

MEDYA VE KADIN

EDİTÖRLER

BÜNYAMİN AYHAN - ENES BALOĞLU

T tablet kitabevi

MEDYA

&

KADIN

Editörler

Bünyamin AYHAN

Enes BALOĞLU

 **tablet kitabevi**

Medya ve Kadın

İnceleme - Araştırma

Bu kitap ve kitabın özgün özellikleri tamamen Tablet Kitabevi Yayınları'na aittir.

Hiçbir şekilde taktit edilemez.

Yayınevinin izni olmadan kısmen ya da tamamen kopyalanamaz, çoğaltılamaz. Tablet Kitabevi Yayınları hukukî sorumluluk ve takibat hakkını saklı tutar.
Kitapta yer alan bölümlerin sorumluluğu yazarlara aittir.

Ekim 2023

ISBN 978-625-6406-13-1

T.C.

Kültür ve Turizm Bakanlığı
Yayıncı Sertifika No: **46644**

Kapak Tasarım: **Hüdaî ATEŞ**

Dizgi: **Halil ŞEKER**

Baskı & Cilt: **E-Kitap**

Çaybaşı, Kosova Sk. No:1, 42140 Meram/Konya

Tel: +90.505-313-9957 yedisanat@gmail.com

KTB S. No: **329** - Yayımlı Tarihi: **Ekim 2023**

AYHAN, Bünyamin ve BALOĞLU, Enes
Medya ve Kadın

ANAHTAR KAVRAMLAR

- key concepts -

1. Kadın, 2. Medya, 3. Sinema, 4. Sosyal Medya, 5. Mahremiyet,
6. Çevrim İçi Taciz, 7. Siber Zorbalık

Çaybaşı, Kosova Sk. No:1, 42140 Meram/Konya

Tel: +90.505-313-9957 yedisanat@gmail.com

- Yayımlı Tarihi: **EKİM 2023**

 **tablet kitabevi**

MEDYA & KADIN

Editörler

Bünyamin AYHAN

Enes BALOĞLU

 **tablet kitabevi**

İçindekiler

İçindekiler	4
GİRİŞ	9
Bünyamin AYHAN	
<i>İletişim Çalışmalarında Medya ve Kadın İlişkisi</i>	20
Yunus ERGEN	
<i>Türk Sinemasında Namus Olgusunun Kadın Üzerinden Temsili:</i>	53
<i>“Yürek Yarası” ve “Kurbağalar” Filmlerinin Analizi</i>	
Aslı KÖSEOĞLU	
<i>Belgesel Sinemada Müslüman Kadınların Temsil Sorunu ve Mağdur Portresi: “Adımı Malala Koydu” Belgesel Filmi</i>	95
Hüdaî ATEŞ	
<i>Televizyon Dizilerinde Gösterişçi Tüketim ve Kadın</i>	121
Esra ERDOĞAN	
A. Banu HÜLÜR	
<i>Olağandışı Durumlarda Kadın ve Medya</i>	151
Hicran Özlem ILGIN	
Damla KARAGÜL	
<i>Kadın Bedeni ve Tibbileştirme: Medyada Yer Alan Yaşlanma Karşıtı Söylemler</i>	179
Arzu KARASAÇ GEZEN	

<i>Göç ve Toplumsal Cinsiyet Çerçevesinde</i>	216
<i>Medyada Göçmen Kadın Temsili</i>	
Osman ARASLI	
<i>Hegemonik Erkekliğin Çemberinde:</i>	249
<i>Kadın Spor Haberleri</i>	
Yavuz DEMİR	
<i>Spor, Siber Zorbalık ve Toplumsal Cinsiyet</i>	268
Bünyamin Uzun	
<i>Sosyal Medyada Mahremiyet</i>	290
Özlem BARIŞ	
<i>Sosyal Medyada Beden</i>	320
Segâh YEŞİLYURT	
<i>Çevrim İçi Taciz ve Kadın: Popüler İsimlerin</i>	355
<i>Instagram'da Karşılaştığı Taciz Sorunu</i>	355
Duygucan BALOĞLU	
<i>Dijital Dünyada Kadın ve Siber Zorbalık:</i>	378
<i>Cinsel Siber Taciz</i>	
Enes BALOĞLU	
<i>Dijital Oyun Evreninde Kadın Karakterler: Temsil,</i>	408
<i>Çeşitlilik ve Toplumsal Cinsiyet Normları</i>	
Gözde YARDIM & Halil ŞEKER	

*Gözetim Toplumu ve Küresel Panoptikon: Bentham'ın Perspektifinden
Medyada Kadın*

435

Ahmet M. KADIOĞLU

GİRİŞ

*Bünyamin AYHAN***

İnsanoğlunun yeryüzü serüveninde ilk ayrıştırma, kadın ve erkek olmak üzere insanın ikiye ayrılmasıdır. Bugün haklar ve özgürlükler üzerinden kadın ve erkek eşitlenmeye çalışılsa da tarihsel birikim, ayrımın kategorikselliği üzerinde durmaktadır. Öncelikle biyolojik olan bu kategorilendirme daha sonra sosyal kategorilendirmelerle devam etmiştir. Kadın, bunlarla birlikte aynı zamanda bir grubun ve toplumsalın parçası olarak tanımlanmakta ve tarif edilmektedir. Kadın aile ile grup, bireysel ile toplumsalın başlangıcı, gelişim ve sürekliliğini sağlayan bir varlıktır. Kadının hakkında kategorik ve grup düzleminde yapılan açıklamalar, toplumsal kurumların başatlığı ve işlevselliğine göre şekillenmektedir. Toplum düzleminde oluşan statü ve roller, kadının konumu ve sürekliliğini sağlamaktadır. Toplumsallığın getirdiği cinsiyet rolleri yerine getirilmeye başlandıktan sonra, yapının da etkisi ile farklılaşmalar devam etmekte ve gelenek oluşmaktadır. Böylece bireyler oluşturulan cinsiyet rollerine göre gündelik hayat pratiklerini gerçekleştirmektedirler.

Kadın toplumda merkezi bir konuma sahiptir. Birey olmak ve

** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, bayhan@selcuk.edu.tr.

toplumu inşa etmek için kadın bir zorunluluk olarak karşımıza çıkar. Kadını bunlarla birlikte daha da çok öne çıkaran olgu ise insanlığın var olmasının anahtarının kadında olmasıdır. Bunun için kadın, İlk Çağlardan günümüze bereketin ve bolluğun kaynağı olarak anılmıştır. Bereket ve bolluk, kadına ilahi bir kutsiyet atfetmiş ve tanrısal özelliklerle tarihin bazı zaman ve bölgelerinde tanrıça ilan edilmiştir. Özellikle İlk Çağlar ve tarım toplumlarının başlangıcında görülen bu durum, kadının bereket ve bolluğu simgeleştirilmesinin yanında tarımı koruma özelliği ile de anılmıştır. Aynı zamanda Akdeniz, Anadolu, Mezopotamya, Asya ve kuzey ülkelerde kullanılan kadın kültürü, kadını yaşayan bir birey olmaktan öte inancın somutlaşmış ve kurtarıcı sembolü olması olarak inşa etmiştir. Diğer taraftan kadın aynı zamanlarda kötülüğün ve kötülükle özdeşleşmiş yaklaşım ve gelişmelerin sembolü olmuştur.

İnsanoğlunun geçirdiği tarihsel evrelerde kadının rolü, toplumların mülkiyet ilişkileri, üretim süreçleri, aile ve toplum ilişkileri üzerinden şekillenmiştir. Burada doğanın getirdikleri değil toplumsal olanın etkisi daha güçlüdür. Kadın biyolojik unsurların farklılığı ile değil toplumsal örgütlenmelerin etkisi ve iktidar yapıları ile kurumsallaşmıştır. Kadın, avcılık ve toplayıcılık aşamasında geri planda kalmış ve kendine biçilen statü ve rollere (ev ve aile grubu içerisinde hayat sürme ve işlevde bulunma) göre yaşamıştır. Erkeğin avcılık ve toplayıcılıkta öne çıkan yükü ve icat edilen aletleri kullanma becerisi, erkeğin hızla dış dünya ile irtibatlanacak birey haline getirmiştir. Kadını ise aile ve çocuk açısından toplumun ve ailenin geleceğinin inşa etmede rolü ile zorunlu olarak ev ve aile içine çekmiştir. Takip eden tarım toplumunun örgütlenmiş

yapılarında eşitlik ve beraberlik ayrılmıştır. Kas gücü ve işçilik konusunda öne çıkan toplum, iktidarın da desteği ile kadını özel alana çekmiştir. Kamusallığın da etkisiyle erkeğin belirleyici rolleri, iş bölümü artıkça toplumsal bir işleyiş halini almıştır. Özellikle devlet yapısında görev alma ve sürekliliği sağlamada kadınların ikincil planda kalması, kadının belirlenmiş kutsallık alan dışında gelişim göstermemesi ve diğer alanlarda ise zorunlu geride kalması söz konusudur. İlk oluşan devletlerde bürokrasi ve güvenlik aşamalarında kadının olmaması, kadının iktidar yapılarının değişimi ve gelişiminde söz sahibi olmasını engellemiş ve mevcut yapının sürekliliğini pekiştirmiştir.

Böylece İlk Çağlarda ortaya çıkan kentler, kadının ikincil planda yer almasını sistematikleştirmiştir. Batı medeniyetinin başlangıcı ve düşünsel yapısının arka planı olan Yunan site devletlerinde kadının statü ve rolü oldukça kötüdür. Kadını söz hakkı yoktur. Site devletlerinde özgür birey olma şansı, erkekler ve kentlilere yani seçme ve seçilme hakkına sahip olanlara aittir. Bu durum süreklilik değil dönemsel ve bölgesel olarak devam etmiştir. Bazı bölgelerde kadının statüsü artsa da savaşlar, göçler, kuraklık, kıtlık ve geçişken toplumsal ve siyasi yapılarda dezavantajlı grup olarak kadınlar ve çocuklardır. Roma Döneminde kadının kamusal alanda söz hakkı olmadığı gibi ev ve aile içinde bir hayat sürdüğü ve yaşam alanının sınırlı olduğu bilinmektedir. Toplumsal katmanlar arasında farklılıklar ise kullanılan mekân ve etkileşim içerisinde olunan kişilerden oluşmaktadır. Kadınlara alan açılabilir bu durum iktidar ve otoritenin sistematik gücünü ve sürekliliğini sağlayan noktalarda oluşmaktadır.

Orta Çağ Batısında kadınlar, dinin belirleyici olması nedeni

ile dini söylemin kadınlara açtığı alan kadar kendine yer bulabilmiştir. Hristiyanlığın batıda yeniden inşa edilirken üzerine konumlandığı kültürel yapılar ve devletle olan ilişkisi, dinin kadın ve çocuklar için farklı öngörülere sahip olmadığı aksine Romanın kurumsal yapı ve hukukunun revize edilerek dini yapı içerisinde devam ettiğini gösterir. Roma'nın iyi ve kötülere, dinin içeriği ile yeniden belirlenir ve buna göre şekillenir. Toplumsal örgütlenme tarzı olarak feodalitenin geçerli olduğu bu dönemde kadınların konumu da buna göre sınırlandırılır. Kadın, aile ve grupla birlikte mekân olarak sınırlı bir bölgesel alanda faaliyet göstermiştir. Kadınlar bu dönemde de ötekileştirmenin araçlarından biri olmuştur.

Toplumlarda günah ve şeytanın somutlaşması gereken noktalarda dezavantajlı gruplar devreye girer. Kadınlarla ilgili bu dönem ötekileştirmenin en uç ve somutlaştırılmış örneği cadılıktır. Orta Çağın kötülük öyküleri, cadılarla ilişkilendirilmiş kadın hikayeleriyle doludur. Kadın olumsuzluklar, kötülükler ve felaketlerin habercisi, uygulayıcısı ve dönüştürücüsü olarak nitelendirilerek en ağır cezalara çarptırılır. Dinin de katkısı ile kadının konumu ve anahtar rolü aile ve çevresi ile sınırlandırılmış ve geleneğin dışına çıkan kadınların kötülükle eşleştirilmesi daha kolay olmuştur. Dini otorite ve kurumsallaşmış yapılarda erkek egemenliği, kadının daima ikincil bir planda yer alması ve çizilen sınırların içerisinde kalmasına yol açmıştır.

Doğu toplumlarında batının simgeleştirilmiş uygulamaları olmasa da kadının toplumsal statü ve rolü burada da geride ve ikincildir. Doğu toplumlarının çoklu toplumsal ve kültürel yapısı, olguların sebep-sonuç ilişkisini farklılaştırırsa da kadının

kaderi, toplumsal statü ve rolü batı toplumlarından farklı bir süreç seyretmemiştir. Örneğin Arap toplumlarında kadının konumu menfi olarak değerlendirilmektedir. İslam, Arap toplumunda başta kız çocukları olmak üzere kadın olgusuna dayalı kültürel baskı ve şiddet olaylarını ortadan kaldırmayı amaçlamış ve kadına yönelik birçok olumlu gelişmeyi dönem açısından topluma kazandırmıştır. İslam dini, inanç açısından insanları kadın erkek olarak ayırt etmese de toplumsal olarak kadının kategorik olarak ayrıldığı bir dünyaya sahiptir. Gelişen dini söylem ve güçlenen İslam dünyası, Arap coğrafyası dışında hem dini inanç hem de Arap kültür ve geleneğini taşımıştır. Arap fetihlerin sonucunda kutsal alanlar dışında kurulan Arap-İslam devletleri, İslam'ın klasik veya Ortodoks söylemi yerine Arap kültürünün başat olduğu bir sistemi uygulamıştır. Böylece İslami toplumlarda kadının statü ve rolü, Arap geleneksel kültürünün baskısı altında gelişmiştir. Zaman zaman yerleşik toplumların İslam kültürü içinde farklılıklar oluşturacak eylemleri oluşsa da bunlar melez yapılar olarak devam etmiştir.

İslam Dünyasının kendi aydınlanma zamanında inşa ettiği kentlerde gelişen kültürler, kadınlarla ilgili Arap geleneğinin dışında roller geliştirse de bu durum süreklilik arz etmemiştir. Diğer taraftan Batı, kendi iç dinamikleri içerisinde Rönesans, Reform ve Aydınlanma hareketleri içerisinde gelişim gösterirken Doğu bu süreçlere dahil olmamış, olmak istese de sosyo-ekonomik ve kültürel nedenlerle kendi toplumsal yapısına katkı sağlayamamıştır. Bu hareketler, birey toplum ve düşünce yapısının değişimini ve geleceğin sosyal sermayesinin oluşumunu sağlamıştır. Kadın hareketlerindeki keskin dönüşümler, bu hareketlerin sonucunda gelişmiştir. Feodal

toplum yerine kent, burjuvazi ve sanayi toplumu, asil ve soylu kimliği yerine vatandaş kimliği, köy yerine kentin örgütlü yapısı ve cazibesi, toplumsal yapıları ve işlevlerini değiştirmiştir. Toplumsal kurumların içeriği, işleyişi ve örgütlenmesi ile kurumların meşruiyet ve temsiliyeti modernite üzerinden şekillenmiştir. Geleneğin üzerine inşa edilen modernite, yeni insan tipi ve eylemi ile kadınlara yeni kapılar aralamıştır. Kadın, ev ve ailenin dışında yeni kimlik ve statüler elde etmiş ve bunu toplumda kullanmaya başlamıştır. Doğal olarak bu haklar, hegomonik yapı açısından gönüllü vazgeçiş değil, uzun soluklu bir mücadelenin sonucunda kazanılan ve harcanan emeğin sonucudur. Kadınlar toplumsal iş bölümü, cinsiyet tartışmaları, eşitsizlikler, üretim araçları ve sahiplikleri, hukuksal ve siyasal alanda talepleri ve başta okur yazarlık olmak üzere gelişmeler ile olarak modern dünyanın inşasına katkı sağlamıştır.

Sanayi toplumu, aile ve kadının yeniden kurgulanmasını sağlamıştır. Ailenin değişimi, kadının statü ve rolünü değiştirmiş, kadının batı üzerinden tanımlanmasını evrenselleştirmiştir. Batı tipi toplumsal sürecin getirdiği kadının statüsü, sanayileşmenin talepleri ile neredeyse her toplumun bir gerçeği haline gelmiştir. Burada kentleşme olgusu da etkilidir. Mekânın değişimi ve ailenin içeriğinde yaşanan gelişmeler, kadının geleneksel konumu ve rollerine yenilerini eklemiş, daha fazla sorumluluk ve görev yüklemiştir.

Kadın, anne ve eş rolünün yanında başta toplumsal hareketlerin aktörü, işgücünün önemli bir parçası, oy verme ve seçilme ile siyasetin ana unsuru ve toplumsal hayatın her alanında değişimin habercisi olmuştur. Kadınlar, Avrupa'da mücadele ederek birçok konuda kazanım elde ettiler. İşçi

hareketleri ve sendikaların katkısı ile eşit işe eşit ücret başta olmak üzere iş hayatında başlayan talepler, toplumsal yapının her alanında zirve yapmıştır. Bunlar kötü durum ve şartlara yapılan tepkilerin kazanımları olsa da kadınlar büyük bir başarı elde ettiler. Aynı zaman dilimlerinde ulus devletler, birey inşasında kadın ve çocuklara önem vermeye başladı ve toplumsal ideolojilerde kadın belirleyici olmaya başladı. Yirminci yüzyıl, dünya için aşırılıkların normal olduğu bir zaman dilimidir. Aşırılıkların en çok etkilediği toplumsal katman ise kadın ve çocuklardır. Savaşlar, sürgünler, mübadeleler, sürgünler, sosyal, siyasi ve ekonomik krizler birbirini takip etmiştir. Yirminci yüzyıl aynı zamanda kitlelerin çağıdır. Kitleler için üretilen kitle iletişim araçları, kadınlar için statü ve rollerini belirleyici araçlardan biri haline geldi.

Diğer taraftan kadın olgusu toplumsal yapıların anlaşılması ve analiz edilmesi için zorunlu alanlardan olmaya başladı. Toplumu açıklayan temel teoriler içerisinde yer alan kadın çalışmaları ve kadın olgusundan hareketle üretilmiş yaklaşımlar, kadını öne çıkardığı gibi kadın haklarına katkı sağladı. Kadın çalışmaları, son yüzyılda kendini toplumsal olayların açıklanması ve analiz edilmesinde diğer teorilerle birlikte orta boy kuramcılar arasında gelişim gösterdi. Feminizm altında yapılan bu tartışmalar, toplumsal olaylara farklı bakış açısını zorunlu kıldı ve diğer yaklaşımlar kadını bir değişken olarak teorilerinde kullandı.

Feminizm farklı alt boyutlarla gelişerek kuramsallaştı ve zaman içerisinde farklı aşamalarla gelişim gösterdi. Literatürde dijitalleşme ile feminizmin dördüncü aşamaya geçiş yaptığı gözlenmektedir. Aşamalar her toplumsal yapıda farklı zaman

dilimlerine denk gelmektedir. Örneğin işçi hakları, siyasi talepler veya seçilme hakları aynı düzlemde toplumsal ve kültürel kodlarda yer almamıştır. Ülkelerin modernleşme ve gelişmişlik süreçleri burada etken olmuştur. Feminizmin kategorilerinde ortaya çıkan bir başka sınıflama ise siyasal düşüncelerle olan ayrışmadır. Temel siyasi ideolojiler aynı zamanda popüler şekilde dünyayı etkileyen düşünceler kendi bakış açılarına göre feminizm ele alırken, ideolojik olarak feminizm kendi açısından radikal bir bakış açısı geliştirmektedir. Radikal bakış açısında cinsiyet ve rolleri temel çıkış noktasıdır. Bu noktada feminizm tartışmalarının kökenine cinsiyet ve rollerinin yerleştirilmesi, ilk başta ifade edilen biyolojinin toplumsal ve kültürel olanla ilişkisinde, cinsiyetin doğanın bir uzantısı değil toplumsal hiyerarşi ve örgütlenmenin sonucu olarak oluşan duruma itirazı olarak okunmaktadır. Tartışmalarda cinsiyet ortak bir hedef değil, ideolojilerin bir parçası olarak gözlenmektedir. Böylece feminizm diğer teorilerde olduğu gibi toplumsal olanı açıklamada kullanılması gereken zorunlu bir açıklama tarzı haline gelmektedir.

Kadın çalışmalarının başlangıcında kadın, aile ve grup içerisinde yer almaktadır. Bunu sosyal hareketler ve dini yapılar içerisinde örgütlenmiş kadın çalışmaları takip etmektedir. Kadın çalışmalarında üçüncü kategori sanayi ve sonuçlarının aile ve kadın üzerine etkisi ile ilgilidir. Özellikle işçiler ve onların üzerindeki çalışmalar, dikkat çekicidir. Kadın çalışmalarında modernleşme bir başka kategori olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadın çalışmalarında doğal bir kategori ise on dokuzuncu yüzyıl ile gelişen tüketim alanıdır. Kadın ve kitle iletişim araştırmaları için ise altmışlı yılları beklemek gerektir. Özellikle altmışlı

yıllarda toplumsal hareketlerin değişimi, toplumsal taleplerin yönünün hak ve özgürlüklere kayması, kadının konumu ve rolleri ile tartışmaların da yükselmesini sağlamıştır. Böylece kadın araştırmaları, diğer araştırmalarla birlikte toplum için önemli hale gelmiştir. Bununla birlikte İkinci Dünya Savaşı sonrası kadın araştırmaları, sosyal bilimlerin Amerikalaşması ile sosyal alanlarda hâkim paradigma haline gelen Amerikan kültür ve değerleri üzerinden şekillenmeye başlamıştır. Bu paradigma bir taraftan küreselleşme ile dünyanın Batılılaştırılmasını diğer taraftan tüketim kalıplarının sadece batı değil batı dışı toplumlara da yerleştirilmesi amacını taşımaktadır. 1960'lı yıllarda tekrar başlayan kadın çalışmaları hem Amerika hem de Avrupa'da güçlenerek bütün dünyada öne çıkmıştır.

İlk dönem kitle iletişim araçlarında özellikle televizyonda, kadının rolünün toplumsal yapıda var olduğu gibi aktarıldığı, kadının anne, eş rolünün ve evle ilgili yükümlülüklerle öne çıkarıldığı gözlenmiştir. Kadına biçilen rollerde değişiklik olmadan yayıncılık devam etmiştir. Yapılan araştırmalar bu durumun her noktada kanıksandığını göstermektedir. Örneğin metodoloji kitaplarında yer alan kategorilendirmelerde bu durumun devam ettiği görülür. Kadınlarla ilgili veri toplama sürecinde kullanılan tekniklerinde kadınların çalışma veya meslekle ilgili durum belirtmelerinde çalışma alanı ile ilgili olarak ev kadını şıkkının yer alması, mevcut yapıyı göstermesi açısından önemlidir. Erkeğin böyle bir meslek alt boyutunda değerlendirilecek sıfat ve nitelene almamasına rağmen kadının böyle bir tanımlama ile ortaya çıkması, kadınlı ilgili üretilmiş olan ideolojiler, siyasi söylemler ve eşitlikle ilgili örgütlenmeler geliştirilmesine rağmen değişen

bir şey olmadığını göstermektedir. Simge ve sembollerde örneğin reklamlarda, çamaşır, bulaşık, temizlik ve ütü gibi hemen herkesin yapabileceği işlerin kadınlar üzerinden sabitlenmesi, medyanın kültürel olarak toplumsalın devamı olduğu yeni bir dünya üretme ile sorununun devam ettiğini gösterir. Medya iletilerinde kadının statü ve rolleri değişmediği mevcut yapı ile sosyalizasyonunun bir parçası olduğu söylenebilir.

İletişim alanında gelişen teknolojiler bireyin nesnelere ve olgularla ilgili bakış açısı ve eylemlerine etki etmiştir. Enformasyon araçları ve dijitalleşme toplumlar için sanal dünyalar oluşturmuştur. Dijitalleşmenin sunmuş olduğu dünya, cinsiyet tartışmalarının boyutunu değiştirmiştir. Değişimin belirginleştiği nokta, cinsiyet ve rollerine ait belirlenmiş davranış, simge ve semboller arasındaki sınırların belirsizleşmesidir. Dijitalleşme, toplumsala ait ne varsa dönüştürdüğü gibi biyolojik temelli bakış açısı ve onunla örgütlenmiş yapıları da değişime zorlamıştır. Dijitalleşme süreci mülkiyet, üretim, iş bölümü, değer, örgütlenme, bürokrasi, çatışma, işlevsellik ve etkileşim gibi toplum analizlerinde yeni bakış açıları geliştirmiştir. Diğer taraftan toplumsal yapılar, dijitale aktarıldığında dijital sisteme göre yeniden revize olmak zorunda kalmıştır. Örneğin çalışma hayatı eve taşınabilmiş, alışveriş ve tüketim eve hizmet şeklinde dahil olarak bireyin hayatında yer almıştır. Dijitalleşmenin etkinleştiği noktalarda toplumsal statü ve rollerde kadın veya erkek farkı azalmış hatta zaman zaman ortadan kalkmıştır.

Dijitalleşmenin yapay zekâ ile gelişen noktalarında cinsiyet tartışmaları yerine simülasyon öne çıkmıştır. Böylece biyolojik,

toplumsal ve kültürel kodlar yerine sanal alemde her olgunun yeniden inşası gerçekleşmektedir. İnsanoğlunun tarihsel süreçte geçirdiği aşamalarda elde ettiği birikim ve sosyal sermayeler yeniden kurgulanmaktadır. Cinsiyet ayrımına bağlı alanlar ve eylemler, daraltılmakta hatta bazı alanlardan çekilmektedir. Bunda gelişen insan hak ve özgürlüklerin de etkisi bulunmaktadır. Özellikle son dönem bütün dünyada yaşanan ve tartışmaları hiç bitmeyecek olan cinsel eğilim, yönelim ve eylemleri, cinsiyet tartışmalarında yeni araştırmalar ve farklı boyutları gündelik hayatımıza dahil etmektedir. Böylece kadın çalışmaları ilave olgularla gelişmesini sürdürmektedir. Geleneksel medya ve kadın çalışmalarına ilave olarak dijital alanla birlikte kadın çalışmaları, içerik olarak zenginleşmiş, yeni olgu ve olaylarla kadın olgusu tartışılmaya devam etmiştir.

Bu çalışmada kadın olgusu, farklı içeriklerle ele alınmaktadır. Çalışmalar, kadın olgusunun anlaşılmasına katkı sağlamak ve yeni çalışmalar için referans olma amacı gütmektedir. Şüphesiz kadınlar, dünya genelinde dezavantajlı ve sorunları sürekli artan bir grup olarak yaşamaya devam etmektedir. Bu sorunlara dijital alan da kendi açısından katkılar sunmaktadır. Diğer taraftan sosyal ağların yapı ve işleyişi, medya ve kadınla ilgili tartışmalara katkı sağlamaktadır. Böylece kadın olgusu ve içeriği medyada daha fazla yer almaktadır. Bu çalışma, kadının medya ile olan ilişkisinde bir durum tespiti ve olgularla dönemin bir fotoğrafını çekme olarak okunabilir. Şüphesiz bu çalışmadaki amaç, medya ve kadın ilişkisini anlama, değişim ve dönüşümlerin yönünü farklı bakış açısı ve metinler üzerinden görmeye yöneliktir.

