak uydurmak zorunda kalan gazeteler, değişen okuyucu kitlesini yakalamak için internete girmek zorunda kalmışlardır. Bu bazı açılardan yeni gazetecilik dinamikleri bağlamında avantajlıdır. Basılı gazete ve internet gazetesi arasında haber paslaşması, bir haberin girişini internette vererek, haberin tam hali için okuyucuyu basılı gazeteye yönlendirmek ya da tam tersini uygulamak okuyucuyu gazeteye bağlı tutmak için uygulanan yöntemlerdendir.

Sadece gazete değil televizyon ve radyo da internete bu süreçte ayak uydurmuştur. Televizyon ve radyo programlarında multimedyanın kullanılması, izleyici ve dinleyiciyi sürece dahil eden internet sitesi, e-posta, mobil uygulamalar ve whatsapp gibi kanallarla etkileşimsellik sağlamaları tüm kitle iletişim araçlarının dijitalleşmesinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dijitalleşen medya, geleneksel medyayla iç içe gitse de gün geçtikçe “destekçi”den çok “rakip” olarak konumlanmıştır. Bireylerin internete kolay ulaşımı, ekonomik olarak bir ücret ödmeden habere ulaşıyor olmaları, internet gazeteciliğinin sağladığı zamansızlık, etkileşimsellik, multimedya vb. gibi birçok özellik dijital medyanın, geleneksel medyadan daha çok tercih edilmesine neden olmuştur. Tirajları düşen basılı gazeteler ise tamamen internet ortamına geçmeye başlamışlardır. Sadece dijital ortamda yayın yapmak gazetelere, ekonomik olarak

büyük avantaj sağlamaktadır. Öncelikle matbaa, dağıtım gibi ekonomik yüklerden kurtulan gazete, reklam için ise metinler arası çalışabileceği ve daha geniş bir kitleye ulaşabileceği interneti kullanmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu(TUİK)'nın Temmuz 2017'de yayınladığı verilere göre de gazetelerin sayısında %7,5 dergilerin sayısında ise %8,2 azalma görülmektedir. Gazetelerin yıllık toplam tirajları ise 2016'da bir önceli yıla göre %20 azalmıştır. Bu veriler gazeteciliğin dijitalleşmesini ve yeni bir bilgisayar-okuryazarı, dijital okuyucu kitlesinin oluştuğunu göstermektedir (Bkz. Tablo 1).

Gazete ve dergilerin yıllara göre sayısı, 2012-2016

Tablo 4.1. TUIK Temmuz 2017 raporundan alınmıştır.



4.2. Dijital zamanda haber yapma pratikleri

Haber en basit tanımıyla enformasyon (bilgi) verme amacıyla yapılmaktadır. Gazetecinin halkı bir olay hakkında bilgilendirme sorumluluğu onun en önemli görevidir. Bu durum medyanın ilk ortaya çıkışından günümüze kadar değişmemiştir. Medyanın tarihi ve teknolojik gelişmelere uyumu ile birlikte ise haberdar etme şekilleri ve kanalları değişmiştir.

Medyayı ortaya sıkış sırasıyla gazete, radyo ve televizyon olarak tanımlayabiliriz. Gazeteyle başlayan medya, bu süreçte hedef kitlesine yazılı olarak ulaşmaktaydı. Ardından işitsel olarak radyo ve hem işitsel hem görsel olarak televizyon geldi. Hedef kitlesi okuyucu, dinleyici ve izleyici olarak çeşitlendi. Teknolojinin gelişmesi ve internetin ortaya çıkmasıyla ise habercilik internet

ortamına taşındı. İnternet haberciliğinin en önemli yeniliği ise kişilere hem yazılı hem işitsel hem de görsel olarak haber üretip sunmaları oldu.

İnternetin gazeteciliği ile birlikte haber toplama ve yazma süreçlerinde de değişiklik yaşanmıştır. Haber üretme ve yayma hızlanmış, buna bağlı olarak haber yapma sürecinde gazeteciler arasındaki rekabet daha da artmıştır. Gazeteciliğin dijitalleşmesiyle birlikte haber üretim pratiklerinde hem olumlu hem de olumsuz gelişmeler yaşandı.

Öncelikle haber fotoğrafı konusunda dijitalleşmeyle birlikte büyük kolaylıklar sağlandı. Dijital dönemden önce kullanılan analog fotoğrafların “anı yakalama” konusunda ve haber fotoğrafını yetiştirmek için karanlık oda kullanma zorunluluğu açısından büyük zaman almaktaydı. Dijital fotoğraf makinalarının icadıyla haber fotoğrafçılığında bu sorun ortadan kalktı. Fotoğraf makinalarının teknolojik donanımı her türlü haber fotoğrafı çekmeyi, çoğaltmayı ve yedeklemeyi mümkün hale getirdi. Haber fotoğraflarını yedeklenebilir olması, bir haberde haberin öznesinin itirazı ya da başka bir sebeple gazetecinin haberin doğruluğunu kanıtlaması olanağı da kolaylaşmış oldu.

Dijitalleşme ile birlikte haber yazmada da değişimler meydana gelmiştir. Geleneksel gazetecilikte haber genellikle ters piramit şeklinde yazılmaktadır. Haberin girişinde 5N 1K’nın verildiği haberin özeti, gövdesinde ise habere konu olan olayın detayları yer almaktadır. İnternet gazeteciliğinde ise haber yazmada artık hipermetinsellik vardır. Gazeteci haberi istediği şekilde yazma, haber metninde görsel ve işitsel medyayı da kullanarak haberini zenginleştirme olanağına sahiptir. Ayrıca haberin farklı boyutlarını ayrı ayrı haber metinlerinde yazarak okuyucunun hangisini isterse onu seçerek haberi okumasını sağlayabilmektedir (Herbert, 2000, s. 2).

İnternetle birlikte gazetecinin kaynaklara ulaşımı da kolaylaşmıştır. Gazeteci bir olayı haberleştirirken birincil kaynaklarıyla birebir konuşması dışında o olayla ilgili internette de arama yapabilmektedir. Yeni kaynaklara ulaşmak ve var olan kaynaklarını doğrulamak için interneti kullanabilmektedir. İnternetle birlikte veri gazeteciliği de yapılmaya başlanmıştır. Gazeteci hükümetin, sivil toplum kuruluşlarının ve istatistik kurumlarının internet sitelerinde yayınladıkları yıllık, aylık gibi süreli istatistikleri kullanarak da haber yapabilmektedir. Bu haberi

yaparken infografikler de kullanarak haberini zenginleştirmekte ve görsel olarak daha ilgi çekici hale getirmektedir. Ayrıca gazetecinin istatistikleri okunabilir hale getirerek haberleştirmesi, kişilerin sayısal verileri anlamlandırarak okumasını da kolaylaştırmaktadır.

İnternetin gazeteciliğe getirdiği bir diğer kazanım ise gazetecinin kendisine uzak kaynaklara ulaşmasıdır. Gazeteci röportaj veya söyleşiyi artık internet üzerinden de yapabilmektedir. Haber için kaynak olarak kullanacağı kişilere e-posta, skype, facetime, whatsapp gibi internet ortamlarından ulaşabilmektedir. Bu da gazetecinin yol kat etmeden, internet üzerinden haber yapabilmesini mümkün kılmakta ve kendisine zaman kazandırmaktadır.

Gazeteciliğin dijital ortama taşınmasının dezavantajları da bulunmaktadır. Bir haberin gerek internet gazeteleri gerekse de okuyucular tarafından dolaşıma sokulması gazetecilerin “haber atlatlama”larını olanaksız hale getirmiştir. Bir haber internette yayınlandığı andan itibaren tüm dünyanın okumasına ve onu değiştirerek ya da olduğu gibi yeniden yayınlamasına da sunulmaktadır. Haberin üretiminin ve tüketiminin hızlandığı internette, çoğu zaman haber doğrulanmadan dolaşıma sokulmaktadır. Bu da haberde manipülasyonu ve yanlış bilgilendirmeyi artırmaktadır. Haber almak kaynaklarının internet ve özellikle sosyal medyayla birlikte değiştiği de gözlemlenmektedir. İnteraktif olan dijital gazetecilikte artık okuyucu da haberi üretendir.

4.3. Medya etiği ilkeleri

Medyanın, Avrupa Konseyi Parlamenter Meclisi tarafından belirlenmiş basın meslek ilkeleri bulunmaktadır. Bu ilkeler şöyledir:

- Yayınlarda hiç kimse; ırkı, cinsiyeti, yaşı, sağlığı, bedensel özü, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz.
- Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz.
- Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez.

- Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadeler yer verilemez.
- Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.
- Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olmaksızın yayınlanamaz.
- Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanamaz.
- Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.
- Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse “suçlu” ilan edilemez.
- Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.
- Gazeteci, kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyuna kişisel, siyasal, ekonomik vb. nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır.
- Gazeteci görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır.
- Şiddet ve zorbalığı özendirici, insani değerleri incitici yayın yapmaktan kaçınılır.
- İlan ve reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri, tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.
- Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.
- Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar (Basın Konseyi, Basın Meslek İlkeleri).

Yukarıda sıralanan Basın Meslek İlkeleri, toplumsal düzenin, adaletin sağlanmasını ve kişi haklarını, eşitliği temel almaktadır. Ancak medyanın sahiplik yapısı, medya-iktidar ilişkileri ile iktidarın “etik”, “eşitlik” anlayışı haberlerin

retiminde bu ilkelerin çoğu zaman gözetilmeden yapılması sonucunu doğurmaktadır.

4.4. Yeni medyada gazetecilik etiği

Gazeteciliğin en önemli görevi kamuyu bilgilendirmedir. Bu nedenle medyanın, iktidar için dördüncü gücü olduğu söylenmektedir. Kamuyu bilgilendirirken haberleştirilen bilginin doğruluğu, gazetecinin tarafsızlığı ve haber kaynaklarının dengeli ve karşıt taraflarla eşit olması büyük önem taşımaktadır. Yeni medyada yapılan gazetecilik, internetin doğası ve haberdar etme bağlamında yeni etik sorunları gündeme getirmiştir.

Dijital haber üretimini bir takım etik kaygılar taşımaktadır. Onaylanmayan elektronik datalar, çok fazla bilgi, kopyalama ve gizlilik kanunu ihlali gibi birçok sorun dijital gazetecilikte ortaya çıkmaktadır (Pavlik, 2001, s. 86). Dijital gazetecilik, haberde kullanılan fotoğraf ve videolarda maniplasyonu kuşkusuz artırmıştır. Kaynaktan gelen bir fotoğrafın ya da videonun doğruluğu dijital ortamda kolayca saptanamamaktadır. Bilgisayar teknolojisinin gelişmişliği üzerinde oynanmış birçok fotoğrafın ve videonun haberlerde doğrulanmadan kullanılmasına yol açmaktadır. Bu kimi zaman haberin hızlı bir şekilde, haber atlatarak okuyucuya ulaştırılması için editörler tarafından araştırılmadan kullanılmasından bazen de bizzat gazetecinin kendisinin yaptığı manipülasyondan kaynaklanmaktadır.

Fotoğraf ve videolarda yapılan manipülasyon aynı şekilde internet haberlerinde de geçerlidir. İnternette yapılan gazetecilik de artık tüketicilerin de haber üreten olarak yer alması haber üretiminde sorunlara neden olmaktadır. Sosyal medyada haber üreten bireylerin verdikleri bilgilerin doğruluğu çoğu kez onaylanmadan gerek diğer internet kullanıcıları gerekse de internet ortamında haber üreten medya profesyonelleri tarafından tekrar dolaşıma sokulmaktadır.

Diğer yandan haberde -özellikle fotoğrafla- manipülasyon internetle birlikte ortaya çıkmamıştır. Roger Fenton'un, 1855 yılında çektiği "lmn Gölgesi Vadisi" fotoğrafı haber fotoğrafında ilk manipülasyon örneklerindendir. İngiliz hükümeti tarafından iliştirilmiş olarak Kırım Savaşı'na gönderilen Fenton; gerçek lleri göstermeden, halkın moralini de bozmadan savaşı anlatmak için fotoğraflar çekmektedir. "lmn Gölgesi Vadisi" fotoğrafında ise sonradan anlaşıldığı üzere

savaşın etkisini anlatmak, fotoğrafı daha dramatik hale getirmek için sağa sola saçılmış top gülleleriyle yeniden kompozisyon oluşturarak bölgeyi fotoğraflamıştır. İnternet haberde manipölasyonu doğurmamıştır ancak manipölasyonun yapılmasını hızlandırmış ve kolaylaştırmıştır.



Görsel 4.1. *Ölümün Gölgesi Vadisi, Roger Fenton 1855.*

Yalan haber yapmak ve bunu yaymak için yeni medya haber üreticilerine çok geniş ve rahat bir ortam sunmaktadır. Örneğin, Körfez Savaşı'nda Amerika Birleşik Devletleri'nin yaptığı birçok yalan haber sonrasında ortaya çıkartılmıştır. Bu haberlerden bir tanesi Kuveyt'in havaya uçurulan petrol kuyularından akan petrole bulanmış karabatakla ilgilidir. CNN, Irak ordularının petrol kuyularını bombalayarak çevreye verdikleri zararı ve bundan dolayı birçok hayvanın ölümüne yol açmasını petrole bulanmış karabatak fotoğrafıyla haberleştirmiştir. Çok ses getiren fotoğrafın daha sonra Fransa sahillerinde çekilen bir fotoğraf olduğu ortaya çıkmıştır.



Görsel 4.2. *Fransa Sahillerinde çekilen, Körfez Savaşı için kullanılan “Karabatak” fotoğrafı.*

Twitter’da “TSK’nın sivilleri hedef aldığı” iddiasıyla paylaşılan sedyedeki çocuk fotoğrafı da sosyal medyada çokça dolaşıma giren ve ses getiren yalan haberlerden biridir. Fotoğrafın, 29 Ağustos 2017’de Suriye’nin kuzeyindeki Mare’de Amerika Birleşik Devletleri destekli, terör örgütü YPG’nin öncülüğündeki SDG’nin düzenlediği saldırıda çekildiği belirlenmiştir (<http://www.hurriyet.com.tr/gundem/teror-orgutu-yandaslarindan-3-yalan-fotograf-daha-40719361>).

Sosyal medyada dolaşıma giren bir haberin anında ve birebir ya da değiştirilerek kullanıcılar tarafından dolaşıma sokulması, haberin doğruluğunun onaylanması sürecini ortadan kaldırmakta ve manipülasyonu engellenemez hale getirmektedir.

5. DİJİTAL AKTİVİZM

5.1. Dijital aktivizm nedir?

18. yüzyıl, modernleşmenin çatısı altında sanayi devriminin, pozitivizmin ve kitlenin ortaya çıkışının yaşandığı bir dönemdir. Özellikle “kitle” ile birlikte sosyal hareketler de bu dönemde başlamıştır. 19. yüzyılda ise bu hareketler toplumsallık kazanmıştır.

Yeni toplumsal hareketler kolektif bir biçimde, toplumun bir konudaki fikrini değiştirmeyi amaçlamaktadır. Bunu yaparken örgütlüdür ve süreklilik özelliği gösterir. Dijital aktivizm ise yeni toplumsal hareketlerin internet ortamına taşınması olarak ele alınabilir. İfade özgürlüğü, insan hakları, hayvan hakları, çevre gibi politik ve sosyal konuların, alanını oluşturduğu dijital aktivizm, toplumsal olaylarla ilgili kişilerin dikkatini çekmeyi, fikirlerini değiştirmeyi amaçlamaktadır (İnceoğlu ve Çoban, 2011, s. 13).

Dijital aktivist eylemler yapılar ve etki alanları gereği geleneksel eylemlerden farklılık göstermektedirler. İnternetin daha bireysel, yapay ve örgütlenmede zayıf olması, buradaki eylemlerin etkisinin daha geçici ve daha az güçlü olmasına neden olabilmektedir. Bireyselliğin öne çıktığı bir ortamda ise güçlü bir kitlesellikten söz etmek mümkün olmamaktadır (İnceoğlu ve Çoban, 2011, s. 14). Diğer taraftan sosyal medyanın insan yaşamında gücünü ve etkisini artırması, yeni toplumsal hareketlerin yönünü değiştirmiş, kendisine yeni bir mecra bulmasına yol açmıştır. Dijital aktivizm bu anlamda, gerçek hayatta yapılan eylemlerin tamamlayıcısı olmuştur. Zaman geçtikçe ise eylem paylaşım alanı olan internet, bizzat eylemin gerçekleştiği ikinci alan haline dönüşmüştür.

Kişiler her zaman bireysel olarak eyleme katılmaz, ancak sosyal medyada eylemi gerçekleştiren ya da eyleme katılan olarak karşımıza çıkabilmektedir. Bu eylem tarzına “slacktivizm” denmektedir (İnceoğlu ve Çoban, 2011, s. 14). Burada internetin “özgür”, “denetimsiz”miş gibi görünmesi yanılgısına vurgu yapmak gerekmektedir. Kişiler, eylemlerde fiziksel olarak yer almak yerine, sosyal medyada aktivist olduklarında kendilerini daha güvenilir hissetmektedir. Bu durum, eylemin etkisini azaltmasının yanı sıra, internetin iktidar tarafından denetlenebilir bir mecra olduğunun da göz ardı edildiğini göstermektedir.

Sosyal medya, özellikle günümüzde, önemli bir gözetim ve denetim aracıdır. Bu anlamda, sosyal medyanın bir “panoptikon” olduğunu söylemek yerine olacaktır. Panoptikon, Jeremy Bentham’ın 18. yüzyılın sonlarına doğru tasarladığı mimari bir yapıdır. Bu yapı ilk önce hapishanelerde, ruh ve sinir hastalıkları hastanelerinde vb. yerlerde topluma uyum sağlamadığı, rasyonel akla sahip olmadığı düşünülen, iktidar için tehlike arz eden kişilerin denetlenmesi için kullanılmıştır. Foucault, panoptikonu şöyle anlatmaktadır:

Çevrede halka halinde bir bina, merkezde bir kule; bu kulenin halkanın iç cephesine bakan geniş pencereleri vardır; çevre bina hücrelerle bölünmüştür, bunların içeri bakan ve kuleninkilere karşı gelen, diğeri de dışarı bakan ve ışığın hücreye girmesine olanak veren ikişer penceresi vardır. Bu durumda merkezi kuleye tek bir gözetmen ve her bir hücreye tek bir deli, bir hasta, bir mahkûm, bir işçi veya bir okul çocuğu kapatmak yeterlidir. Geriden gelen ışık sayesinde, çevre binadaki hücrelerin içine kapatılmış küçük silüetleri olduğu gibi kavramak mümkündür. Ne kadar kafes varsa, o kadar küçük tiyatro vardır, bu tiyatrolarda her oyuncu tek başınadır, tamamen bireyselleşmiştir ve sürekli olarak görülebilir durumdadır. Görülmeden gözetim altında tutmaya olan düzenleme, sürekli görmeye ve hemen tanımaya olanak veren mekânsal birimler oluşturmaktadır. Sonuç olarak, hücre ilkesi tersine döndürülmekte veya daha doğrusu onun üç işlevi -kapatmak, ışıktan yoksun bırakmak ve saklamak- tersyüz edilmektedir; bunlardan yalnızca birincisi korunmakta, diğer ikisi kaldırılmaktadır. Tam ışık altında olma ve bir gözetmenin bakışı, aslında koruyucu olan karanlıktan daha fazla yakalayıcıdır. Görünürlük bir tuzaktır (Foucault, 2006, s. 295-296).

Panoptikon, bireylerin denetlenebilme ve gözetlenebilme ihtimalleri bağlamında biyo-iktidar yaratmaktadır. Kişiler, özdenetim uygulayarak hareket etmektedirler. Sosyal medya da günümüzde en etkili panoptikon yapılarından biridir. Ancak her sistemde olduğu gibi sosyal medyada da iktidarın gözetiminden kaçmanın yolları, sistemin açıkları da yok değildir.

Dijital aktivizmin etkisinin tartışılmaz olduğunu savunan görüşlerin yanı sıra onun; internetin eylem yapma ve siyasal, sosyo-kültürel etki yaratma, kitlesel davranış değiştirme pratiği olarak anlaşılmaması gerektiğini vurgulayan görüşler de bulunmaktadır. Bu görüşlere göre internetin, toplumsal hareketlere etkisi ve onları görünür kılması yok sayılamaz, ancak internet tek başına “devrim” yaratamaz. Toplumun gerçekliği ve eylem sürecinde davranış modeli karmaşıktır. Fuchs, bu konuda Castells’i eleştirirken tüm medya mecralarının da onu tüketen toplum gibi karmaşık ve çelişkili olduğunu söylemektedir:

...Bunun bir sonucu olarak, etkileri aslında çelişkilidir. Onlar protestoları zayıflatılabilir/önüne geçebilir veya güçlendirebilir/geliştirebilir veya çok fazla etkilemeyebilirler. Ayrıca farklı medya (örneğin alternatif medya ve ticari medya) birbirleri ile çelişkili bir ilişki ve güç mücadelesi içerisinde dururlar. Medya protesto koşullarını etkileyen tek faktör değildir – medya, protesto koşullarını etkileyen politika ve ideoloji/kültür ile çelişkili ilişkiler kurar (Fuchs, 2014, s. 120).

Tarih boyunca toplumun kurumlarını dönüştüren yeni değer ve hedefleri ortaya koyan toplumsal hareketler, kurumsal iktidar sahiplerinin denetiminden bağımsız olarak özerk bir iletişim süreciyle karşı iktidarı kurarlar (Castells, 2013, s. 23). Kitle medyası hükümetler ve medya kurumlarının kendileri tarafından kontrol edilmektedir. Bu nedenle ağ toplumunda iletişim anlamında özerkliğin başta internet ağlarında ve kablosuz iletişim platformlarında gerçekleştiğini söylemek yerinde olacaktır.

Toplumsal hareketler için dijital platform, tek başına eylemin gerçekleştirildiği yer değildir. Çünkü eylemin başarılı olması için sadece sanal ortamda değil, gerçek toplumsal mekanlarda, kamusal alanda da kendi hedefleri doğrultusunda bir inşa gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Bu nedenle dijital ortamın toplumsal hareketler için eylem koordinasyonunu gerçekleştirmede önemli bir alan olduğu görülmektedir.

Manuel Castells, toplumsal hareketlerin internetle sınırlı olmadığını, kentsel uzamı ve sembolik binaları da işgal etmelerinin nedeninin eylemi tam anlamıyla gerçekleştirmek için olduğunu ve bunun üç temel sebepten kaynaklandığını belirtmektedir (Castells, 2013, s. 24):

1. Cemaat yaratırlar; cemaatse birlikteliğe dayanır. Birliktelik korkuyu aşmayı sağlayan temel psikolojik mekanizmadır. Korku eşiği, bireylerin bir toplumsal harekete dahil olabilmek için aşmaları gereken başlıca eşiktir, çünkü baskın elitlerin egemenliklerini korumak için diktikleri sınırları aştıklarında şiddetle karşı karşıya kalacaklarını gayet iyi bilirler. Toplumsal hareketlerin tarihinde caddelere dikilen barikatların savunma açısından değeri pek az olmuştur, aslına bakarsanız bunlar bağlamına göre havan topu mermileri ya da özel timler karşısında kolay hedef olmuşlardır...

2. İşgal edilmiş alanlar anlamsız değildir: Genellikle devlet iktidarına ya da finansal kurumlara ait yerlerin işgal edilmesinin sembolik gücüyle yüklüdürler. Ya da tarihle ilişkili olarak başka temsil yolları kapalı olduğunda yurttaşların iradesini ifade etmiş olan halk ayaklanmalarının hatıralarını canlandırırlar...Uzam üzerindeki kontrol, insanların hayatları üzerindeki kontrolü simgeler.

3. Toplumsal hareketler sembolik bir alanda özgür bir cemaat yaratarak kamusal bir alan, nihayetinde siyasi bir uzam haline gelen bir düşünüp taşınma uzamı, bağımsız ve egemen toplulukların bir araya gelip ağırlıklı olarak baskın çıkar ve değerlere uygun şekilde biçimlendirilmiş siyasi kurumların elinde tuttuğu temsil haklarını geri kazanmaya yönelik bir uzam yaratırlar. Toplumumuzda toplumsal hareketlerin kamusal alanı internetteki sosyal ağlar ile işgal edilmiş kent uzamını bitip tükenmek bilmez bir etkileşim içinde bağlar, teknolojik ve kültürel olarak dönüştürücü pratiğe dayalı, ortaya anlık çıkıveren cemaatler oluşturur.

5.2. Dijital aktivizm tek başına yeterli mi?

Sosyal medyanın insan hayatında “vazgeçilmez” olmasıyla birlikte, reel toplumsal hayatta yaşanan tüm gündelik, kültürel ve politik olaylar da sosyal medyada yansımaya hatta kimi zaman sadece orada var olmaya başlamıştır. Sosyal medyanın toplumu harekete geçirme, sanal olarak bir araya getirme etkisi yadsınamaz olsa da kimi zaman bu etkinin yanıltıcı olabileceği de görülmektedir.

2009 yılında Danimarkalı psikolog Anders Colding-Jorgensen’in Facebook’ta yaptığı sosyal medya deneyi dijital aktivizmin bireyler tarafından ne kadar anlaşıldığı ve ne kadar doğru uygulandığını analiz edebilmek açısından güzel bir örnektir. Colding-Jorgensen, Facebook’ta açıklamasında Kopenhag’ın en ünlü güzelliklerinden biri olan Stork Çeşmesi’nin şehir yetkilileri tarafından yıkılacağını belirten bir grup açmıştır. Bu durum tamamen Colding-Jorgensen’in uydurmasıdır. Grubu Facebook üzerinden 125 arkadaşına göndermiş, bu arkadaşları da kendi arkadaşlarını gruba dahil etmiş ve sadece saatler içerisinde Kopenhag şehir konseyine karşı kampanya viral olmuştur. Colding-Jorgensen, grup üye sayısı 27.500’e ulaştığında bu küçük deneyini sonlandırmaya karar vermiştir (Morozov, 2011, s. 179).

Bu deney üzerinden sosyal medyanın aktivistliği için iki farklı şey söylenebilir: Birincisi sosyal medyada neyin doğru, neyin yanlış olduğunu kanıtlamak her zaman mümkün olmadığı için sosyal medya manipülasyona açıktır. Dezenformasyondan dolayı sosyal medyada gerçekleşen bir olay üzerinden hükümet, polis, sivil toplum örgütleri vb. gibi yetkililerin harekete geçmesi her zaman doğru değildir. Bu tarz olaylar sosyal medyanın “inandırıcılığı”nı kaybetmesine neden olmaktadır. İkincisi belki de ilk değerlendirmeden daha önemlidir. Sosyal medyanın bir konu etrafında, çok sayıda insanı, kısa sürede bir

araya getirmesi onun toplum üzerindeki gücünü göstermektedir. Dolayısıyla bir eylem yapmak, herhangi bir toplumsal amaç için insanları bir araya getirmek için sosyal medya önemli bir araçtır. Ayrıca dijital aktivizm daha ucuz ve grupları anında etkileme özelliğine sahiptir.

Bu deney üzerinden yapılabilecek üçüncü bir değerlendirme ise dijital aktivizmin sadece dijitalde kalması, reel hayata her zaman geçememesidir. Her insan; iktidar korkusu, kişisel çıkarları, gündelik hayat dertleri, apolitiklik gibi kimi nedenlerden dolayı toplumsal çıkarları tehdit eden olaylara karşı bir eylem içerisinde yer almaz. Bazıları da saydığımız bu kaygılardan dolayı sadece sosyal medyada görüşlerini dile getirmeyi yani slaktivizmi tercih ederler. Ancak internetin doğası gereği gözetlendiklerini unuturlar. Bunun yanı sıra gündemin hızlı değiştiği sosyal medyada slaktivizm de toplumsal anlamda bir tutum değişikliği yaratmaya yeterli değildir.

5.3. Dijital çağda aktivizm

İnternetin 21. yüzyılda yaşadığı gelişme, sosyal medyanın insanların hayatlarında gücünü arttırması kuşkusuz toplumsal hareketlerin de kendini duyurmasını ve etkisini arttırmıştır. Haberdar olmak, haberdar etmek ve “diğer” hayatlara dahil olmak için sosyal medyayı kullanan bireyler, kendilerinden kilometrelerce uzaklarda yaşanan büyük toplumsal olayları internet üzerinden öğrenmeye ve bu olaylara tepkilerini internet üzerinden vermeye başlamışlardır.

Arap dünyasında diktatörlüğe karşı verilen savaşı, İspanya’da ekonomik eşitsizliğe karşı protestoları, New Yorkluların Wall Street civarındaki kamusal alanları nasıl işgal ettiklerini tüm dünya internet sayesinde hızla öğrenebilmiştir. Sosyal medya toplumsal hareketlerin koordine edilmesi, başlatılabilmesi ve duyulması için önemli bir tetikleyici ve platform konumundadır. Son on yıl içerisinde yeni toplumsal hareketlerde internetin öneminin görüldüğü ilk yerin ise Tunus olduğunu söylemek yersiz olmayacaktır (Castells, 2013, s. 34).

5.3.1. Arap Baharı

5.3.1.1. *Her şeyin başladığı yer: Tunus*

1956 yılında Fransa'dan bağımsızlığını kazanan Tunus'un ilk devlet başkanı Habib Burgiba, otoriter bir tek parti sistemiyle 31 yıl boyunca yönetimde kalmıştır. 1987'de koltuğunu Zeynel Abidin Bin Ali'ye bırakmıştır. Bin Ali döneminde Batı yanlısı politikaların sürmesine rağmen insan hakları ihlalleri, demokratik gelişimin sağlanamaması, belirli gruplara sağlanan imtiyazlar ülkede istikrarın kaybolmasına neden olmuştur.

Tunus'un tarihe geçecek değişimini ve Arap Baharı'nı başlatacak olay 17 Aralık 2010'da seyyar satıcı Muhammed Buazizi'nin yetkililerin tezgahına el koyması ve gördüğü kötü muameleyi protesto etmek için kendisini yakmasıyla başlamıştır. Buazizi'nin protestosunu videoya çeken kuzeni Ali, Facebook'ta videoyu yayınlarak olayı internet üzerinden herkese duyurmuştur. Birkaç gün içinde ülkenin dört bir yanında kendiliğinden gösteriler başlamış, taşrada başlayan gösteriler Ocak ayı başlarında polisin şiddetli baskısına, en az 147 kişiyi öldürüp yüzlercesini yaralamasına karşın başkente de taşınmıştır.

Tunus'ta diktatör rejim tüm medyayı kontrol altında tutmaktaydı. Bu nedenle gazetelerde, televizyon kanallarında ve radyolarda protestoların haberleri verilememekteydi. Bunun yanı sıra iktidar, protestoyu haber yapan ya da ona destek veren internet sitelerine erişimi kapatırken blog yazarlarını da hapse atmaktaydı. Ancak 20. yüzyıl diktatörlüğü 21. yüzyıl medyasıyla baş edemedi ve insanlar sosyal medya üzerinden haberleşmeye, eylem koordinasyonu sağlamaya ve kendilerine diğer ülkelere duyurmaya devam etti. Protestolar, büyük can kayıplarıyla birlikte Tunuslulara demokratik kazanımlar getirdi. Bin Ali başkanlıktan çekildi, Tunus'ta tek partili dönem bitti, çok partili döneme geçildi.

Tunus Devrimi'nde sosyal medyanın etkili olmasının birçok nedeni ve itici gücü bulunmaktadır. Sansüre ve baskıya rağmen hükümet kontrolünün dışında kalan uydu televizyonlarından El Cezire güçlü bir müttefik olmuştur. Yurttaşların cep telefonlarıyla çektikleri görüntüleri kabul edip uydu üzerinden bağlantıyla onu yayınlayabilmesine olanak veren teknoloji, El Cezire'nin Tunus Devrimi'ni tüm dünya televizyonlarında duyurmasını olanaklı kılmıştır. Tunuslular ve diğer dünya insanları, protestoları Youtube'a yükleyen yurtaş gazetecilerinin görüntülerine El

Cezire üzerinden ulaşmışlardır. Twitter da Tunus Devrimi'nde olayların ve koordinasyon eylemlerinin tartışılmasında önemli bir noktada yer almıştır. Göstericiler tartışmak ve iletişim kurmak için #sidibouzyd etiketini kullanmışlardır.

Tunus Devrimi'nde internetin önemli rolü göz önüne alındığında, protestoları başlatan profillere bakmak doğru olacaktır. Protestoların başlamasının nedeni işsizlik ve eğitimsizliktir. İşsiz nüfusun çoğu ise gençlerden oluşmaktadır. Gençler ise interneti en yaygın kullanan ve internete hâkim kesimdir. Hükümetin bu konuda geri kalmışlığı da hesaba katıldığında protestocularla savaşmak imkânsız hale gelmiştir.

5.3.1.2. Mısır Devrimi

Mısır'da 2005 ve 2010 yılındaki hileli seçimler sonrasında yapılan siyasi protestolar, iktidar tarafından bastırılan kadın hakları mücadeleleri, 6 Nisan 2008'de Mahalla al Kubra'da tekstil işçileri grevinin kanlı şekilde bastırılması ve buna tepki olarak isyanlar yaşanmıştır. Bunlara tepki olarak halkın mücadelesi 6 Nisan Gençlik Hareketi'ni doğurmuştur. Hareket, Facebook hesabı açarak 70.000 takipçi çekmiştir. Harekette yer alan Valit Raşid, Esmâ Mahfuz, Ahmed Maher, Muhammed Adel ve diğer birçok eylemci 25 Ocak'ta Tahrir Meydanı'nın işgal edilmesine neden olan gösterilerde önemli rol oynamışlardır. Bu protestolar için insanlara internet üzerinden ulaşmışlar, Facebook'ta açılan "Hepimiz Halid Said'iz" grubu en öne çıkan eylem girişimlerinden biri olmuştur. Halid Said, 2010 yılında polisin yolsuzluğunu ifşa eden bir videoyu internetten yaydığı için bir internet kafede polis tarafından dövülerek öldürülen gençtir. Bu ve bunun gibi birçok Facebook grubu, Mısırlılara yıllarca hayatlarında terör estiren polise karşı, İçişleri Bakanlığı önünde gösteri yapma çağırısında bulunuyorlardı. Gösteri için ise Ulusal Polis Günü olan 25 Ocak seçilmişti.

Mısır Devrimi'ni getiren bu gelişmelerin yanı sıra Mısırlıların sokağa çıkıp yaşadıkları haksızlıklara karşı gösteri yapmalarını tetikleyen en önemli olay Tunus'ta yaşanan devrimdi. Mısır da Tunus Devrimi'nden sonra gıda fiyatlarına gelen zamlarla birlikte birçok kişinin aç kalmasına tepki olarak insanların kendini yakması olayları yaşandı. Ardından 6 Nisan Gençlik Hareketi'nin kurucularından

biri olan Kahire Üniversitesi işletme öğrencisi Esmâ Mahfuz Facebook'tan bir video yayınladı. Mahfuz videoda şunları diyordu:

Dört Mısırlı kendisini yaktı. İnsanlar biraz utanın! Bu videoyu size bir mesaj vermek için çekiyorum. 25 Ocak'ta Tahrir Meydanı'nda olacağız. Eğer hala onurumuz varsa ve haysiyetimizle yaşamak istiyorsak 25 Ocak'ta Tahrir Meydanı'na gitmek zorundayız. Oraya gidip haklarımızı, temel insan haklarımızı talep edeceğiz. Politik haklardan bahsetmeyeceğim bile. Sadece insanlık haklarımızı istiyoruz. Komşularınıza, iş arkadaşlarınıza, arkadaşlarınıza ve ailenize oraya gelmelerini söyleyin. Evlerinizde oturmak, bizi sadece haberlerden, Facebook'tan takip etmek aşağılanmamıza izin vermektir. Eğer sizin de onurunuz gururunuz varsa gelin, beni ve diğer kızları protestomuzda koruyun! Sokağa çıkın, cep telefonlarınızla mesajlar gönderin, internette insanları bu durumdan haberdar edin (Vimeo, 2011).

Esmâ Mahfuz'un videosu daha sonra biri tarafından Youtube'a yüklendi ve hızla binlerce kişiye yayıldı. Video, ilk İngilizce çevirili olarak yayınlandığında başlığı "Devrimin Kıvılcımını Çakan Vlog"tu (Wall ve El Zhaled, 2011, s. 1337). Video, Mısırlılar tarafından da yüksek sayıda izlemeye ulaştı ve 25 Ocak'ta on binlerce kişi Kahire'nin "özgürlük"ü sembolize eden Tahrir Meydanı'nda bir araya gelerek polise karşı direnerek meydanı işgal etti ve orayı devrimin kamusal alanına dönüştürdü. Gösterinin büyümesini polisin şiddetli müdahaleleri ve birçok insanın ölümü de engelleyemedi aksine tepkiler daha da arttı ve Mısır'da İskenderiye başta olmak üzere birçok şehir protestolara katıldı.

Sosyal medya tıpkı Tunus Devrimi'ndeki gibi Mısır Devrimi'nde de önemli bir rol oynamıştır. Mısır'da protestolara karşı polisin verdiği tepki şiddetli olduğundan insanlar devrimin başlangıcından sonuna kadar interneti haberleşme, koordine olma, kendilerinden dünyayı haberdar etme kanalı olarak kullanmışlardır. İlk videonun Facebook'tan atılmasından Youtube'a yüklenmesi, insanların protestoları cep telefonlarıyla çekip sosyal medyalarına yüklemeleri, Twitter üzerinden haberleşmeleri, gösteri yeri-saati belirlemeleri devrimde sosyal medyanın gücünü göstermektedir. Ayrıca yine Tunus Devrimi'nde olduğu gibi Mısır'da interneti kullanan, devrimi gerçekleştiren bireylerin çoğu gençlerden oluşmaktadır. Lidersiz bir örgütlenmeyle birlikte interneti iyi kullanan genç jenerasyon sosyal medyayı devrim yararına başarılı olarak kullanabilmiştir.

Mısır'da olayları kontrol altına alabilmek için internet erişimi beş gün boyunca engellenmiştir. Ancak bu sadece internet üzerinden turizm ve ticaret gibi önemli ekonomik gelirler elde eden Mısır'ın günde 18 milyon dolar kaybetmesine

neden olmuştur (Castells, 2013, s. 71). Ayrıca sosyal medyanın devrimi başlatmak, yaymak ve görünür kılmada önemli bir rolü olsa da yapılan müdahale artık çok geçti. Sosyal medya bir eylemi başlatmada etkili bir araç olsa da Mısır'da devrim internet ortamından çıkıp mekanlar uzamına erişmişti. İnsanlar artık sokaklardaydı ve geri çekilmiyorlardı. Bu nedenle iktidarın bu girişimi hiçbir işe yaramamıştır. Sonunda halk devrim yapmış, Mübarek diktatörlüğünü devirmiştir. Mısır Devrimi ülkede iktidar değişikliğine yol açmıştır.

5.3.1.3. Diğer Arap isyanları

Tunus ve Mısır devrimleri sonrasında 2011'de Arap dünyasında İsyan Günleri (Yom al-Ghadab) başlamıştır: 7 Ocak'ta Cezayir'de, 12 Ocak'ta Lübnan'da, 14 Ocak'ta Ürdün'de, 17 Ocak'ta Moritanya, Sudan ve Umman'da, 27 Ocak'ta Yemen'de, 14 Şubat'ta Bahreyn'de, 17 Şubat'ta Libya'da, 18 Şubat'ta Kuveyt'te, 20 Şubat'ta Fas'ta, 26 Şubat'ta Batı Sahara'da, 11 Mart'ta Suudi Arabistan'da, 18 Mart'ta Suriye'de isyanlar baş göstermiştir. Suudi Arabistan, Lübnan, Kuveyt ve Birleşik Arap Emirlikleri'nde isyanlar çeşitli sebeplerle bastırılmıştır. Fas, Ürdün, Cezayir ve Umman'da isyanlar rejimlerin baskı ve taviz karışımı tepkileriyle son bulmuştur.

Libya'da Tunus ve Mısır'daki gibi diktatör rejimine karşı büyük çaplı protestolar gerçekleştirilmiştir. Gösterilere polis tepkilerinin şiddetlenmesinin ve ölümlerin artmasıyla birlikte Fransa ve NATO olaya müdahale etmiş, diktatör Kaddafi ülkeden kaçmış arından da öldürülmüştür.

Arap Baharı'na baktığımızda tüm ülkelerde yapılan devrimin sadece dijital aktivizm olduğu söylenemez. Ancak sosyal medyanın yapılan devrimlerdeki etkisi ve büyük rolü de yadsınamamaktadır. Bu konuda çalışan birçok bilim insanı sosyal medyanın bu devrimlerde nerede durduğu ve etkisi hakkında hala tartışmaktadır. Sosyal medya Arap Baharı'nda haberleşme, koordine olma ve yayılma konusunda şüphesiz bir öneme sahiptir. İnsanlar-özellikle gençler-devrimi gerçekleştirirken Facebook, Twitter ve Youtube'u aktif bir araç olarak kullanmışlardır. Ayrıca mobil iletişim araçları da gerek genç gerek diğer yaş grubundan insanların devrim süresinde haberleşme ve bilgi alma için kullandıkları kanallar olarak karşımıza çıkmaktadır. Hussain ve Howard, dijital ağların ağırlıklı olarak genç nüfus

tarafından kullanılmasının hareketlerin yoğunluğu ve gücü üzerinde tartışmasız bir etkisi olduğunu söylemektedir:

Dijital medyanın, son yıllarda bu ülkelerde ortaya çıkan diğer hareketlerin tersine bir toplumsal hareketin temel altyapısını oluşturması itibariyle, Arap baharı üzerinde nedensel bir rolü olmuştur. Bu ülkelerin her birinde, protestoların ilk birkaç haftasında, sokaklardaki nesiller (ve liderlikleri) açıkçası başlıca üç siyasi İslam modeliyle ilgilenmiyorlardı... Bilakis, çoğunlukla kozmopolit ve genç olan bu kuşak, siyasal sistem tarafından bir kenara itildiklerini düşünüyor, ülke ekonomilerinin ve kalkınmasının kötü yönetiminde büyük kayıplar görüyor, en önemlisi, ortak acılarını tutarlı bir anlatıyla yaygın olarak paylaşıyordu; birbirinden öğrendikleri, bloglarda siyasal yazışmalar ve açıklamaların oluşturduğu dijital uzamlarda birlikte yazdıkları, Facebook ve Twitter’da videolarla paylaştıkları, El Cezire ve BBC gibi uluslararası haber sitelerinin forum bölümlerinde yorumlarıyla tartıştıkları bir anlatıydı bu.

Arap Baharı tarihsel olarak benzersizdir. Çünkü bunların (devletten yabancılaşıma, protestoya katılan nüfus arasında fikir birliği, hareketin uluslararası kamuoyu tarafından savunulması) dijital olarak aktarıldığı siyasi isyanlar dizisinin ilkidir... Facebook ve Twitter’dan devrimlere yol açmadığı doğrudur ama bölge halkları arasında ağlar oluşturmak, ayrıca uluslararası destek ağları kurmak için dijital medyanın titizlikle, stratejik bir biçimde kullanılmasının eylemcileri bu on yıl içinde İran’da en büyük bazı protestoları gerçekleştirecek, Mısır’ın Gazze üzerindeki ablukasını geçici olarak kaldırtacak, Mübarek ve Bin Ali’nin yıllardır devam eden yönetimlerine son veren halk hareketlerini ortaya çıkaracak kadar güçlendirdiği gerçeğini görmezden gelmek de aptalcadır. Dijital medyanın Arap Baharı’nda, büyük protestolar gerçekleşmeden önce, sokak protestoları şekillenirken eylemci grupları arasında derin iletişim bağları ve örgütlenme kapasitesi yaratan altyapıyı sunmuş olması itibariyle nedensel bir rolü olmuştur. Hatta ve hatta bu çok gelişmiş dijital ağlar sayesinde sivil liderler bu kadar fazla sayıda insanı protesto için harekete geçirmeyi başarmıştır (Hussain ve Howard, 2012’den aktaran Castells, 2013, s. 100-101).

5.3.2. “Occupy Wall Street”

İşgal Et Hareketi, Kanada Vancouver merkezli kültürel eleştiri dergisi Adbusters’ın 13 Temmuz 2011’de blogunda yaptığı yazılı çağrıyla başlamıştır. Eylemin amacı, Amerika’da 2007 yılında başlayan ekonomik krizin giderek şiddetini artırması, sosyal eşitsizlik, şirketlerin Amerika Birleşik Devletleri yönetimi üzerindeki nüfuzunu protesto etmektir. Adbusters’ın yaptığı açıklama şöyledir:

Şu sıralar dünya çağında devrimci taktiklerde geleceğe gayet uygun düşen bir değişim yaşanıyor. Bu yeni taktiğin ruhu, İspanya’daki kamplarla Tahrir’in kaynaşmasından ortaya çıkıyor. Bu yeni formülün güzelliği... pragmatik yalınlığında yatıyor: Çeşitli fiziksel toplantılarda ve sanal halk meclislerinde birbirimizle konuşuyoruz. Talebimizin ne olacağı konusunda anlaşıyoruz, hayal

gücünü uyandıracak ve ulaşılsa bizi geleceğin radikal demokrasisine doğru taşıyacak bir talep bu... Sonra dışarı çıkıyoruz ve sembolik anlamı olan bir meydanı işgal ediyoruz, sonra da talebimiz gerçekleşsin diye kışımızı yere koyuyoruz. Doğmakta olan bu stratejiyi demokrasimizin en büyük yozlaştırıcısına karşı kullanmanın vakti geldi: Wall Street'e, Amerika'nın finansal Gomorra'sına karşı.

17 Eylül'de 20.000 kişinin aşağı Manhattan'a aktığını, çadırlar, mutfaklar, barışçı barikatlar kurduğunu ve birkaç aylığına Wall Street'i işgal ettiğini görmek istiyoruz. Oraya ulaşır ulaşmaz tek yalın talebimizi bir sesle çoğulluğuyla hiç durmaksızın tekrarlayacağız... Bu örneği izleyelim, bizlerin bu karmaşıklaktan uzak talebi nedir?.. Amerikan siyasi müessesesinin bugün demokrasi denmeye layık olmamasının kalbinde yatan taleptir: Barack Obama'nın, paranın Washington'daki temsilcilerimiz üzerindeki etkisine son vermekle görevli bir Başkanlık Komisyonu kurmasını talep ediyoruz. KORPORATOKRASİ DEĞİL DEMOKRASİ vakti, demokrasi olmazsa sonumuz felaket.

Bu talep, mevcut ulusal ruh halini yakalıyormuş gibi görünüyor, çünkü Washington'daki yozlaşmayı temizlemek, sağcı olsun solcu olsun bütün Amerikalıların özledikleri ve arkasında durabilecekleri bir şey... Bu, Amerika'da yepyeni bir toplumsal dinamiğin başlangıcı olabilir, Çay Partisi hareketinin bir adım ötesine geçebilir, mevcut iktidar yapısı tarafından çaresizliğe sürüklenmek yerine biz insanlar, halk, Amerika'nın dünyanın dört bir yanındaki 1000 askeri üssünden yarısının kapatılmasından tutun Glass-Steagall Yasası'nın yeniden yürürlüğe sokulmasına ya da üç hatadan sonra şirket suçlarından yargılanmaya kadar ne istersek almaya başlayabiliriz. Tek bir basit taleple (parayı siyasetten ayıracak bir başkanlık komisyonu) yeni bir Amerika'nın gündemini belirlemeye başlıyoruz. Bir yorum gönderin ve her birimizin tek talepte uzlaşmasına katkıda bulunun. Sonra cesaretimizi toplayalım, çadırlarımızı alalım ve 17 Eylül'de nöbet tutmak üzere Wall Street'in yolunu turalım.

Yabani,

Culture

Jammers

Karargahı

için

(Adbusters,

<http://www.webcitation.org/63DZ1nIDI> Erişim tarihi, 15 Mayıs 2018).

Amerika'daki ekonomik sorunlara karşı eylem çağrısını ilk yapan Adbusters değildir, daha önce de Amped Status uzunca süredir Amerika'nın finansal çöküşüyle ilgili analizler ve bilgiler yayınlamıştır. Ayrıca David DeGraw, 2010 yılında kriz üzerine bir yazı dizisi yayınlamıştır. Bu dizinin ilk bölümünün ilk cümlesinde ise "Amerikalıların yüzde 99'unun seferber olmasının, sağduyulu siyasi reformlara doğru girişken ilerlemesinin vakti gelmiştir." demiştir (Castells, 2013, s. 145). Adbusters'ın çağrısının etkili olmasının ardından insanlar Wall Street'e gitmeye başlamıştır. Hareket, slogan olarak "%99'uz"u seçmiştir. Bu sloganı sosyal medyada da kullanmıştır.

Dijital olarak doğan İşgal Et Hareketi, Facebook ve Twitter’da yayılmıştır. Twitter’da #occupywallstreet etiketi hareketin en popüler etiketi olmuştur. Twitter, hareket için önemli bir iletişim ağıydı. Eylemciler gerçek eylem mekanında olan biteni bilgi, fotoğraf ve video ile eş zamanlı olarak Twitter üzerinden duyurmuşlardır.