İletişim Çalışmalarında Medya ve Kadın İlişkisi

Yunus ERGEN*

Giriş

Medya, toplumsal yaşam içerisinde düşünce kalıplarının, inanç ve değer sistemlerinin, tutum ve davranışların şekillenmesinde önemli bir yer işgal etmektedir. Gündelik hayatta günümüz toplumlarını ilgilendiren hemen her olay, gelişme veya olgu medyanın gündemini de meşgul etmektedir. Bunun tam tersi de söz konusudur. Öyle ki medya, gündemine aldığı herhangi bir olayı, gelişmeyi veya olguyu toplumsal yaşamın merkezine oturtabilir ve böylelikle bireylerin gündelik hayatının ayrılmaz bir parçası haline getirebilir. Medyanın toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini saymakla bitirmek ise pek mümkün değildir. Ekonominin siyasete, kültürden sanata, eğitimden ticarete, aile yaşamından dini yaşama kadar toplumsal hayatın tüm kurumları üzerinde ciddi bir tesir kabiliyeti bulunan medyanın sosyal statülerin ve rollerinin inşasında, pekiştirilmesinde ve

* Dr. Öğretim Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, yeergen@gmail.com.

anlamlandırılmasında da önemli bir işlev gördüğü söylenebilir. Medyanın, toplumsal rollerin şekillenmesindeki etkisini çoğu zaman kasıtlı ve bilinçli bir şekilde yerine getirdiğini ifade etmek zor olsa da bu etkinin kasıtsız ve bilinçsiz bir hüviyete sahip olduğunu belirtmek de güçtür. Dolayısıyla medya -kasıtlı ya da kasıtsız- toplumsal yaşam üzerinde güçlü bir etki kapasitesini her daim bünyesinde taşımaktadır.

Medyanın söz konusu etkilerini görmeye alışkın olduğumuz alanlardan birisi de toplumsal cinsiyet rolleridir. Gündelik hayat içerisinde kadınların ve erkeklerin sosyal statülerine ilişkin birçok husus medyada işlenmektedir. Bu itibarla medya, toplumsal cinsiyet rollerinin oluşturulmasında ve geliştirilmesinde önemli bir araç olarak kabul edilmektedir. Sözelimi “daha güzel bir kadın”, “daha iyi bir anne”, “daha yakışıklı bir erkek”, “daha iyi bir baba”, “güçlü kadın”, “karizmatik erkek”, “özgür kız”, “hoş çocuk” vb. stereotipler üzerinden medyada kadınların ve erkeklerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin farklı söylemler oluşturulmaktadır. Oluşturulan bu söylemler ve stereotipler aracılığıyla kadının ve erkeğin gündelik hayattaki rolleri ve statüleri etkilenmeye çalışılmaktadır. Kuşkusuz bu durum, kadınlar nezdinde daha yoğun bir biçimde gerçekleşmektedir. Nitekim kadının toplumsal yaşam içerisindeki özgül ağırlığı, erkeklere oranla –özellikle modernleşme tecrübesi uzun süren toplumlar açısından- daha güçlü seyretmektedir. Bu özgül ağırlığı sebebiyle medyada kadınların toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin değiniler daha yoğun bir seyirde ilerlemektedir.

Kadının medyada gerek sözlü, gerek yazılı, gerekse görsel sunulmuş biçimi onun toplumsal algıda nasıl yer edineceğine ilişkin önemli ipuçları taşımaktadır. Bu doğrultuda kadınların toplumsal bilinç düzeyindeki konumu da değişkenlik göstermektedir.

Onların medyada yer alma biçimleri toplumsal bilincin şekillenmesine etki ederken bu bilinçten doğan problemler hususların gündem olmasına da yol açmaktadır. Kadın ve medya ilişkisinden doğan problemler gündelik hayatta deneyimlenmeye devam ederken, bu problemler akademik çalışmaların gündemine de meşgul etmektedir. Zira akademik literatürde medya ve kadın konusu ciddi bir yazın oluşturmuştur. Gerek ulusal gerekse uluslararası literatürde medya ve kadın konusuyla ilgili bir dizi önemli çalışma bulunmaktadır.

Medya ve kadın konusunu odağa alarak problematize eden çalışmalar sosyal bilimlerin genelinde görülürken, iletişim çalışmaları alanında konuyla ilgili daha fazla çalışmaya rastlamak mümkündür. Zira bu alan, medyanın kadınlar üzerindeki etkilerini ve bu etkilerin nasıl anlamlandırıldığını inceleyen geniş hacimli ve dinamik bir yazına sahiptir. Bu araştırma, iletişim çalışmaları alanında zengin ve dinamik sayılabilecek söz konusu yazını bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, uluslararası akademik yayınların yer aldığı önde gelen veri tabanlarından birisi olan Web of Science'ta "iletişim" kategorisinde son on yılda yayımlanan medya ve kadın konulu makaleler analiz edilecektir. Gerçekleştirilen analiz sayesinde, iletişim çalışmaları alanında medya ve kadın konusunun hangi açılardan ele alındığı ortaya çıkarılarak aktüalitesinin tespit edilmesi, konuyla ilgili araştırma yapmak isteyenlere bir çerçeve sunulması ve en nihayetinde konunun işlendiği makalelerin genel görünümünün betimlenmesi hedeflenmiştir.

Literatür

İletişim çalışmaları alanında medya ve kadın ilişkisi radyo, televizyon, gazete, sinema, internet, sosyal medya gibi akla gelebilecek hemen her türlü geleneksel ve dijital kitle iletişim

araçlarıyla bağlantılı bir şekilde konu edinilmektedir. Yaklaşık kırk yıllık bir süreç içerisinde iletişim çalışmalarında yer edinecek gelişim kaydettiği görülen (Dominick ve Rauch, 1972; Miller, 1975; Beasley ve Silver, 1977; Goffman, 1979; Tuchman, 1979) medya ve kadın konulu çalışmaların odaklandığı hususlar değişkenlik göstermekle birlikte genel olarak medyanın kadınların temsil edilme biçimlerinde ve imajlarında nasıl bir etkiye sahip olduğu, toplumsal cinsiyet rolleri açısından medyada kadının nasıl bir perspektifle sunulduğu, bu sunum biçimlerinin toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerinde ne gibi değişimler meydana getirdiği gibi meseleler konu edinilmektedir (Johannessen, 2002; Ward, 2016; Vaast, 2020; Lourenço, 2016; Baloğlu, 2022). Yanı sıra medyada kullanılan dil, görsel semboller, reklamlar ve diğer iletişim araçları vasıtasıyla kadına yönelik nasıl bir cinsiyet stereotipi oluşturulduğu da irdelenmektedir (Dowling, 1980; Cramp-horn, 2011; Infanger vd., 2012; Guo vd., 2022; Mahmoud vd., 2023).

21. yüzyılda iletişim çalışmaları alanında medya ve kadın ilişkisini problematize eden güncel araştırmaların ise daha çok “temsil” temasında yoğunlaştığı görülmektedir (Brinkman vd., 2015; Hoxha, 2016; Razack ve Joseph, 2020; Pertiwi ve Mulya, 2022). Bu çalışmalarda, kadınların medyada temsil edilme biçimlerinin avantajları ve dezavantajları tartışılmaktadır. Özellikle kadınların toplumsal statülerinin medyadaki yansımalarına eğilen bu çalışmalarda, kadınların etnik kökenlerinin diğer uluslardaki algılanış biçimi (Bajri ve Alqurayqiri, 2022), mesleki statülerinin ve saygınlıklarının çerçevesi (Kristina ve Ramadona, 2019; Moniz, 2021), medyanın kadın liderlere yönelik bakış açıları (Mavin vd., 2016) gibi muhtelif meseleler incelenmektedir. Temsil temasını problematize eden medya ve kadın konulu

çalışmaların ise daha çok reklamlara yoğunlaştığı saptanmıştır (Saad, 2004; Patterson vd., 2009; Alkan, 2016; Siswati, 2019; Shalaby ve Alkaff, 2019; Posbergh vd., 2023).

Medya ve kadın konusunu inceleyen iletişim çalışmaları literatürünün temsil temasından sonra en fazla eğildiği konunun “cinsiyet rolleri” üzerine olduğu anlaşılmaktadır. Zira yapılan tarama sonucunda konuyla ilgili en fazla yayının -temsil temasıyla birlikte- cinsiyetle ve bu doğrultuda cinsiyetçi söylemle ilgili olduğu tespit edilmiştir (Wood, 1994; Carter vd., 1998; Spitzer vd., 1999; Gauntlett, 2008; Collins, 2011; Ward ve Grower, 2020; Su vd., 2020; Antunovic ve Bartoluci, 2023). Mevcut literatürün yoğunlaştığı bu iki temanın yanı sıra medya ve kadın konusu “feminizm” ve “post-feminizm” (Mendes, 2015; Crossley, 2015; Jackson, 2018; McRobbie, 2020; Martins, 2022), “beden imajı” (Grabe vd., 2008; Derenne ve Beresin, 2006; López-Guimerà vd., 2010; Hogue ve Mills, 2019), “stereotip” (Appel ve Weber, 2021; Ward ve Grower, 2020), “cinsiyet eşitsizliği” (Trolan, 2013; O’Brien, 2019) ve “nefret söylemi” (Döring ve Mohseni, 2019; Ghaffari, 2022) gibi temalar etrafında da yoğun bir biçimde araştırılmaktadır.

Görülebileceği gibi medya ve kadın konusu iletişim çalışmalarında çeşitli konular ve temalar odağında ele alınmaktadır. Konunun tarihsel süreç içerisinde nasıl ilerlediğine, öne çıkan hususlara, var olan problemlere ve bu problemlerin çözümüne ilişkin detaylı bir literatür değerlendirmesine ve teorik tartışmaya bu bölümde yer verilmemiştir. Daha ziyade konuya ilgi duyan araştırmacılara bir projeksiyon tutabilmek amacıyla mevcut yazının nasıl bir görünüm arz ettiğine ilişkin betimsel bir analiz gerçekleştirilmiştir. Bu itibarla, çalışmanın araştırma kısmında, medya ve kadın konusuyla ilgili iletişim çalışmaları alanında son

on yılda kaleme alınan makalelerin yıllara ve ülkelere göre dağılımları, ortak yazarlık analizi çerçevesinde ülkeler, yazarlar ve kurumlar arasındaki iş birliği ağı, yazarların, ülkelerin, kurumların ve yayın kaynaklarının atıf ağı ile en fazla kullanılan anahtar kelimeler ışığında konunun nasıl sorunsallaştırıldığı gibi hususlar ele alınmıştır.

Yöntem

Medya ve kadın ilişkisinin akademik bir araştırma sahası olarak iletişim çalışmalarında hangi bağlamlarda konu edinildiğini ortaya çıkarmak amacıyla bibliyometrik analiz yönteminden istifade edilmiştir. Bibliyometrik analiz yöntemi, ilgili alanyazında var olan yayınların nicel analizini sağlamak için kullanılmaktadır (Ellegaard ve Wallin, 2015; Mongeon ve Paul-Hus, 2015). Belirli bir araştırma alanındaki mevcut alanyazının görünümünün, çeşitli istatistiksel tekniklerle nicel olarak değerlendirme girişimi şeklinde tanımlanan bibliyometrik analiz sayesinde araştırma yapılan alanın, özellikle yayınlar ve bu yayınlara ilişkin atıflar çerçevesinde niceliksel değerini ortaya çıkarmak, alandaki yazarların etkinliğini tespit etmek ve anahtar kelimeler etrafında konunun hangi açılardan değerlendirildiğini belirlemek hedeflenmektedir. Yanı sıra belirli bir alandaki bilimsel gelişmeleri takip etmek ve böylelikle söz konusu alanda üretilen bilimsel bilgiyi kavramsal/teorik, entelektüel ve sosyal açılardan görselleştirerek haritalamak bibliyometrik analiz diğer bir amacıdır (Ardito vd., 2019; Kaffash vd., 2021; Chaudhari ve Pawar, 2021).

Bibliyometrik analizlerin gerçekleştirilebilmesi için ilgili alanda yayımlanan bilimsel yayınların yer aldığı veri tabanlarından yararlanılmaktadır. Uluslararası ölçekte söz konusu veri tabanlarının çeşitlilik arz ettiği bilinmektedir. Web of Science (WoS), Scopus ve Google Scholar bunlar arasında en popüler

olanları ve bibliyometrik analiz gerçekleştiren araştırmacıların en yoğun kullandıkları veri tabanlarıdır. Bibliyometrik analiz yapmak isteyen araştırmacıların söz konusu veri tabanlarının birkaçını aynı anda kullanabildikleri görülürken (Mongeon ve Paul-Hus, 2015; Heradio vd., 2016; Verma ve Gustafsson, 2020) tek bir veri tabanına odaklanan çalışmalar da mevcuttur (Ellegard ve Wallin, 2015; Bornmann ve Mutz, 2015; Liao vd., 2018). Bu çalışmada ise etki değeri açısından daha nitelikli yayınları indekslemesi ve uluslararası ölçekte geniş kullanım ağına sahip olması sebebiyle WoS veri tabanı kullanılmıştır.

Analizi yapılacak yayınlara ulaşabilmek amacıyla WoS'ta "medya" ve "kadın" anahtar kelimeleri kullanılarak "topic" yani konu kısmında arama gerçekleştirilmiştir. Her iki anahtar kelimenin yayımlanmış bir çalışmada aynı anda geçebilmesi için "ve" bağlacı kullanılarak yapılan arama 03.08.2023 tarihinde gerçekleştirilmiş ve bu tarihten sonra veri tabanında yer alan yayınlar dikkate alınmamıştır. Yapılan bu ilk arama sonucunda toplamda 43,158 yayına ulaşılmıştır. Oldukça yüksek sayılabilecek bu yayınların bibliyometrik açıdan analizinin zor olması ve daha anlamlı veriler elde edilebilmesi amacıyla bazı filtreler uygulanmıştır. Öncelikle yayınların odaklandığı konuların güncelliğini tespit edebilmek adına yıl bazında bir filtre uygulanmış ve son on yılda yayımlanan çalışmalara bakılmıştır. Bununla birlikte, kategori ve yayın türleri açısından bir sınırlamaya gidilmiş, sadece iletişim alanında yayımlanan makalelere odaklanılmıştır. Diğer yayın türleri ise analiz dışında tutulmuştur. Son olarak, etki değeri daha yüksek çalışmalara ulaşabilmek için makalelerin yayımlandığı dergilerin yer aldıkları indeksler WoS'un Social Sciences Citation Index (SSCI), Social Sciences Citation Index Expanded (SCI-E), Arts & Humanities Citation Index (AHCI) ve

Emerging Sources Citation Index (ESCI) indeksleriyle sınırlandırılmıştır. Bu filtreleme işlemlerinin sonucunda toplam 2429 makaleye ulaşılmış ve analiz bu makaleler temel alınarak gerçekleştirilmiştir.¹

Bibliyometrik analizlerin gerçekleştirilmesine imkân tanıyan çeşitli analiz araçları/programları bulunmaktadır. Bu çalışmada, açık kaynak olması ve görsel haritalamaya daha müsait bir yapısının bulunması sebebiyle VOSviewer programı tercih edilmiştir. WoS'ta gerçekleştirilen arama sonucunda ulaşılan makalelerin meta verileri indirilerek VOSviewer programına aktarılmış ve söz konusu makalelerin bibliyografik eşleşmeler temelinde ortak atıf, yazar ve anahtar kelime analizine odaklanılmıştır. Bununla birlikte makaleler arası ağların (atıf, yazar, anahtar kelime vs.) haritalandırılması ve görselleştirilmesi de yine VOSviewer aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

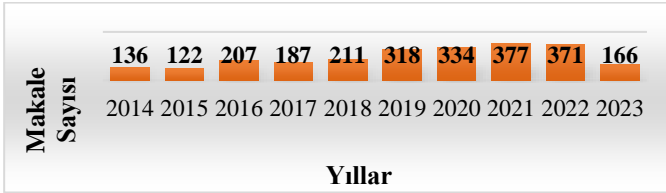
Bulgular

Medya ve kadın çalışmalarının bibliyometrik analizi için WoS'ta gerçekleştirilen ilk arama sonucunda ulaşılan 43,158 yayının konulara göre dağılımına bakıldığında en fazla yayının iletişim çalışmaları kategorisinde yer aldığı saptanmıştır. Yapılan filtreleme işlemi sonucunda iletişim çalışmaları alanında yayımlanan makalelerin son on yıldaki sayısının ise diğer kategorilere oranla ciddi bir yekûn oluşturduğunu ifade etmek pekâlâ mümkün. Kuşkusuz böylesi bir tabloda, medya ve iletişim çalışmalarının merkezinde kadının medyadaki konumuna ilişkin

¹ WoS'ta gerçekleştirilen aramanın sonuç dizgesinin temsili örneği için bkz. (Erişim adresi: <https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/> c74e5201-2389-4f9d-a457-d91e29307983-9b8084b8/times-cited-descending/1, Erişim tarihi: 03.08.2023).

tartışmaların yer almasının payı yadsınmaz. Dahası dijital medyanın özellikle son on yıldaki gelişimiyle birlikte, medya ve kadın ilişkisinin mahiyetinin genişlediği ve bunun akademinin ilgisini cezbediği de aşikâr. Öyle ki son on yılda kaleme alınan 2429 makalenin neredeyse her yıl artış gösteren bir eğilim göstermesi bu durumun somut bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Söz konusu makalelerin geride bıraktığımız on yıldaki niceliksel gelişimine bakıldığında (Şekil 1.) en fazla makalenin (n=377) 2021 yılında yer aldığı görülmektedir. Bu süre zarfında en az makalenin ise (n=122) 2015 yılında yayımlandığı anlaşılmaktadır. Medya ve kadın ilişkisini konu edinen makalelerin artış eğiliminin önümüzdeki yıllarda da devam edeceğini ifade etmek olasıdır. Zira 2023 yılı içerisinde yaklaşık 8 aylık süreçte 166 makale yayımlanmış ve bu sayı 2014 ve 2015 yıllarında yayımlanan toplam makale sayısından yüksektir. Dolayısıyla 2023 yılı sonuna kadar konuyla ilgili iletişim çalışmaları alanında yeni makalelerin yayımlanacağını öngörmek mümkündür.

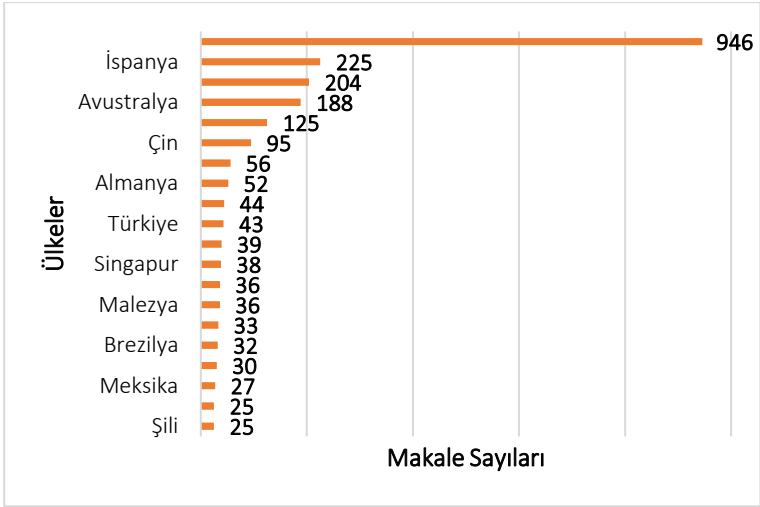
Şekil 1. Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı



Medya ve kadın konusunu odağa alan makalelerin daha çok hangi ülkelerden yayımlandığına bakıldığında (Şekil 2.), 25 ve daha fazla makalenin yayımlandığı 20 ülke arasında ilk sırayı (n=946) ABD alırken, onu İspanya (n=225) ve İngiltere (n=204) takip etmektedir. Özellikle sosyal bilimler alanında bilimsel araştırmaların yoğun bir şekilde gerçekleştirildiği ABD ve İngiltere

gibi ülkelerin ilk sıralarda yer alması normal karşılanabilir. Nitekim medyayla ilgili herhangi bir konuda yapılan bir bibliyometrik analiz araştırmasında benzer sonuçların ortaya çıktığı görülmektedir (Nusair vd., 2019; Guo vd., 2019; Yumitro vd., 2023). Bununla birlikte dünyanın hemen her bölgesinden konuya ilgi duyan araştırmacının olduğu ve makale yayımladığı anlaşılmaktadır. Zira yapılan arama sonucunda analize tabi tutulan makalelerin kaleme alındığı ülkelerin sayısının 88 olduğu saptanmıştır. Bu durum, medya ve kadın ilişkisinin uluslararası bağlamda hemen her ülkede problematize edildiğini göstermektedir.

Şekil 2. Makalelerin Ülkelere Göre Dağılımı



Medya ve kadın konulu makalelerin en fazla yayımlandığı ülkeler arasında onuncu sırada yer alan Türkiye'den 43 makalenin kaleme alındığı görülmektedir. Makalelerin yayımlandığı ilk beş ülke dışındaki diğer ülkelerle kıyaslandığında Türkiye kaynaklı makale sayısının azımsanmayacak düzeyde ve ortalamanın üzerinde olduğu söylenebilir. Türkiye'de kadının toplumsal

yaşamdaki durumuna ilişkin problemleri hususların, medya odağında da akademik ilgiye mazhar olduğu ve araştırıldığı anlaşılmaktadır. Türkiye kaynaklı makaleler arasında en fazla atıf alan ilk 5 makalenin genel görünümü ise Tablo 1.'de yer almaktadır. Tabloda yer alan makalelerin medya ve kadın ilişkisini genellikle cinsiyetçilik ve söylem üzerinden problematize ederek ele aldığı görülmektedir. Bununla birlikte, çevrimiçi taciz ve hegemonya gibi veçhelerin de konuyla ilişkilendirildiği anlaşılmaktadır. Makalelerin atıf sayısının ise yayımlandıkları yıllar itibarıyla zayıf bir görünüm arz ettiği söylenemez.

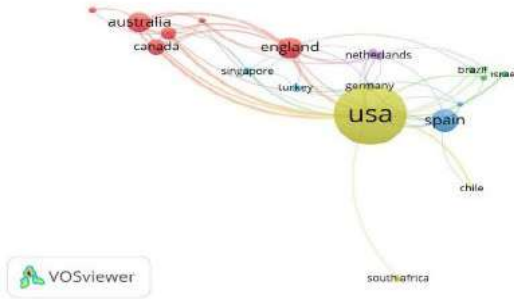
Tablo 1. En Fazla Atıf Alan Türkiye Kaynaklı İlk 5 Makalenin Görünümü

Sayı	Makale Başlığı	Yazar	Yıl	Yayın Yeri	Atıf Sayısı
1	Vacillation in Turkey's Popular Global TV Exports: Toward a More Complex Understanding of Distribution	Alankus, S & Yanardağoglu, E	2016	International Journal of Communication	16
2	Gender and politics: Patriarchal discourse on social media	Demirhan, K & Cakir-Demirhan, D	2015	Public Relations Review	14
3	Voices Against Misogyny in Turkey: The Case of a Successful Online Collective Action Against a Sexist Commercial	Ulug, O M, Odag, O & Solak, N	2020	International Journal of Communication	10
4	"Women in Mosques": mapping the gendered religious space through online activism	Nas, A	2021	Feminist Media Studies	6
5	Being a Female Sports Journalist on Twitter: Online Harassment, Sexualization, and Hegemony	Demir, Y & Ayhan, B	2022	International Journal of Sport Communication	4

Medya ve kadın konulu makalelerin yayımlandıkları ülkeler arasında iş birlikleri açısından nasıl bir ağa dâhil oldukları Şekil

3.'te yer almaktadır. Konuyla ilgili iş birliğine yönelik ağı ortaya çıkarılmasında ortak yazarlık-ülke (co-authorship of countries) analizi kullanılmıştır. Böylelikle makalelerin kaleme alındığı ülkeler arasındaki iş birliğine yönelik ağı haritalandırmanın yanı sıra ortak bağlantıların sayısı ve bağlantı yoğunluğu da tespit edilmiştir. Analiz gerçekleştirilirken bir ülkeden atıf yapılan makale sayısı en az 25, atıf sayısı ise en az 5 olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede makalelerin yazıldığı 88 ülke arasından 20 ülke eşik değerini karşılamıştır. Eşik değerini karşılayan 20 ülke 6 farklı kümeye ayrılmıştır. Kümeler, makale sayıları (documents), alıntı sayıları (citations) ve toplam bağlantı gücünün (total link strength) büyüklüğüne göre ayrılmaktadır.² Bu kümelerin ağırlıklı olarak ABD, İspanya, İngiltere, Avustralya ve Kanada etrafında yoğunlaştıkları görülmektedir. Buna göre söz konusu ülkeler arasındaki iş birliklerinin daha fazla olduğunu ifade etmek mümkündür.

Şekil 3. Ortak Yazarlık-Ülkeler Arası İş Birliği Ağı



² Toplam bağlantı gücü, kendisi dışında bağlantı kurulan makale sayısına karşılık gelmektedir.

Medya ve kadın konulu makaleleri kaleme alan yazarların ortak yazarlık analizine (co-authorship of authors) bakıldığında, en fazla bağlantılı ve iş birliği yapan yazarları tespit etmek amacıyla en az 3 makale ve en az 3 atıf kriteri belirlenerek bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 4.). Belirlenen kriter çerçevesinde aralarında en yüksek bağlantı bulunan yazarlar arasında yapılan analize göre üç farklı küme oluşmaktadır. Kümelerde en fazla bağlantılı olan 13 yazarın, toplam bağlantı gücü 102 olarak çıkmaktadır. Konuyla ilgili en fazla makale kaleme alan ortak yazarların aynı zamanda en fazla atıf alan ortak yazarlar arasında oldukları tespit edilmiştir. Buna karşın, en fazla atıf alan ortak yazarların makale sayılarının yüksek olduğu söylenemez. Bu durum, toplam bağlantı gücü için de aynı şekilde gerçekleşmiştir.

Şekil 4. Ortak Yazarlık-Yazarlar Arası İş Birliği Ağı



Konuyla ilgili makalelerin daha çok hangi kurumlarda çalışan yazarlar tarafından kaleme alındığı ve kurumlar arasında nasıl bir ağ oluştuğunu ortaya çıkarmak amacıyla, ortak yazarlık kurumlar (co-authorship of organizations) analizi gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, en az 10 makalenin yayımlandığı ve en az

10 atf alan kurumlar filtrelenmiştir. Filtreleme sonucunda, makalelerin yazarlarının yer aldıkları 1473 kurumdan 66'sı eşik değerini karşılamıştır (Şekil 5.). Eşik değerini karşılayan bu kurumlar, toplam bağlantı gücüne göre kendi arasında 10 farklı küme oluşturmuştur. Ortak yazarlık-kurumlar analizine göre en fazla makalenin yayımlandığı ilk beş kurum sırasıyla University of Texas at Austin (ABD) 32 makale, Indiana University (ABD) 31 makale, University of Maryland (ABD) 28 makale, Complutense University of Madrid (İspanya) 24 makale ve Pennsylvania State University, 23 makale şeklindedir.

En fazla atf alan ilk beş kurum sırasıyla City, University of London (İngiltere) 653 atf, Temple University (ABD) 530 atf, Indiana University (ABD) 514 atf, University of Pennsylvania (ABD) 511 atf ve University of Texas at Austin (ABD) 495 atf olarak belirlemiştir. Toplam bağlantı gücü açısından ise en fazla bağlantıya sahip olan kurumlar sırasıyla Indiana University (ABD) 12, University of Georgia (ABD) 10, University of North Carolina (ABD) 10, University of Alabama (ABD) 9 ve University of Texas at Austin (ABD) 8 olarak çıkmıştır. Buna göre, ortak yazarlık-kurumlar arasındaki iş birliği açısından ABD, İngiltere ve İspanya gibi ülkelerde eğitim-öğretim faaliyetlerini sürdüren üniversitelerde çalışan yazarların daha yoğun bir ağ oluşturduğu anlaşılmaktadır.

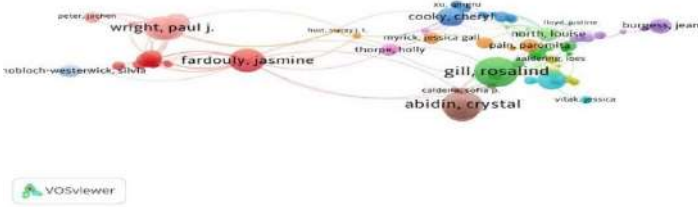
Şekil 5. Ortak Yazarlık- Kurumlar Arası İş Birliği Ağı



Medya ve kadın konusunda makalesi yayımlanan yazarların atıf ağları açısından etkinliğini tespit etmek amacıyla yazarların atıfları (citation of authors) haritalandırılmıştır (Şekil 6.). Bu çerçevede, en az 3 makale ve en az 10 atıf filtresi uygulanmış ve konuyla ilgili makalesi yayımlanan 4227 yazardan 134'ü eşik değerini karşılamıştır. Eşik değerini karşılayan bu yazarların toplam bağlantı gücü 1256 olarak belirmiş ve atıflar 12 kümede yoğunlaşmıştır. Konuyla ilgili en fazla makale kaleme alan ilk beş yazar sırasıyla, 12 makale ile John Paul Wright, 9 makale ile Shota Robert Tokunaga, 9 makale ile Silvia Knobloch-Westerwick, 8 makale ile Jennifer Stevens Aubrey ve 7 makale ile Steven Eggermont'tur. Bu yazarlar, toplam bağlantı gücü açısından da ilk sıralarda yer almaktadır. Yayımlanmış olduğu makalelere en fazla atıf alan ilk beş yazar ise sırasıyla 572 atıf ile Rosalind Gill, 496 atıf ile Crystal Abidin, 386 atıf ile Jasmine Fardouly, 373 atıf ile John Paul Wright ve 344 atıf ile Brooke Erin Duffy şeklindedir. Atıf sayısı yüksek olan yazarların toplam bağlantı gücünün de

yüksek olduğu ve yazarların atıf ağına yönelik haritanın yoğunluklu olarak atıf sayısı yüksek yazarlar etrafında oluştuğu saptanmıştır.

Şekil 6. Yazarların Atıf Ağı



Konuyla ilgili en fazla atıf alan makaleler ve yazarlarına ilişkin bilgiler Tablo 2.'de gösterilmektedir. Medya ve kadın konusunda kaleme alınan ve en fazla atıf alan makalelerin odaklandıkları hususların çeşitlilik arz ettiği görülmektedir. Asıl dikkat çekici olan nokta ise makalelerin daha çok sosyal medya odaklı bir yöneliminin olmasıdır. Diğer bir ifadeyle, medya ve kadın konusunun geleneksel medyadan çok sosyal medya üzerinden sornsallaştırıldığı anlaşılmaktadır. Elbette bunda dijitalleşmenin ve sosyal medya kullanımının artmasının payı oldukça yüksektir. Dijital medyanın, daha özelden sosyal medyanın geniş toplumsal kesimler tarafından kullanılmasıyla gündelik yaşamda süregiden problemlerin bu mecralara taşınmasını kaçınılmaz kılmıştır. Dolayısıyla kadına ilişkin hemen her problemin sosyal medya özelinde ele alınması da doğaldır. Bununla birlikte, feminizm tartışmaları kadının konu edinildiği medya çalışmalarında popülaritesini hala korumaktadır. Öyle ki çalışmanın ilerleyen kısımlarında görüleceği üzere medya ve kadın konusuyla ilgili en fazla makalenin feminizm ve medya ilişkisini merkeze koyan

Feminist Media Studies isimli dergide yayımlanmış olması, bu durumun somut bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

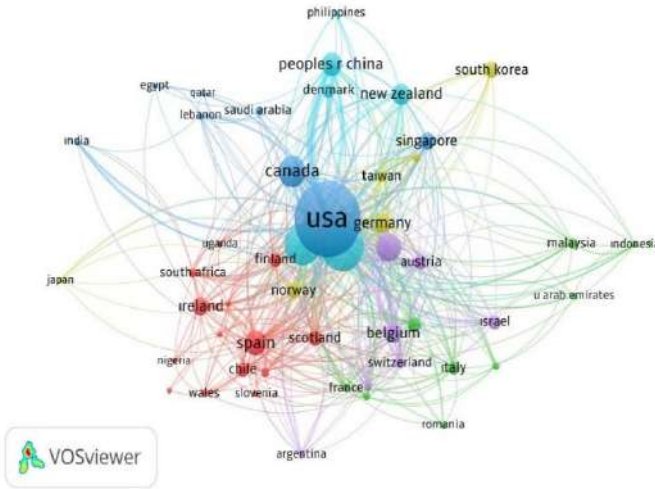
Tablo 2. En Fazla Atıf Alan İlk 5 Makalenin Görünümü

Sayı	Makale Başlığı	Yazar	Yıl	Yayın Yeri	Atıf Sayısı
1	Post-postfeminism?: new feminist visibilities in postfeminist times	Gill, R	2016	Feminist Media Studies	377
2	"Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?": Influencer Selfies as Subversive Frivolity	Abidin, C	2016	Social Media + Society	257
3	"Having it All" on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers	Duffy, B E & Hund, E	2015	Social Media + Society	245
4	Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram	Abidin, C	2016	Media International Australia	240
5	Parasocial Interaction and Parasocial Relationship: Conceptual Clarification and a Critical Assessment of Measures	Dibble, J L, Hartmann, T & Rosaen, S F	2016	Human Communication Research	223

Makalelerin menşei ülkelerine göre aldıkları atıf sayılarına yönelik ağ haritası (citation of countries) oluşturmak amacıyla bir ülkede en az 5 makale yayımlanması ve bu makalelerin de en az 5 atıf alması kriteri uygulanmıştır. Bu kriter sonucunda makalelerin yazarlarının yer aldığı 88 ülke arasından 53 ülke eşik değerini karşılamıştır (Şekil 7.). Yapılan analiz sonucunda söz konusu ülkelerin atıf ağı 6 kümede yoğunlaşmış ve 4522 toplam bağlantı gücü oluşturmuştur. En fazla atıf alan ilk beş ülke sırasıyla ABD (9134 atıf), Avustralya (3286 atıf), İngiltere (2202 atıf), Kanada (1125 atıf) ve Hollanda (928 atıf) şeklindedir. Yayımlanan makale sayısı açısından ise ilk beş sırada ABD (946 makale),

İspanya (225 makale), İngiltere (204 makale), Avustralya (188 makale) ve Kanada (125 makale) ülkeleri yer almaktadır. Atıf sayısı yüksek olan ülkelerin toplam bağlantı gücü açısından da ilk sıralarda yer aldığı tespit edilmiştir.

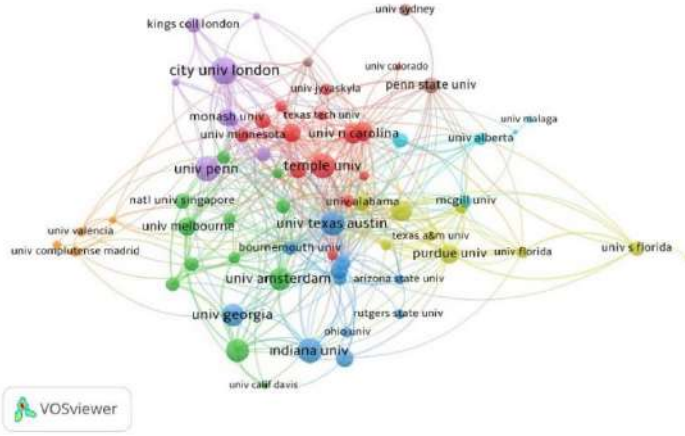
Şekil 7. Ülkelerin Atıf Ağı



Medya ve kadın konusuyla ilgili makale yayımlayan yazarların kurumları arasındaki var olan atıf ağı haritasını (citation of organizations) oluşturmak üzere bir kurum tarafından en az 10 makale yayımlanması ve bu makalelerin en az 10 atıf alması kriteri uygulanmıştır. Bu işlem sonucunda, toplamda 1437 kurum arasından 66'sı eşik değerini karşılamış ve analiz bu kurumlar üzerinden gerçekleştirilmiştir (Şekil 8.). Eşik değerini karşılayan kurumlar 8 kümede toplanmış ve 1206 toplam bağlantı gücü oluşturmuştur. Kurumların atıf ağına ilişkin diğer veriler, ortak

yazarlık-kurumlar arası iş birliği ağına ilişkin verilerle aynı çıkmıştır.

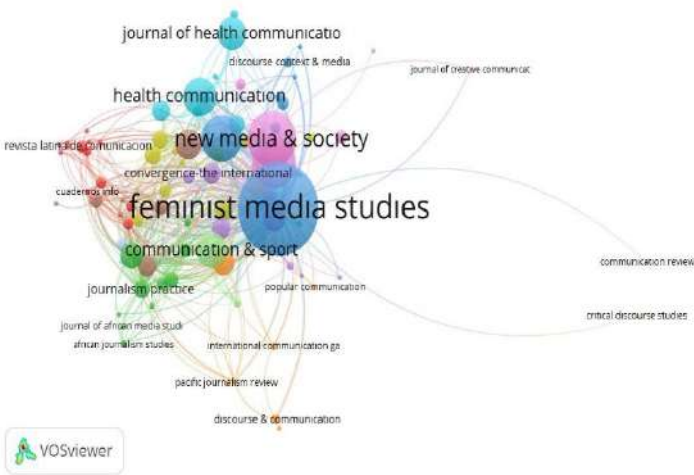
Şekil 8. Kurumların Atıf Ağı



Konuyla ilgili hangi dergilerin daha etkin olduğunu tespit edebilmek ve dergiler arası atıf ağını (citation of sources) ortaya çıkarabilmek amacıyla bir derginin en az 5 makale yayımlaması ve bu makalelerin en az 5 atıf alması kriteri uygulanmıştır. Bu işlem sonucunda toplam 205 dergi arasından 101'i eşik değerini karşılamış ve atıf ağı haritası bu dergiler üzerinden oluşturulmuştur (Şekil 9.). Eşik değerini karşılayan dergiler 14 küme etrafında toplanmış ve 2930 toplam bağlantı gücü oluşturmuştur. En fazla makale yayımlayan ilk beş dergi sırasıyla Feminist Media Studies (385), International Journal of Communication (66), New Media & Society (64), Health Communication (62) ve Social Media + Society (59) şeklindedir.

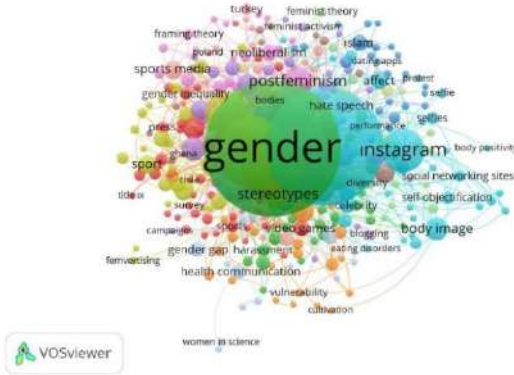
En fazla atıf alan ilk beş dergi sırasıyla Feminist Media Studies (3285), New Media & Society (1447), Social Media + Society (1250), Information, Communication & Society (1067) ve Health Communication (778) olarak belirlemiştir. Toplam bağlantı gücü en yüksek dergiler ise makale ve atıf sayısı en yüksek olan dergilerle büyük oranda aynıdır. Buna göre Feminist Media Studies isimli derginin hem yayımladığı makale sayısı hem de söz konusu makalelere almış olduğu atıflar açısından medya ve kadın konusuyla ilgili etki değeri en yüksek yayın kaynağı olduğunu ifade etmek mümkündür. Yanı sıra yukarıda da ifade edildiği gibi medya ve kadın konusunu ele alan makalelerde feminizm tartışmalarının popüleritesinin oldukça yüksek olduğu da söylenebilir. Zira konuyla ilgili makalelerin ana tartışma eksenlerinden birini cinsiyetçilik oluşturmaktadır. Bu durum, anahtar kelimelerin analizi bölümünde net bir biçimde görülmektedir.

Şekil 9. Yayın Kaynaklarının Atıf Ağı



Medya ve kadın konulu makalelerin daha çok hangi açılardan ele alındığını ve tartışıldığını tespit etmek amacıyla anahtar kelimelerin ağ haritası (co-occurrence of all keywords) ortaya çıkarılmıştır. Bu doğrultuda, bir anahtar kelimenin en az 5 farklı makalede geçmesi kriteri uygulanmıştır. Filtreleme sonucunda, 2429 makalede kullanılan toplam 5839 anahtar kelime arasından 380'i eşik değerini karşılamış ve ağ haritası bu anahtar kelimeler üzerinden oluşturulmuştur (Şekil 10.). Eşik değerini karşılayan anahtar kelimeler arasında en fazla kullanılan on anahtar kelime sırasıyla cinsiyet (407), sosyal medya (328), kadın (156), medya (132), feminizm (127), gazetecilik (94), Twitter (77), Instagram (76), içerik analizi (75) ve ırk (59) şeklindedir. Eşik değeri (5) çerçevesinde az kullanılan on anahtar kelime ise sırasıyla genç yetişkinler, kadınların güçlendirilmesi, STEM'de³ kadınlar, Weibo, görsel çerçeveleme, başörtüsü, Tumblr, güven, trollmek ve ulus ötesi feminizm şeklindedir.

Şekil 10. En Fazla Kullanılan Anahtar Kelimeler Ağı



³ STEM, Science, Technology, Engineering, Mathematics kelimelerin baş harflerinden oluşan bir kısaltmadır.

Sonuç

İletişim çalışmaları alanında medya ve kadın ilişkisini konu edinen son on yıldaki makalelerin bibliyometrik analiz yöntemiyle nasıl bir görünüm arz ettiğini tespit etmek amacıyla kaleme alınan bu bölümde, konuyla ilgili zengin bir literatürün var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öyle ki verilerin toplanması amacıyla WoS'ta gerçekleştirilen ilk arama sonucunda medya ve kadın konusunda kırk bini aşkın yayının olması bu durumun açık bir göstergesidir. Akademik yayınlar nezdinde konuya ilişkin en yoğun rağbetin ise iletişim çalışmaları alanında gösterildiği tespit edilmiştir. Zira WoS'ta gerçekleştirilen ilk arama sonucunda en fazla yayının iletişim kategorisinde olduğu bulgulanmıştır. Söz konusu kategoride son on yılda kaleme alınan makalelerin sayısı da azımsanmayacak düzeydedir. Düzenli bir artış grafiğine sahip olan makalelerin önümüzdeki yıllarda da artış göstermeye devam edeceği açıktır. Bu itibarla, iletişim çalışmalarının merkezinde bulunan medyanın, kadınlarla ve onların problemleriyle yeterli düzeyde ilişkilendirilerek akademik çalışmalara konu edinildiğini söylemek mümkündür.

Yapılan analizler neticesinde 88 farklı ülkeden medya ve kadın konusuna ilişkin makalenin yazıldığı saptanmıştır. Konuyla ilgili en fazla makale yayımlanan ve bu makalelerin birbirleri arasında en fazla atıf ağı bulunan ülkelerin ABD, İspanya, İngiltere, Avustralya, Hollanda ve Kanada oldukları tespit edilmiştir. Makalelerin yazarlarının yer aldıkları kurumlar ise yine bu ülkelerde eğitim-öğretim faaliyetlerini sürdüren üniversiteler olarak belirmiştir. Bu doğrultuda en fazla makalenin yayımlandığı kurumlar University of Texas at Austin (ABD), Indiana University (ABD), University of Maryland (ABD), Complutense University of Madrid (İspanya) ve Pennsylvania State University şeklinde

bulgulanmıştır. En fazla atıf alan kurumlar ise City, University of London (İngiltere), Temple University (ABD), Indiana University (ABD), University of Pennsylvania (ABD) ve University of Texas at Austin (ABD) olmuştur.

Medya ve kadın konulu makalelerin tek bir coğrafi merkezde yoğunlaşmadığı, dünyanın hemen her bölgesinden araştırmacı konuya ilgi duyduğu tespit edilmiştir. Özellikle modernleşme deneyimleri daha hızlı tamamlanan ve bu bağlamda daha modern atfedilen ülkelerin, kadın ve medya ilişkisine yönelik akademik ilgisi dikkat çekmektedir. Zira gerek geleneksel gerekse dijital medyanın ortaya çıkışı ve kurumsallaşma süreci söz konusu ülkelerde daha hızlı olmuş, bu çerçevede medyadaki mevcut problemler hususların yasal düzenlemeleri daha erken sayılabilecek dönemlerde devreye sokulmuştur. Daha kurumsallaşmış ve kurumlaşmış medya ekosistemlerine sahip ülkelerde kadının konumuna ilişkin tartışmaların diğer ülkelere kıyasla yoğun sürdürülmesi, bu ülkelerdeki medya ve kadın ilişkisinin sağlıklı bir şekilde gelişim kaydetmediği sonucunu doğurmayabilir. Ne var ki konunun akademik açıdan konsantre bir ilgiye sahip olması en azından söz konusu ülkelerdeki bazı problemlerin devam ettiğine de işaret etmektedir.

Türkiye özelinde bakıldığında, medya ve kadın ilişkisini konu edinen makalelerin, -ilk sıralarda yer alan ülkeler dışarıda tutulduğunda- diğer ülkelere kıyasla ortalamanın üzerinde bir sayıya sahip olduğu görülmektedir. Bu itibarla denilebilir ki Türkiye’de medya ve kadın konusuna ciddi bir akademik ilgi duyulmaktadır. Bu ilginin temel sebeplerine ilişkin, veriye dayalı somut bir değerlendirmede bulunmak bu çalışma açısından mümkün gözükmesinde de bazı çıkarımlarda bulunmak olasıdır. Yapılan gözlemler neticesinde Türkiye’de kadına ve kadınların haklarına

yönelik yaklaşımların ve uygulamaların problemlili olması ve bu problemlerin medyaya yansıyan boyutlarıyla devam etmesi, konuyla ilgili araştırma yürüten akademisyenlerin de dikkatini çekmektedir. Türkiye özelinde kadınların yaşamış oldukları problemlere medya odağında dikkat çekilmesi ve çözümüne ilişkin araştırmalar yapılması ise oldukça kıymetlidir.

Yazarların etkinliğine yönelik gerçekleştirilen analizler neticesinde medya ve kadın konusunda en fazla makale kaleme alan yazarlar John Paul Wright, Shota Robert Tokunaga, Silvia Knobloch-Westerwick, Jennifer Stevens Aubrey ve Steven Eggermont olarak çıkmıştır. Konuyla ilgili en fazla atıf alan yazarlar ise Rosalind Gill, Crystal Abidin, Jasmine Fardouly, John Paul Wright ve Brooke Erin Duffy olarak tespit edilmiştir. En fazla makale yayımlayan yayın kaynaklarına ilişkin analiz sonucuna bakıldığında *Feminist Media Studies*, *International Journal of Communication*, *New Media & Society*, *Health Communication* ve *Social Media + Society* gibi dergilerin ön plana çıktıkları görülmektedir. En fazla atıf alan dergiler ise *Feminist Media Studies*, *New Media & Society*, *Social Media + Society*, *Information, Communication & Society* ve *Health Communication* şeklinde çıkmıştır.

Anahtar kelimeler ağı analizi sonucunda medya ve kadın ilişkisini inceleyen makalelerin en çok cinsiyet meselesini konu edindikleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte, konunun geleneksel medyadan çok dijital medya veya daha özeldir sosyal medya ekseninde ele alınması dikkat çekmektedir. En sık kullanılan anahtar kelimelerde sosyal medya platformlarının isminin bulunması bu durumu kanıtlamaktadır. Konunun geleneksel medyaya kıyasla dijital medya eksenine oturtulmasında elbette dijitalleşmenin etkisiyle artan dijital mecraların çokluğu önemli bir etkindir. Zira bu mecraların kullanıcı sayısı ve kullanım süresi

geleneksele kıyasla her geçen gün artmakta ve haliyle kadınların yaşamış oldukları problemlerin bu mecralar üzerinden deneyimlenme potansiyeli de güçlenmektedir. Öte yandan feminizm tartışmaları da medya ve kadın konulu makalelerin önemli gündem maddelerinden birini oluşturmaktadır. Nitekim konuyla ilgili en çok makale yayımlayan ve en çok atıf alan yayın kuruluşunun Feminist Media Studies olması bu durumun somut bir göstergesidir. Kadınların medyada özellikle reklamlarda ve haberlerde temsili, sunuluş biçimi, stereotipleştirilmesi gibi hususlar da medya ve kadın ilişkisini konu edinen makalelerde yoğunluklu olarak kullanılan anahtar kelimeler arasında yer almaktadır.

Netice itibarıyla bu çalışmada, iletişim çalışmaları alanında son on yılda yayımlanan medya ve kadın konulu makalelerin bibliyometrik veriler ışığında nasıl bir görünüm arz ettiği ortaya konmuştur. Konuyla ilgili çalışma yapmak isteyen araştırmacıların -bu çalışmada tespit edilen bulgular ışığında- alanda etkili olan kurumlara, yayın organlarına, yazarlara, yayımlanan çalışmalara ve özellikle en çok ve en az kullanılan anahtar kelimeler ışığında konunun nasıl ele alındığına bakarak hareket etmeleri faydalı olacaktır. Zira yapılacak sonraki çalışmaların daha özgün olması ve alandaki boşluğu doldurması, konuyla ilgili mevcut yazının doğru bir şekilde analiz edilmesine bağlıdır.

Kaynakça

- Abidin, C. (2016). "Aren't these just young, rich women doing vain things online?": Influencer selfies as subversive frivolity. *Social media+society*, 2(2). <https://doi.org/10.1177/2056305116641342>.
- Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*, 161(1), 86-100.
- Alankuş, S. & Yanardagolu, E. (2016). Vacillation in Turkey's popular global TV exports: Toward a more complex understanding of distribution. *International Journal of Communication*, 10, 17.
- Alkan, N. (2016). New trends in the representation of women in contemporary media culture: a critical analysis of three women empowering advertising campaigns. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (24), 119-143.
- Antunovic, D. & Bartoluci, S. (2023). Sport, gender, and national interest during the Olympics: A comparative analysis of media representations in Central and Eastern Europe. *International Review for the Sociology of Sport*, 58(1), 167-187.
- Appel, M. & Weber, S. (2021). Do mass mediated stereotypes harm members of negatively stereotyped groups? A meta-analytical review on media-generated stereotype threat and stereotype lift. *Communication Research*, 48(2), 151-179.
- Ardito, L., Scuotto, V., Del Giudice, M. & Petruzzelli, A. M. (2019). A bibliometric analysis of research on Big Data analytics for business and management. *Management Decision*, 57(8), 1993-2009.
- Bajri, I. & Alqurayqiri, A. (2022). the rescue discourse: representations of saudi women in the western media. *World Journal of English Language*, 12(8), 450.
- Baloğlu, E. (2022). İslami basında kadın imgesi. Konya: Tablet Kitabevi Yayınları.
- Beasley, M. & Silver, S. (1977). *Women in Media: A Documentary Source Book*.
- Bornmann, L. & Mutz, R. (2015). Growth rates of modern science: A bibliometric analysis based on the number of publications and cited

- references. *Journal of the association for information science and technology*, 66(11), 2215-2222.
- Brinkman, B., Khan, A., Jedinak, A. & Vetere, L. (2015). College women's reflections on media representations of empowerment. *Psychology of Popular Media Culture*, 4(1), 2-17.
- Carter, C., Branston, G. & Allan, S. (Eds.). (1998). *News, gender, and power*. Psychology Press.
- Chaudhari, D. D. & Pawar, A. V. (2021). Propaganda analysis in social media: A bibliometric review. *Information Discovery and Delivery*, 49(1), 57-70.
- Collins, R. L. (2011). Content analysis of gender roles in media: Where are we now and where should we go?. *Sex Roles*, 64, 290-298.
- Cramphorn, M. (2011). Gender Effects in Advertising. *International Journal of Market Research*, 53, 147-170.
- Crossley, A. D. (2015). Facebook feminism: Social media, blogs, and new technologies of contemporary US feminism. *Mobilization: An International Quarterly*, 20(2), 253-268.
- Demir, Y. & Ayhan, B. (2022). Being a female sports journalist on Twitter: Online harassment, sexualization, and hegemony. *International Journal of Sport Communication*, 15(3), 207-217.
- Demirhan, K. & Çakır-Demirhan, D. (2015). Gender and politics: Patriarchal discourse on social media. *Public Relations Review*, 41(2), 308-310.
- Derenne, J. L. & Beresin, E. V. (2006). Body image, media, and eating disorders. *Academic Psychiatry*, 30, 257-261.
- Dibble, J. L., Hartmann, T. & Rosaen, S. F. (2016). Parasocial interaction and parasocial relationship: Conceptual clarification and a critical assessment of measures. *Human Communication Research*, 42(1), 21-44.
- Dominick, J. R. & Rauch, G. E. (1972). The image of women in network TV commercials. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 16(3), 259-265.
- Dowling, G. (1980). Female Role Portrayal: An Exploratory Analysis of Australian Television Advertising. *Media International Australia*, 17, 3-70.

- Döring, N. & Mohseni, M. R. (2019). Fail videos and related video comments on YouTube: a case of sexualization of women and gendered hate speech?. *Communication Research Reports*, 36(3), 254-264.
- Duffy, B. E. & Hund, E. (2015). "Having it All" on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers. *Social Media + Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115604337>
- Ellegaard, O. & Wallin, J. A. (2015). The bibliometric analysis of scholarly production: How great is the impact?. *Scientometrics*, 105, 1809-1831.
- Gauntlett, D. (2008). *Media, gender and identity: An introduction*. Routledge.
- Ghaffari, S. (2022). Discourses of celebrities on Instagram: digital femininity, self-representation and hate speech. *Critical Discourse Studies*, 19(2), 161-178.
- Gill, R. (2016). Post-postfeminism?: New feminist visibilities in postfeminist times. *Feminist media studies*, 16(4), 610-630.
- Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. Harper & Row.
- Grabe, S., Ward, L. M. & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological bulletin*, 134(3), 460.
- Guo, F., Ye, G., Hudders, L., Lv, W., Li, M. & Duffy, V. G. (2019). Product placement in mass media: a review and bibliometric analysis. *Journal of Advertising*, 48(2), 215-231.
- Guo, J., Zhang, Z., Song, J., Jin, L., Yu, D. & Liao, S. (2022). Femvertising and Postfeminist Discourse: Advertising to Break Menstrual Taboos in China. *Women's Studies in Communication*, 45, 378-398.
- Heradio, R., De La Torre, L., Galan, D., Cabrerizo, F. J., Herrera-Viedma, E. & Dormido, S. (2016). Virtual and remote labs in education: A bibliometric analysis. *Computers & Education*, 98, 14-38.
- Hogue, J. V. & Mills, J. S. (2019). The effects of active social media engagement with peers on body image in young women. *Body image*, 28, 1-5.