İşgal Et Hareketi’nde bir diğer önemli sosyal medya aracı da Tumblr olmuştur. “Biz Yüzde 99’uz” başlıklı Tumblr sayfası eylem süresince popüler hale gelmiştir. Tumblr diğer sosyal medya araçlarından farklı olarak uzun yazı, video ya da fotoğraf yerine bunların her birinin kullanılabileceği bir kişisel blog sitesidir. Ayrıca Tumblr’da bir blog diğer bloggerlar tarafından takip edilebildiği gibi “reblog” edilip bloggerların kendi takipçileriyle o sayfayı paylaşmaları da mümkündür. İşgal Et Hareketi bağlamında açılan “Biz Yüzde 99’uz” blogunda ise insanların kimlik ifşa etmeden paylaşım yapmalarına olanak sağlanmıştır. Bu, blogda birçok insanın yüzlerini, isimlerini gizleyerek paylaşımında bulunmalarının önünü açmıştır. Tumblr’ın özellikle İşgal Et Hareketi’nde bu kadar etkili olmasının nedeni şöyle açıklanabilir: İşgal Et Hareketi, internetten doğan ve lidersiz bir harekettir. Arap Baharı’nda görüldüğü gibi Twitter olayla ilgili gelişmelerden anında haberdar olmak için, Facebook eylem koordinasyonu ve örgütlenmesini sağlamak için kullanılmıştır. Tumblr, bunlardan farklı olarak bir “hikâye anlatma” platformu olarak karşımıza çıkmaktadır. İşgal Et Hareketi’nin doğasına uygun olarak, insanların kendi hikâyelerini anlatma olanağı sunmuştur.

Hareket doğrudan büyük bir politika değişikliğine neden olmamıştır. Ancak özellikle konut alanı olmak üzere, ekonomik sıkıntının yaşandığı birçok alanda kampanyaların yapılmasına, mağdurların bir nebze de olsa zararlarını azaltmaya yol açmıştır.

5.3.3. Gezi Parkı Eylemleri

Gezi Parkı Protestoları 61. Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti’nin İstanbul’un Beyoğlu ilçesinde bulunan ve sadece umumi hizmette kullanılmak koşulu ile tapuda İstanbul Büyükşehir Belediyesi’ne tahsis edilmiş olan Taksim Gezi Parkı’na İstanbul 6. İdare Mahkemesi ve 2 Nolu Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma kararı

olduğu halde Topçu Kışlası'nı Taksim Yayalaştırma Projesi çerçevesinde imar izni olmadan yeniden inşa etmesini engelleme eylemi olarak başlamıştır.

27 Mayıs 2013 tarihinde iş makinelerinin parka girmesinin ardından bu haber sosyal medyada kısa sürede yayılmış ve aktivistlerin parka gidip çalışmayı durdurmaya çalışmasına polis orantısız müdahale etmiştir. Bu müdahaleler ve dönemin başbakanı Recep Tayyip Erdoğan'ın inşaatın yapımındaki ısrarcı açıklamaları protestoların başlamasına neden olmuştur. İstanbul'da başlayan protestolar kısa sürede tüm Türkiye'ye yayılmıştır.

6. TOPLUMSAL CİNSİYET

6.1. Toplumsal cinsiyet nedir?

Kadın ve erkek kavramları, biyolojik olarak insanın cinsiyetini belirtmek için kullanılmaktadır. Kadınlık ve erkeklik biyolojik bir temele dayanmamaktadır. Ancak cinsiyet kimliğinin gelişmesinde toplumsal koşulların da etkisi yadsınamaz. Cinsiyet biyolojik temelden ibaret değildir, bu biyolojik temelin üzerine kurulan ve toplumsal bağlama göre de şekillenen bir örüntü vardır, bu da toplumsal cinsiyettir (Bora, 2005, s. 37).

Toplumsal cinsiyet kültürel olarak inşa edilir. Dolayısıyla biyolojik cinsiyetler ve toplumsal cinsiyetler arasında süreksiz bir bağ vardır (Butler, 1999, s. 50). Toplumsal cinsiyet kadının kadına, kadının erkeğe, erkeğin kadına ve erkeğin erkeğe karşı cinsiyet temelli davranışlarını kapsar.

Toplumsal cinsiyet, toplumsal ve kültürel olarak belirlenen ve buna bağlı olarak içeriği toplumdan topluma ve tarihsel olarak da değişebilen “cinsiyet konumu” veya “cins kimliği”dir (Amal Rassam'dan aktaran Berktaş, 1995, s. 16). Toplumsal cinsiyet, kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılıklara odaklanmak yerine, cinsiyetler arasındaki eşitsiz güç ilişkilerini belirtir.

“Toplumsal cinsiyet”in ilk kez, cinse dayalı ayrımlarda toplumsallığın belirleyici olduğunu savunan Amerikalı feministler arasında ortaya çıktığı düşünülmektedir (Scott, 2013, s. 62). Toplumsal cinsiyet kavramı, kadın araştırmalarında sadece kadına odaklanılmasını engellemek için ilişkisel bir kavram olarak kullanılmıştır (Scott, 2013, s. 62). Buna göre kadınlar ve erkekler birbirleri üzerinden tanımlanmaktadırlar. Herhangi biri ile ilgili çalışma bir diğeri yok

sayılarak yapılamaz. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet, kadın ve erkeğin tarihsel süreçteki rollerini anlamak için başvurulması gereken bir alan olarak göze çarpmaktadır.

Feminist akademisyenlerin toplumsal cinsiyet bağlamında akademiye sunduğu önerilerinden belki de en önemlisi kadın çalışmalarının, toplumsal cinsiyet bağlamında disiplinlerarası paradigmaları temelden değiştireceğidir (Scott, 2013, s. 63). Akademisyenler toplumsal cinsiyetin sadece yeni bir başlık olmayacağını, toplumsal cinsiyet ile beraber var olan akademik çalışmaların önermelerinde de eleştirel bir yeniden değerlendirmenin zorunlu olacağını söylemektedirler.

Kadın ve erkeğin biyolojik bir cinsiyet olarak görülmesinin yanı sıra toplumsal olarak da değerlendirilmesi kadın ve erkek arasındaki doğalarından kaynaklanan farklılık ve eşitsizliklerin toplumsal olarak da göz önünde bulundurulmasına yol açmıştır. Toplumsal cinsiyet bağlamında kadın ve erkeğin eşitsizliği politik bir inşadır. “Kadın / Erkek” olarak iki cinsiyet olduğu gibi “Eril / Dişil” olarak da iki toplumsal cinsiyet vardır (Ortner 1996, Young 1995’tan aktaran Bora, 2005, s. 38).

İnsan yeryüzünde var olan diğer canlılardan farklıdır, tarihsel bir gerçekliği vardır. Doğada hayatta kalmasının yanı sıra, onu kendi isteğine göre dönüştürmektedir. İnsan tarihselliğinden dolayı “kadın” a da sadece bir bedeni tanımlamak için kullanılan cinsiyet sıfatı olarak bakılamaz. “Kadın” da kendisini toplumun ekonomi politik ve sosyo-kültürel şartlarına göre inşa etmektedir (de Beauvoir, 1949, s. 62). Kadının değeri sadece biyolojik olarak erkekten farklı özellikleriyle değil, onun sosyal ve ekonomik bağıyla anlaşılmaktadır. Çünkü kadınlık ve erkeklik durumları ve rolleri, üreme organları ve hormonlara indirgenemez.

Temsil etme ve edilme yetisi insanlık tarihinde kültürün temelini oluşturmaktadır (Kristeva 2017, s. 7). Feminist tarihçilerin özellikle 1980’lerden itibaren, çalışmalarında “kadın” kategorisi yerine “toplumsal cinsiyet” kavramını kullanmalarının kültürel bir nedeni vardı. “Kadın” biyolojik cinsiyet olarak toplumda ayrı bir grup oluştursa da kadın üzerine yapılan çalışmalarda araştırmacıyı ilgilendiren “belirli bir zamanda belirli bir toplumda cinsler için

uygun olduğu varsayılan davranışların kültürel tanımıdır. Bu da “toplumsal cinsiyet” kavramını kullanmayı gerekli kılmaktadır (Berktaş, 2003, s. 29).

Toplumsal cinsiyet olgusunu anlamlandırırken kadının nasıl temsil edildiğini ve kendini sosyolojik bir varlık olarak toplumda nasıl var ettiğini / kendisinin nasıl var edildiğini incelemek gerekmektedir. Dil üzerinden kurulan kadın temsili, o toplumun “kadın” a bakış açısını da bize göstermektedir.

Kristeva, Beauvoir’ in İkinci Cins eserinde “Özgür kadın henüz doğmakta” sözüne vurgu yapar ve ekler: Bu durum günümüzde hala geçerlidir ama daha şimdiden dünya çapında ve etkileri hala devam eden bir olgudur (Kristeva, 2017, s. 37). İkinci Dünya Savaşı’nın ardından özgürlüğünü ilan etmeye başlayan kadın bugün hala “erkek iktidarı”ndan/iktidardan bağımsız olarak, bir birey olarak kendini ifade etmeye çalışmaktadır. Ancak gerek toplumsal yaşamda gerek siyasal yaşamda gerekse de tüm kadın-erkek ilişkilerinin medyaya yansımada kadının toplumsal cinsiyet bağlamında halen “birey” olarak tam anlamıyla yer alamadığı, “kadın” ın “erkek” üzerinden tanımlandığı dikkat çekmektedir.

Kadın ve erkeklerle ilgili toplum tarafından kabul görmüş varsayımlar ve atfedilmiş özellikler vardır. Bu özelliklerse kadın ve erkeği birbirinin zıddı olarak kurar. Örneğin; kadın “narin”, “zayıf”, “duygusal”, “anneliği ve evlenmeyi hayal eden” olarak tanımlanırken erkek hem fiziksel hem de karakter olarak “güçlü”, “akılcı”, “özgürlüğüne düşkün” olarak tanımlanmaktadır.

Toplumsal rol, insanların kültürel ve sosyal beklentilerle önceden verilmiş yapısal koşullar aracılığıyla diğer insanlarla kurdukları sosyal ilişkiler üzerinden kimliklerini oluşturma süreci olarak tanımlanmaktadır (Whitehead vd., 2013, s. 7). Toplumsal roller, kişinin içine doğduğu toplumun diğer bireyleriyle kurduğu ilişkilerle de belirlenebilir. Toplumsal cinsiyet bağlamında bakıldığında cinsiyet rolleri kültüre, ırka, sosyo-ekonomik yapıya bağlı olarak kurulmaktadır. “Kadınlık” ve “erkeklik” biyolojik cinsiyetten farklı olarak oluşturulmaktadır. Bu bağlamda “feminen”, “maskülen” ve “androjen” kimliklerden söz edebiliriz. Feminen kadın karakteristiği, maskülen erkek karakteristiği, androjen ise her iki karakteristiği de gösterebilen ya da göstermeyen kişileri tanımlamakta kullanılmaktadır (Whitehead vd., 2013, s. 13).

Kişilerin toplumsal cinsiyet rolleri kültürel olarak oluşturulmaktadır. Kişinin cinsel yönelimi ve ilişkileri yaşayış biçimini, içinde bulunduğu toplumdan nasıl öğrendiği onun kendi kimliğini şekillendirmesinde yadsınamaz bir etkiye sahiptir.

Kadınların ve erkeklerin cinsiyet ilişkileri toplum tarafından oluşturulmaktadır. Kız çocuklarının ve erkek çocuklarının oynadığı oyuncaklar bile birbirinden farklıdır. Kızlar oyuncak bebeklerle oynarken erkekler arabalarla, oyuncak silahlarla oynamaktadır. Kız ve erkek çocuğun birlikte oynadığı evcilikte erkek “baba”dır, sabah işe gider akşama kadar evde değildir, eve para/ekmek getirendir. Kız ise evde kalan, çocuk bakımından, evin temizliğinden ve yemekten sorumlu “anne”dir. Toplumsal cinsiyet rolleri, içine doğdukları toplum ve kültür tarafından çocuklara öğretilmektedir.

1930’larda “toplumsal rol” kavramının ortaya atılmasıyla birlikte, daha önce “kadınlık” ve “erkeklik”in farklarının tamamen psikolojik nedenlerden kaynaklandığını söyleyen araştırmalar, toplumsal cinsiyete daha uygun olan bir yere evrildi (Connell, 1987, s. 61). “Kadınlık”ın inşasında kültürel olarak iktidarın ve dışlanmanın da önemi vurgulanmaya başlandı. Toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında kadın öncelikle mikro anlamda aile içinde incelenmektedir. Buna göre kadının “eş” ve “anne” rolleri üzerinde durulmaktadır. Kadın, “aileyi toparlayıcı”, “evi çekip çeviren”, “çocukları ve kocasını besleyen” olarak konumlandırılmaktadır. Burada kadına adeta ailenin “yönetici”si görevi verilmiştir. Oysa kadın erkeğin/iktidarın istediği şekilde ona hizmet etmektedir. Yani yönetici değil, yönetilen ve işçi konumundadır. Çünkü dış dünyaya çıkma özgürlüğü olan erkek eve parayı getirirken “ev hanımı” olan kadın erkeğin ona sağladığı ekonomik ve sosyo-kültürel imkanlar doğrultusunda yine evde çalışmaktadır.

Toplumsal cinsiyet rolleri, toplumun en küçük birimi olan aileden başlamak üzere her kurumda öğretilmektedir. Ancak toplumsal cinsiyet ve cinselliğin taşıyıcısının sadece aile olmadığı yeni feminizm çalışmalarıyla kanıtlanmıştır (Connell, 1987, s. 181.). Buna göre toplumsal cinsiyet ilişkileri her kurumda bulunmaktadır. “Kadınlık” ve “erkeklik”; okul, ordu, hukuk sistemi, medya vb. gibi tüm kurumlarda yeniden üretilmektedir.

Cinsiyet ile toplumsal cinsiyet arasında genellikle bir karşıtlık kurulduğu feminist kuramcılar tarafından söylenmektedir. İnsanlar, biyolojik farklılaşmayı üst

belirleyerek iki farklı cinsiyete farklı işlevler yüklemişlerdir. Kültürel olarak kadına ve erkeğe dayatılan özellikler ise “kadın” toplumsal cinsiyetini ve “erkek” toplumsal cinsiyetini ortaya çıkarmıştır. Tabet, toplumsal cinsiyetin iki temel alanda maddi olarak kendini gösterdiğini söylemektedir. Bunlar; toplumsal cinsiyetli iş bölümü ve üretim araçlarının toplumsal cinsiyetli bölünmesi ile üreme emeğinin toplumsal örgütlenişidir (Hırata vd., 2015, s. 77). Üreme emeğinin toplumsal örgütlenişinde, kadınların doğurganlık kapasitelerinin birtakım toplumsal müdahalelerle dönüştürülmesi ve artırılması kastedilmektedir. Toplumsal cinsiyet bağlamındaki bu farklılaşma ise kadın ve erkek arasında giyim, fizik, psikolojik davranış ve tutumlarda da farklılaşmaya neden olmuştur.

Toplumsal cinsiyet ile cinsiyet arasında bir uyum olması gerektiği varsayılmaktadır. Transeksüellerin cinsiyet değiştirmek istemesi bundandır. Kendisini ait hissettiği toplumsal cinsiyetle, yani karşı cinsiyetle uyum içinde olmak istemektedir (Hırata vd., 2015, s. 78). Ne var ki birey her zaman kendi cinsiyetinin toplumsal cinsiyetiyle uyum içinde değildir. Bir lezbiyenin “erkek” gibi davrandığını, bir eşcinsel erkeğin feminen özelliklerinin maskülen özelliklerinden daha belirgin olabilmektedir. Kişi kimliğini oluştururken öğrendiği toplumsal cinsiyet rolleri, cinsel yöneliminden bağımsız olmaksızın, etkilidir.

6.2. Toplumsal cinsiyet ve din

Din, bireysel ve toplu insan hayatının en derin yönleriyle alakalı bir olgudur. İnsan davranışına yön veren insan öznelliğini anlama süreci dinden bağımsız yürütülemez. Bu bağlamda din, inanç düzleminde bir tartışmaya girmeden, yalnızca toplumsal ve tarihsel bir incelemeye tabi tutulabilir (Berktaş, 1995, s. 8). Din de diğer her konu gibi, toplumsal cinsiyet bağlamında kadın ve erkek açısından farklı anlamlar taşımaktadır. Fatmagül Berktaş, feminist araştırmalarda dinin de incelenmesi gerektiğine şu şekilde vurgu yapmaktadır:

Özellikle kadınların dinle ilişkisi, her zaman çok karmaşık, çelişkili ve gerilimli olagelmıştır. Din, bir dizi simgesel biçim ve imge yaratır; bir kültürün dinsel gelenekleri, o kültürün ifade biçimleri ve anlam yaratma süreçlerinin parçasıdır. Bu nedenle, topluma ve kültüre ilişkin feminist araştırmalar, kadınların ikirekli bir ilişki bulundurdıkları din olgusunu çözümlemeye cesaret edemedikleri takdirde, eksik ve yüzeysel kalmaya mahkumdur (Berktaş, 1995, s. 8)

Toplumsal cinsiyet çalışmalarında, “kadın” temsili toplum ve kültür bağlamında incelenirken dini bu çalışmadan bağımsız tutmamanın nedenlerinden biri de dinin nesnel yönleri ve işlevleridir. Din, tarihsel süreç boyunca son derece etkili bir meşrulaştırma ve şeyleştirme aracı olarak kullanılmıştır. Bu işleviyle din, toplumsal cinsiyet kalıplarının ve ayrımlarının oluşturulup pekiştirilmesine neden olmuştur. Ayrıca, bütün tek tanrılı dinlerde ortak olan bir ifade ediliş biçimi olarak, kadının bağımlılığının ve hem özel hem de kamusal alanda erkekten aşağı konumda yer almasını değişmez kılmaktadır (Berktaş, 1995, s. 9).

Amal Rassam, kadının statüsünün belirlenmesinde üç boyutun göz önünde bulundurulması gerektiğini söylemektedir. Bunlar; 1) İktidarın toplumsal örgütlenmesi, 2) Kadın bedenini denetleyen ideolojik ve kurumsal araçların niteliği, 3) Toplumdaki cinsel iş bölümü ve roller (Berktaş, 1995, s. 16). Bu tanım din ile kadın statüsündeki ilişkiyi çözümlerken dinin kadın bedenini denetlemede en etkili ideolojik ve kurumsal araçlardan biri olduğu göz önüne alındığında, oldukça önemlidir.

Din, toplumsal ve siyasal olayları tetikleyen ve onlara zemin hazırlayan güçlü bir araçtır. Kadınların dinle olan ilişkisi ise çalkantılıdır. Dinî pratikler, toplum düzeninde temsilleri, sembolleri ve söylemleri açığa çıkarır, yeniden üretirler. Dinler, kadınları denetleme ve üzerinde iktidarı kurma, sürekliliğini sağlamada kullanılan etkin araçtır.

Dinlerin kadınları ötekileştirdiği, güç aldığı kaynağın cinsiyete dayalı toplumsal iş bölümü olduğu feminist sosyologlar tarafından ortaya konmuştur (Hırata vd., 2015, s. 105). Bu durumu kanıtlayan örneklerden biri Roma Katolikliğidir. Roma Katolikliğindeki din adamları/laikler ayrımı erkek/kadın ayrılığını temsil etmektedir. Laiklerin arasında kadınlar kadar erkekler de vardır. Ancak dinsel güç erkeklerin tekelindedir. Roma Katolikliğinin kadınları kirletici, bozucu olarak gördüğünü vurgulayan bir diğer şey ise papazlık görevini yapmak için bekar olma zorunluluğudur. Kutsal olanla toplum arasında bağ kurmasını sağlayan her türlü ayin işlevlerini yerine getirmesi için rahibin hiçbir kadına dokunmamış olması gerekmektedir (Hırata vd., 2015, s. 105).

Tarihten bugüne kadınların reddettikleri ve mücadele etmek zorunda kaldıkları birçok sorun, kadın ve erkek kimlikleri için yaratılmış ön kabuller ve

yargılardan kaynaklanmaktadır. Bu ön kabulleri ve yargıları oluşturan da toplumsal cinsiyettir. Toplumsal olarak verilmiş kadınlık ve erkeklik kalıpları, imgeleri insanların varoluşu için yadsınamaz bir öneme sahiptir. Bu kalıplar ve imgeler dinlerin ve kültürlerin tarih boyunca hem ürettiği ürünler hem de onların parçasıdır (Berktaş, 1995, s. 16). Din ile yakın ilişki içinde olmayanlar bile din üzerinden üretilen bu söylemler ve temsillerle yakından ilgilidir, kendilerini bunlar üzerinden tanımlarlar.

Bryan Turner, din sorunsalını bedensel bir olgu olarak cinselliğin örgütlenişi aracılığıyla mülkiyetin biriktirilmesine dayandırmaktadır. Bu bakış açısı, analiz yaparken ataerkillik ve toplumsal cinsiyet kavramlarını da dikkate almayı sağlar çünkü “bu dünyada dinin toplumsal işlevi açısından can alıcı önemdeki iki olgu, aile aracılığıyla mülkiyetin denetlenmesi ve bedenlerin toplumsal uzam içinde yeniden üretimi ve örgütlenmesidir” (Turner’dan aktaran; Berktaş, 1995, s. 24). “Erkek iktidarı” anlamına gelen ataerki sistemde mülkiyetin korunması için kadının, özellikle kadın bedeninin, denetimi gerekli görülmektedir. Bu görüş tek tanrılı dinlerin sistem içerisinde kadına bakışıyla örtüşmektedir. Dolayısıyla Turner’ın din ve toplumsal cinsiyet arasındaki ilişkiyi inceleme perspektifinin önemi karşımıza çıkmaktadır.

İslamiyet vahye dayanan tek tanrılı bir dindir. İslamiyetin, Yahudilik ve Hristiyanlık ile tarihsel ve teolojik olarak yakın ilişki içindedir, büyük benzerlikler göstermektedir ve cinsellik, topluluk, din arasındaki ilişki İslamiyet’te daha belirgin bir biçimde görülmektedir (Berktaş, 1995, s. 25). Din, iktidar ve toplumsal cinsiyet arasındaki ilişkiyi pekiştiren güçlü bir ideolojik silahtır. Tarihsel süreç içerisinde laikleşme sonucunda, dinsel denetim yerini laik denetime bıraksa da din aracılığıyla yaratılmış imgelerin, söylemlerin, kalıp yargıların gerek mikro gerek makro iktidar tarafından halen kullanıldığı görülmektedir.

İlk Müslüman toplumların İslam söylemleri, Müslüman toplumlarda kadının tanımlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. İslam’ın ilk yıllarına baktığımızda biyolojik ve toplumsal cinsiyet olarak kadın olmanın “ikinci sınıf insan” olmakla eş değer tutulduğunu görmekteyiz. Öyle ki bir kız çocuğu olan babanın, yeni doğan bebeğinin “kız” olmasından dolayı utanç duyması, bu yüzden kimseye haber vermek istememesi, başı önde utanarak yürümesi, hatta bebeğinin yaşamına son

vermeyi düşünmesi İslamiyet'te kadına bakışı anlamada çarpıcı örneklerden biri olarak gösterilebilir (Ahmed, 1992, s. 41).

Müslümanlıkta erkekler birden fazla eş sahibi olabiliyordu. Bu bağlamda erkek (iktidar) seçen ve yöneten, kadın ise köle ve sadece emeğinin sömürüldüğü işçi konumundadır. Kadının görevi çocuk doğurmak, onlara bakmak, ev işlerini yapmaktır. Müslüman toplumlarda kadın evde oturan, erkek ise dışarıda olandır. Kadının dışarıya çıkabilmesi ise ancak bedenini kapatarak kabul edilmektedir. Bu da erkeğin tahrik olmasını, kadının teşhirci olmasıyla açıklayarak, kadın bedenini değersizleştirmekte ve erkeğin kadına sadece cinsel nesne olarak bakmasını meşrulaştırmaktadır.

Kadın bedeninin köleleştirilmesi ilk Müslüman toplumlarda da görülmektedir. İnsanların, özellikle kadınların, pazarlarda hizmetkar ya da cinsel kullanım amaçlı satılması gündelik bir hayatın parçasıydı (Ahmed, 1992, s. 84). Öncelik elit erkeklerde olmak üzere, orta sınıf erkekler kişisel kullanımları için kadınları köle olarak satın alabiliyordu.