- Hoxha, I. (2016). The representation of the woman in the media discourse in albania. *Social and Natural Sciences Journal*, 10(1).
- Infanger, M., Bosak, J. & Sczesny, S. (2012). Communitality sells: The impact of perceivers' sexism on the evaluation of women's portrayals in advertisements. *European Journal of Social Psychology*, 42, 219-226.
- Jackson, S. (2018). Young feminists, feminism and digital media. *Feminism & Psychology*, 28(1), 32-49.
- Johannessen, J. (2002). Alternative Representations of Women in the News. *Nordicom Review*, 23, 263-276.
- Kaffash, S., Nguyen, A. T. & Zhu, J. (2021). Big data algorithms and applications in intelligent transportation system: A review and bibliometric analysis. *International Journal of Production Economics*, 231, 1-15.
- Kristina, D. & Ramadona, M. (2019). The representation of women's ceo image in online media. *Lingua Cultura*, 13(3), 201-207.
- Liao, H., Tang, M., Luo, L., Li, C., Chiclana, F. & Zeng, X. J. (2018). A bibliometric analysis and visualization of medical big data research. *Sustainability*, 10(1), 166.
- López-Guimerà, G., Levine, M. P., Sánchez-Carracedo, D. & Fauquet, J. (2010). Influence of mass media on body image and eating disordered attitudes and behaviors in females: A review of effects and processes. *Media Psychology*, 13(4), 387-416.
- Lourenço, M. (2016). Gender equality in media content and operations: articulating academic studies and policy – a presentation. *Studies in Higher Education*, 41, 927-931.
- Mahmoud, A., Ahmad, A. K., Safori, A., Eid, Y. N. A. & Al Tawalbeh, A. (2023). The Effect of Television and Electronic Advertisements on The Mental Image of Women Among A Group of Female Media Professionals. *Studies in Media and Communication*, 11(3), 31-46.
- Martins, A. (2022). Feminism, Leadership, and Social Media: The Feminists From the Nigerian# EndSARS Protests. *International Journal of Social Media and Online Communities (IJSMOC)*, 14(2), 1-18.

- Mavin, S., Elliott, C., Stead, V. & Williams, J. (2016). Women managers, leaders and the media gaze. *Gender in Management an International Journal*, 31(5-6), 314-321.
- McRobbie, A. (2020). *Feminism and the politics of resilience: Essays on gender, media and the end of welfare*. John Wiley & Sons.
- Mendes, K. (2015). *Feminism, Activism and Media*. Leicester: Palgrave Macmillan.
- Miller, S. H. (1975). The content of news photos: Women's and men's roles. *Journalism Quarterly*, 52(1), 70-75.
- Mongeon, P. & Paul-Hus, A. (2016). The journal coverage of Web of Science and Scopus: a comparative analysis. *Scientometrics*, 106, 213-228.
- Moniz, T. (2012). *Women in the Margins: Media Representations of Women's Labour in the Canadian Press, 1935-1945*. Toronto Metropolitan University. Thesis.
- Nas, A. (2022). "Women in Mosques": mapping the gendered religious space through online activism. *Feminist Media Studies*, 22(5), 1163-1178.
- Nusair, K., Butt, I. & Nikhashemi, S. R. (2019). A bibliometric analysis of social media in hospitality and tourism research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(7), 2691-2719.
- O'Brien, A. (2019). *Women, inequality and media work*. Routledge.
- Patterson, M., O'Malley, L. & Story, V. (2009). Women in advertising: Representations, repercussions, responses. *Irish Marketing Review*, 20(1), 9-22.
- Pertiwi, K. & Mulya, T. (2022). Mistresses, mothers, and headscarves: media representations of women in corruption scandals in Indonesia. *Feminist Media Studies*, 23(5), 2135-2151.
- Posbergh, A., Andrews, D. L. & Clevenger, S. M. (2023). "Willpower knows no obstacles": examining neoliberal postfeminist messaging in Nike's transnational advertisements for women. *Communication & Sport*, 11(4), 724-743.

- Razack, S. & Joseph, J. (2020). Misogynoir in women's sport media: race, nation, and diaspora in the representation of Naomi Osaka. *media Culture & Society*, 43(2), 291-308.
- Saad, G. (2004). Applying evolutionary psychology in understanding the representation of women in advertisements. *Psychology & Marketing*, 21(8), 593-612.
- Shalaby, M. & Alkaff, S. N. (2019). A Cross-Cultural Study of the Representation of Women in Instagram Cosmetic Advertisements. *International Journal of Gender and Women's Studies* 7(2), 58-67.
- Siswati, E. (2019). Women's attitude towards representation of women domestication in advertisement. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 32(1), 80-94.
- Spitzer, B. L., Henderson, K. A. & Zivian, M. T. (1999). Gender differences in population versus media body sizes: A comparison over four decades. *Sex Roles*, 40(7-8), 545-565.
- Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y. & Potenza, M. N. (2020). Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction. *Computers in Human Behavior*, 113, 106480.
- Trolan, E. J. (2013). The impact of the media on gender inequality within sport. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 91, 215-227.
- Tuchman, G. (1979). Women's depiction by the mass media. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 4(3), 528-542.
- Ulug, O. M., Odag, O. & Solak, N. (2020). Voices Against Misogyny in Turkey: The Case of a Successful Online Collective Action Against a Sexist Commercial. *International Journal of Communication*, 5575-5597.
- Vaast, E. (2020). A Seat at the Table and a Room of Their Own: Interconnected processes of social media use at the intersection of gender and occupation. *Organization Studies*, 41, 1673-1695.
- Verma, S. & Gustafsson, A. (2020). Investigating the emerging COVID-19 research trends in the field of business and management: A bibliometric analysis approach. *Journal of Business Research*, 118, 253-261.

- Ward, L. M. (2016). Media and sexualization: State of empirical research, 1995-2015. *The Journal of Sex Research*, 53(4-5), 560-577.
- Ward, L. M. & Grower, P. (2020). Media and the development of gender role stereotypes. *Annual Review of Developmental Psychology*, 2, 177-199.
- Wood, J. T. (1994). Gendered media: The influence of media on views of gender. *Gendered lives: Communication, Gender, and Culture*, 9, 231-244.
- Yumitro, G., Febriani, R., Roziqin, A. & Indraningtyas, A. (2023). Bibliometric analysis of international publication trends on social media and terrorism by using the Scopus database. *Frontiers in Communication*, 8, 1140461.

Türk Sinemasında Namus Olgusunun Kadın Üzerinden Temsili:

“Yürek Yarası” ve “Kurbağalar” Filmlerinin Analizi

Aslı KÖSEOĞLU*

Giriş

Sinema insanın yaşamına ayna tutan tarafı, yönlendirici yönü, toplumsal gerçeklikleri yeniden inşa etmesi ve hayalleri anlatma gücüyle ön plana çıkmış bir sanat dalıdır. Düşlerin, düşüncelerin ve gerçeklerin paylaşıldığı bu mecra; sözlerin bellekle harmanlanarak somut görüntülere dönüştüğü bir mekân olarak yaşamda belirleyici bir rol üstlenmektedir.

Türkiye’de sinema başlangıçtan bugüne değin değişik dönem ve aşamalardan geçerek gelişimini sürdürmüştür. Özellikle 1980’de askeri yönetimle birlikte ortaya çıkan yasaklamalar ve etkin denetimlere maruz kalan Türk sineması, bireyin sorunlarına da yönelmeye başlamıştır. Kadının birey olabilme, evlilikte erkekten beklentiler ve toplumun kadına bakışına ilişkin düşünceler etrafında kurgulanan filmlerde ciddi bir atış söz konusu olmuştur (Kuyucak Esen, 2019: 43). Elbette bu dönemde eski tarz filmler de çekilmeye devam etmiştir fakat kadını ne iyi ne kötü, cinsel duyguları da olan bir insan gibi işleyen filmler ön plana

* Arş. Gör. Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ORCID: 0000-0003-0180-7730, aslikoseoglu@atauni.edu.tr.

çıkmiştir. Birey olma sorununda ilk öne çıkan konu ise “kadın” olmuştur (Doğan, 2013: 9-10). Bu bağlamda “namus” konusu da kadın üzerinden sıkça işlenmiş ve kadının bireyselliği ile toplumun beklentileri farklı perspektiflerden ele alınmıştır.

Namus kavramı, farklı toplumlarda farklı biçimlerde algılanmakla birlikte çoğunlukla eril olanın denetimi altında tutulan ve kadınlıkla ilişkilendirilen bir kavramdır. Çünkü ataerkil ideolojilerde cinsel farklılıklara dair anlamlar kadının toplumdaki yeri, kadınsılığın gizemi ve buna benzer konulara ilişkin hakikatlerin ardına gizlenmektedir (Öztürk, 2000: 86). Özellikle söz konusu toplumda kadın kimliği olduğunda namus, kadın cinselliğiyle örtüşmekte ve kavramın cinsiyetçi birtakım tortularla örüntülü olduğu görülmektedir. Türk sinemasında da özellikle bu yönleriyle dikkat çeken namus olgusu, birçok yönetmen tarafından beyaz perdeye taşınmıştır. Mevcut literatüre katkı sunması hedeflenen bu çalışmada, namus kavramı erkek tahakkümü ve toplumsal bakış açısı bağlamında ele alınmış; çalışma kapsamında “dulluk” ve “bekâret kaybı” kavramları odağında seyirciyle buluşan 1982 yapımı “Yürek Yarası” ve 1985 yapımı “Kurbağalar” filmleri eleştirel söylem çözümlemesiyle incelenmiştir.

1980’lerin Türk Sinemasında Kadın Kimliği

Sinema bir taraftan toplumsal gerçeklikleri perdeye taşırken bir taraftan da kurguladığı gerçekliklerle toplumun değişip dönüşmesini sağlamakta; bu durum da toplumda var olan kimliklerin ne derece ve nasıl perdeye yansıdığı sorusunu akla getirmektedir. Çünkü her ülkenin ulusal sineması o coğrafyaya ilişkin izler taşımakta dolayısıyla da temsil edilen ya da edilemeyen kimliklerin işleniş biçimi sosyo-politik bakımdan dikkat çekmektedir (Kanlı vd., 2019: 94-95). Temsil kavramı bu noktada gerçek

dünyada var olan şeyleri kodlayan veya yansıtan bir süreç olmaktan ziyade anlamlandırma sürecine anlam üreterek katılabilen ve anlamların yeniden üretilerek değişimine neden olan bir inşa süreci olarak da görülmektedir (Çelenk, 2005: 81). Türk sineması da bu tarz kültürel ve ideolojik içerikleri yansıtmaması, gerçekliklerden kesitler sunması, inandırıcılığın ve özdeşleşmenin yaratılabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Abisel, 2005: 295). Söz konusu filmlerde kadın olmaya geldiğinde ise kadın kimi zaman anlaşılması zor, edilgen, bağımlı ve cinsel bir nesne olarak beyaz perdeye yansıtılmakta kimi zaman da bağımsız, güçlü ve özgür olmanın simgesi olarak ön plana çıkarılmaktadır (Öztürk, 2000: 221).

Özellikle 1960'lı yıllarda oluşmaya başlayan ve "feminizmin ikinci dalgası" olarak adlandırılan dönemle birlikte yaşanan kadın hareketleri, bireylerin medyada nasıl temsil edildiğinin açığa çıkarılmasını tetiklemiştir. Bu dalganın Türkiye'ye ulaşması 1980'li yılları bulmuştur (Gevher Öz ve Seçen, 2019: 471). Bahsi geçen hareketin "ikinci dalga" adını almasının temel nedeni ikinci dalganın "Birinci Dalga Feminist Hareketi" in merkeze aldığı kadınların temel hak ve özgürlük arayışının ötesine geçerek cinsellik, beden, annelik gibi özel alana hapsedilen konulara odaklanmasıdır (Yerlikaya, 2020a: 3).

1980'e kadar olan süreçte özellikle Yeşilçam olarak adlandırılan dönemde melodram türündeki filmler sıklıkla üretilmiş; bu filmlerin temelinin aşk eksenine yerleştirildiği görülmüştür. Moran, melodram türündeki filmlerin özelliklerini "Genç kız ile erkeğin arasında aşkın doğuşu, sevgililerin ayrı düşürülmesi, sevgililerin birbirine kavuşabilmek için verdikleri savaşım, evlilik ya da ölümle bitiş" (Moran, 1994: 36) olarak ifade etmiştir.

Melodram filmler üzerine araştırma yapan Agocuk ise bu tür Yeşilçam filmlerinde karakterlerin zengin-fakir, iyi-kötü gibi keskin biçimde zıtlıklar üzerinden sunulduğuna, kaderci bakış açısının kadın üzerinden sürdürüldüğüne ve filmlerin sonunda mutlu sonun (evliliğin) gerçekleştiğine dikkat çekmiştir (Agocuk, 2012: 177-178). Bahsi geçen klişedeki iyi ise kamusal alandan ziyade aile içerisinde temsil edilen eşine sadık ve kendisini çocuklarına adayan “namuslu” kadına işaret etmektedir.

80’li yıllardan önce Türk sinemasındaki kadın tipolojisi çoğunlukla erkeğin arzu nesnesi olarak sunulmuş, filmlerdeki anlatı ve temsiller bu arzu nesnesine temsili sahip olabilme üzerine kurulmuştur. Bahsi geçen temsili sahip olabilme durumu bazen sevgiyle bazen de şiddetle gerçekleşmiştir (Yerlikaya, 2020b: 1291). Öztürk’e göre, sanat ürünlerinde kadının sadece cinsel nesne olarak ya da sadece özel alana hapsedilmiş gibi gösterilmesi sorunludur çünkü birey farklı temsiller aracılığıyla yaşama farklı bir pencereden bakabilmeyi öğrenebilmektedir. Ancak filmlerde kadınlar, özel alan yerine kamusal alanda temsil edildiğinde bu tek başına “olumlu” bir temsil anlamına gelmemekte; burada önemli olan, kadın hangi alanda gösterilirse gösterilsin anlatılmak istenilen olayın niteliğinin ne olduğudur (Öztürk, 2000: 699).

1980 sonrası Türk sinemasında karakterlerde oldukça öznel entelektüel bakışın getirdiği psikolojik yoğunluk ön plana çıkmış; 12 Eylül 1980 darbesiyle birlikte bireyin aidiyet krizi ve yabancılaşmasını anlatan filmler yükselişe geçmiştir. Bu filmlerdeki karakterler apolitize olmuş, bütünle ilişkisini koparmış, kendisine ve yaşadığı çevreye yabancı bireylere dönüşmüş; bu durum da seyircinin ana karakterlerle özdeşleşmesini

zorlaştırmıştır (Civelek, 2017: 18; Saydam, 2017: 49). Ayrıca 80'li yıllarda sansürün bir türlü engelleyemediği seks güldürüleri 12 Eylül yasaklarını delememiş ve dolayısıyla sinema salonlarında seks filmleri gösterilmemiştir. Seks filmleri yerini köyden göçüp gelen yeni kentlilerin duygularına hitap eden arabesk filmlere bırakmıştır (Kuyucak Esen, 2016: 179-180). Bu dönemde yükselişe geçen kadın hareketlerinden askeri rejim rahatsızlık duymaması ve sinemada güçlü ve bağımsız kadın temalarına odaklanılmıştır (Yerlikaya, 2020a: 95). İyi ve kötü kadın temsillerinin net bir biçimde birbirinden ayrıldığı karakterler yerlerini her iki özelliği de belirli ölçüde bünyesinde barındıran tek kadınlı filmlere bırakmıştır. Bu filmlerde kadının toplumsal konumu, ona yüklenen roller nedeniyle yaşadığı sorunlar, kendisine ve çevresine yabancılaşması pahasına sistemle uyumlu olma çabaları işlenmiştir (Kalkan'dan akt Çetin Özkan, 2012: 80).

80'li yıllarda çekilen filmlerde kadına bakış iki farklı perspektiften gerçekleşmiştir. Bunlardan ilki arabesk ve ticari amacı ön planda tutan Yeşilçam filmleridir. Yeşilçam filmlerinde kadın tipleri iki uçtadır; iyi uçtaki melek kadınlar ve kötü uçtaki şeytan kadınlar. İkinci kategorideki filmlerde ise kadınlar artık tıpkı gerçek yaşamdaki insan gibi iyi ve kötü özellikleri bir arada bulunduranlar olarak temsil edilmiştir (Kuyucak Esen, 2019: 44).

Türk sinemasında kadının temsil biçimi 1980'lere kadar eril bir dile işaret etmektedir. Dilin bu tür cinsiyetçi kullanımında eril düşünce kalıpları ön plana çıkarılmıştır. Bu düşünce kalıplarında erkekler egemen, muktedir, mert, cesur, güç ve iktidar sahibi karakterler olarak tasvir edilirken kadınlar ise güçsüz, korkak, pasif, itaat eden ve sinsi bireyler olarak kurgulanmıştır. 1980'li yıllardan sonra mevcut eril dil sorgulanmaya başlanmış

ve 2000'li yıllara kadar devam eden bu süreç, hem eril dilin belirgin olduğu hem de kadının konumunu tartışmaya açan ve dolayısıyla kırılma yaratan filmlere sahne olmuştur. Sinemada kadın konulu eleştirel filmler dikkat çekmiş; yalnız ve mutsuz biçimde temsil edilen kadınlar kendi ayakları üzerinde durmalarıyla perdeye yansıtılmıştır (Doğan, 2016: 53; Tombul, 2019: 185-186). Dolayısıyla bu dönemde Türk sinemasında kadın konusu son derece önem kazanmıştır. Ticari kaygılarla çekilen filmlerde klasik Yeşilçam anlayışı sürdürülürken diğer filmler gerçekçi bakış açısıyla ele alınmıştır. İyi-kötü, zengin-fakir gibi uç noktalarda yer alan kadın karakterlerinde adeta dönüşüm yaşanmış; kadınlar çocuklarının anası, evinin ve erkeğinin kadını, el değmemiş namus abidesi olmanın dışına çıkarak cinselliğiyle erkeğini baştan çıkaran, yuva yıkan, şeytani vampirler olarak da seyirciyle buluşmuştur. Bu dönemde çekilen filmlerde kadınlar; çalışan, düşünen, sevişen, farklı konumlarda bulunan, iyi ve kötü olma özelliklerini bir arada taşıyabilen gerçekçi yönleriyle beyaz perdeye taşınmış; gerçekçi kadın karakterlerle toplumsal eleştiri yapılmaya çalışılmıştır (Kuyucak Esen, 2016: 181). Tüm bu farklılıklara rağmen Yerlikaya'nın da belirttiği gibi, kadın temsilleri 1980'li yıllardan sonra ev içi üretimden kamusal alana kayarak daha güçlü ve bağımsız olarak sunulmuşsa da eril hegemonyanın (Yerlikaya, 2020b: 1291) ve geleneksel rollerin tortularından tam anlamıyla arınamamıştır.

Toplumsal Cinsiyet Girdabında Biçimlenmiş Bir Rol: Kadınlık

İnsanı biyolojik olarak erkek- dişi olarak ayırmaktan ziyade kadınlara ve erkeklere toplumsal olarak yüklenen sosyo-kültürel, ekonomik, politik ve davranışsal farklılıkları ve

sorumlulukları ifade eden toplumsal cinsiyet kavramı, özünde kadın ve erkek olma biçimine gönderme yapmaktadır. Yaşamın birçok alanına sirayet eden toplumsal cinsiyet kalıpları adeta bir zorunluluk olarak işleyiş gösterdiğinden reddedilmeyi kaldırmamakta ve reddedenleri toplumdan dışlayarak ötekileştirmeyle tehdit etmektedir (Sevindi, 2017: 109). Toplumsal cinsiyet, kadınlar ve erkekler için oluşturulmuş rol ve beklentileri içermekte; toplum tarafından yazılı ya da yazılı olmayan kurallar çerçevesinde şekillenmektedir. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet kalıpları ise kadınlık ve erkekliğin öğrenilmesiyle sürdürülen; özünde bireylere toplumsal olarak giydirilen rollerdir. Kadına ve erkeğe ona biçilen kalıpların dışına çıkmaması noktasında baskı uygulayan toplumsal cinsiyet, bu yönüyle ataerkilliği ön plana çıkararak geleneksel rollerin sürdürülmesine hizmet etmektedir. Köseoğlu ve Arslan'a göre (2023: 197), kadın toplumsal cinsiyet rollerine karşı bir direnç gösterdiğinde ise ötekileştirme ya da dışlanma sorunlarıyla karşı karşıya kalabilmektedir.

Ataerkillik kadını erkeğin karşısında güçsüz olarak nitelendirmekte, erkeği ise ayrıcalıklı ve üstün olarak kabul etmektedir. Kadın ve erkeğin arasındaki farklılıkların biyolojik temelli olduğu görüşünün aksine ataerkillik toplamlar, toplumsal cinsiyet kalıplarıyla eşitsizlikleri ve ayrımcılıkları meşrulaştırmaktadır. Toplumsal cinsiyet kadının alanının özel alan olarak ifade edilen "ev" olduğu görüşünü desteklemekte; kamusal alanın yani çalışma hayatının erkeğin alanı olduğu savıyla hareket etmektedir. Walby (1990: 94), ataerkilliğin iki tür olduğunu ileri sürmektedir. Bunlardan ilki olan özel (private) ataerkillik, bizzat ev içindedir ve erkeğin evdeki kadını doğrudan denetimi altında tutmasını açıklamaktadır. İkinci tür kamusal yani kurumsal alanda ortaya

çıkan özel alan dışındaki ataerkilliktir. İki tür ataerkillikte de değişmeyen ana unsur kadının erkek tarafından tahakküm altına alınmasıdır.

Cinsiyet farklarına ilişkin zihinsel şemalardan yola çıkılarak erkeklerden fiziksel yönden kuvvetli ve dayanıklı olmaları, sorunlarını çözme noktasında şiddete başvurmaları, cesur olmaları, duygularından ziyade mantıklarıyla hareket etmeleri, bağımsız olmaları, sorumluluk almaları, güçlü ve sarsılmaz bir kişiliğe bürünmeleri vs. beklenmektedir. Kadınlığa ilişkin zihinsel şemalara göre ise kadınlardan duygusal olmaları, sevecen ve şefkatli olmaları, uyumlu ve itaatkâr davranmaları beklenmektedir. Fiziksel güzelliklerine de önem vermesi gereken kadınlar, fedakârlık yapmalı ve duygularını ortaya koymaktan korkmamalıdır. Erkekler lehine işleyen hiyerarşik iktidar ilişkisini benimseyen ataerkil toplumlarda erkeğin payına güç ve başarı, kadına ise uyumluluk ve edilgenlik düşmektedir (Köse, 2019: 200-201).

Geleneksel düzende kadının bir erkeğe yönelik aşkı ve cinsel arzularını açık bir şekilde ifade etmesi hoş karşılanmamakta; cinsel arzunun ifadesinde dilin ve eril kültürün getirdiği kısıtlamalar hâkim olmaktadır. Cinsel arzu aktif bir biçimde erkek tarafından ifade edilmekte ve hiyerarşik düzende cinsel arzuya yönelik ilk adım erkekten beklenmektedir (Doğan, 2016: 59). Köylerde genellikle ataerkil sistemin yürürlükte olduğuna dikkat çeken Arat'a göre, töreler büyük bir bağlılıkla uygulanmakta, cinselliğe açılım kesinlikle yasak olarak kabul edilmektedir. Evlilik dışı ilişkilere yönelme en çok günah sayılan ve cezalandırılması gereken eylemlerin başında gelmektedir. Karar vermede erkek egemenliği sürmekte, kadınlar örtünmekte, konuşmamaktadır (Arat, 1986: 156). Geleneksel kadınlık rollerinin sürdürüldüğü bu

ve benzer ataerkil toplumlarda, kadın ve erkek arasındaki roller belirgin biçimde ayrılmakta; kadınlar haklarının değil görevlerinin bilincinde bir biçimde yaşamlarını sürdürmektedir.

“Kadının sosyal konumu onun bedensel varlığını koruma üzerine kurulmuştur. Biyolojik yapısı gereği erkekten daha zayıf olduğu düşünülen kadının buna dayalı gerçeklerle toplumun belirli alanlarından yalıtılması söz konusu olmuştur. Erkeğin kadını koruyan bir varlık olarak nitelenmesi kadın üzerinde tahakküm alanı yaratılmasını da beraberinde getirmiştir. Böylelikle kadın aile içi işlerle meşgul olan, eşi ve çocukları için var olan ve ailenin erkekleri tarafından korunması gereken nesnel bir konumda bulunmuştur” (Öztaş, 2018: 2). Özel alanda kalan kadının ev içi yükümlülükleri daha çok temizlik yapmak, bulaşık yıkamak, yemek yapmak, çocukların bakımını üstlenmek gibi sorumluluklardır. Tüm bunları koşulsuzca yerine getiren kadın aynı zamanda eşine de koşulsuz itaat göstermekle yükümlü görülmektedir. Kültürel bir kurgu olarak da dikkat çeken kadınlık rollerinin davranışlara yansımaları beklenmekte; kadının toplum içerisinde yüksek sesle konuşmaması, gülmemesi veya bir erkeğin namusu olarak kabul görmesi beklenmektedir. Kadının toplumda sadece özel alanla sınırlandırılması ise onun ikincil planda kalmasına neden olmaktadır.

Eril Olanın Denetim Aracı Olarak “Namus” Kavramı

Kökeni Yunanca’da “nomos” sözcüğüne dayanan “namus” kelimesi dilimize Arapça’dan geçmiştir (Ecevitoglu, 2012: 282). Etimolojik olarak “nomos” sözcüğü iktidar, kanun, kural anlamlarına gönderme yapan “nema” sözcüğünü açıklamakta; aynı zamanda da erkeğin sahip olduğu otlak alan ve o alanın üzerindeki hayvanları ifade etmektedir. Yani “namus” kelimesinin

kökeninde “sahiplenmek” anlamı yatmaktadır (Nişanyan’dan akt Doğan, 2016: 28-29). Türk Dil Kurumu sözlüğünde namus kelimesi; “Bir toplum içinde ahlak kurallarına ve toplumsal değerlere bağlılık, iffet” ve “dürüstlük, doğruluk” olarak tanımlanmaktadır (<https://sozluk.gov.tr/>). Türkçede “namus” sözcüğü yaygın olarak cinsel ahlaki ifade etmek için kullanılmalarının yanı sıra “namuslu iş adamı”, “namuslu memur” gibi söylemlerle de dikkat çekmektedir. Bu örneklerde sıfat olarak kullanılan namus/namuslu ifadesi; haksız kazanç elde etmekten kaçınan, alının teriyle parasını kazanan, doğruluk ve dürüstlük gibi ifadelerle gönderme yaparak hem kadına hem de erkeğe ilişkin ahlaki erdemleri açıklamaktadır. Fakat “namuslu kadın” ifadesi ilk olarak kadının cinsel ahlak kurallarına bağlılığını akla getirmektedir. “Namusuyla çalışan kadın” dendiğinde bile akla ilk gelen onun rüşvet almaktan ya da hırsızlık yapmaktan uzak durması değildir. Bunlara ek ve ilk olarak kadının hayat kadını olmadığı ya da işini yaparken bundan maddi kazanç elde etmek uğruna cinselliğini ön plana çıkarmadığı düşüncesidir. Kısacası “namus” sözcüğü Türkçede kadın için çoğunlukla cinsel ahlaki vurgulamak için kullanılmaktadır (Ecevitoglu, 2012: 305-306).