Tek tanrılı dinler, içinde doğdukları ve onu pekiştirip, meşrulaştırmada önemli bir araç oldukları ataerkil sistemi temel alıp kadının doğasını, statüsünü ve rolünü oluşturmaktadır. Eski Mezopotamya'da ortaya çıkan ataerkil sistem, egemen sistem olarak başatlaştıkça kadınların ve kadın bedeninin denetlenmesi ve kadına bakışın onun üremesi ve hizmet etmesi üzerine yoğunlaşmasını pekiştirerek kurumlaştırdı (Berktaş, 1995, s. 26). Cinsiyet kimlikleri ve rolleri konusunda var olan kalıp yargıların ve ön kabullerin sistem içine yerleşmesi ise toplumsal, ekonomik ve cinsel ilişkileri dönüştüren, ortaya çıktığı tarihten itibaren gittikçe kendini kabul ettirerek bütün düşünce sistemlerine egemen olan ataerkil sistem sayesinde olmuştur.

Bu bağlamda, tek tanrılı dinlere göre kadına dair varsayımlardan biri; kadınların sadece biyolojik olarak değil yetenekleri ve işlevleri bakımından da erkeklerden farklı olduğudur. Kadınlar ve erkekler arasında nasıl yaratıldıklarına ve Tanrı'nın onlara verdiği toplumsal işlevler açısından fark vardı (Berktaş, 1995, s. 26). Kadın ve erkek arasındaki, toplumsal cinsiyet açısından kadının ötekileştirilmesinin din yoluyla yeniden üretilmesini en iyi gösteren farklardan biri kuşkusuz erkeğin doğuştan güçlü, kadınların ise zayıf görülmeleridir. Erkekler her

zaman daha akılcı ve rasyonelken kadınlar daha duygusaldır ve karar verebilme, aksiyon alabilme yetileri güçsüzdür. Bundan dolayı da yönetici erkektir ve iktidarı, devleti erkek temsil etmektedir. Kadın ise yönetilendir. Güçsüz olduğu için de kamusal alandan, politikadan uzak tutulması gereken olarak muamele görmektedir.

Türkiye, politik ve toplumsal ilişkilerinde Siyasi İslam¹ etkisinin yadsınamayacağı bir ülkedir. Kadın sorunlarıyla ilgili dini söylem hem hükümet açıklamalarında öne çıkmakta hem de toplumsal alanda yaygınlaşmaktadır. Özellikle son 15 yıldır yürütülen gerek ulusal gerekse de uluslararası siyasi politikalara bakıldığında dinin etkisinin büyük olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye’de kadına bakışın ve kadın temsiliyetinin de dinden etkilendiğini ve din üzerinden yerleşmiş kalıpların olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Türkiye’de toplumsal cinsiyet ayrımcılığını incelerken yukarıda sözünü ettiğimiz dinin “kadın” öğretilerini göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

6.3. Toplumda “kadın” olmak

Kadın, toplumda sadece “kadın” olduğu için “öteki”ler sınıfında yer almaktadır. Hatta, Marksist ve radikal feministlerin dediği gibi kadınlar proletarya gibi ayrı bir sınıf oluşturmaktadır (Bora, 2014, s. 51). Buna göre kadın ev işlerinde ya da cinsel ilişkide ve annelikte emekçidir ve sömürülmektedir. Kadınların evde harcadığı bu emek onları bir sınıf haline getirmektedir.

“Ev kadınlığı”, “annelik” gibi kadınların doğuştan sahip olduğu özellikler olarak görülse de aslında tarihsel bir konumdur. Gelişen kapitalist üretim ilişkileriyle birlikte ev ve iş yeri ayrılmış, ekonominin dışında kalan ev, sadece tüketicilik konumuyla var olmuştur. Ev yaşamının ve “ev kadınlığı”nın kültürümüz tarafından inşa edildiğinin en önemi kanıtı; evin dış dünyanın kirliliğinden uzak, masum ve temiz bir yer olarak tasarlanması, erkeklerin “dış dünya”ya açılırken kadın ve çocukların bu temiz yerde kalmalarıdır (Bora, 2014, s. 59). Bu bağlamda ev ve aile kutsallaştırılmaktadır. Bu kutsallaştırma ise ev/aile içinde yaşanan eşitsizliklerin, şiddetin, istismar ve baskının görünmez kabul edilmesine yol

¹ Din, İslam toplumlarında bir toplum normu düzenleyici olarak işlediği derecede kişiliğin oluşumunda da önemli bir rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra birçok alanda ideolojik işlevleri vardır. İslamcılık ya da Siyasi İslam, İslam’ın sosyal ve politik alanlarda yol gösterici kılınmasını amaçlayan “ideolojik hareket” olarak tanımlanmaktadır (Mardin, 2012, s. 88).

açmıştır. Çünkü ev “özel alan”dır ve dış dünyadaki iktidar ilişkilerinden bağımsız varlığını sürdürdüğü öngörülmektedir. Ancak kültürel ve ekonomi politik bağlamda evdeki/özel alandaki iktidar ilişkileri, “dış dünya”daki iktidar ilişkilerinin bağımsız düşünülemez. Makro iktidar, mikro iktidarı her zaman belirlemekte ve özel alanla, dış dünya paralellik göstermektedir.

Batılılaşmaya çalışan Türkiye’de kadınlar siyasi, kamusal alanda ve iş alanında görünür olmaya başladılar. Dış dünyada var olmaya başlayan kadın ne yazık ki tam anlamıyla bir temsil yakalayamadı. Erkeklere göre sayıları epey azdı. Bunun yanı sıra kadınların sadece nicelik olarak temsili değil, nitelik olarak toplumsal yaşamın her alanında nasıl temsil edildiği de büyük önem taşımaktadır.

Tüm kimlikler (ırka, dine, etnik kökene, kültüre, cinsiyete vb.) ataerkil iktidar ilişkileri içinde oluşturulurlar ve bu ilişkilerin damgasını taşırlar. Ayrıca bütün kimlikler, belki de en çok toplumsal cinsiyet, kendilerini var eden ataerkil iktidarla sınırlıdır (Berktaş, 2003, s. 113). Bu bağlamda diğer tüm ötekiler gibi kadınlar da kamusal alanda daha özgür ve eşitlikçi bir yapı beklentisindedirler. Kamusal alanın demokratikleşmesi kadınlar için büyük önem taşımaktadır. Böylesi bir kamusal alanda kadınlar, toplumsal yaşama daha eşit katılacak, siyasi iktidarı eşit paylaşan yurttaşlar olacaklardır. Bu konuda Hannah Arendt kent, demokrasinin beşiği olduğunu söylemektedir. Çünkü kent, bireyin daha az kişisel ve cemaat yükümlülüklerinden bağımsız bir yaşam sürmesine olanak tanır (Berktaş, 2003, s. 114). Bu ise özgürleşmek isteyen tüm bireyler için çok değerlidir.

Castells, kimliğin kültüre dayalı olarak inşa edildiğini ya da kültürel sembollerle ilişkili olduğunu söylemektedir. Tek bir birey ya da bir kolektif için birden fazla kimlikten söz edilebilir. Ancak bu çoğulculuk bireyin ya da kolektifin kendini inşası ve sosyal anlamda var olmasında sıkıntı yaratabilmektedir. Bu nedenle kimlik, toplumsal rollerden ayırt edilmelidir (Castells, 2004, s. 6). Annelik, babalık, doktorluk, akademisyenlik vb. gibi tanımlamalar toplum içindeki rollerdir. Bu roller kurumlar tarafından inşa edilmiş normlarla oluşturulurlar. Bireyin bu rolleri kabullenmesi ve benimsemesi, kendini yaşadığı topluma ne kadar ait hissettiği ve o toplumun, iktidarın isteklerini ne kadar kabul ettiğiyle doğru orantılıdır.

Sosyolojik olarak bakıldığında, kimliğin kurgulandığı ve bu kurguda iktidar ilişkilerinin, toplumsal yaşantının, kültürün belirleyici olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. “Kadınlık” toplumsal cinsiyet ilişkilerine göre tanımlanmakta ve kadın kimliği “annelik”, “gelin olmak”, “kız çocuğu olmak” vb. toplumsal cinsiyet rollerine uygun olarak tanımlanmaktadır.

Türkiye’de 1980’lerden itibaren gelenekten beslenen, İslamcı kimliğe dayalı kültürel ve politik bir hareket gözlemlenmektedir. Fatmagül Berktaş, Türkiye özelinde kimlik politikaları ve toplumsal cinsiyet arasındaki ilişkiyi şöyle yorumlamaktadır:

Modernleşmenin, Batılılaşma ile aynı anlama geldiği ve modernleşmenin çelişkilerine olan tepkinin bir “kimlik politikası” şeklini aldığı ülkelerden biri olan Türkiye’de, kendi kurallarıyla, yani esas olarak örtünerek kamusal alanda var olma talebiyle İslamcı bir kadın kimliği öne çıkaran hareket; laiklik, Batılılaşma, modernleşme vb. etrafındaki tartışmalarda kadınların ve toplumsal cinsiyet kimliğinin bir kez daha merkezi bir rol oynamasına, daha doğrusu bu rolün iyice belirginleşmesine yol açtı (Berktaş, 2003, s. 117).

Kadınlar, özellikle İslam ülkelerinde, toplumda ataerki sistemin ve iktidarın uygulaması olarak ikinci konumda yer almaktadırlar. Türkiye’ye de baktığımızda, kadın günümüzde halen öncelikle evde oturması beklenen, erkek korumasına muhtaç, en önemli rolü “annelik” olan cinsiyet olarak algılanmaktadır. Kadın, her ne kadar tarihsel süreçte kamusal alanda görünürlüğünü artırmış olsa da halen kadının kimliğinin belirlenmesinde aksaklıklar vardır. Bunun nedeni tarihsel ve kültürel olduğu kadar aynı zamanda iktidar ilişkilerinden ve bu ilişkilerin ataerki olmasından kaynaklanmaktadır.

Kadınların erkek korumasına ihtiyacı olmadan hayatlarına devam etmeleri için yeterli asgari geliri olması gerekmektedir. Bu da emek piyasasında kadınlara fırsat eşitliği tanınmasının önemini beraberinde getirmektedir (Giddens, 1992, s. 141). Ancak, kadınların erkeklerle eşit fırsatlara sahip olmaması ya da toplumsal cinsiyet bağlamında iş yaşamında da ayrımcılığa maruz kalması, bir erkek korumasına ihtiyaç duyduğu anlamını da taşımamaktadır.

Kadın toplumsal yaşantıda olduğu gibi iş yaşamında da toplumsal cinsiyet ayrımcılığı dediğimiz ayrımcılığa uğramaktadır. Bu durum kadına ve “kadınlık”a karşı var olan ön yargılardan kaynaklanmaktadır. Özellikle erkek egemen toplumlarda, öğretilmiş ve içine doğulmuş kültürden dolayı kadına yapılan

ayrımcılığın, alt sınıf yorumlamasının içselleştirilmiş bir davranış olduğu göze çarpmaktadır. Bu durum toplumda sadece erkekler tarafından değil, kadınların kendileri tarafından da bilinçli/bilinçsiz olarak kadınlara karşı uygulanmaktadır.

Kadınlara iş yaşamında genellikle öğretmenlik, hemşirelik gibi daha az fiziksel güç gerektiren, çalışma saatleri esnek olmayan işler daha uygun görülmektedir. Ayrıca bu mesleklerin “annelik”e daha yakın olduğu da o toplumda kadına bakışı ve kadın temsiliyi anlamada önemli bir göstergedir.

Yerleşik kültürden önceki çağlara baktığımızda, Herodot’un anlatılarından ve Dahomey’in “Amazonların gelenekleri”nde kadınların da erkeklerle eşit olduğunu görürüz. Onların da savaşa bizzat katıldığını, erkeklerle birlikte kanlı mücadelelere girdiğini okuruz (de Baauvoir, 1949, s. 71). Ancak yine de erkeğin fiziksel olarak daha güçlü olduğunu kabul ederiz. Kadınlar hamile kalmaya başladığında ise durum değişmektedir. Kadının hamilelik ve doğum sonrası süreci onun, grubunu korumak için savaşmasına, beslenmek için avlanmasına olanak tanımaz. Kadının üremesi hem o dönemde doğum kontrol olmadığı için sürekli gerçekleşmekte hem de bağlı olduğu grubun devamlılığı için önem taşımaktadır. Bu nedenle bir süre sonra avcı, toplayıcı, balıkçı insan gruplandırmaları ortaya çıkmıştır. Kadın kendine ve çocuklarına dikkat ederken, düşmana karşı savaşamaz, erkeğin koruyuculuğuna muhtaç hale gelmiştir. Ayrıca kadının kontrolsüz hamilelikleri onun erkeklerle birlikte aktif olarak çalışma ve savaşmaya katılmasını engellemiştir (de Baauvoir, 1949, s. 71).

Tarihe baktığımızda, erkek erkinin (patriarkinin)² ilk zamanlarından itibaren erkeklerin daima kadınların kendilerine bağımlı olmalarını sağlamak için gücü ellerinde tuttuklarını/tutmaya çalıştıklarını görürüz. Erkekler, kadının kendisini “öteki” olarak ve erkeğe muhtaç inşa etmelerine yol açmışlardır (de Beauvoir, 1949, s. 159).

Simon de Beauvoir, İkinci Cinsiyet kitabında ataerkil toplumlarda kadın mitlerinden söz etmektedir. Roma’da kadın erkeğe evlilik bağıyla bağlıdır. Kadın bir erkekle evliyse değerlidir, hatta erkek karısı öldüğünde görevinden istifa eder,

² “Patriyarka”, Yunanca *patet* (baba) ve *archie* (köken ve komutanlık) sözcüklerinin birleştirilmesinden gelmektedir. Baba köken, yani ataerkil anlamına gelmektedir (Hirata vd., 2015, s. 245).

bir tür yas tutar. Mısır’da İris, Tanrıçalığı’nı, gücünü kaybetmiş, Osiris’in cömert, yardımsever, güleryüzlü, itaatkâr muhteşem eşi olarak tanımlanmaktadır. Kadın bir erkekle beraber, o erkeğin üzerinden anlamlandırılmakta ve değer kazanmaktadır. Kadının kocası bireysel olarak ne kadar güçlü ve saygıdeğer ise kadın da erkeğin yanında o kadar güçlü ve saygıdeğer kabul edilmektedir. Aradığı eşi hareme hapsedilmiş kadınlarda bulamayan Yunan erkeği ise kendi cinsine yönelmiştir, kendi gibi özgür erkeklerle ya da kendilerine kültürel olarak daha yakın, diğer kadınlara göre daha özgür olan cariyelerle birlikte olmayı tercih etmişlerdir.

Günümüzde İngiltere Kraliyet ailesine baktığımızda da tarihsel süreçte eski zamanlardan beri var olan durumun hala devam ettiğini görürüz. Bir prenses ya da düşes hala bir kadın olarak tek başına değil erkeğin yanında kimlik kazanmaktadır. Bunun yanı sıra siyasal ve ekonomik olayların dışında tutulmakta sadece topluma “yardımsever” ve “iyi niyet elçisi” olarak gösterilmek için sosyal sorumluluk işlerine dahil edilmektedir. “Soylu” dediğimiz kraliyet ailelerinin kadın mensupları günümüzde hala kendi halkına bir kadının nasıl olması, nasıl oturup kalkması, nasıl konuşması, nelerle ilgilenmesi, nasıl giyinmesi konusunda “örnek”tir ve soylu kadın kimliğine uygun davranmak zorundadır, buna göre davranmak zorundadır. Kadının bu temsilinde ise ötekileştirilmesinin yanı sıra kendisi, ailesi ve halkı adına karar alma, düşünce belirtme konusunda dışarda tutulduğunu, yok sayıldığını görmekteyiz.

Beauvoir’e göre kadına Doğu – Batı farkında baktığımızda ise Doğulu erkeğin gözünde kadın bir zevk objesi iken, Batılı erkeğin kendi bekarlığının önemini, değerini özümsemek istediğini, bir kadının da kahramanı olma arzusu duyduğunu görmekteyiz (de Beauvoir, 1949, s. 188). Örneğin “Yurttaş Kane” filminde Orson Welles, biçare ve korumasız bir şarkıcı kadının, bir erkeğin gücü ve yardımıyla büyük bir opera sanatçısı olmasını anlatır. Batının anlattığı tüm masallarda da aynı şeyi görmek mümkündür. Pamuk Prenses’i cadı üvey annesinden kurtaran “yakışıklı prens”tir. Pamuk Prenses’i kurtarmak için zor yollardan geçer, güçlüdür, “arzu edilen”dir, “yakışıklı”dır. Külkedisinde de prens, “çirkin üvey kardeşler”in değil Külkedisi’nin peşinden gider, onu bulmak için uğraşır. Külkedisi’nin de üvey anne ve kardeşlerinin eziyetlerinden kurtulmasının tek yolu bir erkeğin ona âşık olup onunla evlenmesidir. Kadın daima bir erkeğin onu korumasına ya da kurtarmasına ihtiyaç duymaktadır.

7. ÖZGEKAN ASLAN CİNAYETİ CİNAYETİN SOSYAL MEDYADA YANSIMALARI

7.1. Özgecan Aslan cinayeti

Özgecan Aslan, Mersin’de 22 Ekim 1995 tarihinde, aslen Tuncelili ve Alevi bir ailenin çocuğu olarak doğru. Mersin’in Tarsus ilçesindeki Çağ Üniversitesi’nde Fen Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü 1. sınıf öğrencisiydi. Aslan bu bölümü yüzde elli burslu kazanmıştı. Cinayetin yaşandığı 11 Şubat 2015 tarihinde Özgecan Aslan, okuldan çıktıktan sonra Tarsus’ta bir alışveriş merkezinde arkadaşlarıyla birlikte zaman geçirmiştir. Alışveriş merkezinde arkadaşlarından ayrılmış ve ikamet ettiği Mersin’e gitmek için şehirlerarası sefer yapan bir minibüse binmiştir. O saatten sonra kendisinden haber alamayan ailesi 11 Şubat 2015’te polise kayıp dilekçesi vermiştir.

Habertürk gazetesinde yer alan habere göre olay şu şekilde gerçekleşmiştir:

Şoför Suphi Altındöken, Mersin’e D-400 karayolundan gitmesi gerekirken güzergâh değiştirerek Tarsus-Mersin Otoyolu doğru sapmıştır. Sürücünün güzergahını değiştirmesinden “kaçırılıp başına kötü bir şey geleceğini” anlayınca tepki gösteren Özgecan, onunla tartışmıştır. Yola devam edip minibüsü تنها bir yerde durduran Suphi Altındöken’in tecavüze kalkıştığı Özgecan, yanında taşıdığı biber gazını sıkarak karşı koymuştur. Haber metninde, boğuşma sırasında Özgecan’ın, tecavüzcü Altındöken’in yüzüne tırnaklarını geçirip direndiği belirtilmektedir. Şoför Suphi Altındöken, bıçağını çıkarıp Özgecan’a defalarca saplamış ardından araçta bulunan demir çubukla vurarak onu öldürmüştür. Haberde son olarak, Suphi Altındöken’in Özgecan’ı öldürdükten sonra cesediyle birlikte Tarsus’a dönüp babası Necmettin Altındöken ve arkadaşı Fatih Gökçe’de yardım istediği, onlar da gelince birlikte Özgecan’ın cesedini ortadan kaldırmak için benzin alıp bölgeye götürüp, Cin Deresi’nde yaktığı iddia edilmektedir (Habertürk, Özgecan Ölümüne Böyle Direnmiş, 2015).

Olay ortaya çıktıktan sonra geleneksel ve sosyal medyada uzun süre gündemde kalmıştır. Sosyal medyada konuya, bireyler tarafından hem olumlu hem de olumsuz eleştiriler getirilirken kampanyalar da oluşturulmuş ve bu konudaki duyarlılık artırılmaya çalışılmıştır. Müebbet hapis cezasıyla yargılanan Suphi Altındöken, 11 Nisan 2016 tarihinde hapishanede öldürülmüştür. Sosyal medyada

ölümü üzerine de birçok yorum yapılan Altındöken'in cesedi hiçbir mezarlık tarafından kabul edilmemiş, ailesi cesedi gizli tutulan bir yere gömmüştür.

7.2. Sosyal medyada “Özgecan Aslan” kampanyaları

Yaşanan doğal felaketler, ses getirici ve “vahşet” olarak tanımlanan cinayetler, terör saldırıları, savaşlar, toplu ölümler vb. toplumun “vicdan”ına dokunan ve tepkisini çeken olaylardır. Bu tür konular, medyada geniş yer almasının yanı sıra, bireyler tarafından da konuşulmakta, insanlar fiziksel olarak bir araya gelip bazen destek bazen de protesto amaçlı eylemler gerçekleştirmektedir. Sosyal medyanın hayatımızdaki yeri sağlamlaştıkça ve arttıkça bu tarz eylemler internet ortamına da taşınmıştır. İnternet üzerinde yapılan bu eylemlerin belki de en önemli özelliği dünyanın her yerinden insanı bir araya getirebilmesi ve birbirlerinden haberdar etmesidir. Diğer yandan bu tür eylemlerde olumlu eleştiriler olduğu gibi olumsuz eleştiriler de internette dolaşıma sokulmaktadır.

Dünyada ve Türkiye’de kadın cinayetleri çok eski tarihlerden beri yaşanmaktadır. Türkiye medyasına baktığımızda genellikle “3. sayfa” haberlerinin konusu olan kadın cinayetleri, artan bir sayıda sıkça geleneksel ve yeni medyada yer almaktadır. Ancak bu haberlerin sıklığı ve Türkiye’nin sosyo-kültürel, siyasi yapısı göz önünde bulundurulduğunda, gündemden çabuk düşmekte ve süreklilik arz ettiği için “sıradan”laşmaktadır. “Özgecan Aslan Cinayeti”nin kendisinden önceki kadın cinayetlerinden daha fazla dikkat çekmesi ve toplum tarafından tepki görmesinin nedenleri ise şöyle sıralanabilir:

- Özgecan Aslan, tecavüze direnmiştir.
- Özgecan Aslan, üniversiteli genç bir kızdır.
- Üniversiteyi ailesinin yanında okumakta, ailesiyle birlikte yaşamaktadır.
- Özgecan Aslan “kurban” konumundadır.
- Katilin, ifadelerindeki soğukkanlılığı, Özgecan’ın kurbanlaştırılmasının şiddetini artırmıştır ve Türkiye toplumunun “vicdan”ına dokunmuştur.
- Sosyal medyada bu kadar çok konuşulan, gündemde kalan, kadın cinayetlerine en fazla dikkat çeken olaylardan biridir.

Toplumun değerlerine dokunan “Özgecan Aslan cinayeti” sosyal medyada popülerleşmiştir. Kullanıcıların sosyal medya mecralarından bireysel olarak

yaptıkları yorumların yanı sıra, bu olay için birçok kampanya düzenlenmiş ve imza toplanmıştır.

“Özgecan Aslan cinayeti”nden sonra sosyal medyada başlatılan kampanyalar şunlardır:

1. “Özgecan son olsun, kadın cinayetleri durdurulsun”

Ege Üniversitesi öğrencisi Gözde Salur, Özgecan Aslan’ın öldürülmesini protesto etmek amacıyla change.org’da 1 milyon imza hedefiyle “Özgecan Aslan’ı kaçırp vahşice katledenlere en ağır cezai yaptırım uygulansın. Özgecan son olsun, kadın cinayetleri durdurulsun” kampanyası başlatmıştır. Kampanya, 1 milyon imzaya ulaşmasının ardından sistem tarafından otomatik olarak 1,5 milyona çıkartılan imza kampanyası o güne kadar desteklenen en büyük imza kampanyası olarak haberde yer bulmuştur (Cumhuriyet, Özgecan için rekor imzaya bakan kayıtsız kaldı, 2015). İmza kampanyası şu mesajları paylaşmıştır (change.org, 2015):

1. Özgecan Aslan'a tecavüz edip, yakıp genç yaşta hayatına son veren faillerin Türk Ceza Kanunu'nun öngördüğü en ağır yaptırımla cezalandırılmasını istiyoruz. Soruşturmanın ve dava sürecinin kamuoyu takibine izin verecek şeffaflıkla ve hukuka uygun biçimde yürütülmesini talep ediyor, bu ve benzeri olayların tekrar etmemesi için tüm ilgili kurumları acilen sorumluluk almaya davet ediyoruz. Biliyoruz ki, Özgecan Aslan cinayeti sıradan bir adli vakanın çok ötesinde yıkıcı sonuçları olan toplumsal bir soruna işaret etmektedir.

2. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı başta olmak üzere ilgili tüm kurumları; kadınların güçlendirilmesi ve kadın-erkek eşitliğinin sağlanması için acil harekete geçmeye ve bu süreçte kadın hakları ve kadına yönelik şiddet konularında deneyim sahibi sivil toplum kuruluşlarını dikkate almaya çağırıyoruz. 6284 Sayılı Kanun'un daha işlevsel bir yapıya sahip olması gerektiğine dikkat çekiyoruz.

3. Kadına yönelik şiddetle mücadelede ve kadınların güçlendirilmesinde İstanbul Sözleşmesi ve CEDAW Sözleşmesi başta olmak üzere Türkiye'nin kabul ettiği/onayladığı ilgili uluslararası sözleşme ve belgelerin gereklerinin yerine getirilmesini istiyoruz.

2. “Özgecan için arenada simsiyah oluyoruz”

#ÖzgeCanAslan etiketi altında düzenlenen kampanyada, futbolcular Twitter üzerinden Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili mesajlarını paylaşmışlardır. Ayrıca Süper Lig'in 20. haftasında oynanan Galatasaray-Balıkesirspor karşılaşmasında Özgecan Aslan anılmıştır. Maçın başlamasına 15 dakika kala stat hoparlörlerinden Sezen Aksu'nun "Masum değiliz hiçbirimiz" şarkısı çalınarak ekranlardan da Özgecan Aslan'ın fotoğrafı gösterilmiştir.



Görsel 7.1. Felipe Melo'nun Özgecan Aslan ile ilgili tweeti

3. “Özgecan İçin Siyah Giy”

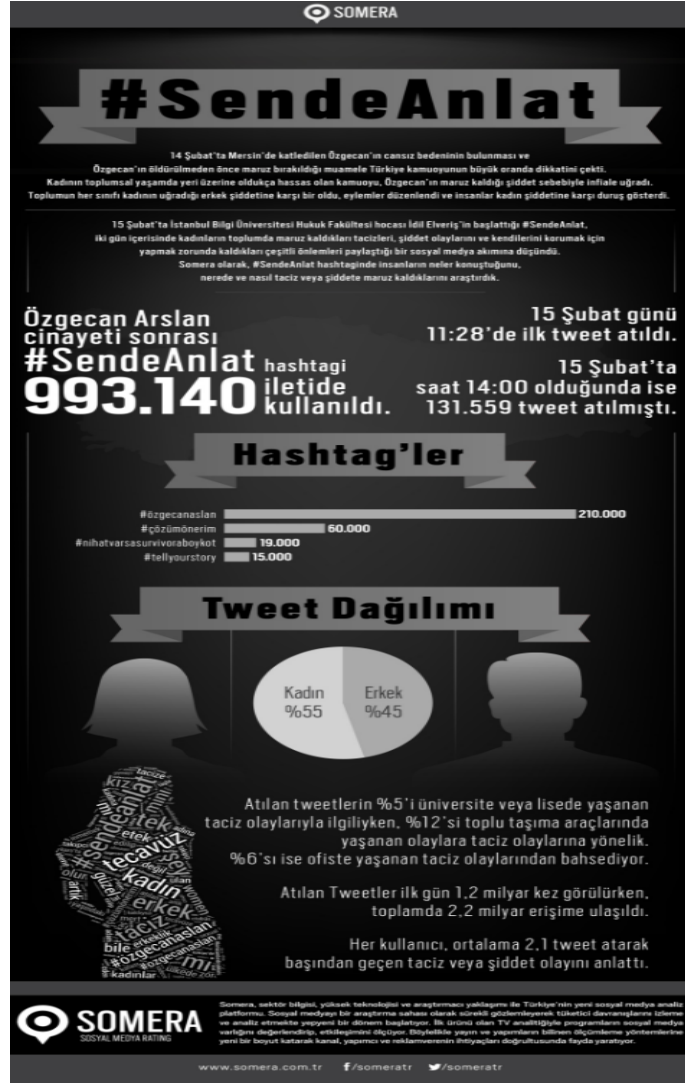
Facebook, Twitter ve Instagram'da eş zamanlı yürütülen bu kampanyada, ünlüler siyah giyinerek fotoğraflarını paylaşmışlardır. Ardından Türkiye'nin dört bir yerinden kadınlar, kendi fotoğraflarını paylaşarak Özgecan Aslan'ın öldürülmesini protesto etmişlerdir.



Görsel 7.2. Özgecan Aslan için ünlülerden protestosu

4. “Susma! #Sendeanlat”

Twitter’da yapılan bu kampanya, Özgecan Aslan cinayetinden yola çıkarak, taciz veya tecavüze uğrayan ancak bunu anlatmaktan çekinenlerin kendilerini ve başlarından geçenleri anlatmaları için bir ortam yaratmayı amaçlamıştır. Kadınlar ve LGBTİ bireyler #sendeanlat etiketi altında başlarına gelen taciz hikayelerini anlatmışlardır. Türkiye’de en çok paylaşılanlar arasında giren #sendeanlat etiketi, sosyal medyada “kadına yapılan cinsel şiddet”in farkındalığı konusunda büyük ses getirmiş, okuyucuları çok etkilemiştir.



Görsel 7.3. #SendeAnlat etiketi istatistiksel verileri (Somera, 2015)

15 Şubat'ta İstanbul Bilgi Üniversitesi Hukuk Fakültesi hocası İdil Elveriş'in başlattığı #SendeAnlat, Somera'nın 17 Şubat 2015 verilerine göre, Özgecan Arslan cinayetinden sonra 993.140 iletide kullanılmıştır (Somera, #SendeAnlat Türkiye!, 2015).

5. Filli Boya'nın Özgecan Arslan için ekran karartma reklamı

Filli Boya, Özgecan Arslan için televizyonlarda sadece siyah ekran reklam uygulaması yaptı. Filli Boya firması tarafından hazırlanan reklam, logo geçirilmeden ve reklam bedeli için parası ödenerek 21.00 ile 22.00'da ekranlarda yayınlanmıştır. Bazı televizyon kanalları da Filli Boya'dan reklam bedeli almayarak bu kampanyaya destek olmuştur. Reklamda sadece siyah ekranda "SİMSİYAH" ve Twitter için #Özgecanİçin etiketi yazısı kullanılmıştır. Özgecan

Aslan ve kadına şiddet olaylarına karşı yapılan bu etkileyici reklam kısa sürede sosyal medyada fenomen olmuştur (Mynet, Filli Boya'nın Özgecan için ekranları karartması ses getirdi, 2015).

8. BULGULAR VE ANALİZ

Toplumsal cinsiyet ve kadın temsili ataerkil toplumlarda tarihsel süreç içinde tartışılan ve getirilen geçici çözümlere rağmen hala bir sorun olarak karşımıza çıkan bir olgudur. Kadına bakış, kadının aileden başlamak üzere toplumsal yaşamda ve iş yaşamında yaşadığı ötekileştirme sorunları eğitim, siyaset, medya gibi alanlarda kendini göstermektedir. Bu araştırmanın amacı Özgecan Aslan cinayeti üzerinden Türkiye’de kadına bakışı sosyo-ekonomik, kültürel ve politik olarak incelemek, Türkiye’de kadın politikalarıyla ilgili durumu ortaya koymaktır.

Sosyal medya platformları toplumu ilgilendiren olayların tartışılması, olaylar hakkında haberdar olunması için gerek kişiler gerekse de kurumlar için son dönemde kullanılan en popüler ortam olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya kurumlarının sosyal medyayı aktif olarak kullanmasının yanı sıra internetin kullanıcılara sunduğu geniş özellikler sonucunda artık vatandaşlar da “haberdar olan” konumundan “haberdar eden” konumuna geçmiştir.

Kadın cinayetleri, kadına karşı şiddet, terör olayları, çocuk istismarı, seçimler, doğal afetler vb. olaylar toplumun ilgisini çeken, her insan tarafından okunulan, yorumlanan başat konular olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle kadına ve çocuğa şiddet insanların “vicdan”larına dokunduğu için insanların kendi aralarındaki sohbetlerinde ve medyada sıkça gündeme gelmektedir. Sosyal medya bu konuda insanların, yorumlarını kendi sosyal çevresinden internete ulaşan tüm kullanıcılara taşımasına olanak sağlamaktadır. Birbirini tanıyan ya da tanımayan birçok insanın ve kurumun aynı konuda internet ortamında bir araya gelmesi ve yorumlarını paylaşması, örgütlü ya da örgütsüz bir toplumsal vicdan birliği oluşturması açısından büyük öneme sahiptir.

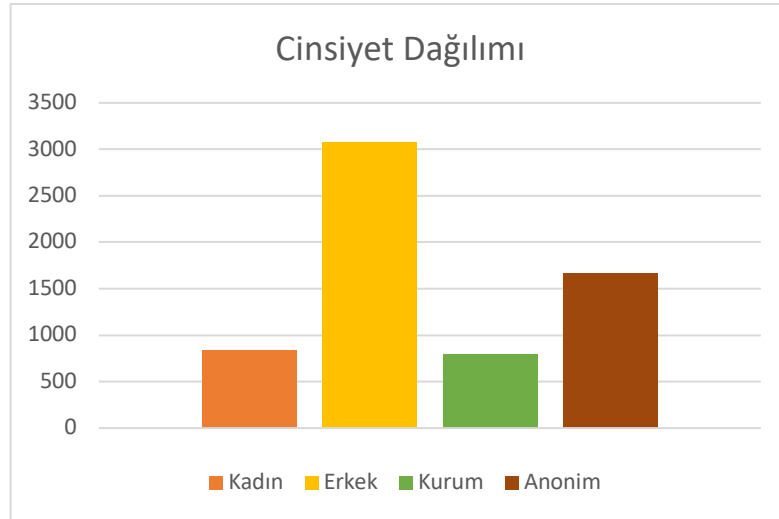
Özgecan Aslan’ın öldürülmesi Türkiye’de büyük yankı uyandırmıştır. Bu olaydan önce de artan sayıda yaşanan kadın cinayetleri ve tecavüz olayları bu kadar gündemde kalmazken Özgecan Aslan’ın katledilmesi; toplum, siyasetçiler, eğlence ve sanat dünyasından kişiler ve medya tarafından büyük bir tepkiyle karşılanmış ve

uzun süre gündemde kalmıştır. Araştırma kapsamında Özgecan Aslan cinayeti ile ilgili #özgecanaslan etiketi altında, cinayetin işlendiği tarihten itibaren iki hafta boyunca atılan tweetlere bakılmıştır. İncelenen 6359 tweet içinde kadın, erkek, siyasetçi, sanatçı, avukat, sivil toplum örgütleri gibi birçok kullanıcı türü bulunmaktadır.

8.1. KONUŞAN KİM?

Özgecan Aslan ile ilgili atılan tweetlerin cinsiyet dağılımına baktığımızda erkeklerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. 6359 tweetin 3078'i erkekler tarafından atıldığı saptanmıştır. 1667 tweet anonim olarak atılırken 792 tweet sivil toplum örgütleri, gazete, siyasi parti, ticari kurumlar tarafından atılmıştır. Bu konuda Twitter'da bir şeyler yazan kadınların sayısı ise 831'dir.

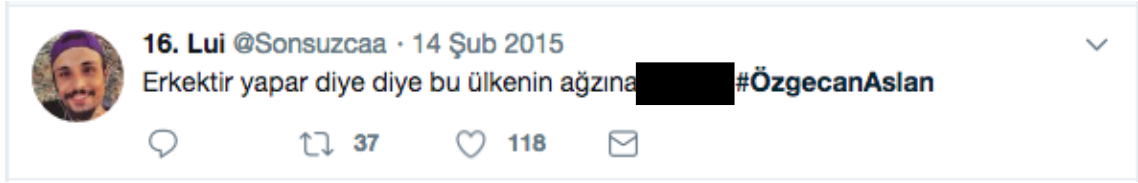
Tablo 8.1. Özgecan Aslan ile ilgili tweet atanların cinsiyet dağılımı



Erkeklerin sosyal medyada kadın cinayetleri konusunda daha çok konuşmuş olması bize Türkiye'de toplumsal cinsiyetle ilgili önemli bilgiler vermektedir. Kadın cinayetleri hakkında konuşanların daha çok erkekler olması, kadınların kendileriyle ilgili bir konuda daha az ses çıkarması Türkiye'de ataerkil yapının altını kuşkusuz bir kez daha çizmektedir.

Twitter kullanıcılarının, Özgecan Aslan'ın ailesinden doğrudan alıntı yaparak taziye mesajları yazdığı görülmektedir. Bu bağlamda vatandaşlar, Özgecan Aslan'ın öldürülmesiyle ilgili tepkilerini "onlar"ın söylemleriyle vermektedirler.

Söylemde aktörlere bakıldığında genel ideolojik stratejinin olumlu kendini sunma ve olumsuz ötekini sunma olduğunu görülmektedir. Tweetlere bakıldığında ise özellikle ve çoğunlukta erkekler olmak üzere tweet atan kadın, erkek, kurum, örgüt herkesin katilleri ötekileştiren söylemler kullandıkları dikkat çekmektedir. Bu söylemlerde, toplumsal cinsiyet bağlamında “erkeklik” eleştirilmemekte, katillerden “kendilerinden olmayan erkekler” olarak söz edilmektedir. Katilleri, toplumda var olan “erkeklik”in dışında bırakan söylemler inşa edilerek suçun “erkeklik”te değil, katillerde olduğu vurgusu yapılmaktadır.



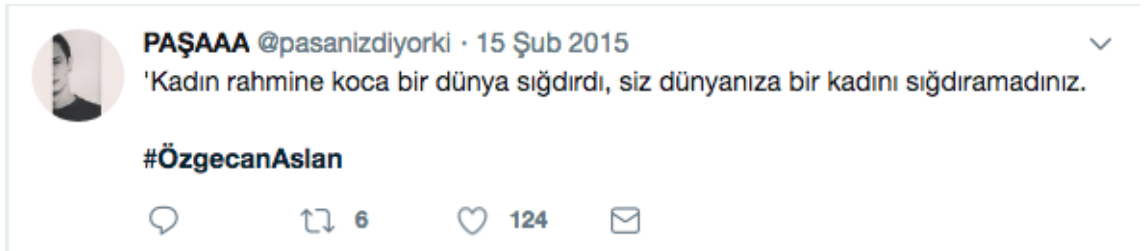
Görsel 8.1. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.2. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.3. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.4. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

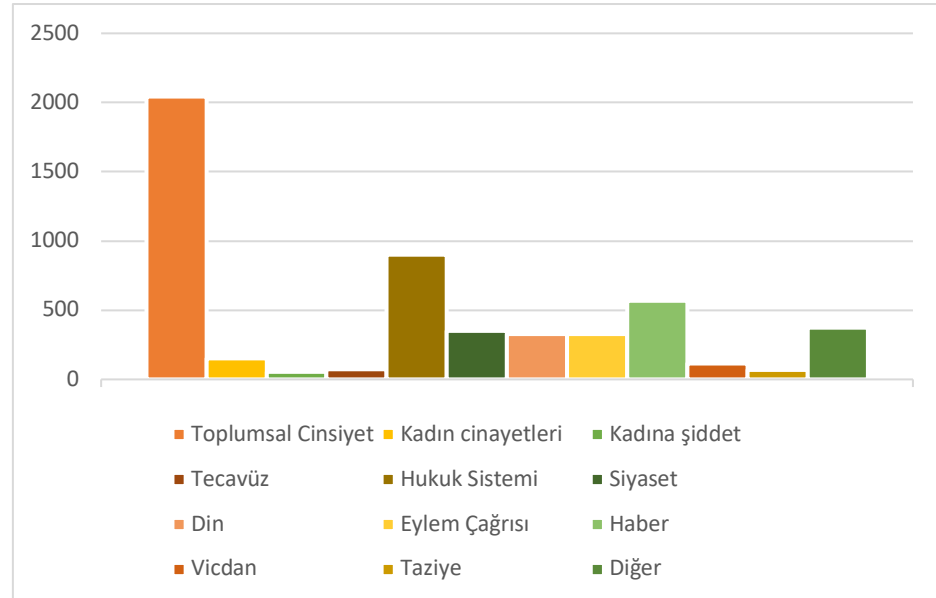
Özgecan Aslan'ın öldürülmesiyle ilgili atılan tweetlerde siyasi otoriteler ve devlet tarafından atılan tweetler genellikle başsağlığı ve hukuki olarak yapılması gerekenlerle ilgilidir. Bu tweetlerde iktidar söylemleri dikkat çekmekte ve

“yapılması gereken yapılacak”, “Özgecan kızımızın kanı yerde kalmayacak”, “Katillerle ilgili adalet yerini bulacak” gibi söylemler göze çarpmaktadır. Ataerkil yaklaşımlar üst düzeyde bir yapılanmayı ifade etmektedir. Ataerkil yapılanma da eril tahakkümü, tüm iktidar ilişkilerini ve bunun sonucunda ortaya çıkan hiyerarşik yapılanmayı, rol ve beklentileri kapsayan bir üst yapı olarak karşımıza çıkmaktadır (Sankır, 2010, s. 2). Devlet, iktidar, erildir ve “adaleti sağlayacak olan” da yine eril yapı olarak gösterilmektedir. Halkının kendisine güvenmesini bekleyen hükümet, tweetlerinde de bu konuda yine halka güvence verir söylemler kullanmıştır.

8.2. NE DİYOR?

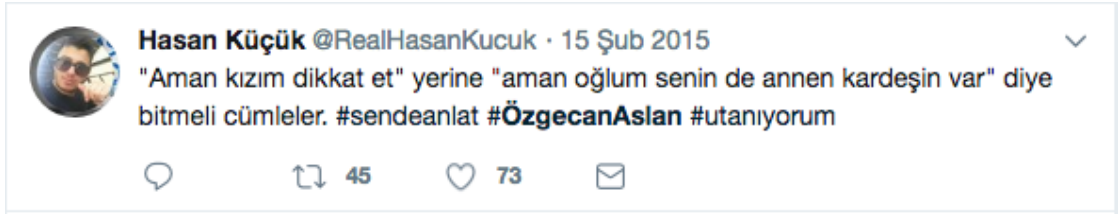
Özgecan Aslan cinayeti ile ilgili atılan tweetlerin temaları toplumsal cinsiyet, kadın cinayetleri, kadına şiddet, tecavüz, hukuk sistemi, siyaset, din, eylem çağrısı, haber, vicdan, taziye ve diğer olarak sıralanmaktadır. Tweetlerin en çok toplumsal cinsiyet konusunda atıldığı görülmektedir. Atılan tweetlerin 1097’si bu konudur. Ardından Özgecan Aslan’la ilgili vicdan muhasebesi konusu gelmektedir. Bu konularla ilişkili olarak kurulan ve öne çıkan söylemsel temalar, sözcük seçimleri, cümle yapıları, olayla ilgili neden sonuç ilişkileri alt başlıklar halinde sunulmuştur.

Tablo 8.2. Özgecan Aslan ile ilgili atılan tweetlerin konu dağılımı



8.2.1. ERİL SÖYLEMDE KADIN: “KURBAN”

Toplumsal cinsiyet ile ilgili atılan tweetlerde Türkiye’de sosyo-kültürel ve din bağlamında kadına bakışın sorunları ve “erkeklik”, “kadınlık” temsillerinin nasıl kurulduğuyula ilgili **eleştirel** yer almaktadır. Bu konuda özellikle din dayanaklı görüşler ağır basmaktadır. Bu da ataerkil ve İslam dininin yaygın olduğu Türkiye’de olağan bir çıktıdır. İnsanlar, kadınları “korunması gereken”, “bir anne olarak el üstünde tutulması gereken” konumda görmektedirler. Erkekleri ise “koruyucu”, “oğul”, “koca” olarak görmektedirler. Erkeklerin eylemlerinden de “anneleri”nin sorumlu olduğunu görmekte, katilleri de annelerin yetiştirdiğini belirterek kadını suçlayıcı söylemler üretmektedirler.



Görsel 8.5. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

Kadının ikinci sınıf vatandaş olarak, korunmaya muhtaç görülmesi kadına şiddeti eleştiren söylemlerde dahi kadının ötekileştirilmesine yol açmaktadır. Bu bağlamda kadının birey olması yok sayılmakta ve erkeğin bir üst akıl, üst birey olarak yaptıkları meşrulaştırılmaktadır. Türkiye’de genel olarak toplumsal cinsiyet ile ilgili sorunların yok sayılmasına sadece cinayeti işleyen, tecavüzü gerçekleştiren bireylerin “suçlu” ve “hastalıklı” olarak görülmesine yol açmaktadır. Suçu işleyen kişinin “hastalıklı”, “psikolojik olarak normal olmadığı”, “sapık” söylemleri de işlenen kadın cinayetini yine meşrulaştırmaktadır.

Özgecan Aslan’ın tweetlerde “kızcağız”, “melek”, “zavallı kız” gibi ifadelerle kurbanlaştırıldığı görülmektedir. Eril söylem şiddete, tecavüze ve cinayete uğrayan kadınları “kurban” olarak tanımlayarak kadını kadının edilgen rolünü yeniden üretmektedir.

Tweetler kurumlar, siyasi partilerin sosyal medya hesapları ve sivil toplum kuruluşları tarafından da atılmıştır. Bu bağlamda ticari kurumların tweetleri başsağlığı mesajları içerirken siyasi partiler hem başsağlığı hem de kadın cinayetleri konusunda devlet hedefli mesajlar atmıştır.

Atılan tweetlerde Özgecan Aslan genellikle “öldürüldü”, “katledildi”, “tecavüz edildi” gibi cümle yapılarıyla edilgen olarak kullanılmıştır. Burada konuşan erkektir ve kadın konunun öznesi değil nesnesi olarak ele alınmaktadır.



Görsel 8.6. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.7. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

8.2.2. TOPLUMUN VİCDANI ÖZGECAN

Toplumsal olaylarda “vicdan” toplumları harekete geçiren önemli bir olgudur. İnsanlar gündelik yaşamları ve söylem pratiklerinde farkında olarak ya da olmadan kanıksadıkları ayrımcı, ötekileştiren, cinsiyetçi söylemleri gündeme gelen bir olay olduğunda bir kenara bırakıp “onlar”ı karalayan söylemlerle konuşmaya

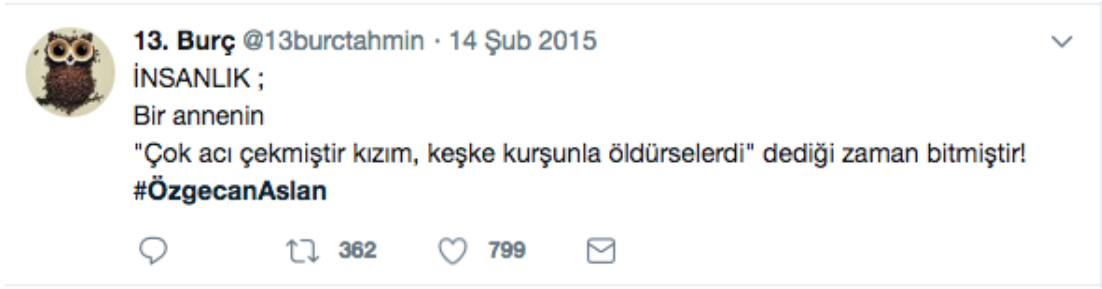
başlamaktadırlar. Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili atılan tweetlerde bu açıkça görülmektedir. Atılan tweetlerin %17,5’u vicdan ile ilgilidir. Yine kurbanlaştırılma ve “genç bir kızın masumluğu” üzerinden mesajlar paylaşılmıştır.

Özgecan Aslan’ın ailesiyle yaşayan ve psikolog olma hayalleriyle üniversitede okuyan bir “genç kız” olduğu vurgusu birçok kullanıcı tarafından yapılmıştır. Atılan tweetlere bakıldığında şu başlıklarda “vicdan” konusu kategorileştirilebilir:

- Masum genç kızın öldürülmesi
- Bir annenin evladını kaybetmesi
- Bir babanın evladını kaybetmesi
- Özgecan’ın tecavüze direnmesi vurgusunun yapılması
- Özgecan’a işkence edilerek öldürülmesi

Özgecan Aslan’la ilgili atılan tweetlerde “vicdan” vurgusunun kadın yerine “aile”, “kız çocuğu”, “anne”, “baba” üzerinden yapıldığı görülmektedir. Kültürel yapı bağlamında ailenin mahrem ve önemli görüldüğü bu söylemlerde ortaya çıkmaktadır. İnsanların, Özgecan Aslan’a üzülmelerinin nedeni onun üniversite çağında “masum” bir genç kız olmasıdır. Burada “masum” vurgusu önemlidir. Gerek dinsel gerek iktidar ideolojisi gerekse de kültürel olarak Türkiye’de bir kadının “masum” olması, “temiz” olması namus kavramı açısından önem taşımaktadır. Bir kadının cinsel açıdan “temiz” olması, bakire olmasıdır. Tweetlerde, Özgecan Aslan ile ilgili söylemlerde “kız” sözcüğü kullanılmakta, masumiyet inşası cinsellik üzerinden gerçekleştirilmektedir.