Akrabalığa dayalı toplumlarda grubun üreme süreci tamamen üyelerin cinsel davranışlarına bağlı olup cinsellik denilen bireysel eylem tüm topluluğun denetimi ve kontrolü altına alınmaktadır. Namus hem bir kişinin diğerleri karşısında konumunu hem de kişinin kendi içerisinde sahip olduğu değeri belirlemektedir. Dolayısıyla “namus” terimi hem kadın hem de erkek için kullanılmakta ve bu terim bireyin toplum tarafından belirlenmiş erillik ve dişillik kurallarına göre yaşama kabiliyetini açıklamaktadır. “Namus” kelimesi her ne kadar iki cinsiyet için

kullanılsa da toplumsal cinsiyete dayalı ayırım burada da baş göstermektedir. Örneğin “namussuz erkek” ifadesi güvenilir ve gerek kendi cinselliği gerekse sorumluluğu altındaki kadınların cinselliği üzerindeki sorumluluklarını yerine getiremeyen erkek anlamına gelirken bir kadının namusu ise yalnızca kendi cinselliği ile bağlantılıdır (Sirman, 2006: 48-49).

Erkeğin cinsel üremedeki rolü ve babalık statüsünün ön plana çıkarılmasıyla üreme olgusu sadece erkeğin yeteneğine bağlanmakta; bu durum da eril düzenin kadın bedeni üzerinde kurduğu kontrolün ve kadınlar için ön gördüğü ikincil statünün somut göstergesi olarak dikkat çekmektedir (Doğan, 2016: 25). Namus kavramı ataerkil toplumlarda erilin denetimine tabi bir olgu olarak kabul edilmekte ve bu yönüyle toprak anayla özdeşleştirilen kadın bedeni erkek denetimi altında tutulması gereken bir nesne olarak görülmektedir.

Kadın için şeref korunabilir veya kaybedilebilir bir kavramdır; zira ataerkil toplumlarda kadının erdemi bekâret ve sadakatle ölçülmektedir. Kendileri zayıf olduğu gibi zaafların da kaynağı olduğu düşünülen kadınlar, şerefin bedene bürünmüş hali olarak nitelendirilmektedirler ve her daim dışarıdan gelebilecek saldırılara açıktırlar (Bourdieu, 2016: 69). Şerefle ilişkilendirilen namus kavramı da doğrudan kadın cinselliğiyle ilişkili olarak kabul edilmektedir. “Namus kadın için cinsel saflık, erkek için ise dürüstlük ve kadının cinsel saflığını korumak olmuştur. Kadının cinselliği erkekle paylaşmış olmasına rağmen erkeğin bedeninden sorumlu tutulmaması, kadının sorumluluğunu artırmaktadır” (Öztaş, 2018: 3). Doğan’a göre, toplumlarda kadınlardan birinin namusuna yönelik olarak ortaya çıkan tehdit durumu, topluluğun tümünün namus ve kimliğinin karalanması

anlamına gelmekte ve bu durum tehdidin bir an önce ortadan kaldırılması gerektiğine ilişkin bir baskıyı da ortaya çıkarmaktadır (Doğan, 2016: 28). Kadın açısından namus kavramı, kadınların uymakla yükümlü olduğu cinsel kurallara gönderme yapmaktadır. Bu kurallar ise kadınların evlenene kadar bekâretini koruması ve evlendikten sonra da başka erkeklerle cinsel ilişki kurmaması anlamlarına gelmektedir (Hamzaoğlu ve Konuralp, 2019: 53).

Kadının namusunu koruması cinselliğinden utanma süreciyle başlamakta; bu utancın ve onun oluşturduğu namus algısının kaynağı ise yine kadın olarak dikkat çekmektedir (Tahincioğlu, 2011: 78). Toplumsal yaşamda erkek açısından namus; karısının, kızının, kız kardeşinin, annesinin veya akraba kadınların cinsel saflığını ifade etmektedir. Bu durum erkeğin namusunu korumak adına da güç kullanmasını meşru kılmakta; erkek, namusuna saldıran erkeğe şiddetle karşılık verebilmektedir (Hamzaoğlu ve Konuralp, 2019: 54).

Ecevitoglu'na göre, toplumun cinsel ahlak kodu olarak nitelendirilen namusun nihai hedefi kadının cinselliğini topluluğun ahlak kuralları sınırları içerisinde deneyimlemesini sağlamak ve daha net bir ifadeyle "ırzını" korumaktır. Namus cinayetlerine bakıldığında ise durumun bunun daha ötesine geçtiği açıkça görülmektedir. Bu bağlamda "namusu kirlettiği" ileri sürülen davranış veya eylemin sadece cinsel ilişkide bulunmayla sınırlı olmadığı bir gerçekliktir. Örneğin kadının topluluk dışından bir erkekle görüşmesi, diğer kadınlarla dışarı çıkması, radyoda adının anons edilmesi hatta sık sık dışarıda dolaşırken görülmesi namus cinayetlerinin gerekçeleri olarak sunulmaktadır. Çünkü bu bahsi geçen sosyal etkinlikler kadının cinselliğini topluluğun

onaylamayacağı bir kişiyle yaşama ihtimalini doğurmakta bu da toplumsal açıdan tehlike olarak kabul edilmektedir. Buradan hareketle söylenebilir ki; kadının namus koduyla, bekâretini korumak ya da cinselliğini yalnızca topluluğun koyduğu sınırlar çerçevesinde yaşamasını istemek, onu gündelik yaşamın birçok etkinliğinden uzak tutabilmektedir. Dolayısıyla namus kavramı cinsellik içeren eylemlerin yanı sıra cinsel ilişki deneyimiyle sınırlı olmayan davranış kurallarını da kapsamaktadır. Bu anlamda namus ifadesi şemsiye bir kavram olarak topluluğun namusunun kadın bedeninde vücut bulmuş halini açıklamaktadır (Ecevitoglu, 2012: 315). Evlilik gibi kurumlar kadın bedeninin ve üreme potansiyelinin rıza faktörüne dayalı olarak kontrol altına alınmasına hizmet etse de bu kurumların varlığı kadın bedeni üzerindeki şiddet ve zor kullanma gereksinimlerini tam anlamıyla ortadan kaldırmaya yetmemiştir (Doğan, 2016: 61). “Erkeği şerefli veya şerefsiz yapan kadının iffeti, namusudur. Kadın iffetsiz davranmışsa, erkek, onu öldürerek şerefini kurtardığına inanır ve çevresinin de kendisinden bunu beklediğini kabul eder. İşte törenin buyurduğu namus anlayışı erkek açısından budur” (Hamzaoglu ve Konuralp, 2019: 54).

Toplumda namuslu kadın evinde olandır... Dışarıda bir başına gezmeyendir. Dışarıda yalnız olan kadının denetleyicisi eril olandır. Evinin ihtiyaçlarını karşılamak dışında dışarıda olan kadının başına gelebileceklerden sorumlu olan ise kadının ta kendisidir. Ayrıca tüm bunlardan hareketle söylenebilir ki; kadın bedeni namus çerçevesinde denetim altında tutularak korunması gereken bir nesne haline dönüşmekte ve bu süreç de erkeklikle ilişkilendirilmektedir. Kadının “erkeğin namusu” olarak nitelendirildiği toplumlarda kadın bir birey olarak algılanmaktan

ziyade erkeğin uzantısı olarak görülerek bahsi geçen denetim toplumsal cinsiyet kalıplarıyla normalleştirilmektedir.

Namusun Gerekliği: Bakire Olmak

Bekâret, gündelik yaşamın birçok alanına sirayet eden bir kavramdır. Biyopolitika gereçlerinden biri olarak dikkat çeken bu kavram, kadın bedeninin kontrolünün somut bir göstergesidir. Bekâret Arapça kökenli bir kelime olup Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde "kızlık", "saf, temiz olma durumu" ifadeleriyle açıklanmaktadır. Sözlükte konuya örnek olarak da "Hangi erkek aşk yapmadan evlendiği kızıdan tam bir bekâret beklemez?" cümlesi verilmiştir. Buna paralel olarak "bakire" kelimesi ise; "cinsel ilişkide bulunmamış (dişi), kızıoğlan, kızıoğlankız" anlamlarına gelmektedir. Kavrama ilişkin olarak da "Bu mahallede bakire kızları bakkal dükkânına bile yollamıyorlar" cümlesi kullanılmıştır (<https://sozluk.gov.tr/>).

İnsan neslinin devamı için kadının üreme potansiyeli, kadın bedeninin toplumsal bir denetime tabii tutulmasına neden olmuştur. Neslinin devamını sağlamak isteyen erkeğin evliliği, doğacak çocukların kendi soyundan geldiğini garanti altına aldığından emin olduğu ve evlendikten sonra da emin olmaya devam edeceği kadınla evlenmesine bağlıdır. Erkek için bunu sağlamanın yolu bakire bir kadınla evlenmek ve evlendikten sonra da karısının yanına diğer erkekleri sokmamaktan geçmektedir. Bunu amaçlayan erkek bekâret konusuna oldukça önem vermekte, bakire bir kadınla evlendikten sonra da kadının cinsel sayılabilecek tüm davranışlarını kontrol altında tutmaya çalışmaktadır. Bu isteğin hayata geçirilmesini kolaylaştıran sistem ise ataerkilliktir (Doğan, 2016: 21).

Toplumda “kız olmak” ve “kadın olmak” gibi iki ayrı tanımlama biçimi söz konusu olup bu kavramlar sadece medeni hal ile bağdaştırılmamaktadır. Ayrıca kız olmaktan kadın olmaya geçilen süreç gerdek gecesinin gerekliliklerinin sağlanmasıyla da tamamlanmaktadır. Burada bahsedilen durum bekâret kavramının içeriğini de doldurarak evliliğin kadına statü sağlamasıyla ilişkilendirilmektedir (Gillian’dan akt Öztaş, 2018: 13).

Kızlık zararının yitirilişi kadın fiziolojisinde önemsenmeyecek ölçüde küçük bir değişimi ortaya koyarken toplumlar bu zara çok derin anlamlar yüklemiştir. Hatta bu zar bazen namusun tek göstergesi olarak düşünülmüştür (Dinçer, 2007: 52). “Bekâret dediğimizde ne kastettiğimiz, tıpkı özgürlük dediğimiz de ne anlatmak istediğimiz gibi geçici, göreceli ve toplum tarafından belirlenmiştir... Dindarlık ve tensellikte olduğu gibi çoğu zaman bekâretin bize, kişinin ahlakı, kişiliği ve tinselliği hakkında bilgi verdiğine inanırız[...]sırf etten çok daha öte bir şey olduğunu kabul ederiz.... Bekâret şimdi ya da geçmişte başkalarıyla cinsel teması girmemekle tanımlanan insana özgü cinsel bir konudur...” (Blank, 2012: 49). Bekâretin evliliğe kadar korunması gerektiğine ilişkin önem ve kabul, bazı yörelerde gerdek gecesinde kanlı çarşaf sergilenmesi ritüelinin sürdürülmesine neden olmakta; bakire olduğunu kanıtlayamayan bir kadın ise rezil edilme, hor görülme, aşağılanmanın yanı sıra namus cinayetine dahi maruz kalabilmektedir (İlkaracan ve Seral’dan akt Dinçer, 2007: 60). “Kadının bekâretini imleyen kanı sergileme arzusu, baskı ve denetlemenin salt devlet ve erkek kaynaklı olmadığını; aynı zamanda kadınlar arası kontrolü göstermesi bakımından da anlamlıdır. Namus, toplumdaki her bireyin bir başkasını denetlemek için kullandığı araçlardan biri olarak şekillenir” (Kalav,

2012: 160). Bir kadında bekâretin yokluğu onda fiziksel anlamda bir sorun yaratmamaktadır. Dolayısıyla bekâret meselesi fizyolojik bir konu olmaktan ziyade kültürel yönden dikkat çekmektedir. Kadının doğrudan namusuyla ilişkilendirilen bu kavram, pek çok kültür ve toplumda hâlâ önemini korurken erkeğin toplumsal olarak kadın bedeninin denetleyicisi olmasına zemin hazırlamaktadır.

Bir Damgalanma Durumu: Dul Olmak

Türk Dil Kurumu Sözlüğünde dul kavramı; “Eşi ölmüş veya eşinden boşanmış kadın veya erkek” olarak tanımlanmaktadır (<https://sozluk.gov.tr/>). Dul kadın kimliği toplumda bir kadın kimliğidir ve ataerkil sistemde katı beklenti ve davranış örüntüleriyle donatılmıştır. Toplumsal olarak inşa edilen dul kadın kimliği, nikâhlı kadının (resmi veya dini) eşinin evlilik akdi içerisinde yaşamını yitirmesi (Sallan Gül ve Bayram, 2018: 36) veya kadının eşinden boşanması sonucunda edindiği kimliktir. Kadının dul kalması başta evlilik olmak üzere farklı kurumlarla dizginlenmiş kadın cinselliğinin başıboşluğuna gönderme yapmakta ve dolayısıyla toplumsal manada problemleri bir statüyü işaret etmektedir. Dul kadın cinselliği yaşamış yönüyle ve artık onu denetleyebilecek bir otoritenin yokluğuyla toplumda adeta bir tehdit unsuru olarak görülmektedir (Doğan, 2013: 11).

Geçmiş yıllarda eşi ölen veya eşinden ayrılan kadın ve erkeklerin kimliklerinde “dul” ifadesi yer almıştır. Kimliklerden her ne kadar bu sıfat kaldırılmış olsa da toplumda eşi ölen veya eşinden boşanan kadın hâlâ “dul” olarak nitelendirilmektedir. “Dullük” ibaresinin kaldırılması 90’lı yılların sonunu bulurken toplum bu kadınlardan mevcut düzeni bozmayacak şekilde yaşamasını beklemektedir. Yas tutma, cinsel perhiz, dış görünüşe

önem vermeme, boyun eğme gibi tutum ve davranışlar bunların başında gelmekte; dul kadın olarak yaşamak zorluklarla mücadele etmeyi gerektirmektedir. Evlenmek teşvik ediliyorsa da dul bir kadının gelin olarak aileye dahil olması farklı sorunları tetiklemektedir. Dulluk özünde kadın cinselliğini çağrıştıran, görünür kılan ve çoğunlukla olumsuzla nitelendirilen bir durum olarak işaretlenmektedir (Doğan, 2013: 12).

Dul kadınlardan çoğunlukla koyu renkte ve dikkat çekmeyecek kıyafetleri tercih etmeleri ve başlarını evli kadınlardan farklı bağlayarak sokağa çıkmaları beklenmektedir (Sever ve Özgün Başbüyük, 2009: 143). “Dul kadınlardan beklentiler ataerkil cinsiyetçi rol ve beklentilerle biçimlenmekte, namuslarını korumak, çocuklarının başlarında kalmak ve her tür fedakârlığı göstermek gibi diğer kadınların da uyması gereken eril kural ve davranış kalıplarının yanında eşin ölümü sonrasında yeniden evlenmeleri de beklenmektedir” (Sallan Gül ve Bayram, 2018: 36). Dul kadınlar namuslarını koruma amacıyla özellikle dedikodulara mahal vermemek noktasında diğer kadınlardan daha fazla hal ve hareketlerine dikkat etmeye mecbur bırakılmaktadırlar. Kendisini toplumda yalnız hisseden ve sosyalleşmekten mahalle baskısı nedeniyle uzak durma meyli gösteren bu kadınlar, maddi zorluklarla baş etmek zorunda kalmakta kimi zaman da çeşitli güvensizlikler ve baskılarla boğuşmaktadırlar. Örneğin kadınlar evlilik hayatları devam ederken katıldıkları etkinlikleri ya da görüştükları kişileri dulluk süreçlerinde sınırlandırabilmekte veya dedikodulara fırsat vermemek adına giyim kuşamları konusunda daha tutucu davranışlar sergileyebilmektedirler.

Yöntem

Araştırmada eleştirel söylem çözümlemesi yapılmıştır. Eleştirel söylem çözümlemesi güç ile söylem arasındaki ilişkiye odaklanmakta; toplumdaki egemen grup ya da kurumların konuşma veya metinler aracılığıyla gücün kötüye kullanımını meşrulaştırmasını açığa çıkarmayı hedeflemektedir. Söylemin ardında yatan ideolojiyi dil bilim temelli ele alan bu yaklaşım, toplumdaki güç ilişkilerini ve bu ilişkiler çevresinde ortaya çıkan eşitsizlikleri, algılama ve anlamlandırma biçimlerini, eylemlerin niteliğini, cinsiyet ve grup sınıflandırmasındaki temsillerde söylemin niçin o şekilde olduğuna yönelik değerlendirmeleri içermektedir (Kantarcıoğlu, 2006: 105).

“Yürek Yarası” ve “Kurbağalar” filmlerinde kadın bedeninin denetim altında tutulma biçimi olan namus teması, bekâret ve dulluk olgularıyla ele alındığından bahsi geçen sinema filmleri çalışmanın örneklemini olarak belirlenmiştir. Ayrıca filmlerin 1980’li yıllarda çekilmiş olması ve her iki filmde de ataerkil ideolojinin yoğun kalıntılarına rastlanılması bu filmlerin çalışmaya dâhil edilmesi noktasında diğer belirleyiciler olmuştur. Her iki film de eleştirel söylem çözümlemesi ile incelenmiştir.

“Yürek Yarası” Filminin Konusu

1982 yapımı olan “Yürek Yarası” filminin senaryosunu Memduh Ün yazmış; filmin yönetmenliğini ise Orhan Elmas yapmıştır. Dram kategorisinde yer alan filmin başrollerinde Kadir İnanır (Davut) ve Serpil Çakmaklı (Zeynep) ve Reha Yurdakul (Mustafa) oynamıştır (https://www.imdb.com/title/tt0492410/?ref=fn_al_tt_1). Davut, saldırlıkla geçinen ve annesiyle yaşayan fakir bir adamdır. İşinde gücünde olan Davut karakteri, dürüst ve namuslu biridir ve köyün güzel kızlarından

Zeynep'e gönlünü kaptırmıştır. Zeynep'in de kendisini sevdiğini düşünen Davut, ona hediyeler gönderir, yakınlık kurmak için sık sık kızın yoluna çıkar yine de kıza bir türlü açılmaz. Bu esnada Zeynep'in gönlü köyün zenginlerinden olan Haydar Ağa'nın oğlu Mustafa'dadır. Ayrıca Zeynep'in babası Recep'in Haydar Ağa'ya yüklü miktarda borcu vardır ve dolayısıyla kızını ona gelin vermek işine gelir. Haydar Ağanın Zeynep'i oğlu Mustafa'ya istettiğini duyan Davut öfke içinde Zeynep'i kaçırmak için fırsat kollar. Köyde yapılan bir düğünden Zeynep'i zorla kaçıran Davut, kızın kendisini sevmediğini öğrenince onu serbest bırakır. Hem Zeynep'in ailesi hem köy hem de Mustafa onun bu kaçırılma sürecinde bekâretini kaybettiğini düşünür. Adına "kara leke" sürülen Zeynep'in namusu dile düşer. Haydar Ağa da kaçırıldıktan sonra adı lekelenen Zeynep'i oğluyla evlendirmekten vazgeçer. Dedikodulardan ve kötü muamele görmekten yorulan Zeynep çare olarak Mustafa'ya kaçar. Mustafa kıza nikâh kıymak yerine Cennet Ev denilen genelevde onunla yaşar ve bir süre sonra da Zeynep'i orada tek başına bırakarak kötü yola düşürür. Bunları öğrenen Davut ise Zeynep'i oradan kurtarır ve sevdiği kadının namusunu temizlemek için Mustafa'yı köy meydanında öldürür. Filmin sonunda Davut cezaevinden çıkarak namusunu temizlediği Zeynep'e kavuşur; Zeynep Davut'un elini öper ve birbirlerine sarılırlar.

"Yürek Yarası" Filminin Analizi

"Yürek Yarası" filmi namus olgusuna dayandırılarak örüntülü olarak "bekâret" teması üzerinden işlenmiştir. Filmin birçok sahnesinde ataerkil bakış açısının kadını adeta bir nesne olarak gören yönü ele alınır; Zeynep karakterinin yaşadıklarına boyun

eğen tarafı kadının toplum tarafından güçsüz olarak algılandığı yönüyle ilişkilendirilir.

Filmin ilk sahnelerinde kızı Zeynep'i kumaş ve ip satan köylüsüyle konuşurken gören babası Rıza sinirlenir; "Hadi kız, ne eğlenip duruyorsun burada" diye ona bağırır. Zeynep de "Pekiye babam, eve gidiyorum" der. Geleneksel Doğu ve Batı'da evin alışverişi gibi hane halkına fayda sağlayacak konular dışında sokakta dolaşan kadınlar hoş karşılanmamakta ve neden sokakta olduklarının her zaman bir açıklaması olmak zorundadır. Evin alışverişi, bakımı, temizliği dışında gezip eğlenmek için sokakta bulunan kadın, toplumsal cinsiyet rolleriyle çelişmektedir. Güvenli bir sığınak olarak atfedilen ev bu durumda aynı zamanda bir hapisanedir. Evinde olmayarak ona dayatılan hayatı kabul etmeyen ve başkaldıran kadının başına gelebilecek tüm felaketlerin tek sorumlusu kadının kendisidir (Pekerman, 2012: 25-26). Bu sahneyle kadının dışarıda olmasından rahatsızlık duyan babası, onun üzerindeki otoritesini bağırarak kurar ve kızının güvenli liman olan "eve" gitmesini sağlar. Babasına itaat eden Zeynep, evinin yolunu tuttuğu için namusunu koruyarak hanesine söz getirmez.

Bir başka sahnede Haydar Ağa Zeynep'in babası Recep'i evine çağırır. Recep odadan içeri girdiğinde kahve içmeye devam eden Haydar Ağa yerinden dahi kalkmaz. Küçümseyici tavırlarla adamın kendisine olan borcunun senetlerini masaya bırakmasını söyler ardından da adamın borcuna karşılık olarak ondan kızı Zeynep'i oğluna ister. Recep son derece mutlu bir halde; "Bana söz mü düşer? Cemşir oğlu Haydar Ağa'ya gelin olmak ne demek? Kapına köle olsun" diyerek kızını Mustafa'yla evlendirmeye o an karar verir. Bu sahnede evlilik gibi son derece

önemli bir konuda kadının fikrinin dahi sorulmadığı görülür. Babanın borçlarına karşılık olarak kızını evlendirilmeyi kabul etmesi, ataerkil toplumlarda kadının alınıp verilebilen bir meta olarak düşünüldüğü savını destekler. “Köle olmak” deyimini ise Türk Dil Kurumu Sözlüğünde; “Tam bir doğruluk ve özveri ile bağlanarak bütün isteklerini yerine getirmeye hazır olmak” (sozluk.gov.tr) anlamına gelmektedir. Kızını evlendirirken böylesi bir ifade kullanan baba, ona bir insan ve özünde de bir kadın olarak değer vermediğini gösterir. Bu durum kadının ataerkil toplumlarda ikincil konumda olduğunun somut bir göstergesi olması bakımından dikkat çekicidir.

Zeynep’i katıldığı düğünden zorla kaçırın Davut; “Saçından çekip sürüverdim işte” diyerek Zeynep’e gülümser. Davut’un bu ifadesiyle erkeklik kültürünün ana bileşenlerinden olan şiddet ve zor kullanma normalleştirilir, kadının rızasına bakılmaksızın onu bir yerden bir yere zorla götürmek eril güç ile ilişkilendirilir. Zeynep onu değil Mustafa’yı sevdiğini söylediğinde ise Davut, aşkı kalbine gömerek Zeynep’i serbest bırakır. Zeynep tekrar baba ocağına dönerken komşuları onu görür; “Zeynep geliyor. Hangi yüzle döner baba ocağına? Namusu gitti” sözlerini kullanırlar. Baba ocağından zorla kaçırılan Zeynep’in artık bakire olmadığı ve dolayısıyla namusunu yitirdiği düşüncesi bu sahneye pekiştirilir. Doğan’a göre (2016: 45), kadının bedenini ve aslında cinselliğini kötülüklerin kaynağı veya aile için bir tehdit olarak görme anlayışı toplum nezdinde bu sahneye karşılık bulur. Küçük Durur ve Yılmaz’a göre ise kadının bedeni ve cinselliği üzerinden muhafaza edilen ya da kaybedilen namus, kadının toplumsal yaşamdaki konumunu da etkilemektedir (Küçük Durur ve Yılmaz, 2022: 111).

Her şeyin bıraktığı gibi devam ettiği yanılgısına düşen Zeynep'e ilk darbe ailesinden gelir. Bahçede annesiyle karşılaşan Zeynep'e annesi sorar; "Zeynep, kızım, Zeynebim... Ne oldu? Adı batasınca ne etti sana? Kaçtın mı? De anana. De her bir şeyi" der. Zeynep; "Bir şey olmadı ana. Yalvardım, anlattım halimi. İnsafa gelip bıraktı. Eli elime değmedi" der. Ama ona kendi babası başta olmak üzere kimse inanmaz. Babası Zeynep'i karşısında gördüğünde ona bir tokat atarak şiddet uygulamaya başlar. Zeynep hiçbir şekilde babasına karşı koyamaz. Ecevitoglu'nun da belirttiği gibi burada namus koduyla denetlenen kadının bedeni ve cinselliğidir. Çünkü kadın bu noktada şeref ve namusun taşıyıcısıdır. Erkek yani baba figürü burada şerefini kendisinde cisimleştiren ve namusu korumakla yükümlü olan özneye denk düşendir (Ecevitoglu, 2012: 345).

Zeynep daha sonra bekâret kontrolü için babası tarafından ebeye götürülür. "Bekâret ve bekârete yüklenen anlamlar dâhilinde yapılan tıbbi olmayan sosyo-kültürel bekâret muayeneleri, kadınların cinselliklerini hangi sınırlar içerisinde yaşadığına örnektir" (Kalav, 2012: 160). Ataerkil toplumlarda namusu tamamlayan en önemli kavramlardan birisi bekârettir. Namusun bekâretle neredeyse aynı şey olarak tanımlanması bu konuya ilişkin değer ve algıların saptanmasına belirleyicidir (Bora ve Üstün, 2005: 71). "Bekâret sayesinde koca, fiziksel varlığından çok daha önce, bir imge olarak, genç kızın cinselliğini baskı altına alan eril bir güç haline gelir. Kadınlar küçük yaşlarından itibaren henüz tanımadıkları kocalarına karşı sadık kalırlar. Kadınlar evlenmek ve hayatları boyunca sadece evlendikleri erkekle birlikte olmak konusunda, doğdukları ilk günden beri yükümlü olduklarını bilerek büyürler. Bu arada evlenecekleri erkeğin

“himaye” si gerçekleşmeden önce, kadınların bekâretlerinin ve namuslarının devren himayesini baba, erkek kardeşler ve tüm diğer erkek akrabalar üstlenirler” (Dinçer, 2007: 58). Dolayısıyla böylesi bir toplumda çeyiz olarak da nitelendirilen bekâretini kaybettiği düşünülen Zeynep, ailesinin yüzünü yere eğmiş namussuz bir kadındır artık.