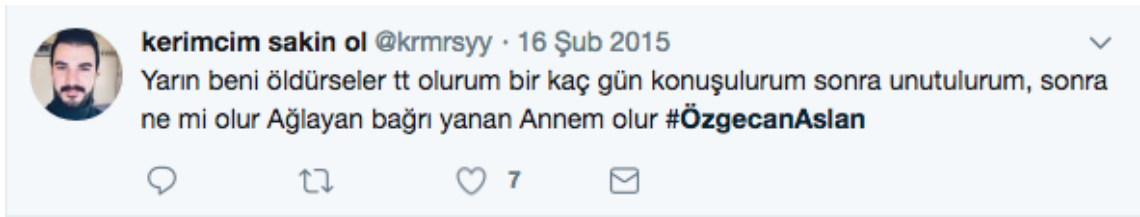
Özgecan Aslan’dan önce de birçok kadın, transeksüel, travesti ya da eşcinsel insan tacize, tecavüze uğramış ya da öldürülmüştür. Ancak bu cinayetlerde haberlerde, sosyal medyada vatandaşların yorumlarında öldürülen kişi “namus” açısından eleştirilmiş “kocasını aldatmıştı”, “zaten eşcinseldi”, “erkeklerle görüşüyordu” gibi tanımlamalarla yer almıştır. Kadının geleneksel rollerini yerine getirmemesi, “namusunu korumaması” durumunda şiddet normalleştirilmiş, meşrulaştırılmıştır (Gül ve Altındal, 2015, s.183). Özgecan Aslan ise tanımadığı, minibüsüne bindiği bir şoför tarafından öldürülmüştür. Bu nedenle Özgecan Aslan “masum”dur, “namus”ludur ve gerek haber metinlerinde gerekse de kişilerin sosyal medya paylaşımlarında “melek” ve “kurban” olarak yer almıştır.



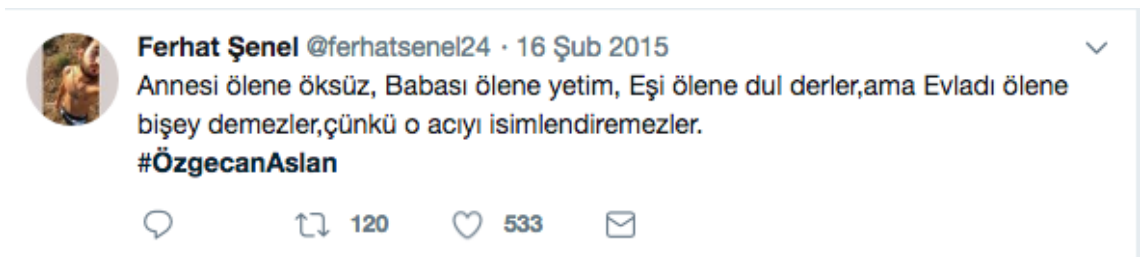
Görsel 8.8. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



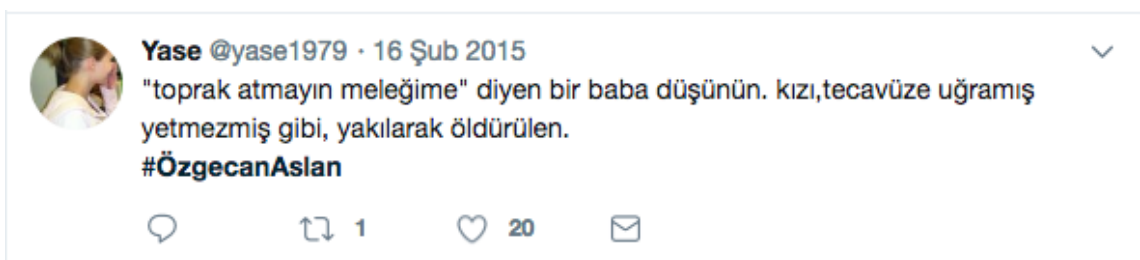
Görsel 8.9. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.10. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.11. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.12. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

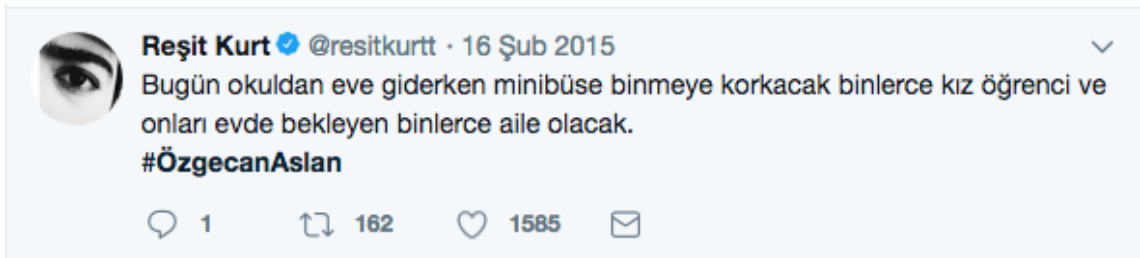
8.2.3. “BÜTÜN MİNİBÜS ŞOFÖRLERİ TECAVÜZCÜDÜR” GENELLEMESİ

Medya ve toplumda üretilen söylemlerde kadın cinayetleri, ideolojik ve kültürel bağlamda sorunsallaştırılmamakta cinayet, katil ya da maktulün eylemleri ile ilgili sebepler üretilerek meşrulaştırılmaktadır. Özgecan Aslan’ın öldürülmesiyle ilgili atılan tweetlerde de bu görülmektedir. Mesajlarda katilin sosyal sınıfı, mesleği, siyasi görüşü işlediği cinayet ve tecavüz için bir sebep olarak öne sürülmüştür.

Sınıfsal farklılık ekonomi politik ve kültürel olarak insanları tanımlamada önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir insanın alt sınıftan olması, düşük gelirli olması, alt kültürden gelmesi onu potansiyel “suçlu” olarak toplumsal yapı içinde etiketlemektedir. Katil, bir minibüs şoförüdür. Tweetlerdeki söylemlerde katilin minibüs şoförü olduğu vurgusu yapılmıştır. Ayrıca katil üzerinden bütün minibüs şoförlerinin “katil” veya “tecavüzcü” olabileceği genellemesi yapılmaktadır.



Görsel 8.13. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.14. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.15. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

Münevver Karabulut cinayeti örneğinde olduğu gibi kadına karşı şiddet, tecavüz her sınıftan erkek tarafından gerçekleştirilen bir eylemdir. Kadına karşı uygulanan şiddetin nedeni ekonomik belirleyenler, kültür, eğitim düzeyi vb. unsurlar değildir. Sosyo-kültürel olarak kadının ve erkeğin bir toplumda nasıl tanımlandığı, suçu işleyen kişinin toplumsal cinsiyet ile ilgili sahip olduğu ardalana, kültürel öğrenmeye bağlı olarak sorunlu “erkeklik” ve “kadınlık” rolleri kadına karşı şiddeti doğurmakta ve beraberinde bunu meşru saymaktadır.

Katilin daha önceden uyuşturucu kullanıcısı olduğu, kendi eşine de şiddet uyguladığı, mutsuz bir evliliği olduğu, psikolojik dengesinin yerinde olmadığı gibi sebepler tweetlerde cinayeti meşrulaştıran sebepler olarak görülmektedir. Kişiler, attıkları tweetlerde kadın cinayetlerini lanetlerken, katili sert bir dille eleştirirken bir yandan da ideolojik olarak kadının ötekileştirilmesini yeniden üretmekte ve cinayeti meşrulaştırmaktadır.

8.2.4. VAR OLAN TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ ÜZERİNDEN BİR TANIMLAMA OLARAK: “OĞLUNA ADAM OLMAYI ÖĞRET”

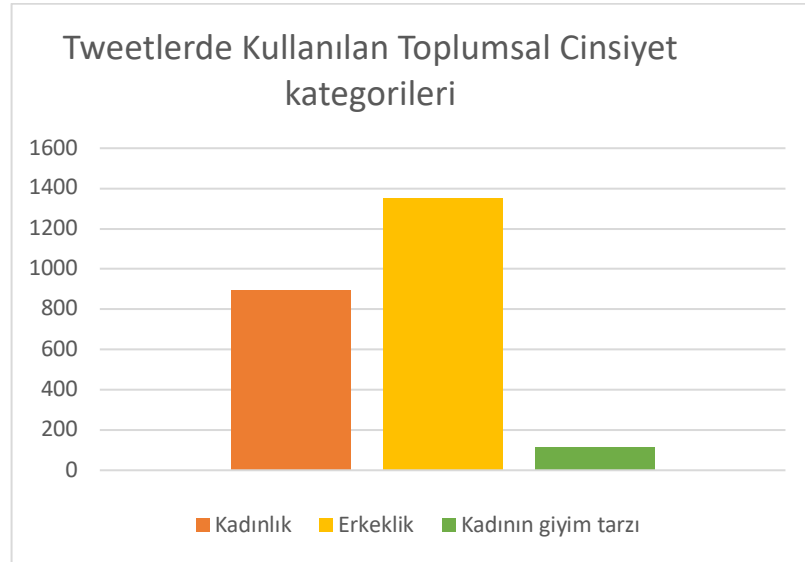
Toplumsal cinsiyet, bu araştırmanın sınırlılığını oluşturan Türkiye’de uzun süredir büyük bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Müslüman bir ülke olan Türkiye’de din ve devlet politikaları kadını ötekileştirmekte ve ikinci sınıf insan olarak konumlandırmaktadır. Türkiye’de farklı toplumsal iktidar ilişkileri içinde oluşan farklı erkeklik hallerinin tümünü kapsayan “tek ve doğal erkek hali” erkek kimliğini temsil etmektedir (Sancar, 2008, s. 301). Üstünlüğünü ve egemenliğini sürdüren bu erkeklik hallerini anlamak için ise hem eril tahakkümün üreticisi ataerkil kurumların yapısına hem de kültürel pratiklerle üretilen “eril tahakküm” stratejilerini bakmak gerekmektedir (Sancar, 2008, s.301). Ataerkil bir toplum olan Türk toplumunda erkek yüceltilmekte ve yaptığı her eylem “doğru” sayılmaktadır.

Tüm bu önkabuller kadına karşı uygulanan şiddetin, tecavüzün ve kadın cinayetlerinin artarak devam etmesini desteklemektedir.

Twitter’da Özgecan Aslan cinayeti ile ilgili atılan tweetlerin %17,2’si toplumsal cinsiyet ile ilgili atılmıştır. Tweetlerde, Özgecan Aslan ve katili üzerinden tüm kadınlara ve erkeklere genellemeler yapıldığı görülmektedir. Toplumsal cinsiyet ile ilgili farklı görüşler ortaya atılmıştır:

- Erkeklerin “erkek” olmayı öğrenmesi
- Kadınların “düzgün” giyinmesi
- “Ana” ve “bacı”ların korunması
- Dini bağlamda kadının korunması gerektiği

Tablo 8.3. Tweetlerde kullanılan toplumsal cinsiyet kategorileri



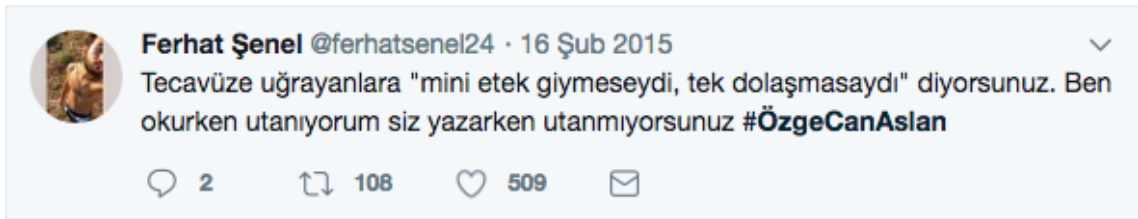
Tweetlerde, toplumsal cinsiyet ile ilgili en çok karşılaşılan söylem “erkeklik”, “adamlık” söylemidir. Erkeğin nasıl davranması gerektiği, aslında erkeklerin kadına özen gösteren, saygı duyan, değer veren ve onu eşit gören bireyler olduğu ancak bu suçları işleyen erkeklerin sorunlu olduğu vurgusu yapılmaktadır. Dolayısıyla söylemler yine “biz”den “onlar”a tavsiye şeklinde ortaya çıkmıştır.



Görsel 8.16. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

Erkekler tarafından sergilenen “kadınsı” olanı aşağılama, dışlama pratiği ve bu aşağılama-cinsel nesneleştirmenin yarattığı anlam dünyası erkeklerin davranışlarında etkilidir (Sancar, 2018, s.18). Bu nedenle “adam olma” hali erkek kimliği için de büyük önem taşımaktadır. Erkek egemen sisteme göre toplumda bir erkek önce “adamlık” üzerinden sınanmaktadır. Türk toplumunda “adam olmak” önemli bir mittir. Hem erkek hem de kadın için bir şeyi “adam gibi” yapmak düzgün yapmak anlamında kullanılmaktadır. Bir erkek için “adam” olmak da fiziksel, kültürel ve toplumsal cinsiyet bağlamında tam olarak “erkek” olabilmeyi tanımlamaktadır. Atılan tweetlerde erkeklerin kadına karşı işlediği suçları eleştirirken de erkeklerin “adam” olamadıkları, “adam” olmayı öğrenmeleri gerektiği vurgusu yapılmıştır. Ayrıca erkeğin bunu kendi kendine öğrenmesi beklenmemekte bu görev aileye yüklenmektedir. Dolayısıyla “öğren” fiilinin yanı sıra “öğret” fiili kullanılmıştır. Bu söylemler kadına şiddet uygulayan, tecavüz eden, onu öldüren erkeklerin işledikleri suç ailelerine ve aile kültürüne de atfetmektedir.

Toplumsal cinsiyet ile ilgili yapılan yorumlardan bir diğeri kadının giyim tarzıdır. Kadının etek giymesinin, dekolte giymesinin tecavüzü meşrulaştırdığını savunan kişilerin azınlıkta olmasıyla birlikte tweetlerin genelinde, kadının giyim tarzının erkeğin tecavüzüne sebep olarak gösterilmesi eleştirilmiştir.

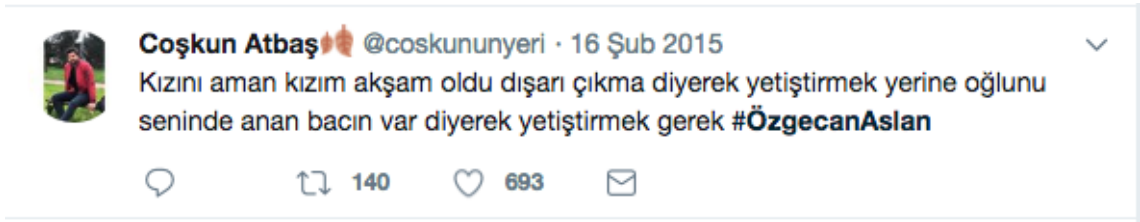


Görsel 8.17. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

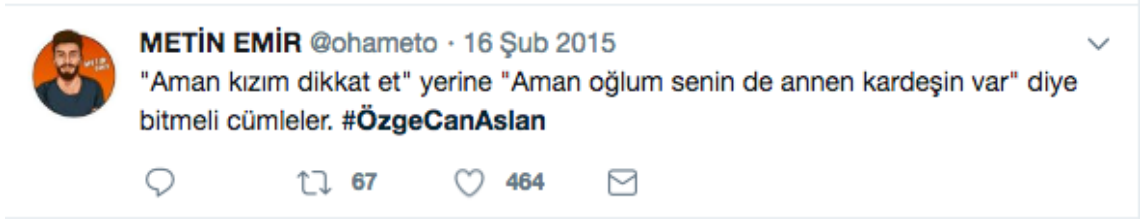


Görsel 8.18. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

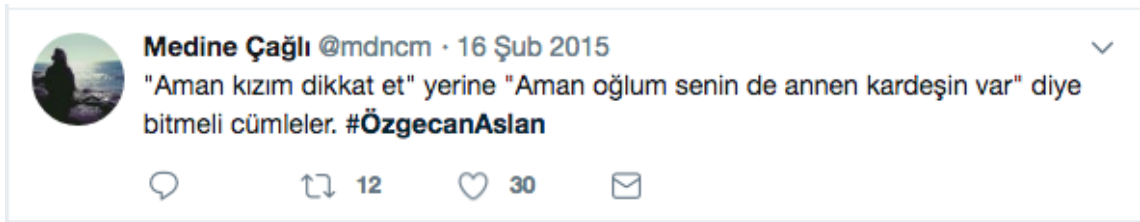
Türkiye’de aile kültürel işlevleri bağlamında büyük önem taşımaktadır. İdeolojinin, kültürel alt yapının verildiği en temel ve mikro yapı aile olarak görülmektedir. Toplumsal cinsiyet bağlamında da aile kültürel ve dinsel olarak temel alınmaktadır. “Anne”, “kız kardeş”, “eş” ataerkil toplumlarda “dokunulmaz” olarak sayılmaktadır. Özgecan Aslan ile ilgili atılan tweetlerde de toplumsal cinsiyet bağlamında “annelik” ve “kız kardeşlik” vurgusunun çokça yapıldığı görülmektedir. Kadınların sadece “anne”, “kız kardeş” ya da “eş” olduğu için el üstünde tutulması gerektiği, korunması ve saygı duyulması gerektiği kişilerin söylemlerine yansımıştır.



Görsel 8.19. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.20. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.21. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

Bu söylemlere göre kadınlar, “kadın” oldukları için değil, birey oldukları için değil bir erkeğin “annesi”, “kardeşi”, “eşi”, “kızı” olduğu için şiddet görmemeli, tecavüze uğramamalı, öldürülmemelidir. Bu söylem, kimsenin bir şeyi olmayan bir kadının şiddet görmesini, tecavüze uğramasını, öldürülmesini meşrulaştırmaktadır. Bir erkek için sadece kendi ailesinin kadınları önemlidir, ailesinden olmayan diğer kadınlar onun için önemli değildir ve ona istediğini yapabilir.



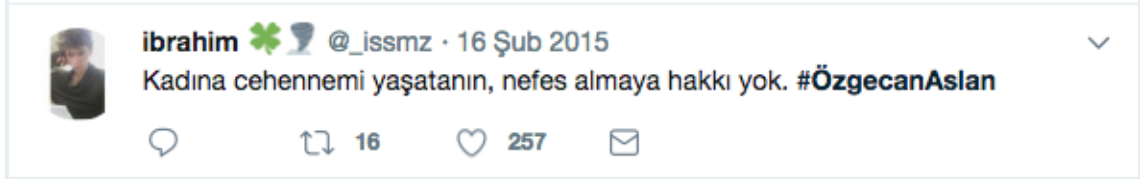
Görsel 8.22. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

“Biz sana güveniyoruz, etraftakilere güvenmiyoruz.” miti de yine toplumsal cinsiyette aile odaklı kadına bakışı destekler niteliktedir. Bu bağlamda, bir kadın sadece kendi ailesinden olan bir erkeğe güvenebilir. Bir erkek için de önemli olan tek kadın sadece ailesinden olan kadındır.³

Türk toplumunda bir erkek çocuğunun büyürken daha rahat yetişmesi, dışarı çıkarken saat sınırlaması yaşamaması, erkek çocuğunun sevgilisinin olmasının normal ve gurur verici bir olay olması, kız çocuğunun evlenene kadar kimseyle görüşmemesi gerektiği, bunun “ayıp” sayılması, erkek çocuğunun ilk cinsel deneyimini küçük yaşlarda yaşamasının gurur verici sayılması, “aslan oğlum yapar” gibi ifadelerle bu durumun desteklenmesi ama kız çocuğunun “namus”unu evlenene kadar koruması gerektiği Türk toplumunda toplumsal cinsiyet bağlamında erkek ve kadın temsillerini anlamada önemli olgulardır. Toplumsal cinsiyet ilişkileri, kadın ve erkeğin sadece eril ve dişil olmadığı; anne-baba, kız çocuk-erkek çocuk, karı-koca olduğu sosyal ilişkiler toplamını ifade etmektedir (Dedeoğlu, 2000, s. 158).

Tweetlerde toplumsal cinsiyet söylemlerinin son olarak din üzerinden onunla eklemlenerek kurulduğu görülmektedir. Müslümanlık kadını, kültürel olarak sıraladığımız kadınlık rolleri üzerinden – annelik, kız kardeşlik, eş ya da kız çocuğu olma “kutsal” saymaktadır ve korunması gerektiğine inanmaktadır (Berktaş, 1995, s. 124). Twitter’da birçok kullanıcının din üzerinden erkekleri eleştirdiği, kadınları edilgen olarak yücelttiği görülmüştür.

³ Namus, bir erkeğin karısı, yani helalidir, annesidir, kız kardeşidir. Erkek, bütün “kadınlarına” göz kulak olmak durumundadır. Böyle bir anlayış, kadınları erkekler tarafından korunmaya muhtaç kılmanın ötesinde sadece “aileden”, “çevreden” olan kadınların korunması gerektiği anlayışını ortaya koymaktadır (İnci, 2013, s. 294).



Görsel 8.23. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.24. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.25. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

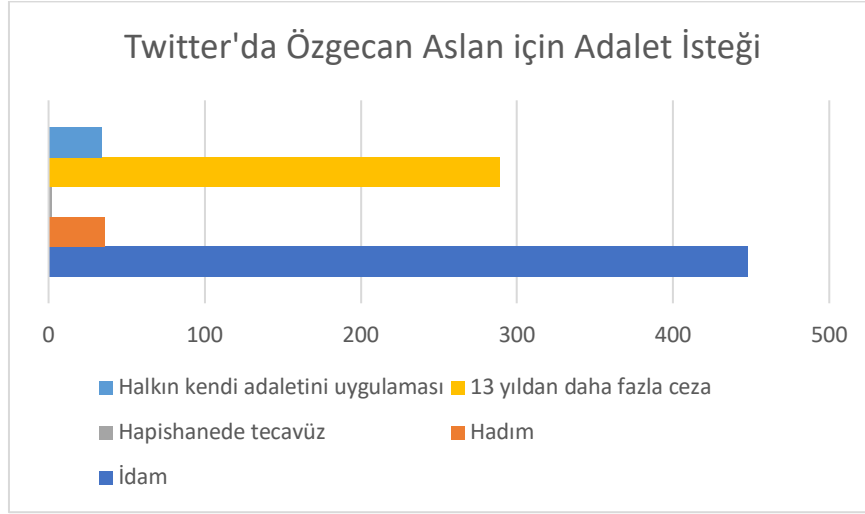
Kullanıcılar din üzerinden kadın ile ilgili yorumlarda bulunurken Hz. Muhammed’in “Kadınlar size Allahın emanetidir.” sözünü kullanmışlardır. Bu söylemde kadın yine edilgen olarak yer almaktadır. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet bağlamında gerek kültürel gerekse de dinsel olarak yapılan tüm yorumlarda özne erkektir, nesne kadındır. Kadının ikincil durumu bu söylemlerle yeniden üretilmiştir.

8.2.5. SOSYO-KÜLTÜREL BİR SORUN OLAN TECAVÜZ VE KADIN CİNAYETLERİNE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Özgecan Aslan’ın öldürülmesiyle ilgili atılan tweetlerden birçoğu da işlenen suçun cezasız kalmaması, adalet isteğiyle ilgilidir. Bu bağlamda kişiler ve kurumlar Twitter üzerinden sosyo-kültürel bir sorun olan tecavüz ve kadın cinayetlerine çözüm önerileri getirmiştir. Yazılan tweetlere baktığımızda çözüm önerilerinin hukuk, din, toplumsal adalet üst başlıklarında şekillendiği görülmüştür. Getirilen çözüm önerileri şu şekilde sıralanabilir:

- İdam
- Hadım
- Dini bağlamda “kısasa kısas”
- 13 yıldan daha fazla ceza
- Katillere hapisanede tecavüz edilmesi
- Halkın kendi adaletini uygulaması

Tablo 8.4. Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili hukuk bağlamında atılan tweetlerin dağılımı



Tweetlerin %51,6'sında Özgecan Aslan'ın katili için idam isteği görülmektedir. Ardından atılan en çok tweet ise hukuk sistemine getirilen eleştiri olarak, verilen 13 yıllık cezanın yetersiz olduğudur. Toplumun vicdanına dokunan “masum bir genç kızın tecavüz edilerek öldürülmesi”, atılan tweetlerin büyük bir çoğunluğunda tarafından büyük bir öfkeyle karşılanmaktadır. Nefret söylemi en çok bu tweetlerde görülmüş, katil için “şerefsiz”, “o... çocuğu”, “namussuz” sözcükler ve tanımlamalar kullanılmaktadır. Katili eleştirirken cinsiyete dayalı nefret söylemi kullanılmış, “kadınlık”ı aşağılayıcı söylemlerle kadının ötekileştirilmesi yeniden inşa edilmektedir.

8.2.5.1. “İdam geri gelsin!”

İdam cezasının geri gelmesini isteyen ifadelerin kullanıldığı tweetlerde, Özgecan Aslan'dan “kızımızın kanı yerde kalmasın”, “bizim kızlarımız, ablalarımızın başına da gelmesin” gibi tanımlamalar kullanılmaktadır. Kişilerin adalet konusuyla ilgili attığı tweetlerde, idamın istenmesinin nedeni olarak “ailemizden masum kadınlarımızın” öldürülmesi, şiddet görmesi gösterilmektedir.



En KomiK TweetleR 🤔 @EnkomikTweetci · 14 Şub 2015

Yarın,kızımızın,ablamızın ve bizim başımıza da aynısı gelmesin diye lütfen RT yapalım.

#ÖzgecanAslan



5 120 86

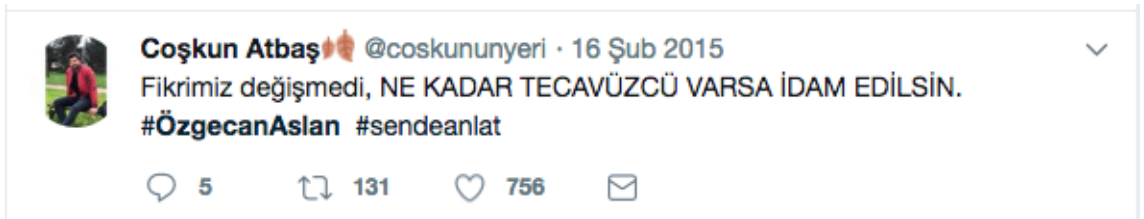
Görsel 8.26. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



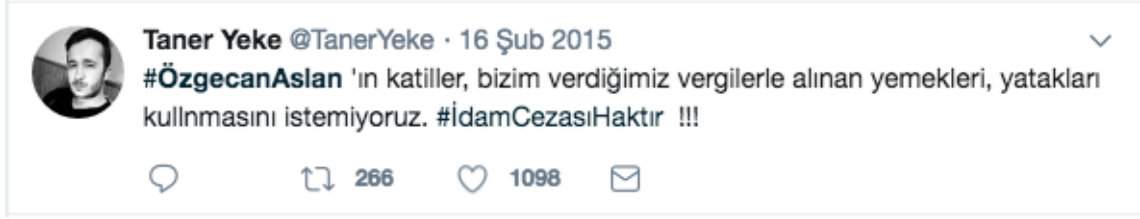
Görsel 8.27. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.28. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



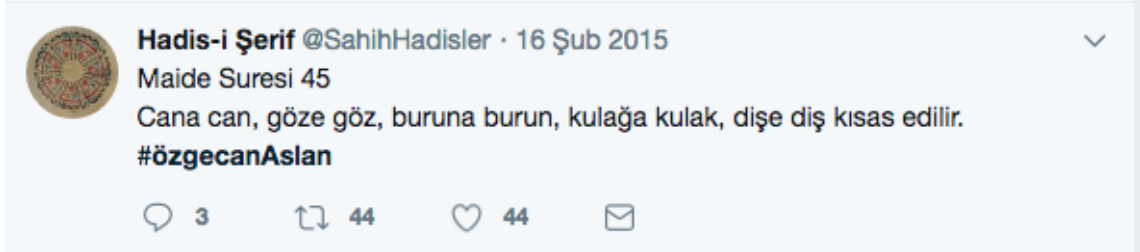
Görsel 8.29. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.30. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

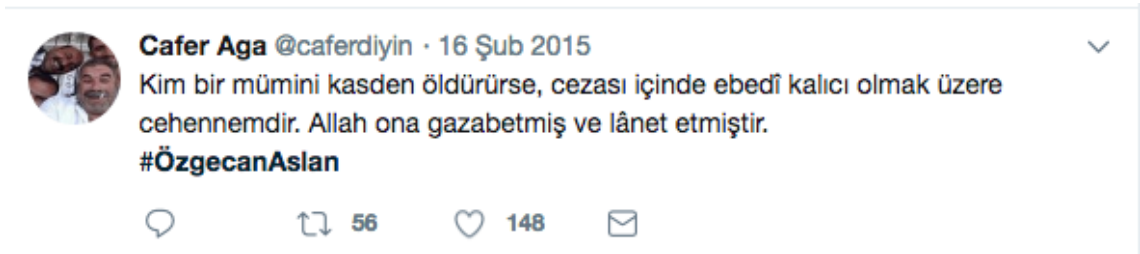
8.2.5.2. “Kısasa kısas”

Adaletle ilgili atılan tweetlerin bir kısmında dini söylem baskındır. Kişiler dini ceza yöntemlerinin uygulanmasını istedikleri tweetler atmışlardır. “Kısasa kısas” mitiyle katilin maktule yaptığı muamelenin aynısına maruz kalması gerektiğini istediklerini belirtmişlerdir.



Görsel 8.31. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

Din söylemlerinden bir diğeri ise inanç üzerinden yapılan yorumlardır. Bu yorumlarda ahiret inancı olan insanlar, katilin öldükten sonra asıl cezayı çekeceğine, “cehennemde yanacağına” inanmaktadırlar. Din üzerinden yapılan bu söylemler, hukuk devletine olan inancın güçlü olmadığını göstermekle birlikte Müslüman toplumlarda şariat yasalarının, hukuk sisteminden daha güvenilir sayıldığını da göstermektedir.



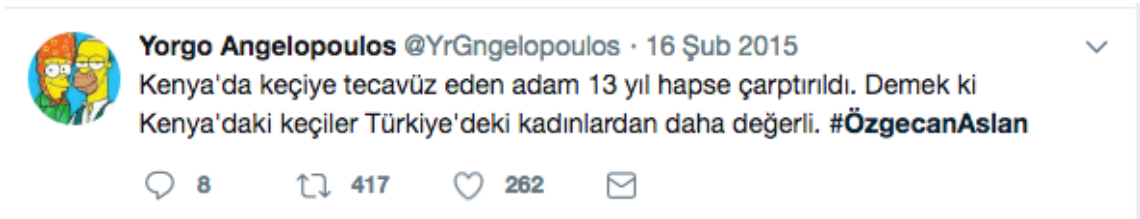
Görsel 8.32. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.33. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

8.2.5.3. “13 yıldan daha fazla ceza alsın!”

Adaletle ilgili atılan tweetlerden biri de katilin aldığı cezanın yetersiz olduğuyula ilgilidir. Bu konuyla ilgili atılan tweetlerde, verilen 13 yıl cezanın işlenen suça karşılık yeterli olmadığı vurgusu yapılmaktadır. Bu konuda Türkiye’nin hukuk sistemi ve hükümet politikaları eleştirilmektedir. Özellikle devletin kadın politikaları ve kadına bakışı hedef gösterilmektedir.



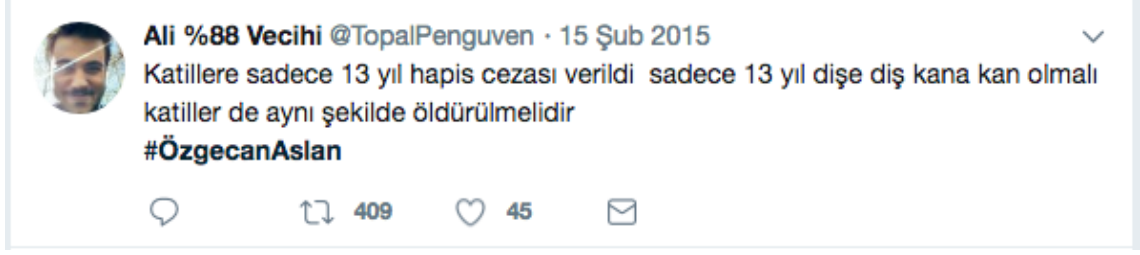
Görsel 8.34. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.35. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.36. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.37. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.38. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

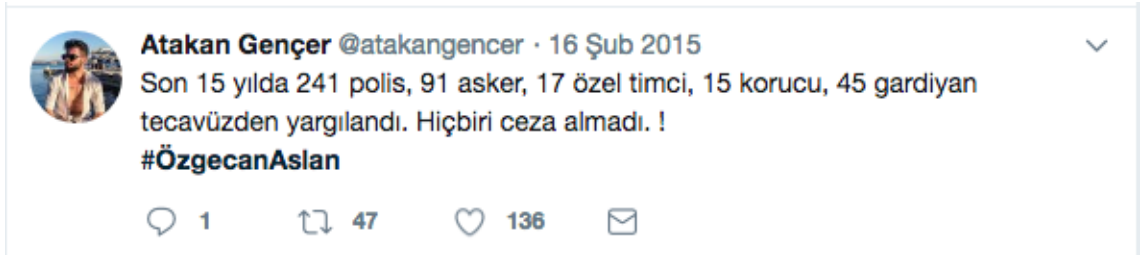
Hukuk sistemiyle ilgili hükümeti eleştiren tweetlerde, dönemin hükümetinin kadın politikaları, din ağırlıklı söylemleri ve ideolojisi eleştirilmektedir. Tweetlerde, iktidarın adaleti sağlayacağı sözleri doğrudan alıntıyla verilerek karşılığında devletin kolluk güçleri tarafından şiddete uğrayan kadınlar örnek gösterilerek karşıtlıklara dikkat çekilmektedir. Bunun yanı sıra polis, asker, güvenlik görevlileri gibi devletin kendisinin de tecavüz suçunu işlediği üzerinde durulmuş ve onların da ceza almadığına vurgu yapılmaktadır. Burada tarihsel bağlamda yaşanan önceki olaylar hükümetin adalet vaatleri, kadına önem veren söylemlerini çürütmek için kullanılmaktadır.



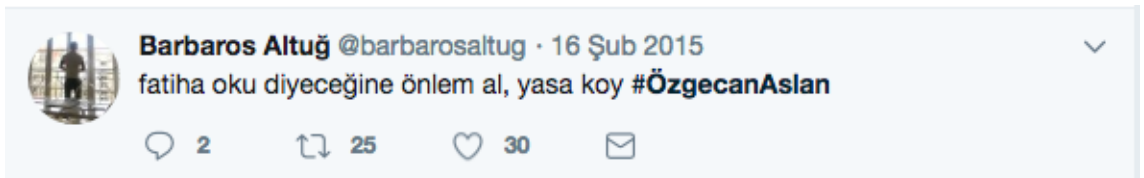
Görsel 8.39. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



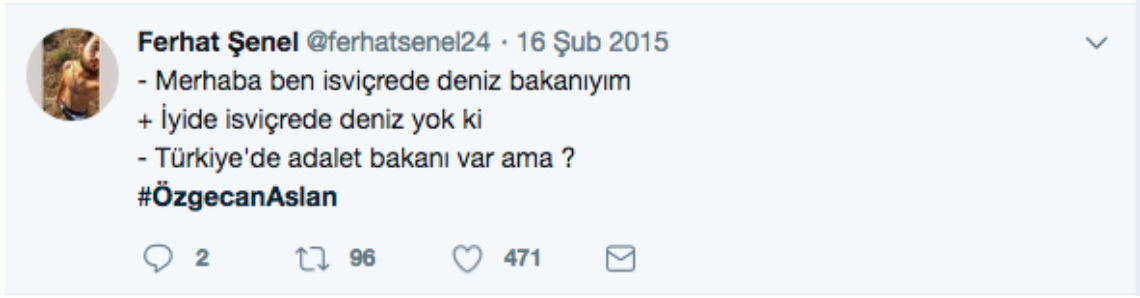
Görsel 8.40. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.41. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.42. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



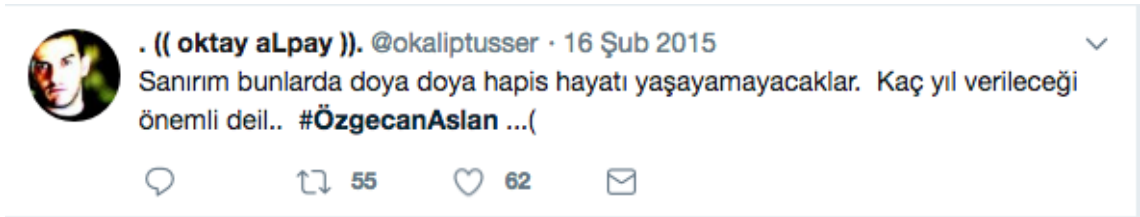
Görsel 8.43. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

8.2.5.4. “Bırakın adaleti halk sağlasın!”

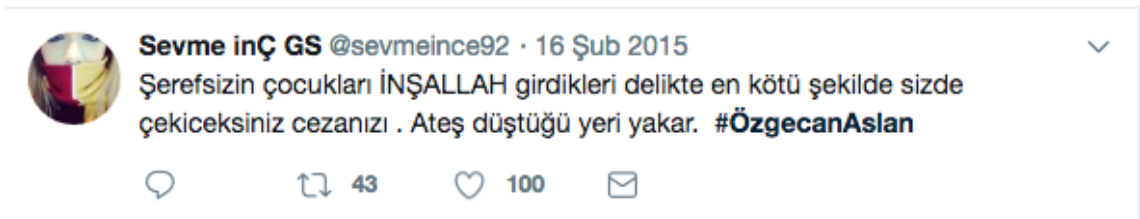
Adaletle ilgili yapılan yorumlarda nefret söylemi ve şiddeti meşrulaştıran söylemler görülmektedir. Kişiler, adaletin sağlanması için katile de şiddet gösterilmesi gerektiği, “gerçek adalet”in halk tarafından sağlanabileceğine vurgu yapan mesajlar yazmışlardır. Katilin hapisanede tecavüze uğramasını isteyen ya da halk meydanlarında hadım edilmesini isteyen tweetler göze çarpmaktadır. Bu söylemler şiddeti ve katilin eylemlerini meşrulaştırmakta, katili eleştirenle katili aynılaştırmaktadır.



Görsel 8.44. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.45. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.46. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Şafak Serim @Safakserim · 16 Şub 2015

#ÖzgecanAslan Mersin cezaevi gardiyanlarının, tüm koğuş kapılarını açık unutmaları umuduyla herkese günaydın ..



23



54



Görsel 8.47. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

8.2.6. TOPLUMSAL CİNSİYET SAFSATALARI

Birden fazla katılımcının olduğu birçok söylem türünde farklı düşünceler, farklı bakış açıları ya da dünya görüşleri vardır. Bu durumdaki bir tartışımsal söylemde bir ya da daha fazla katılan, benimsediği dünya görüşünü güçlendirmek, karşı tarafa kabul ettirmek için savlar ileri sürerler (Van Dijk, 2015, s. 65-66). Buna uslamlama ya da akıl yürütme denmektedir.

Uslamlamada mantıksız çıkarımlar, genellemeler yapılabilmektedir. Safsata⁴, bir düşünceyi ortaya koyarken, savunurken ya da anlamaya çalışırken yapılan bu yanlış, mantıksız çıkarsamalara denmektedir (Tınmaz ve Çınıç, 2015, s. 79). Safsatalar bir yanlış bilinçtir. Safsatalar biçimsel ve serbest olmak üzere iki şekilde yapılmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen tweetlerde, serbest safsataların olduğu görülmüştür. Tweetlerde genellemeler, yanlış çıkarımlar, kıyaslama hataları yapılmıştır.

Bu safsatalara örneklerden ilki Yeni Şafak Gazetesi yazarı Cemile Bayraktar'ın Twitter'da yazdığı mesajdır. Bayraktar, aşağıda görülen tweetinde kadın cinayetleriyle din arasında kurulan bağlamı çürütmek için Amerika'da da tecavüzün olduğunu söylemektedir. Kadın cinayetlerini genelleyerek neden yapıldığını, din ve kültür faktörünü yok saymaktadır.

⁴ Aristoteles, safsatayı “yanlış akıl yürütmeler” olarak sistematik bir şekilde ilk kez sınıflandıran kişidir. *Sofistik Çürütmeler*'de Aristoteles, “sofizm” ya da “çürütme” olarak da nitelendirdiği safsataları iki ayrı bölümde incelemiştir: dilden kaynaklanan safsatalar ve dil dışı sebeplere dayanan safsatalar. Bu ayrıma göre dile dayalı yanlış altı çeşittir: Eş seslilik yanlış, çift anlamlılık yanlış, birleştirme yanlış, bölme yanlış, vurgu yanlış ve anlatım biçimi yanlış. Dil dışı yanlışlar ise ilineksel olanı özsel gibi kabul etme yanlış, aşırı genelleme yanlış, alakasız sonuç çıkarma yanlış, ispat edilecek olanı delil yerine alma yanlış, evirme yanlış, neden olmayanı neden olarak ele alma yanlış ve birçok sorunun tek bir soru gibi sorulması yanlıştır. Safsatalar, tıpkı doğru akıl yürütmeler gibi sonuç önermesinin öncüllerden zorunlu olarak çıktığı geçerli tasım biçimleridir (Oralgül Demir, 2018, s. 85-86).



T.C.esen ersoy @TC_EE · 14 Şub 2015

Söz,senin ya da sevdiklerinin başına gelince ağzımızı açmayacağız

Darısı başına bacım!

#ÖzgecanAslan

@jamilabayraktar



Cemile Bayraktar

@jamilabayraktar



Takip et

Müslüman ülke,tecavüz... fırsatçılığına
soyunmayın, Amerika'da her iki dakikada
bir kadın tecavüze uğruyor. Şimdi çenenizi
kapatın



RETWEET

73

FAVORİ

85



21:46 - 14 Şub 2015



16



90



42



Görsel 8.48. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

Nihat Doğan da Özgecan Aslan özelinde kadın cinayetlerini meşrulaştıran söylemlerde bulunmaktadır. Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili konuşulan en popüler olaylardan biri olan Nihat Doğan'ın açıklamalarında kadın cinayetleri giyim tarzı üzerinden meşrulaştırılmaktadır. Nihat Doğan'ın bu meşrulaştırmayı laikliğe bağladığı görülmektedir. Muhafazakâr söylemi konuşmasında yeniden üretmektedir.



Görsel 8.49. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

Özgecan Aslan olayıyla ilgili sosyal medyada dolaşıma giren popüler söylemlerden biri de dönemin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın ana muhalefete yönelttiği eleştiri olmuştur. Erdoğan, Özgecan Aslan'ın öldürülmesini dans eylemiyle protesto eden ana muhalefet partisi Cumhuriyet Halk Partisi Milletvekili Aylin Nazlıaka'yı eleştiren açıklamalarda bulunmaktadır. Bu açıklama haber sitelerinin sosyal medya hesaplarıyla internette dolaşıma sokulmakta ve internet kullanıcıları tarafından da olumlu ve olumsuz olarak gündeme getirilmektedir.



Görsel 8.50. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

Erdoğan, Nazlıaka ile ilgili yaptığı açıklamalarda dine vurgu yapmış, muhafazakâr söylemi yeniden üreterek Nazlıaka'nın Müslüman toplumlarda "ölüye saygısızlık" olarak algılanan eylemde bulunduğunu söylemektedir. Burada, bir kadının öldürülmesi odak noktası olmaktan çıkmış, yas şekillerinin dini açıdan yorumlanması yoluyla politik polemik ön plana çıkmaktadır.

8.2.7.ÖZGECAN ASLAN CİNAYETİ ÜZERİNDEN SİSTEME GETİRİLEN ELEŞTİRİLER

Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili vatandaşlar, sivil toplum kuruluşları ve siyasi muhalefet devletin kadın politikalarını eleştirmektedir. Devletin artarak devam eden kadın cinayetleriyle ilgili hukuksal olarak hiçbir değişiklik yapılmadığına vurgu yapan tweetlerde, daha önce yaşanan ve Özgecan Aslan cinayetinden sonra da yaşanan kadın kayıpları ve tecavüzlerine dikkat çekilmektedir.

Feminist örgütlerden sadece Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu, tweetlerde kadın cinayetleriyle ilgili tepkilerini paylaşmışlardır. Kuruluş, Twitter

üzerinden birçok eylem çağrısı yapmakta, kadına cinayetlerinin durması için halkı da tepkilerini ortaya koymaya çağırmaktadırlar.



Kadın Cinayetleri @KadinCinayeti · 15 Şub 2015

Yarın **#ÖzgecanAslan** için üniversitelerde buluşuyoruz. Özgecan'ın hesabını soracağız!



1 41 34

Görsel 8.51. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Kadın Cinayetleri @KadinCinayeti · 16 Şub 2015

Uludağ Üniversitesinde **#ÖzgecanAslan** için eylem yapacağız. 17de bugünkü faşizme karşı, özgecan için Edebiyat fakültesinde toplanıyoruz.

12 8

Görsel 8.52. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

Twitter’da en çok eleştirilen isimlerden biri de Nihat Doğan olmuştur. Nihat Doğan’ın Özgecan Aslan’ın tecavüze uğraması ve öldürülmesini meşrulaştıran açıklamaları halkın sert tepkisiyle karşılaşmıştır. Nihat Doğan’ı nefret söylemiyle kınayan halk, Nihat Doğan’ın yer aldığı Acun Ilıcalı’nın programı Survivor’ı ve üyesi olduğu spor kulübü Galatasaray’ı boykot etmişler, Nihat Doğan’ın buralardan çıkarılmasını istemektedirler. Galatasaray Spor Kulübü ve Acun Ilıcalı, tepkilerin artmasının ardından açıklama yapmakta ve Nihat Doğan ile olan ilişkilerini kestiklerini belirtmektedirler. Nihat Doğan ise gördüğü tepkiler üzerine özür dilemek, yeni açıklamalar yapmak zorunda kalmış ancak bu açıklamalarda da söylemiyle konunun bağlamından kopuk, gündem değiştirmeye yönelik konuşmaktadır.



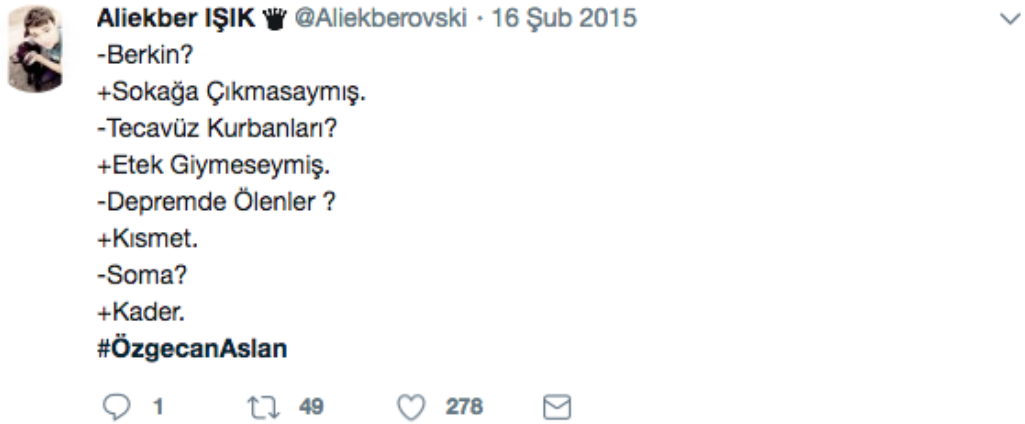
Görsel 8.53. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.54. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

Bir olay ele alınırken daha önceki tecrübeler, olayın neden-sonuç ilişkisi ve ardalanı göz önünde bulundurulmaktadır. Kadın cinayetlerine karşı tepkiler verilirken de daha önce yaşanan kadın cinayetlerinde katillerin cezasız kalması, adalet sisteminin beklenildiği, istenildiği gibi işlememesi bağlamı, söylemlere yansımaktadır. Türkiye’de özellikle “Gezi Parkı Protestoları” döneminden sonra toplumsal hareketler değişime uğramış, özellikle sosyal medyada insanların bir araya gelip tepkilerini dile getirmesi artmıştır.

Özgecan Aslan cinayetinde de devlet eleştirilirken daha önce yaşanan cinayetler, katliamlar ve işlemeyen adalet sistemine vurgu yapılmaktadır. Devletin kadın ve çocuk politikaları, hak odaklı hukuk sistemi eleştirilirken Gezi Parkı Protestoları’nda öldürülen Berkin Elvan, Ali İsmail Korkmaz anılmış, Soma’ya vurgu yapılmakta ve daha önce öldürülen tüm kadınlar hatırlatılmaktadır.