Ebeden aldığı “temiz kâğıdını (!)” Haydar Ağa’ya götüren baba Recep, kızının özsaygısını zedelediğinin ve onurunu kırdığının farkında bile değildir. Onura sıkı sıkıya bağlı olan özsaygı kavramı, insanın değerini inkâr eden durumlar karşısında onurunu öne sürerek saygıyı talep edebilmesine olanak sağlar (Ecevitoglu, 2012: 350). Fakat Zeynep bu noktada ataerkil toplumun kendisinden beklediği gibi susan ve sesini çıkarmayarak kederine boyun eğen sorunlu bir kadın temsilidir. Baba Recep’in ise bu esnada tek derdi borçlarına karşılık olarak verdiği kızını karşı tarafın gelin olarak istemeyecek olmasıdır. Dinçer’e (2007: 56) göre, kadınlar bekâretleri nezdinde saflık ve temizliklerini ister evlilik içinde ister evlilik dışında olsun ilk cinsel ilişki esnasında yitirmektedir. Kadın bir kez evlendiğinde eşinden boşanması ya da eşini yitirmesi durumlarında dahi hiçbir zaman bakire bir kızla aynı statüde görülmezler. Bu kadınlar bekâretlerini kaybetmiş oldukları için, potansiyel “namussuz”lar olarak görülürler. Zeynep de bunlardan biridir.

Olay örgüsünde namusunu yitirdiği düşünülen Zeynep’in köyün zorbalıklarından kurtulamayacağını gösteren en önemli sahneler; köydeki erkeklerin ona yavaşlamak istediği kareler ve diğer kadınların onu dışladığı anlardır. Zeynep sevdiği adamı ve ailesini kaybetmenin yanı sıra bir yandan da köylülerle baş etmek zorunda kalır. Kolektif bir zorbalığa maruz kalan kadın,

köydeki diğer kadınlar tarafından taşlanarak; “Köyümüzde onun gibi kahpelerin yeri yok” nidaları eşliğinde köyden kovulur. Zeynep artık köyünde ötekidir. Öteki en genel anlamıyla bizden olmayandır. Bekâretini kaybettiği ön yargısıyla yaklaşılın Zeynep, köy için artık bir tehdittir. Onu kahpe olarak nitelendiren kadınlar, yaftalama yaparak Zeynep’i dışlamışlardır. Bu sahne, kadının kadına uyguladığı psikolojik ve fizyolojik şiddetin ayna tutulmuş halini yansıtır.

Filmin ilerleyen dakikalarında Mustafa’ya gitmek için yola çıkan Zeynep, Mustafa’nın adamları tarafından kandırılarak geneleve götürülür. Filmde ailesinin evinden kaçan bir kızın kötü yola düşeceğine ilişkin algıya da bu sahnele ile vurgu yapılır.

Başına gelenlerden habersiz bir biçimde geneleve giden Zeynep, karşısında Mustafa’yı görünce tüm dertlerinin biteceğini düşünür. Mustafa’ya sorar; “Bana nikâh kıyacak mısın? Adımı temize çıkaracak mısın?” Çünkü Zeynep ve toplum nezdinde evlilik, namusunun temizlenmesi anlamına gelmektedir. Mustafa bu soruları geçiştirerek Zeynep’le birlikte olmaya çalışır, onun bakire olmadığını düşündüğü için kıza hoyratça davranır. Zeynep sesini çıkaramaz, Mustafa amacına ulaşır ve birliktelik gerçekleşir. Mustafa aslında Davut gibi Zeynep’e sevgi duymaz, onun bedenini bir nesneye indirgeyerek onu sadece sahip oluncak bir araç olarak görür.

Zeynep genelevde olduğunu öğrenince etrafı sorgulamaya başlar. Kendisine ne olacağı hakkında Mustafa’ya yeniden sorular sorduğunda Mustafa sinirlenerek; “Yeter be, uzatma gayrı. Malımsın, kadınımsın, vurgunum sana” diyerek Zeynep’e zorla yeniden sahip olur ve adeta onu sindirir. Bu sözlerle ataerkil sistemde kadının erkek sahipliğinde adeta bir mal olarak görülmesi

pekiştirilirken Zeynep'in direnci kırılmaya başlar. Kaderine teslim olan Zeynep alnına kara sürüldüğünü sık sık dile getirerek namusunu yitirdiğine vurgu yapar. Mustafa'nın kendisinden hevesini aldığı ağlayarak söyleyen Zeynep üzgün ve mutsuzdur. Bir süre sonra hayat karşısında çaresizlikten yenik düşer ve genelevde çalışmaya başlar. Bu sahnelerle kadının erkek karşısındaki güçsüzlüğü ve ona bağımlılığı yeniden dolaşıma sokulur.

Zeynep'in geneleve düştüğünü öğrenen Davut, büyük bir suçluluk duyarak Cennet Ev denen mekâna gider ve namusun aktif koruyucusu bir eril olarak (Doğan, 2016: 91) Zeynep'i oradan kurtarır. İlk iş olarak Zeynep'in dudağındaki ruju silen ve ardından onu dereye götürerek yıkanmasını sağlayan Davut, Zeynep'in yaşadıklarından arınmasını sağlamayı amaçlar. Ardından Davut ve üzerinde gelinlik olan Zeynep köye gitmek için yola çıkarlar. Gelinliğin rengi olan beyaz, masumiyet ve saflığın simgesi yani bir nevi kaybedilen bekâret ve namusun telafisidir.

Dönüş yolunda Zeynep, Davut'a duyduğu minnet ile eğilerek onun eline sarılır. Davut bu esnada; "Asıl elini ben öpmeliyim. Sen beni bağışlamalısın. Seni bağışlamak için gelip almadım. Nasıl sevdiysem seni hep öyle sevdiğim için geldim" der. Zeynep de "Beni bağışlamalısın bilemedim" der ve yağmur başlar. Aslında filmde Zeynep'in başına gelenlerin büyük bir kısmı Davut yüzünden gerçekleşir fakat eril olanın tahakkümünü yüceltmek adına kadın, erkekten af dileyen taraf olur. Bu sahnenin ardından yağın yağmur ise yaşanan kötü olaylardan arınmayı ve yeniden doğuşu simgeler biçimde sunulur. Ardından Zeynep'e imam nikâhu kıyan Davut, Zeynep'i "namusu" olarak sahiplenir.

Köye at üzerinde giriş yapan Zeynep ve atın yularından tutan Davut artık karı-kocadır. Zeynep'in yaşadıklarından utanan tavrıyla eğik başını gören Davut; "Başını dik tut. Herkes sende utansın. Helalimdir. Namusu namusumdur" diye bağıarak Zeynep'in artık onun namusu olduğunu tüm köye duyurur. Namus olgusuyla denetlenen kadına, bu sözlerle bedeninin kendisine ait olmadığı ve egemenliği altındaki erkeğin yüzünü kara çıkarmamak adına kendini denetlemesi gerektiği yeniden hatırlatılır (Kalav, 2012: 156). Ayrıca kadın açısından bir erkeğin namusu olmak, erkeğin kadın üzerindeki tahakkümünün ve onun üzerindeki denetiminin en üst hiyerarşik konumudur. Bu konum kadınların cinsel açıdan nasıl yaşayacaklarına dair kuralları açıklar. Bu kurallardan birisi de evli bir kadının başka erkeklerle cinsel ilişkide bulunmayacağıdır (Hamzaoğlu ve Konuralp, 2019: 52).

Zeynep'i geneleve düşüren Mustafa, köy meydanında Davut'la karşılaşır. Zeynep'e yaşattıklarından dolayı Davut herkesin gözü önünde Mustafa'yı öldürerek Zeynep'in namusunu temizler. Bu son, eril olanın namus üzerindeki denetiminin sonuçlarına gönderme yapar ve ataerkil düzende namus uğruna işlenen cinayetleri meşrulaştırmaya hizmet eder. Filmin son sahnesinde aradan yıllar geçer ve Davut işlediği "namus cinayetinin" bedelini ödeyerek hapisten çıkar. Onu bir aracın kasasında boynu bükük vaziyette başı bağlı olarak bekleyen namusu Zeynep karşılar ve ikili kavuşur.

"Kurbağalar" Filminin Konusu

1985 yapımı olan ve dram kategorisinde yer alan "Kurbağalar" filminin senaristi Özden Çankaya, yönetmeni ise Şerif Gören'dir. Filmin başrollerinde Hülya Koçyiğit (Elmas) ve Talat

Bulut (Balkanlı Ali) oynamıştır (https://www.imdb.com/title/tt0457027/?ref_=fn_al_tt_1). Film, Edirne'nin Keşan ilçesindeki bir köyde kocası öldükten sonra dul kalan Elmas'ın zorlu yaşam mücadelesini konu edinir. Film Elmas'ın kocası Halil'in bir sabah köy meydanında yaşamını yitirmesiyle başlar. Sırtından bıçaklanarak hayatını kaybeden Halil'in ölümü şüphelidir. Elmas su meselesi yüzünden köylülerden birinin kocasını öldürdüğünü düşünse de bunu bir türlü kanıtlayamaz. Günler geçer. Kocasız kalan Elmas, küçük oğluyla yaşam mücadelesine başlar. Kocasının bankaya ve kooperatife olan borçlarını ödemek için çalışmak zorunda kalan Elmas domates, biber ve kurbağa toplayarak hayatını sürdürür. Bir yandan da tarlada çalışarak erkeklerin dahi tek başına yapmakta zorlandığı işlerin üstesinden gelmeye çalışır. Bu süreçte köyün delikanlıları dul Elmas'a rahat vermezler. Elmas ise gönlünü adam öldürme suçundan cezaevinde yattıktan sonra köye dönen Balkanlı Ali'ye kaptırır. Ali eskiden beri Elmas'ı sever. Ali'nin Elmas'a duyduğu aşk, Elmas'ın Pehlivan Halil ile evlenmesine ve aradan uzun zaman geçmiş olmasına rağmen bitmez. Kocasının ölümünden sonra dul kalan Elmas'la Ali evlenmek ister. Bu evliliğe ilk önce Ali'nin dul anesi karşı çıkar. Ali ve Elmas büyük bir tutkuyla tek gecelik birliktelik yaşarlar. Bu birliktelikten sonra Ali'nin Elmas'tan hevesini aldığı görülür. Elmas da tıpkı eskiden olduğu gibi kurbağalarla çevrili küçük dünyasında yalnız başına yaşamaya devam eder.

"Kurbağalar" Filminin Analizi

Kurbağalar filminde toplumsal sistem içerisinde en belirgin damgalananlar arasında yer alan dul kadınların dışlanmaları, yaşadıkları tacizler, maruz kaldıkları dedikodular ve dolayısıyla

sosyal hayattan çekilmek zorunda bırakılmaları kısacası zorlu yaşam mücadeleleri açık bir biçimde işlenir. Kocasını Halil'in hayatını kaybetmesiyle birlikte statüsü "evli kadından" "dul kadına" düşen Elmas, köylülerin gündelik yaşama döndüğü cina-yet günü sabahtan akşama kadar kocasının cesedi başında bekler. Kadının bundan sonra yaşamda yapayalnız olduğu gerçeği bu sahneyle pekiştirilir. Ayrıca Elmas o andan itibaren cinselliği deneyimlemiş dul bir kadın olarak köyde bir tehdittir artık.

Filmin başlarında Balkanlı Ali'nin annesi Elmas'ın durumuyla ilgi oğluna şöyle der; "Gördün işte Elmas gelini, şu durumda altı kuzulu bir koyundan farksız o. Allah kimseyi dul komasın". Elmas'ın altı kuzulu koyundan farksız olması ifadesi, kadının bir sürü sorunla bir başına kaldığını vurgulamaya hizmet eder ve dulluğun bir kadının başına gelebilecek en kötü durumlardan biri olduğunu ön plana çıkarır. Bir yandan da bu halin kimsenin başına gelmesini istemediğini dile getiren kadının söylemleri, Elmas'ın bundan sonraki yaşam mücadelesinin haşın olacağına gönderme yapar.

Kocasının gömülmesinin ardından evde toplanan kadınlar Elmas'ın dul haline üzüntülerini dile getirirken bir yandan da dedikoduların başlamasına vesile olurlar. Bu dedikoduların olmaması için de Elmas'a tek yol olarak yeniden evlilik uygun görülür. Kadınlar dulluk durumuna dair cenaze evinde kendi aralarında şu cümleleri kurarlar;

"Zor... Erkeksiz evde neyin tadı olur?"

"Onca borç, onca çeltik... Hepsi onun eline bakar... Ne yap-sın nasıl işin altından kalsın dul başıyla"

"Daha genç, güzel... Evlenir kalkar bu işin altından"

"Kime güvensin, kime gitsin Elmasçık gelin?"

“Evlenmeyip de ne yapacak? Dul kadın eti tatlı olur. Önü erkek ardı erkek artık. Nereye gitse nereye baksa erkek.

“En iyisi evlenip de başını şöyle güvenilir bir yere bağlamak”

“Bu köyde dul başıyla yaşamak zor. Bütün erkeklerin gözü bu tarafa bakar artık”

Elmas ölen kocasının ardından gözyaşı dökerken ve acısı henüz çok tazeyken komşuları onun dul başına ve erkeksiz bu köyde namusuyla yaşayamayacağını dillendirirler. Bu dedikodular arasında geçen; “Dul kadın eti tatlı olur” ifadesi son derece cinsiyetçi ve kadını cinsel bir nesne olarak gören bakış açısının adeta bir yansımasıdır. Ayrıca dedikoduların tamamı toplumun kocası ölen dul kadını potansiyel fahişe olarak görmesiyle ilişkilendirilerek ataerkilliğin çarpık ve köhne bakış açısının dillendirilmiş hali olarak dikkat çeker. Çünkü onlara göre dul kadın kendilerinden olmayandır.

Toplumda evli olmak kadına statü ve saygınlık kazandırırken bir anda erkeğin yaşamını yitirmesiyle dul kalmak ise kadının ortada kalmışlığına ve sahipsizliğine gönderme yapar. “Bu köyde dul başıyla yaşamak zor. Bütün erkeklerin gözü bu tarafa bakar artık” ifadesiyle Elmas’ın sahipsizliğinin bedelini ödemeye başlayacağı da ortaya konur. Çünkü kendisine yönelik gerçekleştirilebilecek potansiyel erkek tacizleri öncelikle komşu kadınlar nezdinde dulluk üzerinden meşru kılır.

Elmas ilerleyen günlerde “Hayat devam ediyor” düşüncesiyle köy çeşmesine gider ve dönüşte Balkanlı Ali ile karşılaşır. Ali ona; “Başın sağ olsun” der. Bu karşılaşma anında başörtüsünü ağzına doğru kapatan Elmas’ın, bir erkekle yan yana görünmekten endişe duyduğu gösterilir. Hızlı adımlarla Ali’nin yanından uzaklaşmaya çalışan Elmas, namusuna laf getirilsin

istememez. Hem giyim kuşamı hem de davranışlarıyla kendini denetim altına alan kadın, içerisinde yaşadığı toplumda huzursuzdur artık. Birazdan yanına başka bir erkek komşusu gelerek; “Elmas bir şeye ihtiyacın olursa söyle. Ben her türlü ihtiyacını hallederim” sözlerini kısık ve erotik bir ses tonuyla söyler. Başka bir gün aynı komşu yine kadının yoluna çıkararak; “Sana para da veriririm. Bir göz kırpsan yeter. Sen şimdi sinirlisindir, istersen sinirlerini de yatıştırırım” der. Erkekler için dulların kolay elde edilebilir bir pozisyonda olduklarına yönelik sorunlu algıyı ön plana çıkarmak için kurgulanan bu sahneyle, sahipsiz kalan ve ekonomik özgürlüğü olmayan kadına sunulan yardım teklifi, aslında ataerkil düzende kadın bedeninin cinsel bir objeye dönüştürülmesini simgeler. Bu yüzden de kolay lokma olarak nitelendirilen dul kadınlar, kadınlar içerisinde en fazla tacizi yaşayanlardır (Şengül, 2016: 170). Elmas’ın medeni halindeki değişiklik gündelik yaşamda da onu zorlamaya başlamıştır artık. Çünkü ataerkil toplumlarda kadının dul kalması evlilikle dizginlenmiş olan cinselliğin başıboş kalmasına eşittir ve dolayısıyla cinselliği yaşayan kadın için artık birliktelik ihtiyaçtır. Elmas’ın komşusu da bu köhne bakış açısıyla ona yanaşma cesaretini gösterir ve Elmas’ın da dul olduğu için bunu kabul edebileceğini düşünür. Elmas rahatsız olduğunu gösteren bir ifadeyle sessizce oradan uzaklaşır.

Filmin bir başka sahnesinde Ali eve gelir. Annesi Elmas’dan uzak durması için onu uyarır ve şöyle der; “Dul kadından hiç kimseye hayır gelmez. Hiç mi hiç güven olmaz. Zaten çeltik yolunda önüne gelen traktöre biniyormuş, herkes konuşuyor.” Dulluk toplumda bir kategori olarak damgalanma biçimidir. Gözden düşmenin bizatihi kendisi için kullanılan damgalama, insan yaşamını zorlaştıran, muhtelif ayrımcılıkların uygulandığı

bir ideoloji inşa eder (Goffman, 2014: 27-32). Ali'nin annesi de Elmas'ın sadece dul olmasından ileri gelen bir ön yargıya sahiptir. Onun kişiliğiyle ilgilenmeyen bu kadın, genelleme yaparak dullara ilişkin mevcut olumsuz kalıpları körüklemeye yönelik sarf ettiği sözlerle aslında Elmas'ı damgalar. Ardından onun önüne gelen herkesle yola çıktığını söyleyerek de denetimden uzak olduğu varsayılan cinselliğine gönderme yaparak Elmas'ın "namussuz" bir kadın olarak nitelendirilmesine zemin hazırlar.

Köyün meydanında toplanan kadınlar Ali ve Elmas'la ilgili dedikodu çıkarmaya başlamışlardır bile... "Dul kısmı baruta benzer, yanacak ateş arar", "Bacağına kaldıran kadın bir daha indirmez" gibi cinsiyetçi ifadeler, yine dul kadınların cinselliğini kıs-kaca almaya yönelik sözler olup eril dilin izdüşümleridir. Bu ifadelerle dul kadınların cinselliğe evli kadınlardan daha düşkün olduğu ve onların iradelerine sahip olma konusunda yetersiz kaldığı düşüncesi dolaşıma sokularak dulluk bir cinsel arayış olarak lanse edilir. Ayrıca Elmas için sürekli olarak tekrar edilen "yılan, güven olmaz, dul kadından hayır gelmez" gibi ifadeler, onun sinsi olduğu ve dul kadınla evlenilmemesi gerektiği algısını destekler (Canpolat, 2019: 81).

Kendisinden beklendiği gibi susmayan ve bir kenara çekilmeyen Elmas, çalışma hayatında "Ben de varım" duruşuyla dikkatleri üzerine çeker. Erkeklerin talip olduğu tarla ve kurbağa toplama işlerini bir başına sırtlanan kadın, aslında erkekler için bu yönüyle de tehdit oluşturur. Çünkü ataerkil sistemde güç ve kamusal alanı ifade eden çalışma hayatı, erkeği tanımlayan bir alandır. Elmas'ın fiziksel güç gerektiren bu işleri yapması mevcut algıyı kıracak türdendir. Elmas tarlasına giden suyu kesen komşusuna başkaldırır ve onunla kavgaya girer. O güne değin

susan kadın tavrı bu sahneyle adeta alt üst olur, çünkü Elmas maruz kaldığı taciz ve haksızlıklardan yılmıştır. Kadının bu başkaldırışı ve isyanı aslında tüm yaşadıklarınadır. Bu esnada bile başka bir komşusu tarafından fiziksel tacize maruz kalan kadın için yaşam oldukça güçtür.

Elmas bir gün bahçede ekmek pişirirken evine gelen kadın komşusunun sözleri ataerkil toplumsal belleğin dışı vurumunu ortaya koyar. O ifadeler şöyledir; “Dul kaldım diye üzülme, oh tek başına ne rahat. Karışanın yok görüşenin yok. Başında erkek diye eli sopalı biri yok. Canının istediği zaman çeker gidersin kasabaya. Canının istediğiyle de görüşür konuşursun... Dulluk demek yarı kızlık demektir. Kızlık da kızlığın bozulacak korkusu evlilikte koca korkusu. Dulluğunun kıymetini bil”. Dul kalmak burada bir avantaj olarak görülür ve dul kadının daha serbest olduğu algısı bu sözlerle vücut bulur. Ayrıca bu noktada cinsel ahlak ve bekâret doğrudan ilişkili iki kavram olarak dikkat çeker. Bu ikilinin denetimi de erkeğe aittir. Erkeğin olmadığı bir ortamda ise kadın, kendi cinselliğini denetleyemeyen bir birey olarak sözlere yansıtılır. Şengül’e göre (2016: 170), dul kadın toplumun nazarında her türlü cinsel arzuya cevap verecek savunmasız bir pozisyondadır. Çünkü dul kadınların kendisini korumasını gerektirecek “bekâret” durumu yoktur. Ayrıca bu bakış açısına göre, kadının kendi bedeni üzerinde söz söylemeye de hakkı yoktur çünkü kadın cinselliğinin denetleyicisi hem koca hem de toplumdur. Doğan’a göre, dulluk konusunda anlam üreten yan karakterlerle ahlaki muhafazakârlık yeniden üretilir. Cinselliğe düşkün olan Havva karakteri de evli olmasına rağmen başka erkeklerle birlikte olan biridir ve Elmas’a verdiği tavsiyeler

Elmas'ın dulluk statüsünü eril ahlak çerçevesinde problematize etmeye yöneliktir (Doğan, 2013: 16)

Bir süre sonra köyün kadınları Elmas'ı evlendirmek için aracı olurlar. Elmas sırf toplum baskısından dolayı evlilik yapmayı kabul etmez. "Koca moca istemiyorum. Ben kendi işlerimi kendim yaparım" diyerek kadınları evden kovar Elmas, klasik kaderci kadın anlayışına da başkaldırır. Kadının hayatta kalabilmek ve işleri yürütebilmek için bir erkeğe ihtiyaç duymadığının dillendirildiği bu sahneyle toplumda kadının ekonomik özgürlüğünü ele alarak bir başına da var olabileceği algısı pekiştirilir.

Köyde Elmas'la ilgili dedikodular alıp başını gider. Elmas'a askıntı olan komşusu özellikle Elmas ve Ali'yle uğraşır. Elmas bir gece kimliği bilinmeyen bir erkeğin cinsel saldırısına uğrar. Köyün erkekleri; "Oh olsun kadınlardan haddini bilmeyenin sonu budur işte" bakış açısıyla olaya yaklaşır. Erkekler köylerinde bu olayı yapan kişiyi bulup onu "namussuz" ilan etmek yerine, Elmas'ı suçlu bularak ataerkil bakış açısının tortularını gözler önüne sermeye hizmet ederler. Onlara göre Elmas dul bir kadın olduğu için başına gelen her şeyi hak edendir.

Elmas kocasından kalan borçları ödemek ve çocuğuna bayramlık almak için kasabaya gider. Bu esnada Ali ile karşılaşır. Ali, Elmas ve çocuğuna dondurma alır. Elmas dondurmaya utana sıkıla, arkasını dönerek gizlice yer. Çünkü dul kadın olmak her zaman davranışlara dikkat etmeyi gerektirir. Onları bu şekilde gören komşusu köyde yeniden söylentiler çıkarmaya başlar. Bu söylentiler üzerine köyün gençlerinden biri Elmas'ın evini basma cesareti göstererek kadını rahatsız eder.

Bayram günü Elmas'ı ziyarete giden Ali ile Elmas arasında duygusal bir yakınlık yaşanır. Bir kadın olarak beğenilmenin

hazzını yaşayan Elmas'ın da Ali'ye kanı kaynar. Ali'nin kendisini hiç unutmadığını itiraf etmesi üzerine Elmas, köy meydanına evlenmek isteyen kızların biber ektiği çeşme başına giderek kendi biberini eker. Tüm gözler yeniden kadının üstündedir. Bu esnada Ali annesiyle konuşur ve Elmas'ı kendisine istemesini ondan talep eder. Annesi; "Allah yazdıysa bozsun. Belliydi zaten seni ayartacağı, belliydi. Elin dulunu, pehlivan Halil'in artığını ölürüm de sana gelin etmem" sözleriyle dul kadınların evlenmek istediklerinde karşılaşabileceği en temel sorunu işaret eder. Dul kadınlar yeni bir evlilik yapmak istediklerinde çoğunlukla yeni aile bireyleri tarafından kusurlu görülerek istenmemektedir. Bu sahneyle de Elmas kendisi gibi dul olan kayınvalide adayı tarafından gelin olarak kabul görmez. Canpolat'a göre, dul kalan bir kadının "artık" olarak tanımlanması, kadının konumu ve varlığının erkek veya koca üzerinden ortaya konulduğunu göstermesi bakımından dikkat çeker. Bir kadının dul kalması onu potansiyel kötü kadın konumuna sokarak (Canpolat, 2019: 82-83) erkekleri baştan çıkarıcı bir şeytan ya da yılan pozisyonuna iter.

Konuşma esnasında Ali'nin Elmas'a karşı hissettiği duyguların geçici bir heves olduğu annesi tarafından ifade edilerek hafife alınır. Ali'nin dul olarak potansiyel namussuz olarak görülen bir kadınla evlenmesini "adının karalanması" olarak dillendiren anne, oğlunu kışkırtarak onu evlilik kararından vazgeçirmeye çalışır fakat başarılı olamaz. Ali Elmas'a gider. Kadın cinselliğinin yoğun bir biçimde hissettirildiği filmde Ali ve Elmas o gece birlikte olurlar. Birlikteliğin ardından eski koca Halil'in Elmas'a yazdığı mektubu bulan Ali, mektubu (Elmas'ın geçmişini ve özünde de dulluğunu) sorun ederek Elmas'tan yaşadıkları cinselliğe rağmen uzaklaşır. Doğan'ın da belirttiği gibi fahişelik,

bekâretin kaybı ve evlilik birliği dışındaki cinsel ilişkiler de iki taraflı eylemler olmasına rağmen bu tür ilişkilerde sorumluluk tek taraflı olarak kadınındır (Doğan, 2016: 22-23) Bu sahneyle birlikteliğin sorumluluğu da Elmas'ın düşük omuzları üzerinden yeniden kadına yüklenir. Elmas'ın "Unutmuşum ama Halil bitti" demesine rağmen Balkanlı Ali kadını terk eder. Çünkü Ali, pehlivan Halil'in artığı olan dul Elmas'dan annesinin de dediği gibi hevesini almıştır artık... Elmas da o saatten sonra kurbağalarla olan zorlu yaşamına geri döner.

Sonuç

Kadınlar yaşamın her döneminde haklar ve uygarlık açısından erkeklere eşit olmayı arzulamışlar fakat tam anlamıyla bu hedefe ulaşamamışlardır. Kadının bedensel ve düşünsel özgürlüğünün karşısında duran eril tahakküm ve ataerkil bakış açısı, neredeyse yaşamın her alanında kendisini göstermiştir. Kadının topluluğun ortak kimliği, şerefi ve namusu olarak kurgulanması ve kurgulanmaya devam edilmesi zaman içerisinde onun bedeninin mücadele alanına dönüşmesine neden olmuştur. Bu mücadele alanlarından biri de hiç kuşkusuz Türk sinemalarıdır.

Türk sinema filmlerinde kadına yönelik bir denetim aracı olarak sunulan "namus" teması sıkça işlenmiş; kavram ağırlıklı olarak erkeğin kadının cinselliğini denetleme aracı olarak kullandığı değerler bütünü olarak ele alınmıştır. Bu çalışmada "namus" temasıyla bekâret ve dulluk üzerinden işlenen "Yürek Yarası" ve "Kurbağalar" filmleri ataerkil bakış açısı ve toplumsal cinsiyet kalıpları odağında incelenmiş ve her iki filmde de namus olgusunun kadın cinselliğiyle ilişkilendirildiği saptanmıştır. Kadının toplumsal denetim araçlarından olan bekâreti, "Yürek Yarası" filminde Zeynep üzerinden irdelenmiştir. Dul bir kadın

olarak cinselliğin kapılarını aralamış olan Elmas ise “Kurbağalar” filminde dulluk damgalamasına ilişkin ön yargılara maruz kalmıştır. Her iki kadın da erkek taciz ve şiddetinin öznesi haline gelmişlerdir. Ses çıkarmak istedikleri noktada toplumsal olarak bastırılmaya çalışılan bu kadınlar, aslında ataerkil ideolojinin yansımaları olarak dikkat çekmiştir. Namusun taşıyıcısı olarak araçsallaşan Zeynep ve Elmas, eril toplumun belirlediği kodlar odağında yaşamlarına devam etmiş; kaderlerine boyun eğmek istemedikleri noktalarda da yeniden susturulmuşlardır.

Ataerkil toplumlarda kadınları kontrol etme aracı olarak işlev gören namus kavramı, toplumsal yaşamda meydana gelen bir olumsuzlukta kadının cezalandırılmasına da zemin hazırlamaktadır. Bu yapıda erkeğin isteklerine karşı çıkan kadınlar hem sözlü hem de fiziksel şiddetle cezalandırılmakta kimi zaman kadınlar eril tahakküm altında yaşam haklarını kaybetmektedir. Çünkü ataerkil toplumlarda kadın bedeni erkeğin denetimine tabidir.

Filmlerde her iki kadın da ataerkil sistemin namus olgusu çerçevesinde bedene indirgeyerek metalaştırdıkları olarak ön plana çıkmıştır. Kadının birey olarak kıymet görmediği çoğunlukla erkeğin namusu ya da sahip olduğu bir mal olarak kabul edildiği gibi geleneksel bakış açısını yansıtan (Küçük Durur ve Yılmaz, 2022: 124) “Yürek Yarası” ve “Kurbağalar” filmleri namusa ilişkin yaygın toplumsal bakış açılarını ortaya koymuştur. Kadınların namus ve şeref taşıyıcısı olduğu temasıyla kurgulanan filmler, toplumsal cinsiyet örüntülerinin perdeye yansımaları olarak tespit edilmiştir. Kadını kısıtlamanın ya da ötekileştirmenin aşılması noktasında farkındalık uyandırdığı da düşünülen bu filmler, toplumsal belleğin bir izdüşümü olarak

değerlendirilmiş; ayrıca toplumdaki cinsiyet eşitsizliklerinin, eksikliklerinin ve kadına ilişkin sorunlu bakış açılarının tespitine olanak sunmaları bakımından da değerli bulunmuştur.

Kaynakça

- Abisel, N. (2005). Türk Sineması üzerine Yazılar. Ankara: Phoenix.
- Agocuk, P. (2012). Türk Sinemasında Melodram 1960-1975 Dönemi Üzerine Bir İnceleme. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kıbrıs.
- Arat, N. (1986). Kadın Sorunu. İstanbul: Say Yayınları.
- Blank, H. (2012). Bekâretin "El Değmemiş" Tarihi. (Çev. E. Ergün). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bora, A. & Üstün, İ. (2005). Sıcak Aile Ortamı-Demokratikleşme Sürecinde Kadın ve Erkekler. İstanbul: Tesev Yayınları.
- Bourdieu, P. (2016). Eril Tahakküm (Çev. B. Yılmaz). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Canpolat, A. (2019). Şerif Gönen Sinemasında Dul Kadın Olgusu. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Civelek, Y. (2017). Türk Sinemasında Entelektüel Yabancılaşmanın Serüveni: Romantik Kahramanlardan Postmodern Sıradanlığa. (Ed. T. Deniz). Biraz Mağrur Biraz Mağdur (ss. 15-33). İstanbul: Küre Yayınları.
- Çelenk, S. (2005). Televizyon Temsil Kültür. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Çetin Özkan, Z. (2012). Türk Sineması'nda Kadının Değişen İmgesi. Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi, 5(2), 79-81.
- Dinçer, Ö. (2007). Namus ve Bekâret: Kuşaklar Arasında Değişen Ne? İki Kuşaktan Kadınların Cinsellik Algıları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi.
- Doğan, H. (2013). Türk Sineması'nda 1980'li yıllar ve "Dulluk" Teması Etrafında Üretilen Geleneksel Cinsiyet Rollerini". Folklor Edebiyat, 19 (76), 9-20.
- Doğan, R. (2016). "Namus", "Töre" ve Eril Şiddet. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Ecevitoglu, P. (2012). Namus Töre ve İktidar. Ankara: Dipnot Yayınları.

- Gevher Öz, G. & Seçen, D. (2019). Türk Sinemasında Kadının Temsil Sorununa Alternatif Bir Yöntemle Bakmak: Bechdel Test. *Erciyas İletişim Dergisi*, 6(1), 467-486.
- Goffman, E. (2014). *Damga, Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar*. (Haz. L. Ünsaldı). Ankara: Heretik Yayınları.
- Hamzaoğlu, M. & Konuralp, E. (2019). Geleneksel Toplumlarda Namus Olgusu ve Namus Cinayeti: Türkiye Örneği. *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*, 1, 51-55.
- IMDb (2023). *Yürek Yarası* Filmi. https://www.imdb.com/title/tt0492410/?ref_=fn_al_tt_1 adresinden 28.09.2023 tarihinde erişilmiştir.
- IMDb (2023). *Kurbağalar* Filmi. https://www.imdb.com/title/tt0457027/?ref_=fn_al_tt_1 adresinden 28.09.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Kalav, A. (2012). Namus ve Toplumsal Cinsiyet. *Mediterranean Journal of Humanities*, 2(2), 151-163.
- Kanlı, İ., Agocuk, P. & Çiftçi, D. (2019). Toplumsal Cinsiyet Kimlikleri ve Yeni Türk Sineması'nda Karakterler Üzerine Bir İnceleme. (Ed. E. G. Erol ve M. C. Sadakoğlu). *Türk Sinemasını Yeniden Okumak Değişen Öykü Karakter ve Mekân Anlayışları Üzerine*. (ss. 93- 122). İstanbul: Hiperyayın.
- Kantarcıoğlu, N. (2006). Söylemden İdeolojiye: Eleştirel Söylem Çözümlemesi. (Haz. A. Kocaman). *Dilbilim Temel Kavramlar Sorunlar Tartışmalar* (101- 115). Ankara: Dil Deneği Yayınları.
- Köse, A. (2019). Egemen Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Söylemsel İnşasında Spor Basını: Aslanlar, Kartallar ve Timsahlar Dünyasında Peri ve Melek Olmak. (Der. Ş. Yavuz). *Toplumsal Cinsiyet ve Medya Temsilleri* (ss.197-225). İstanbul: Heyamola Yayınları.
- Köseoğlu, A. & Arslan, T. (2023). Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Televizyon Dizilerine Yansımaları: Kızılılık Şerbeti Dizisindeki Kadın Karakterlerin Analizi. (Ed. N. Coşkun Karadağ ve A. Balcıoğulları). *Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırma ve İncelemeler IV* içinde (ss. 195-217). Ankara: Akademisyen Yayınevi.

- Kurbağalar Filmi (1985). <https://www.youtube.com/watch?v=5Muk2WR3q-g&list=PLsjtADqH32nj5GjJKdjFnPY-hQE9l7au2D> adresinden 19.07.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Kuyucak Esen, Ş. (2016). Türk Sinemasının Kilometre Taşları Dönemler ve Yönetmenler. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Kuyucak Esen, Ş. (2019). 80'ler Türkiye'sinde Sinema. İstanbul: Su Yayınevi.
- Küçük Durur, E. & Yılmaz, E. (2022). Türk Sinemasında Kadın Kimliğinin Namus ve Şiddet Olguları Bağlamında Temsili: Bergen ve Dilberay Filmleri (Ed. E. Tozluoğlu, M. Dursun, E. Küçük Durur). Spor ve İletişim Bilimlerinde Güncel Araştırmalar (ss. 109-126). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Moran, B. (1994). Türk Romanına Eleştirel Bir Bakış 1. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Öztaş, N. (2018). Kültürel Farklılık Bağlamında Namus ve Bekâret Algısı "Uluslararası ve Türkiyeli Öğrenciler Karşılaştırılması" Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Öztürk, S. R. (2000). Sinemada Kadın Olmak. İstanbul: Mart Matbaacılık.
- Pekerman, S. (2012). Film Dilinde Mahrem Ulusötesi Sinemada Kadın ve Mekân Temsili. İstanbul: Metis.
- Saydam, B. (2017). Geçmişten Günümüze Türk Sineması Tarihi ve Avantür Filmlerinde Kahraman Miti. (Ed. T. Deniz). Biraz Mağrur Biraz Mağdur (ss. 35-54). İstanbul: Küre Yayınları.
- Sallan Gül, S. & Bayram, B. (2018). Bir Sosyal Yardım Olarak Dul Kadın Maaşı ve Ataerkil Pazarlığın Koşulları: Elazığ Örneği. Akademia Sosyal Bilimler Dergisi, 4(1), 32-52.
- Sever, Ö. & Özgün Başbüyük, G. (2009). Yaşlı Dul Kadınlık. Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi, 2(1), 136-145.
- Sevindi, K. (2017). Melodram, Destan Geleneği ve Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadir İnanır'a Bir Bakış. (Ed. T. Deniz). Biraz Mağrur Biraz Mağdur (ss.101-112). İstanbul: Küre Yayınları.

- Sirman, N. (2006). Akrabalık, Siyaset ve Sevgi: Sömürge Sonrası Koşullarda Namus- Türkiye Örneği. (Der. S. Mojab, N. Abdo). *Namus Adına Şiddet* (ss. 43-61). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Şengül, M. B. (2016). Türk Romanında (1960-80) Boşanma ve Kadın. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(47), 169-177.
- Tahincioğlu, A, N. (2011). *Namusun Halleri*. İstanbul: Postiga Yayınları.
- Tombul, I. (2019). Türk Sinemasında Değişen Kadın İmgesi: "Başka Dilde Aşk" ile Yeni Dili Okumak. (Ed. E. G. Erol ve M. C. Sadakoğlu). *Türk Sinemasını Yeniden Okumak Değişen Öykü Karakter ve Mekân Anlayışları Üzerine*. (ss. 184-216). İstanbul: Hiperayın.
- Türk Dil Kurumu Sözlüğü (2023). <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 19.07.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Walby, S. (1990). From Private to Public Patriarchy: the Periodisation of British History. *Women's Studies International Forum*, 13(1-2), 91-104. [https://doi.org/10.1016/0277-5395\(90\)90076-A](https://doi.org/10.1016/0277-5395(90)90076-A).
- Yerlikaya, B. (2020a). Türk Sineması'nın Üretken Kadınları: Öteki'den Özne'ye. Ankara: Nobel Yayınları.
- Yerlikaya, B. (2020b). 1980 Sonrası Türk Sineması'nda Kadın Temsilleri ve Cinsiyetçi Söylencenin Reddi: Mine Nasıl Kurtulur? *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(3), 1286-1303.
- Yürek Yarası Filmi (1982). <https://www.youtube.com/watch?v=j302Vpcvrqc&t=1014s> adresinden 22.07.2023 tarihinde erişilmiştir.

Belgesel Sinemada Müslüman Kadınların Temsil Sorunu ve Mağdur Portresi: “Adımı Malala Koydu” Belgesel Filmi

Hüdaî ATEŞ*

Giriş

İslamofobik bilgiler, semboller, göstergeler medyanın tüm mecralarında varlık gösterebilirken özellikle belgesel filmlerde gerçeğin temsili olarak izleyiciye aktarılan bilgiler daha etkili olabilmektedir. Pek çok konu ve olay gerçeklik adına sinema salonu, televizyon ya da internet aracılığıyla belgesel filme dönüştürülerek izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Kitlelerin karşısına gerçek adına gösterilen birçok konu ve olay gibi İslam ve bu dine dair konular da belgesel filmlerin konularını oluşturabilmektedir. Toplumsal sosyal olaylar merkeze alındığında belgesel filmler için İslam coğrafyası vazgeçilmez mekânlardan birisidir ve Müslüman toplumlara dair pek çok konu bu filmlerde işlenmektedir. Anlatıda yer alan konuya dair bilgiler belgesel filmlerde çarpıtılabilirken özellikle Müslüman toplumlar söz konusu olduğunda yanlı bir bakış açısının varlığı ve bilgilerin çarpıtıldığı birçok araştırma için konu olmuştur. Bu konulardan birisini oluşturan Müslüman kadının sosyal hayat içerisindeki konumu ve yaşadıklarına dair ilginç olaylar da belgesel filmlerde yer

* Arş. Gör. Dr., Yozgat Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
hudai.ates@bozok.edu.tr.

almaktadır. Batılı yönetmenlerin ya da Batı yanlısı Doğulu yönetmenlerin İslam inancının kadınlara olumsuz etkileri olduğunu göstermek ve bu inanç biçimi ile ilgili olumsuz algıyı pekiştirmek için Müslüman kadınların yaşadığı sıkıntıları belgesel filmlere konu olarak seçmeleri temelde İslamofobi'ye üstü örtük bir şekilde hizmet etmektedir. Müslüman kadınların başarı hikâyelerinden, fikri ve düşünsel zenginliklerinden, hayata ya da topluma dair bakış açılarından ziyade daha çok terör ile ilişkisi ve bunun neticesinde oluşan mağduriyet belgesel filmlerde konu olarak tercih edilmektedir. Bu çalışmada belgesel filmlerin anlatısı, temsil meselesi ve Müslüman kadınların belli başlı kalıplara oturtularak belgesel filmlerde nasıl yer aldığı ortaya konmaktadır.

Belgesel Sinemaya Genel Bir Bakış

Belgesel film her zaman kendisinin ötesinde bir öneme sahip olmuştur. Bu önem, belgesel filmin çağımızın ihtiyaçları ile ilişkilendirilmesiyle en iyi şekilde açıklanmaktadır. Bazı uygulayıcılar, onlara ortamdaki belirli içsel güçlerle oynama şansı vermesi gibi basit ve iyi bir nedenden dolayı belgesel filmi benimsemiştir. Diğer bazı kişiler ise belgeselleri çağdaş sahnenin canlı materyalleriyle temas kurma ve bunu sinema dünyasında mümkün olan en dürüst terimlerle yapma fırsatı olarak görmüştür (Rotha, 2000: 97). Rotha'nın da üzerinde durduğu belgesel sinemanın dürüst olduğu zannı günümüzde yapılan araştırmalarla hala sorgulanmaktadır. Gerçeğin tam ve kesin bir yansımanın mümkün olmayacağı gibi yönetmen ve yapımcıların kasıtlı olarak gerçek adına seçilmiş görüntü, ses ve bilgileri belgesel filmlere yerleştirmesi bu filmlerin dürüstlük ilkesini sorgulamamıza neden olmaktadır.

Belgesel film gerçek hayatla ilgili bir filmidir ve bu durum tam olarak sorunun kendisini oluşturmaktadır; çünkü belgeseller gerçek hayatla ilgilidir gerçek hayatın kendisi değildir. Belgeseller gerçek hayatla ilgili olarak sanatçılar tarafından oluşturulmuş olan ve gerçek hayatın ham madde olarak kullanıldığı portrelerdir. Belgesel filmler hayatla ilgili, gerçeği ortaya koyan hikâyeler anlatmaktadır (Aufderheide, 2007: 9-10). Ancak bu seçilmiş gerçekler kamuoyunu farklı şekilde yönlendirebilmekte ve izleyicinin bir konu hakkında tek yönlü yargılara varabilmesine neden olmaktadır. Diğer taraftan bir konu hakkında tekrar eden tek yönlü bakış açısı zamanla bazı kalıp yargıların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Belgesel sinema üretiminin yıllar içerisinde kolaylaşması, farklı anlatım tekniklerine imkân sağlaması ve bir konuya farklı bakış açılarının daha pratik bir şekilde belgesel filme dönüşmesi bu film türünün etki gücünü arttırmış ve yeni bir araştırma sahası olarak ortaya çıkmıştır. Son yıllarda daha fazla gelişmeye başlayan belgesel filmler, karmaşık bir akademik araştırma ve eleştirel çalışma konusu olarak da popüler bir hale gelmiştir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde belgesel filmler ile gerçek arasındaki ilişki birtakım soruları da gündeme getirmektedir. Geleneksel belgesel filmlerin birçoğu, açık gerçekleri yeniden üretmeyi ve analiz etmeyi hedeflerken, eleştirel belgeseller ve deneme tarzındaki filmler genel olarak olgusal gerçek için tarafsız temsil görüşüne karşı eleştirel bir tutum sergilemektedir (Baumann, 2016: 121). Buna rağmen araştırmanın konusunu da oluşturan Müslüman kadınların belgesel filmlerdeki temsilleri hala belli kalıplar içerisinde gerçekleşmekte ve Müslüman kadınların toplumsal

sosyal hayattaki zenginliklerinin göz ardı edilmesine neden olmaktadır.

Belgesel filmler gerçekliği temsil ettiği varsayımı ile izleyiciler için bir ayna görevi görmektedir. Nasıl ki aynaya bakan bir insan kendi gerçekliğinin bir yansımısını camda görebiliyorsa belgesel filmi izleyen kişi de kendisini karşılaştırabileceği ve tanımlayabileceği bir gerçekliği izliyor olmaktadır. Belgesel filmlerde yer alan kimlikler ve portreler izleyicinin zihninde istemsiz bir şekilde kendi benliği ile filmde yer alan kişi arasında karşılaştırma yapmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla yönetmenler belli bir kesim üzerinde algı yaratmak ve filmde yer alan toplumun farklılarını ortaya koymak için anlatıyı tasarlamaktadırlar. Belgesel filmler de belli başlı bir tasarıma sahip filmler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu tasarım gerçeklik adına çarpıtılmış bilgiler içerebildiği gibi yönetmenin dikkatinden kaçan bilgi eksikliğinden kaynaklanarak da yanlış anlaşılmalara yol açabilmektedir.

Belgesel filmler öncelikle bilimselliğe ve anlatım duygusuna sahip filmler olarak gösterilmektedir. Bu durum belgesel filmlere yoğun bir duygu çeşitliliği katmaktadır. Her bir belgesel filmin açık bir çatışma noktası bulunmakta ve buna dayalı yükselen bir gelişim içerisinde gerilim duygusu yaratılması mümkün hale gelmektedir. Gerilim duygusunun devamlı olarak gelişim göstermesi, izleyicinin ilgisinin kaybolmaması için ön koşul olarak değerlendirilmektedir (Sözen, 2010: 245). Sözen'in de bahsettiği belgesel filmlerdeki çatışma noktaları aslında izleyiciye hikâyenin sonunu merak ettiren unsurlardır. İzleyici bu çatışma noktalarından beslenerek filmi izlemeye devam ederken diğer taraftan da kendi zihin dünyasında farklı sorgulamalara gitmektedir.

Örneğin Tibet'te Budizm eğitimi alan bir kişinin hayat hikâyesini izleyen bir seyirci bu eğitimi alan kişinin hayatında neler olabileceğini merak ederken aynı zamanda bu kişi ile kendi eğitimini ve hayatını da ister istemez karşılaştırmaktadır. Dolayısıyla bu çatışma noktaları filmin merak duygusunu arttırdığı gibi izleyicinin kendisi ile izlediği arasında bir kıyaslamaya gitmesine neden olmaktadır. Bu sayede izleyicinin zihninde izlediğini ötekileştiren belirli bir fikri alt yapı oluşmaktadır.

Belgesel filmler artık geleneksel olarak yalnızca informal öğrenme veya eğlence amaçlı pasif bir deneyim olarak algılanmaktadır. Bunun yerine, bu filmler kamuoyunu şekillendirmek, politika belirlemek ve aktivist ağlar kurmak için daha büyük bir çabanın parçası olarak görülmektedir (Salazar, 2008: 281). Salazar'ın da bahsettiği belgesel filmlerin kamuoyunu şekillendirdiği gerçeği basit bir gerçek değildir. Kurmaca filmlerden farklı olarak belgeselde izlenen şeylerin gerçek olduğu hissi ve ona karşı yapılan olumlu ve olumsuz yorumların zamanla toplumda genel kabul gören bir yargı olmasına neden olmaktadır. Bu durum bizlere belgesel filmlerde gerçeğin ne derece temsil edilebildiği problemini hatırlamaktadır.

Günümüzde belgesel filmler Batı medyasının ve özellikle Hollywood sinemasının etkisinde kalarak İslam inancına dair olumsuz temsilleri izleyici karşısına çıkarabilmektedir. Bunu bazen görsel işitsel kodların içerisine doğrudan yerleştirerek yaparken bazen de örtük anlamlar ya da yan anlamlar içerecek şekilde gerçekleştirmektedir. Bu sayede Batı dışındaki kamuoyunu şekillendirmek ve kendi politikalarına haklı gerekçeler üretebilmek için belgesel film bir araç olarak kullanılmaktadır. İslam inancına karşı oluşturulmak istenen ön yargılar ve yanlış kanılar

belgesel filmler aracılığıyla adeta gerçekmiş gibi gösterilmektedir. (Ateş ve Parsa, 2021: 56). Bunu yaparken kullanılan temsiller akıllara belgesel filmlerin gerçeği ne kadar temsil ettiği sorusunu getirmekte ve yıllardır süren tartışmaları tekrar gün yüzüne çıkarmaktadır.

Gerçeğin Temsili Meselesi

Belgesel filmler, bir medya türü olarak siyasal iletişimin ve toplumsal dönüşümün mecrası olmaya diğer medya türlerine göre daha yatkındır. Belgesellerin şeffaf ve direkt olarak gerçek ile bağlantı kurduğu varsayımı bu algının temelini oluşturmaktadır. Bu varsayımın temelinde belgesel film yönetmen ve yapımcıları tarafından belirli süzgeçlerden geçirilerek izleyici karşısına çıkarılan görüntü ve seslerin gerçeği ne kadar temsil edebileceği sorusu vardır.

Belgesel filmlerin önemli rolleri arasında izleyicinin kendini film aracılığıyla eğitmesi, farklı tecrübelerle karşı tepkiler geliştirilebilmesi ve dünyayı ele alış biçimini şekillendirmesi gibi roller vardır (Marfo, 2007: 20). Diğer taraftan belgesel filmler bireyler üzerinden toplumsal psikolojiyi şekillendiren ve etkileyen bir yapıya sahiptir (Fitzgerald ve Lowe, 2020: 1-3). Bu güce sahip belgesel filmlerin popüler kültürdeki yerleri sağlam olmasına rağmen ortaya konan ve yayılan bilginin akademik anlamdaki değeri hala sorgulanmaktadır (Morgan vd., 2019: 329-330).

Belgesel filmde yer alan temsiller yönetmen ve yapımcının ideolojisi ve belirli iktidarlara hizmet etmesi nedeniyle gerçeğin kendisi olamayabilir. Çünkü temsiliyet bağlamında, ideoloji, hegemonya ve ideolojinin aygıtları gibi etkenler göz ardı edilemeyecek öneme sahiptir. Bu unsurlar ele alındığında, temsiliyetin mevcut gerçeğin yeniden üretilmesi olduğu gerçeği açıkça

ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, yeniden üretim, kültürel bir mücadele sahası olarak kabul edilmelidir. Frankfurt Okulu'nun yıllar önce vurguladığı gibi, kültür endüstrisi ve onun araçları, kitle kültürü temsiliyet ilişkileriyle birlikte hegemonyanın ve egemen ideolojinin onaylanmasına hizmet etmektedir. Kitle kültürü ve kitle kültür endüstrisinin temel amacı, egemen düzenin sarsılmasını engellemek ve onaylamak için yeniden üretimler sunmaktır. Ancak sanat devreye girdiğinde, toplum, kültür ve temsil üçgeniyle çatışmalı bir alan oluşur. Sanat, gerçeği araştırarak kültürel kalıpların ve stereotiplerin ötesine geçmeye çalışır. Bu, mevcut düzene yönelik bir tehdit içerirken, sanat, düşünmeyi teşvik etmek ve değişimi desteklemek istediğinden, uymak yerine değiştirmeyi tercih eder. Aynı zamanda, alıcılara radikal bir okuma yapma çabası içindedir. Kitle kültürü ürünleri dahi olsa, bunların ilk bakışta görülen anlamlarının ötesinde ikincil anlamlar ve mesajlar içerdiğine dikkat çekmek önemlidir. Bu sayede, sıradan bir psikolojik gerilim filmi veya korku filmi gibi ürünlerin, aslında sistemin kodlarını yeniden üreten imgelerle dolu olduğu görülebilir (Kellner, 1997: 19)

Stuart Hall, gerçekliğin belirli biçimlerde inşa edildiğini ve bu biçimlerin medya tarafından tanımlandığını belirtirken, aslında gerçekliğin yeniden üretimini elinde gücü bulduranların ideolojik tercihleri tarafından şekillendirildiğini kısaca ifade etmektedir. Bu yaklaşım, gerçeklik kavramını oldukça doğru bir şekilde tanımlamaktadır. Temsil, bu perspektifle ele alındığında son derece ideolojik ve politik bir özelliğe sahiptir. Hall'un ifade ettiği gibi, temsil etme, aktif bir seçim, sunum, biçimlendirme ve yapılandırma sürecini ima eder. Yani, sadece belli bir anlamı iletmekle kalmaz, aynı zamanda daha aktif bir şekilde anlamların

oluşturulmasını içerir. Bu, anlamın pratiğini ve üretimini içeren bir süreçtir (Hall, 1994: 68).

Sinema, Pezzela tarafından "gerçeklik etkisi" olarak adlandırılan temsil ilişkisini içermektedir. Gerçeklik etkisi, sadece dış dünyanın basit bir yeniden üretimi ile değil, aynı zamanda tarihsel bir çağda var olan bakışın alışıldık ve baskın formlarıyla en iyi örtüşen temsil biçiminden elde edilmektedir. Kullanılan tekniklerin yeterince sofistike olması, görüntüyü gerçek yaşamın ayırt edilemez bir "kopya"sına dönüştürebilmektedir. Bu nedenle, günümüzde endüstrinin olanakları göz önüne alındığında, sinemanın temsil bağlamında diğer sanatlardan daha büyük bir öneme sahip olduğu görülmektedir (Pezzela, 2001: 52). Ancak sinema, temsilin düzenin yeniden üretimine katkı sağladığı bir araç olmanın yanı sıra yanlış temsilleri veya hiç temsil edilmemiş olanları da içeren sorunları da ele almaktadır. Belgesel sinema, özellikle büyük bütçeli endüstriyel belgeseller dışında kalan bağımsız belgesel filmleri, etik ve felsefi sorunlarla gerçeklik bağlamında tartışmalara katıldığı için, farklı temsil stratejileri izlemektedir. Belgeselciler, genellikle dışlanmış ve ötekileştirilmiş insanların yanlış temsillerine karşı topluma ayna tutmayı ve onların sesi olmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle belgesel filmler, temsil sisteminin gerçeği nasıl yeniden ürettiğine ve bu gerçeği farklı bakış açılarına göre nasıl okuyabileceğimize dair bir anlayış sunarlar. Bu filmler eleştirelilik, bilinç ve farkındalık yaratma amacı güderler ve düzeni sorgularlar, onu sadece onaylamak yerine eleştirirler. Ancak belgesel filmler de yanlış veya eksik temsiller ile kitleyi gerçeklik adına daha fazla etkileyebilmektedirler.