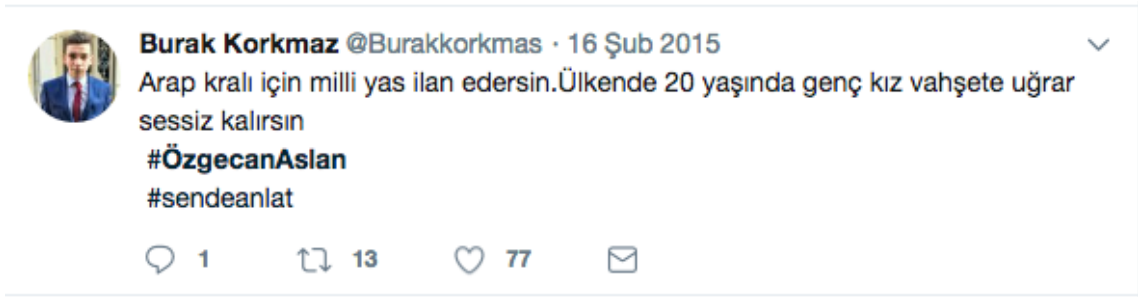


Görsel 8.55. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği



Görsel 8.56. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

Türkiye’de, Suudi Arabistan Kralı Abdullah bin Abdulaziz el-Suud’un vefatı sebebiyle bir gün milli yas ilan edilmesi, Rabia meydanında katledilen Esmâ için dönemin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın verdiği büyük tepki Twitter’da birçok kullanıcı tarafından eleştirilmiş Özgecan Aslan ve Türkiye’de öldürülen diğer kadınlar için hukuk sisteminde bir şey yapılmaması, cinayetlerin hala devam ediyor olması vurgulanmıştır.



Görsel 8.57. Özgecan Aslan ile ilgili tweet örneği

9. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, Özgecan Aslan cinayeti üzerinden Türkiye’de kadına bakış sosyo-ekonomik, kültürel ve politik olarak incelenmiş, Türkiye’de kadın politikalarıyla ilişkisi ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırmanın alanı yeni medyada Twitter olarak seçilmiş ve bu kapsamda örnek olayla ilgili 6369 tweet incelenmiştir.

Yeni medyanın, gündelik yaşamda etkisini arttırmasıyla birlikte gündemi takip etmek için en çok tercih edilen mecra olduğu görülmektedir. Günümüzde gelişen teknolojiyle birlikte internet kullanımının her yaşta, cinsiyette ve neredeyse ekonomi-politik olarak her hanede olduğunu söylenebilmektedir. Eğlence, eğitim, iletişim, ülke ve dünya gündeminden haberdar olma gibi çeşitli nedenlerle kullanılan internet, sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle daha farklı bir boyut kazanmıştır.

İnternette önce kitlesel bir iletişim süreci izleyen medya, internetle beraber okuyucu/izleyici/dinleyicileriyle karşılıklı bir etkileşim sürecine girmiştir (Çakır, 2007, s.140). Sosyal medyada içerikler, kullanıcılar tarafından oluşturulmakta ve bu içerikler kullanıcılar arasında oluşan ağda dolaşıma girmektedir. Bu, sosyal medyanın sosyolojik boyutunu oluşturmaktadır (Başlar, 2013, s. 250).Eskiden

sadece “haberdar olan”, “haberi tüketen” olan vatandaş, sosyal medyada “haberdar eden”, “haberi üreten” konumuna da geçmiştir. Medya içeriklerinde kaynak olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Bu çalışmada da medya olarak Twitter, medya içeriği olarak ise atılan tweetler ele alınmış, Twitter kullanıcıları kaynak olarak kabul edilmiştir.

Çalışma kapsamında Twitter’ın herkese açık arşivinden #özgecanaslan etiketiyle, 11-25 Şubat 2015 tarihleri arasında atılmış tweetler analiz edilmek üzere toplanmıştır. Toplanan 6369 tweet şu kategorilere göre söylem analizi ile incelenmiştir: kullanıcı türü, cinsiyet, tweetin konusu, toplumsal cinsiyet içerip içermediği, nefret söylemi içerip içermediği, tweetin kimi/neyi hedeflediği.

İncelenen verilere göre Özgecan Aslan’la ilgili atılan tweetlerin 3078’inin erkekler tarafından atıldığı görülmektedir. Buna karşılık tweet atan kadınların sayısı 831’dir. Bu sonuç, Türkiye’de toplumsal cinsiyet bağlamında “kadın” ve “erkek” temsilleri hakkında bize önemli bilgiler vermektedir. Erkeklerin işlediği suçlarla ilgili yine erkekler daha çok konuşurken kadınlar kendi haklarını savunmada geri planda kalmakta şiddet, tecavüz ve cinayet olaylarının sadece “nesne”si olarak görülmektedir. İncelenen tweetlerdeki söylemler de toplumsal cinsiyeti ve kadının ötekileştirilmesini yeniden inşa etmektedir.

Özgecan Aslan cinayeti kapsamında Twitter’da yapılan yorumlarda, Özgecan Aslan özelinde tüm kadınların “korunmaya muhtaç” olduğu vurgusu yapılmaktadır. İnsanlar kadınların “anne”, “kız kardeş”, “eş”, “kız çocuğu” olduğu için korunması gerektiğini söylemekte, “aile” kurumunun ve namusun önemini söylemlerinde yeniden üretmektedirler. Türkiye’de ilk öldürülen kadın Özgecan Aslan değildir. Türkiye’de kadın cinayetleri, kadına şiddet ve tecavüz uzun süredir sosyo-kültürel ve politik olarak yaşanan bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak Özgecan Aslan’ın yaşanan diğer cinayetlerden farklı olarak, gazetelerin 3. sayfalarından çıkabilmesi ve özellikle sosyal medyada konuşulmasının farklı nedenleri vardır. Bunlar:

- Özgecan Aslan’ın “üniversiteli bir genç kız” olması
- Ailesiyle yaşayan “namuslu bir kız çocuğu” olması
- Tanımadığı bir minibüs şoförü tarafından öldürülmesi
- “Masum” olması

- Tecavüze direnmesi
- Vahşice öldürülmesi

Yukarıda sayılan tüm nedenler, Özgecan Aslan'ın öldürülen diğer kadınlardan ayrı bir konumda tutulmasına ve daha çok gündemde kalmasına neden olmaktadır. Gerek kültürel gerekse de dini açıdan bir genç kızın namus bağlamında ele alınışının Özgecan'a duyulan acıma duygusunu da arttırdığı görülmektedir.

Twitterde aile vurgusunun yapıldığı söylemler öne çıkmaktadır. Türkiye'de aile kültürel ve dini bağlamda büyük önem taşımaktadır. Bir kadın ailenin ve ailenin erkek üyelerinin “namusu” olarak görülmektedir. Özgecan Aslan'ın öldürülmesi ise onun ailesine karşı işlenen büyük bir suç olarak algılanmaktadır. Bu nedenle katile karşı duyulan öfke, şiddet ve nefret söylemini yeniden üreten söylemlerle ifade edilmektedir.

Araştırma kapsamında başat olan konulardan biri de kişilerin “adalet isteği”dir. Birçok tweette hukuk sisteminin eleştirildiği görülmektedir. Hukuk ile ilgili atılan tweetlerde başat olarak göze çarpan söylem ise idamın geri getirilmesini isteyen söylemdir. Toplumun vicdanına dokunan olaylarda, kişiler adalet beklentilerini dile getirirken, yaşanan olaylara karşı duydukları öfkeleri söylemlerine yansıtmaktadırlar. Bu da işlenen suçu meşrulaştıran, şiddeti yeniden üreten söylemlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Twitter'da, suçu engellemek için eğitim ve hukuk sisteminde alınması gereken önlemlerden bahsetmek yerine daha çok katili ve erkekleri suçlayan yorumlar yapılmıştır.

Özgecan Aslan ile ilgili atılan tweetlerin bir kısmında ise kadına karşı şiddeti açıkça destekleyen yorumlar görülmektedir. Bu yorumlarda kadının giyim tarzını, siyasi görüşünü, yaşam tarzının kadına karşı şiddeti, tecavüzü ve kadın cinayetlerini meşrulaştırmak için kullanıldığı görülmektedir.

Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili atılan tweetlerle ilgili genel bir değerlendirme yapılacak olunursa; söylemlerde kadın temsili din, aile ve erkek üzerinden yapılmıştır. Cümle yapılarına ve yan anlamlara bakıldığında kadının edilgen olarak yer aldığı, olayın öznesi değil nesnesi olduğu dikkat çekmektedir. Atılan tweetlerde Türkiye'de kadın ve erkek ile ilgili birçok mitin ortaya çıktığı, toplumsal cinsiyet söylemlerinin yeniden üretildiği görülmektedir. Bunlardan bazıları:

- “Kızına ne giyeceğini öğretmek yerine, oğluna adam olmayı öğret”
- “Erkeklerin taşıyamayacağı kadar ağırdı cenazesi”
- “3 yanlış 1 doğruyu götürdü”
- “Kadınlar size Allah’ın emanetidir”
- “Senin de anan, bacın, kızın var”
- “Minibüsten son bayan yolcu inene kadar minibüsü terk etmiyoruz beyler”

Medyanın ürettiği içerikler gerçeğin temsilini inşa etmektedir. Sosyal medya, toplumun üyelerinin içerik üretici olarak yer aldığı bir mecra olarak toplumsal yapının temsilini belki de en iyi sunan alandır denilebilir. Çalışma kapsamında, toplumun üyelerinin kadın cinayetlerine ve kadına bakışının nasıl olduğu sosyal medya ortamında paylaştıkları yorumlar üzerinden incelenmiştir. İncelenen yorumlarda, Türk toplumunun ataerkil sistemi devam ettirdiği ve kadını ikinci sınıf birey olarak ele aldığı görülmektedir.

Kadına karşı uygulanan şiddeti kadının konumuna, giyimine, eğitimine, ailesine, dinine göre ele almaktadır. Bu bağlamda din bu çalışmada büyük önem taşımaktadır. Ancak dinin kadına bakışı da sorunludur. Çünkü din kadını ona yüklenen “anne”, “kız kardeş”, “eş” gibi roller üzerinden “korunmaya muhtaç” olarak tanımlamaktadır. Ayrıca kadın için “namuslu olmak” dini ve kültürel açıdan bir aile için tartışılmaz bir göstergedir. Kadın ailesine yaraşır giyinmek, davranmak zorunda, o kendi “namus”unu böyle korurken ailenin erkekleri de onun “namus”unu koruyacaklardır. Türk toplumunda kültürel olarak da bu ideoloji inşa edilmektedir.

Sosyal medyaya yansıyan yorumlar ve söylemlerin çizdiği resim ülkenin kadına bakışı konusunda genel bir temsiliyetini oluşturmaktadır. Hükümet tarafından yürütülen kadın politikaları da bunu destekler niteliktedir. İncelenen tweetlerde, hükümet yetkililerin “gerekeni yapacağız” açıklamalarının yanı sıra hukuk sisteminde hala açıkların olduğu ve kadın cinayetlerini durdurmaya yönelik etkin bir politika yürütülmediği görülmektedir.

Artarak devam eden kadın cinayetlerinde daha önce sayılan nedenlerden dolayı Özgecan Aslan daha çok gündemde kalmıştır, ancak kendisinin öldürülmesinin ardından verilen tepkiyle kadına ve çocuğa şiddet, tecavüz ve cinayetler bitmemiştir. Kadıncinayetleri.org’un

(kadıncinayetlerininidurduracağız.net, 2018) verilerine göre Özgecan Aslan'ın öldürüldüğü 11 Şubat 2015'ten beri Türkiye'de 792 kadın öldürülmüştür. Aynı sivil toplum kuruluşunun Şubat 2018 (verilerine göre ise devletin kadınları koruma yüzdesi 2 olarak saptanmıştır (kadıncinayetlerininidurduracağız.net, 2018).

Son zamanlarda tecavüz edildikten sonra öldürülen Eylül ve Leyla ile birlikte yine sosyal medya ve geleneksel medyada tepkiler ortaya çıkmıştır. Toplum tarafından yorumlanan bu olaylar bir yenisi gelene kadar gündemde kalmakta, bir süre sonra getirilen çözüm önerilerinin uygulanıp uygulanmadığı takip edilmeden unutulmaktadır. Kısa süreli olarak toplumun belleğinde yer edinen kadın cinayetleri de yine aynı şekilde ele alınmaktadır. Araştırma sonucunda Türkiye'de kadın politikası olmadığı saptanmıştır. Kadına şiddet ve kadın cinayetleri farklı politikalar altında değerlendirilmektedir.

Çalışma kapsamında, yeni toplumsal hareketler bağlamında dijital aktivizmin toplumsal olaylardaki etkisine de bakılmıştır. Özgecan Aslan cinayetinin ardından, change.org'da başlatılan "Özgecan Yasası Çıkarılsın" kampanyası, Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne kanun teklifi olarak sunulmuştur. Sunulan teklifte, Türk Ceza Kanunu'nun cinsel saldırı suçlarını düzenleyen 102. maddesinde iyi hal ve haksız tahrik indirimlerinin kaldırılması, çocukların cinsel istismarını içeren Türk Ceza Kanunu'nun 103. maddesi ve reşit olmayanla cinsel ilişki suçlarını düzenleyen 104. maddesinde değişiklik yapılması istenmiştir. Ancak yasa teklifi kabul edilmemiştir (Cumhuriyet, CHP'nin "Özgecan Yasası" teklifi iade edildi, 2016).

Protesto koşullarını etkileyen tek faktör medya değildir. Medya, bu koşulları etkileyen politika ve ideoloji/kültür ile çelişkili ilişkiler kurmaktadır (Fuchs, 2014, s.120). Araştırma sonucunda sosyal medyada paylaşılan tepkilerin devamlılık sağlayamadığı, sanal ortamla sınırlı kaldığı saptanmıştır. Kişiler, toplumu ilgilendiren bir olayla ilgili sosyal medyada görüşlerini paylaşmakta, taraf olmakta sakınca görmemekte ancak dijital ortamdaki aktivistliği, gerçek zamanlı ortama taşımadıkları görülmektedir. Castells, teknolojinin toplumsal hareketleri ya da herhangi bir toplumsal davranışı belirlemediğini ancak internet ve cep telefonu ağlarının basit aygıtlar olmaktan ziyade, siyasal özerkliği amaçlayan örgütlenme biçimleri, kültürel ifadeler ve özgül platformlar olduğunu söylemektedir (Castells, 2013 s.99). Dijital aktivizm, gerçek zamanlı toplumsal hareketleri desteklemekte, ona iletişim ağı oluşturarak, örgütlenme ve haberleşme ortamı sağlamaktadır.

Özgecan Aslan cinayeti örnekleminde, kişiler tepkilerini sosyal medyada dile getirmişler, eylem gerçek zamanlı hayata taşındığında çoğunluk ve devamlılık sağlanamamıştır. Kişilerin sosyal medyadaki tepkileri ise olayın üzerinden zaman geçtikçe sönmüştür. Sadece dijital ortamda yapılan aktivizm hareketleri dijital bir tembelliği de beraberinde getirmektedir. Çevrimiçi ağlar; örgütlenme, zaman ve demokratik ortam sağlarken etkili sonuçlar için aktivizmin sokaklarda yapılması gerekmektedir (Karagöz, 2013, s. 153). Bu anlamda, sosyal medya Özgecan Aslan cinayetinin ardından kadın cinayetleri, kadına şiddet, tecavüz konuları hakkında toplumsal ve hukuksal bir değişim yaratmamıştır.

KAYNAKÇA

Ahmed, L. (1992). *Women and Gender in Islam: Historical Roots of A Modern Debate*. New Haven&London: Yale University Press.

Atabek, Ü., Tuncel, S.H., Kara, H., Karaduman M, Halıcı, N. (2005). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya* (der: Sevda Alankuş). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Babacan, M. E., Haşlak, İ., Hira, İ. (2011). Sosyal Medya ve Arap Baharı, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(2), 63-92.

Başaran, F. (2010). *İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme*. Ankara: Ütopya Yayınevi

Başlar, G. (2013). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm. XV. *Akademik Bilişim Konferansı*, Antalya: Akdeniz Üniversitesi, s. 247-256.

Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Hafner Press.

Bilgili, C., Şener, G. (2013). *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-2: Kültür, Kimlik ve Siyaset*. İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.

Bora, A. (2005). *Kadınların Sınıfı*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Cardoso G. (2006). *The Media in the Network Society: Browsing, Filters and Citizenship*. Lisboa: CIES.

Castells, M. (2004). *The Power of Identity*. Malden Mass: Blackwell Publishing.

Castells, M. (2005). *Ağ Toplumu'nun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür 1. Cilt* (Çev: Ebru Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Castells, M. (2013). *İşyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler* (Çev: Ebru Kılıç). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları

Castells, M. ve Cardoso G. (2006). *The Network Society: From Knowledge to Policy*. Washington, D.C.: John Hopkins University, Center for Transatlantic Relations.

Cottle, S. (2011). Media and the Arab uprisings of 2011: Research notes. *Journalism*, 12(647). 651.

Çakır, H. (2007). “Geleneksel gazetecilik karşısında internet gazeteciliği”, Erciyes Ün., *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(22), 123–149.

Dedeoğlu, S. (2000). Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Türkiye’de Aile ve Kadın Emeği. *Toplum ve Bilim*, Güz 86, 139- 170.

Dijk, J. V. (2012). *The Network Society*. London: SAGE Publications Ltd.

Dijk, J. V. (2015). “Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım”. Barış Çoban ve Zeynep Özarıslan (ed.). *Söylem ve İdeoloji* içinde (s. 15-97). İstanbul: Su Yayınevi.

Doğan, A. ve Göker, G. (2011). Ağ Toplumunda Örgütlenme: Facebook’ta Çevrimiçi Tekel Eylemi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(25), 75-203.

Fairclough, N. (2015). “Dil ve İdeoloji”. Barış Çoban ve Zeynep Özarıslan (ed.). *Söylem ve İdeoloji* içinde (s. 121-134). İstanbul: Su Yayınevi.

Fuchs, C. (2014). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş*. Londra: Sage Publications.

Friend, C. ve Singer, J. B. (2007). *Online Journalism Ethics Traditions and Transitions*. United States of America: M.E. Sharpe, Inc.

Garrison, B. (2005). Online Newspapers. M. B. Salwen, B. Garrison ve P. D. Driscoll (Editörler), *Online News and the Public* içinde (s. 3-46). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Geray, H. ve Aydoğan, A. (2010). “Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik”, Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (der.), *Televizyon Haberciliğinde Etik* içinde (s. 305-321). Ankara: Fersa Matbaacılık.

Giddens, A. (2010). *Mahremiyetin Dönüşümü Modern Toplumlarda Cinsellik, Aşk ve Erotizm* (Çev: İdris Şahin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gül, S. S. Ve Altındal Y. (2015). Medyada Kadın Cinayeti Haberlerindeki Cinsiyetçi İzler: Radikal Gazetesi. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 24, 168-188

Gümüş, S. (2017). “Web Yayıncılığının Temel Kavramları”, İlker Usta ve Hüseyin Selçuk Kıray (ed.), *Web Yayıncılığı* içinde (s. 5-6). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Gür, T. (2013). Post-Modern Bir Araştırma Yöntemi Olarak Söylem Çözümlemesi. *Zeitschrift für die Welt der Türken*, 1(5), 193-194.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations And Signifying Practices*. Londra: SAGE Publications.

Herbert, J. (2000). *Journalism In The Digital Age: Theory And Practice For Broadcast, Print and On-Line Media*. Oxford: Focal Press.

Hırata, H., Laborie, F., Le Doare, H. ve Senotier, D. (2015). *Eleştirel Feminizm Sözlüğü* (Çev: Gülnur Acar-Savran). Ankara: Dipnot Yayınları

Hussain, M. M. ve Howard, P. (2012). *Democracy's Fourth Wave? Information Technology and the Fuzzy Causes of the Arab Spring*, International Studies Association'ın toplantısında yapılmış, yayınlamamış sunum. San Diego, 1-4 Nisan'dan aktaran Castells, M. (2013). İsyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları: 2013, s. 100-101.

İnceoğlu, Y. ve Kar, A. (2010). *Kadın ve Bedeni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

İnci, H. Ü. (2013). Basında Yer Alan Namus Cinayetlerinin Sosyolojik Analizi. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 282-296.

Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri. *İletişim ve Diplomasi*, 1(1), 131-157.

Kawamoto, K. (2003). *Digital Journalism: emerging media and the changing horizons of journalism*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield.

Mardin, Ş. (2012). *Din ve İdeoloji*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, O. Akinhay, D. Kömürcü (çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Morozov, E. (2011). *The Net Delusion The Dark Side of Internet Freedom*. The United States of America: PublicAffairs, the Perseus Books Group.

Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and New Media*. New York, Chichester, West Sussex: Columbia University Press.

Sancar, S. (2008). *Erkeklik: İmkânsız İktidar*. İstanbul: Metis Yayınları.

Sankır, Hasan. (2010). Eril Tahakküm ve Üstün Erillik Olgusunun Plastik Sanatlar Alanında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Oluşumuna Etkileri Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 2010.

Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody The Power of Organizing Without Organizations*. Great Britain: The Penguin Press.

Şener, G. (2013). “Toplumsal Mücadele Alanı Olarak Sosyal Medya”, *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-2: Kültür, Kimlik ve Siyaset* içinde (s. 253-272) İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.

Tınmaz, H. ve Çınıç, B. (2015). Bir Eleştirel Düşünme Çevrimiçi Aracı Olarak Arguman.org. *İnet-Tr’15 XX. Türkiye’de İnternet Konferansı*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, s. 77- 80.

Oralgül Demir, E. (2018). Aristoteles Mantığı Ne Hakkındadır? *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, Bahar (25). 71-89.

Wall, M. ve El Zahed, S. (2011). I’ll Be Waiting for You Guys’: A Youtube Call to Action in the Egyptian Revolution. *International Journal of Communications*, 2011(5). <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1241/609> (Erişim tarihi: 14.05.2018)

http-1: <http://basinkonseji.org.tr/basin-meslek-ilkeleri/> (Erişim tarihi, 10 Mayıs 2018).

http-2: <https://vimeo.com/19592590> (Erişim tarihi, 14 Mayıs 2018).

http-3: <http://www.webcitation.org/63DZ1nIDI> (Erişim tarihi, 15 Mayıs 2018).

http-4: <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/teror-orgutu-yandaslarindan-3-yalan-fotograf-daha-40719361> (Erişim tarihi: 06.05.2018)

http-5: <http://blog.milliyet.com.tr/kuresel-sermaye-nin--medya-uzerinden-yalan-operasyonu-fransiz-ihtilaliyle-baslar--3-/Blog/?BlogNo=420134> (Erişim tarihi, 6 Mayıs 2018) Karabatak fotoğrafı

http-6: <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/teror-orgutu-yandaslarindan-3-yalan-fotograf-daha-40719361> (Erişim tarihi: 06.05.2018)

http-7: <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/teror-orgutu-yandaslarindan-3-yalan-fotograf-daha-40719361> (Erişim tarihi, 6 Mayıs 2018)

http-8: <http://www.haberturk.com/gundem/haber/1043120-ozgecan-aslan-cinayetinde-korkunc-detaylar-ortaya-cikti> (Erişim tarihi, 07 Mayıs 2018).

http-9: http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/223731/Ozgecan_icin_rekor_imzaya_bakan_kayitsiz_kaldi.html (Erişim tarihi, 07 Mayıs 2018).

http-10: <https://www.change.org/p/adalet-bakanligi-%C3%B6zgecan-aslan-i-vah%C5%9Fice-katledip-insanlikta-yeri-olmayan-si%C4%9Fmayan-korkun%C3%A7-cinayeti-sonrasi-kan-donduran-deh%C5%9Ffet-verici-resimlerine-sebep-olan-canilere-t-c-h%C3%BCK%C3%BCmetini-hukukunu-toplum-vicdanini-e%C4%9Femen-kilan-en-a%C4%9Ffir-cezai-yaptirim-uygula> (Erişim tarihi, 07 Mayıs 2018).

http-11: http://www.cafesiyaset.com.tr/8179_fotogaleri_.html (Erişim tarihi, 07 Mayıs 2018).

http-12: https://twitter.com/_felipemelo_/status/567281581036142593 (Erişim tarihi, 07 Mayıs 2018).

http-13: <http://www.somera.com.tr/tr/sendeanlat-turkiye/> (Erişim tarihi, 07 Mayıs 2018).

http-14: <http://www.mynet.com/haber/guncel/filli-boyanin-ozgecan-icin-ekranlari-karartmasi-ses-getirdi-1711215-1> (Erişim tarihi, 07 Mayıs 2018).

http-15: <http://kadincinayetlerininidurduracagiz.net/veriler/2849/kadin-cinayetlerini-durduracagiz-platformu-subat-2018-veri-raporu> (Erişim tarihi, 05 Temmuz 2018).

http-16: <https://www.haberturk.com/gundem/haber/1100385-ozgecan-yasasi-mecliste> (Erişim tarihi, 10 Temmuz 2018).