Milas, temsilin imajlar aracılığıyla oluşturulduğu fikrinden hareketle, temsil, yeniden üretim ve imajların politikliğine dikkat çekmektedir. İmaj araştırmasının temelini, imajın gerçeklikle uyumlu olup olmadığı değil, imajların "mantığını" bulmak ve göstermek oluşturmaktadır. Asıl önemli olan imajların ne tür modeller ve projeler için oluşturulduğu, hangi toplumsal sosyal ihtiyaçları karşıladığı ve hangi ideolojiye hizmet ettiği iken imajların gerçeklik ile olan ilişkisi ikincil bir öneme sahiptir. Toplum içindeki düşünce kalıplarını ve kimlik yaklaşımlarını ortaya çıkarmak bu tür bir çalışma ile mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla, bu tür araştırmalar genel olarak egemen kültürel yaklaşımlarla ilişkili iken diğer taraftan düşünce tarihi, ulusal ideolojiler, politik seçenekler ile de ilintilidir (Milas, 2000: 6)

Ryan ve Kellner, sinemanın her kamera pozisyonunun, görüntü düzenlemesinin, kurgu kararlarının ve anlatsal seçimin, çeşitli çıkarlar ve arzuları içeren bir temsil stratejisiyle ilişkilendirildiğini vurgulamaktadır. Onlara göre sinema, sadece "gerçekliği" gösteren veya tanımlayan bir yönü olmayan, aynı zamanda dünyanın temsil edilme biçiminin politik bir şekilde yansıtıldığı sanat türüdür. Sinema, belirli kurumları ve değerleri meşrulaştırmak için belirli temsil kalıpları kullanmaktadır. Bu temsil biçimleri, egemen kurumları ve geleneksel değerleri meşrulaştırırken aynı zamanda ideolojiyi aşmaktadır. Sistem kodlarını tekrarlayarak sistemi meşrulaştıran filmler, bu kodları topluma gerçek olarak sunmaktadır. İdeolojik bir aldatmaca olarak sunulan "burjuva kapitalizminin yansıması," aslında burjuva kapitalizminin gerçekliğin perdesi altında sürekli olarak yeniden ortaya çıkmasını sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda onu sürdürmeye çalışmaktadır. Filmler aracılığıyla yeniden üretilen

gerçeklik de bu şekilde taşınarak yayılmaktadır. Ancak bu sadece bir taşıma işlemi olarak kalmamakta, aynı zamanda bir inşa sürecini de gerçekleştirmektedir (Kellner, 2010: 419).

Ryan, temsil politikalarını incelerken, sinemadaki temsillerin daha geniş bir toplumsal söylemin bir parçası olduğunu vurgulamaktadır. Bu temsiller, görüntüler, anlatılar, inançlar vb. gibi daha geniş toplumsal değerlendirme sistemlerinin bir alt kümesidir ve insanların nasıl yaşayacaklarına dair bağlı oldukları toplumsal değerleri yansıtmaktadır. Bu nedenle sinematografik söylem, filmin izleyiciye hitap ettiği daha büyük toplumsal söylemler tarafından belirlenmektedir. Bu geniş toplumsal söylemler, insanların önem atfetme ve değer biçme şekillerinin yanı sıra cinsiyet, sınıf gibi toplumsal özneleri de etkilemektedir (Ryan, 1988: 480).

İdeolojinin aygıtları (aile, eğitim, din vb.), rıza kültürünün içinden düzenin kodlarını yaymada ve kalıcılaştırmada popüler kültürden en fazla yararlanan araçlardır. Frankfurt Okulu temsilcilerinden Adorno, kültür endüstrisinin bu güçlü ve özgün özelliği üzerine birçok eleştiri getirmiştir. Filmlerin dünyayı yansıttığı yanılsamasıyla ilgili önemli eleştirilere sahiptir. Adorno, özellikle "gerçekmiş gibi" ve "gerçeğin izlenimi" kavramlarına karşı eleştirel bir tavır sergiler. Filmler izleyicisine, film yapıtının çerçevesi içinde ancak film tarafından sunulan kesin olgularla kontrol edilebileceği ve sınırlanabileceği bir hayal gücü ve düşünce alanı bırakmaz. Bu nedenle izleyiciler, filmi gerçeklikle doğrudan özdeşleştirmek üzere eğitilirler. Kültür tüketicilerinin hayal gücü ve özgünlüğünde görülen azalmayı psikolojik mekanizmalarda aramak gereksizdir. Bu ürünler, düşünsel faaliyete izin vermeyecek şekilde tasarlanmaktadır (Adorno, 2007: 56).

Belgesel filmler, düşsel üretimler olmasalar da içerdikleri hikâye ve karakterlerin sunum biçimlerine bağlı olarak sistemin kodlarını onaylayıcı bir nitelik kazanabilirler. Özellikle tarih belgeselleri toplumsal belleği yeniden inşa ederek resmî ideolojiyi sürdürme çabası içerisinde olabileceğinden sistemin kodlarını onaylama tehlikesi gösterebilirler. Kültürel incelemeler geleneğine göre, kapitalist endüstriyel toplumlar, sınıf, cinsiyet ve etnik köken temelinde eşitsiz bir şekilde bölünmüştür. Kültür, bu bölünmenin inşa edildiği ve sürdürüldüğü bir alandır. Medya, dil, semboller ve kültürel kodlar aracılığıyla dünya görüşlerini ve popüler bilinci oluşturmada etkilidir. Bu gücü dolayısıyla medyanın tarafsız olduğunu düşünmek yersizdir. Medya ideolojik bir araç olarak iktidar ilişkilerinin parçasıdır. Bu nedenle sinema, özellikle belgesel türündeki filmler, bu ideolojik boyuta dikkatle incelenmelidir (Korkmaz, 2008: 178).

Ryan ve Kellner'e göre sinema diline özgü yöntemler ile temsil stratejileri farklı amaçlar için kullanılabilir. Temsil oluşturma yöntemleri içerik seviyesinin yanı sıra biçim seviyesinde de etkilidir. Biçimsel kalıplaşmış yöntemler, anlatının sonlanma tarzı, görüntü sürekliliği, non-refleksif kamera işleyişi, karakter tanıtımı, nesneleştirme yoluyla nesnellik, ardışık düzenleme, nedensellik mantığı, dramatik yönlendirme, kare çerçeveleme, gerçekçi anlaşılabilirlik vb. gibi öğeler aracılığıyla seyircilere, sahnenin nesnel olayların objektif bir şekilde kaydedilmiş görüntüleri olduğu yanılsamasını yaratır. Bu, ideolojinin kabul edilmesine katkıda bulunur (Kellner, 2010: 18).

Tüm teorik çalışmalar ve analizler, temsil ve stratejilerinin gerçeği taşıma ve yorumlama, yeniden üretme konusundaki önemini vurgulamaktadır. Görsel belleğin gücünün ve görsel

iletişimin artan öneminin, sinemanın temsil ilişkilerinin daha da önemli hale gelmesine neden olduğu görülmektedir. Sinema, temsil ilişkilerini ya düzeni onaylayarak ve sürdürerek ya da eleştirel bir bakış açısıyla oluşturarak kurmaktadır. Eleştirel bakış açısı görmezden gelinen kişi, grup ya da ötekilerin hem konu hem de temsil bakımından dile getirilmesi anlamına gelirken bunların yanlış temsilleri kitlesel olarak yayılır ve popüler kültürde yer edinirse gerçeğin yanlış veya olumsuz algılanmasına neden olabilir. Bu durum, karmaşık bir sorunun başlangıcını işaret ederken daha fazla analiz ve eleştiri gerektirmektedir.

Sinemada Müslüman Kadına Dair Kalıp Yargılar

Sinemanın, toplumsal boyutlarıyla düşünüldüğünde, etkisinin büyük olduğu ve modern çağda önceki yüzyılın resim ve fotoğrafın yüklediği işlevden daha fazla işlevi yerine getirdiği görülmüştür. Sinema, yönetmenin gözü ve senaristin kalemle yaratılan tahayyül ile dünyaya dair bilginin oluşturulmasıdır, böylece toplumsal imgeleme şekil verilmektedir. Batı'da hâkim olan bu görsel gelenek, sömürge döneminde Doğu'ya ilişkin üretilen kurgusal formlara da damgasını vurmuştur.

Bu üretilen kurgusal formlardan birisini de Müslüman kadınlar oluşturmaktadır. Genellikle oryantalist kodlar ile stereotipleştirilen Müslüman kadınların Batının indirgemeci ve ötekileştiren bakış açısından kurtulamadıkları görülmektedir. Çünkü Müslüman kadınlar Doğuludur ve Batı'nın ötekisidir. Batılı seyyah ve araştırmacıların yazılarında yüzyıllardır peçenin ardındaki gizemi çözmeyi ve Doğulu kadını Doğulu erkeğin elinden kurtarmayı bir görev addettikleri görülmektedir. Batılıların nazarında Doğulu kadın hiçbir zaman birey olmayı başaramadığı gibi pasif, zulüm görmüş, doyumsuz ve arzulu kadınlar olarak

dile getirilmiş veya resmedilmiştir. Müslüman kadınların örtülü olmaları veya peçe kullanmaları Batılılar nezdinde özgürleştirilmesi gereken varlıklar olarak kabul görmesine neden olmuştur. Batılı seyyah, araştırmacı, gözlemci veya gazetecilerin doğrudan iletişim imkânı bulamadığı Müslüman kadınlar zamanla hayal ürünü söylentilerin ve resimlerin merkezinde yer alarak olduğundan farklı bir gerçeklik olarak sunulmuşlardır.

Batılılar, yazılı ve görsel basında Müslüman kadınları belirli kalıplarla sınırlandırmışlardır. Bu sınırlamalar genellikle Batı'nın Doğu'yu anlama ve temsil etme biçimlerinden kaynaklanmıştır. Doğulu Müslüman kadınlar, egzotik, mistik veya cinsel nesne olarak sıkça tasvir edilmiş ve bu kadınların kişisel hikayeleri ve çeşitlilikleri genellikle göz ardı edilmiştir. Medya, Doğulu Müslüman kadınları genellikle örtülü ve pasif varlıklar olarak tasvir ederek, Batılı izleyicilerin önyargılı bakış açılarına hizmet eder halde sunmuştur. Bu sınırlı temsillerin temel nedenini, Batı'nın kendisini üstün ve modern olarak konumlandırma eğiliminden kaynaklanmaktadır. Batılı medya, sıklıkla Doğulu Müslüman kadınları kendi kurtuluş hikayelerinden ve bireysel başarılarından yoksun, homojen bir grup olarak resmetmiştir. Bu durum, kültürel karmaşıklığı ve çeşitliliği göz ardı ederek, Doğulu Müslüman kadınları genellemeler içinde sınırlamış ve onların gerçek ve çeşitli kimliklerine haksızlık etmiştir.

Müslüman kadınların gizemi yıllarca çözülmeyi beklemiş ve bunun için pek çok fikir ortaya atılmıştır. Batılılar, tarih boyunca farklı kültürleri keşfederken, peçeli kadınları gizemli bulmuşlardır. Temelde bu algı, genellikle Doğu toplumlarında yaygın olan örtünme pratiğinden kaynaklanmaktadır. Batılı gözlemciler, peçeli kadınların yüz ifadeleri ve vücut dillerinin sınırlı

görünmesi nedeniyle, onların düşünsel ve duygusal dünyalarına dair daha az açık ipucu sunan figürler olarak algılanmışlardır. Ayrıca, peçenin yaratmış olduğu fiziksel örtü, Batılı gözlemciler için egzotik bir çekicilik oluşturmuş ve bu kadınları mistik, gizemli ve uzak kılmıştır. Bu algı, kendi kültürel çerçevelerinden farklı olan bu örtünme geleneğini anlamakta zorlanmalarından da kaynaklanabilmektedir.

Doğulu kadınların sinemadaki bir diğer temsilini ise pasif Müslüman kadınlar oluşturmaktadır. Çünkü Batılı gözlemciler, tarihsel ve kültürel bağlam içinde Müslüman kadınları genellikle pasif olarak algılamışlardır. Bu algı, özellikle İslam toplumlarında geleneksel cinsiyet rolleri ve örtünme uygulamalarıyla ilişkilidir. Batılılar, peçeli giyim tarzı ve toplumun genelinde daha muhafazakâr bir cinsiyet ayrımının bulunması nedeniyle, Müslüman kadınların kamusal alanda daha geri planda ve sessiz bir konumda olduğunu düşünmüşlerdir. Bu algıya, İslam kültüründe kadınların genellikle aile içinde daha fazla rol aldıkları ve geleneksel olarak erkeklerle karşılaştırıldığında daha az kamusal aktivite içinde buldukları inancı da eklenmiştir. Bu inancın neticesinde sinema sanatı gibi kitleleri etkileyen bir sanat biçiminde özellikle Müslüman kadınlar daha geri planda kişiler olarak gösterilmiştir.

Müslüman kadınların peçe ile inşa edilen gizemli oldukları inancı aynı zamanda pasif oldukları kanısıyla da birleşince iki farklı kalıp yargının daha ortaya çıkmasına neden olmuştur. Pasif ve gizemli olmanın getirdiği ilk kalıp yargıyı Doğulu Müslüman kadınların sürekli kurtarılmayı bekleyen insanlar oldukları yargısı oluşturmuştur. Batılılar, tarih boyunca Doğulu kadınları kurtarılmaları gereken figürler olarak görmüşlerdir. Bu inanç,

Batı'nın kendi kültürel normlarını evrenselleştirme eğiliminden kaynaklanmaktadır (Ateş, 2023: 58). Batılı kadın hakları hareketinin ve feminist düşüncenin etkisi altında, Doğulu kadınların kendi kurtuluşlarına ve bireysel özgürlüklerine kavuşmaları gerektiği düşüncesi yoğunlaşmıştır. Batılı bakış açısına göre, Doğulu kadınlar, eğitim, iş dünyasına katılım ve siyasi haklara erişim gibi unsurlarla "kurtarılmaları" gereken bir durumda bulunmaktadır. Ancak, bu perspektif genellikle Batı merkezli olup, kültürel çeşitliliği ve Doğu toplumlarının kendi iç dinamiklerini göz ardı edebilmekte bu da yerel değerlere saygı gösterme noktasında zorluklar yaratabilmektedir.

Bu iki kalıp yargıdan ikincisi ise onların özgürleştirilmesi gereken kişiler oldukları yargısıdır (Acun, 2007: 95). Çünkü Doğulu Müslüman kadınları yalnızca Doğu erkeklerin ellerinden kurtarmak yetmez onlara özgürce yaşayabileceklerini de göstermek gerekmektedir. Belirli temsiller ile bu tarz bir stereotipleştirmeye giden Batı sineması pek çok filmde Doğulu kadının özgürleştirilmesi gerektiği fikrini ele almıştır. Batılıların, tarih boyunca Doğulu kadınların özgürleşmelerinin gerekliliğine dair inançları, genellikle Batı'nın kendi modernite anlayışı ve kadın hakları perspektifinden kaynaklanmıştır. Bu perspektif, Doğu toplumlarının geleneksel cinsiyet normları, örtünme uygulamaları ve kadınların genelde kamusal alandaki sınırlı rolüne odaklanarak, Doğulu Müslüman kadınların potansiyelini tam olarak gerçekleştirilememelerini eleştirmiştir. Batılı gözlemciler, özgürleşme kavramını genellikle Batı'da kazanılan politik haklar, eğitim olanakları ve ekonomik bağımsızlık gibi unsurlarla ilişkilendirmiş ve bu unsurların Doğulu Müslüman kadınların bireysel özgürlüklerini artıracığına inanmışlardır. Bu bağlamda, Batılılar,

kendi kadın hakları mücadeleleri ve toplumsal değişim deneyimlerinden yola çıkarak, Doğulu Müslüman kadınların benzer bir özgürleşme sürecine ihtiyaç duydukları görüşünü savunmuşlardır. Zamanla bu durumun bu kadınlara karşı baştan ön yargılar ile gelinmesine neden olmuş Doğulu Müslüman kadınların dünyayı ve sosyal hayatı anlamlandırma biçimleri göz ardı edilmiştir.

Doğulu kadınların şehvet unsuru olarak filmlerde boy göstermesi ve kadınların bu şekilde temsil edilmesi de başka bir stereotipleştirmeyi beraberinde getirmiştir. Bu stereotipleştirme özellikle Doğu kültürlerindeki giyim, dans ve estetik unsurların Batılı normlardan farklılığına dayanmaktadır. Doğulu kadınların kıyafetleri genellikle renkli ve süslü olup, vücut hatlarını vurgulayan kesimlere sahiptir. Ayrıca, geleneksel dans ve müzik formları, Batılı gözlemciler için egzotik ve duygusal bir çekicilik oluşturmuştur (Kabbani, 1993: 26-27). Bu algı, Doğu kültürlerindeki cinselliğe daha açık bir yaklaşımın Batılı standartlara göre daha çekici ve şehvetli olarak değerlendirilmesinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla özellikle Doğu'da yer alan harem Batıların hayallerini süsleyen bir mekân konumuna gelmiş ve pek çok sinema filmine de konu olmuştur. Doğulu kadının şehveti temsil eder bir biçimde filmlerde yer alması sıklıkla görülen bir durum olarak kendini göstermiştir.

Sinemada sıkça rastlanan bir diğer Doğulu Müslüman kadın stereotipi, kadın karakterlerini kurban veya mağdur olarak tasvir edilmesidir. Bu stereotip, genellikle Doğu kültürlerindeki sosyal ve geleneksel normlara karşı gelmeye çalışan kadınların hikâyelerini içermektedir. Bu kadın karakterleri, aile baskısı, toplumsal sınırlamalar veya cinsiyet rolleri nedeniyle yaşadıkları

zorluklarla mücadele eden figürler olarak resmetmektedir. Onlar, sıklıkla aile içindeki otorite figürleri ya da toplumsal normlardan kaynaklanan baskılarla başa çıkmaya çalışan, duygusal ve fiziksel zorluklarla karşılaşan karakterler olarak işlenmektedir. Bu stereotip, Doğulu Müslüman kadınları çaresiz ve yardıma muhtaç bir konumda göstererek, onları kurtarılmaya ihtiyaç duyan figürler olarak konumlandırır ancak, bu tip stereotipler, gerçek yaşamda var olan çeşitliliği ve güçlü, bağımsız Müslüman kadın örneklerini göz ardı edebilmektedir. Araştırmaya konu olan belgesel film de mağdur bir kadının hikâyesini anlatmaktadır. Klasik oryantalist bakış açısında yer alan Doğulu kadının mağdur temsili kurmaca filmlerde hayali bir karakter olarak yer alabilirken belgesel filmlerde de Doğu'nun bu gerçeği Batı'nın işlevsel bir aracına dönüşmüştür.

"Adımı Malala Koydu" Belgesel Filmindeki Mağdur Müslüman Kadın Portresi

Bu belgesel film İslam dininin yanlış bir yorumunu benimseyerek Pakistan üzerinde hakimiyet kurmaya çalışan Taliban ile Taliban'ın en etkin olduğu bölgelerden birisi olan Svat Vadisi'nde yaşayan Malala isimli genç bir kızın öyküsünü anlatmaktadır. Malala 13 yaşında iken uğradığı suikast girişiminden ağır bir yara ile kurtulmuş ve uzun bir tedavi sürecinden sonra normal hayatına dönebilmiştir. Belgesel filmde Pakistanlı insanların da röportajlarını kısaca yer verilmiş ve bu röportajlarda çalışmanın ana omurgasını oluşturan soru ortaya çıkmıştır. Malala yaşadıklarından sonra gerçek bir aktivist olarak kız çocuklarının eğitimi ile ilgili mücadelesine devam bir karakteri mi temsil etmektedir yoksa Batı'nın elinde Doğu'yu olumsuzlamak için kullanılan bir araca dönüşmüş karakter midir?

Belgesel filmde halk ile yapılan röportajlarda iki farklı görüşü de savunanların olduğunu görmekteyiz. Malala gerçek anlamda ülkesindeki yaşanan olayların mağduru olan genç bir kızdır. O, hem eğitim hayatından mahrum bırakılmış hem de Taliban tarafından başından vurularak sağlık problemleri ile ömür boyu yaşamak zorunda bırakılmış birisidir. Onun bu mağduriyeti belgesel filmin temelini oluşturmaktadır. “Adımı Malala Koydu” belgesel filmi izleyicinin Malala ile empati kurmasını sağlamaya yardımcı olacak pek çok anlatı ögesini barındırdığı gibi örtük bir şekilde İslam’ı yanlış yorumlayan Taliban’ın kötü uygulamalarını ve bu uygulamaları hayata geçirirken uyguladığı baskıyı da gözler önüne sermektedir. İzleyici Malala’nın yaşadığı güçlükleri izlerken diğer taraftan Taliban üzerinden İslam adına olumsuz bir algıyı da izlemektedir. Filmde tek mağdur kadın Malala değildir, onunla birlikte yaralanan iki arkadaşı ve Pakistan’da yaşayan pek çok kadının da mağduriyeti gösterilmektedir. İzleyiciye bu kadınların Taliban’ın baskısı altında İslam inancının kurallarını yerine getirmekle tehdit edildiği gösterilmektedir. Malala karakterinin de filmde bahsettiği üzere Pakistan halkı İslam adına Taliban tarafından öldürülmüş pek çok insan cesedini görmüştür. Bu cesetlerin üzerine defalarca “Taliban’ın direktiflerine uymadığınız takdirde gelecek sefer bu kişi siz olabilirsiniz” yazılmıştır. İslam inancı gibi masum insanların haklarını sonuna kadar savunan bir dinin bu kadar basit sebeplerle insan öldürebilen örgütlerce belgesel filmde temsil ediliyor olması izleyicinin bu inanca sahip kişilere temkinli yaklaşmasına neden olabilmektedir.

Belgeselde birkaç basit noktada İslam’ın doğru yorumlarına en azından Malala’nın ağızından yer verilirken Taliban’ın

saldırıları ve Taliban liderlerinin tehditkâr açıklamaları daha ön plandadır. Dolayısıyla filmde İslam'ın gerçekte ne olduğuna dair bilgilerin paylaşılmasından ziyade Taliban'ın İslam'ı nasıl yorumladığı izleyici ile paylaşılmıştır. Bu belgeseldeki temsillere dair iki temel soru karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki Malala karakteri gerçekten Müslüman bir kadını film boyunca temsil mi etmektedir yoksa bu kadın temsili film yapımcılarının Doğu'nun ıkkelliğini ve gelişmemişliğini bir karakter üzerinden kullanabilmesine yardımcı olan araç mıdır? İkinci temel sorun ise Taliban filmde neden İslam inancını temsil eder bir durumda yer almaktadır? Araştırma kapsamında bu iki büyük soru karşımıza çıksa da çalışmanın amacına uygun olarak daha ziyade ilk sorunun aydınlığa kavuşturulması gerekmektedir.

Film dikkatli olarak incelendiğinde Malala'nın üç farklı bakımdan mağdur olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki babasının onu mağdur edip etmediğiyle ilgilidir. Çünkü filmde anlatıldığına göre Malala'nın babası ona bu ismi verirken eski bir hikâyeden esinlenmiştir. Eski bir Pakistan hikayesinde Malala isimli bir kadının savaş esnasındaki cesareti anlatılmaktadır. Malala'nın babası da kızına bu ismi vermiş ve onu suikaste götüren olayların yaşanmasına bir bakıma sebep olmuştur. Malala'nın suikaste uğramasına sebep olan olay onun eğitim hakkını kullanmak istemesine dair dünya kamuoyuna Batılı medya aracılığıyla paylaştığı bilgilerdir. Babasının desteğiyle verdiği röportajlar ve yaptığı konuşmalar sonunda Malala'yı Taliban ile karşı karşıya getirmiş ve henüz 13 yaşındayken ölüm ile burun buruna gelmiştir. Dolayısıyla babasının onu en başında cesaretlendirerek sürüklediği hayat onun bu olayı yaşamasına neden olmuştur. Ancak filmde Malala babasını suçlamamaktadır aksine onun

cesur bir kız olmasında babasının etkisi büyük olduğunu söylemektedir.

Malala'nın asıl mağduriyeti Taliban tarafından saldırıya uğraması ve bunun neticesinde büyük yaralar alarak hayatına engelli bir şekilde devam etmesidir. Filmde izleyicinin Malala adına üzüldüğü noktalar, onun saldırıya uğradığı ve uzun bir tedavi sürecine katlanmak zorunda kaldığını gösteren anlardır. Dolayısıyla Malala'nın temsil ettiği mağdur kadın gerçek bir karakterdir. Filmde Malala'nın eğitim hakkı için çok büyük bir fedakârlığı çocuk yaşta yapmış olduğunu gösterilmektedir. İslam coğrafyasının bazı bölgelerinde kız çocuklarının okuması ve eğitim almasıyla ilgili yanlış yorumlar bulunabildiği gibi bunun İslam'ın kesin ve kat'î bir kuralı gibi gösterilmesi ve İslam inancına sahip tüm toplumların bu şekilde bir uygulamaya gittiği algısı filmde ortaya çıkmaktadır. Daha önce de ifade edildiği gibi filmde İslam inancının kız çocuklarının eğitimiyle ilgili doğru yorumlarına dair bilgiler filmde yer almamaktadır.

Bir diğer mağduriyeti ise röportajlarda halkın bir kısmının dile getirdiği Malala'nın Batı'nın Doğu'yu eleştirmek için kullandığı bir araç haline dönüşmesi oluşturmaktadır. Bu üstü örtük mağduriyet önceki iki mağduriyete göre daha fark edilemez bir yapıdadır. Doğu Batı zıtlığını göstermek, Batı'nın ilerici, modern, açık fikirli ve insan haklarına saygılı olduğu kanısı ile Doğu'nun gelişmemiş, terörün ve çatışmaların merkezi, insan haklarından ve özgürlüklerden söz bile edilemeyen bir yer olduğu algısı bu şekilde aktarılmaktadır. Malala'nın hikâyesi, filmde yönetmenin bu algıları ve ön yargıları yerleştirebilmesine yardımcı olmaktadır. Müslüman kadınların belgesel filmlerde mağdur olarak temsil edilmelerinin aslında Batılı bakış açısını

destekleyen örtük bir yapıya hizmet ettiği görülmektedir. Elbette belgesel filmler sıradan olanın dışındaki hayatlara odaklanmakta ve izleyici karşısına farklı olanı getirmek istemektedir. Ancak bu tarz yapımlarda dikkat edilmesi gereken hikâyenin Batılı yönetmenlerce kullanışlı bir yönünün bulunduğudır.

Filmde Malala'nın pek çok Batılı lider ile görüştüğü, onlardan destek mesajları aldığı ve Batılı tarzda yaşadığı hayat tarzı ile müreffeh bir hayat yaşadığı gösterilmektedir. Dolayısıyla filmde iyi olanın, güzel olanın, doğru olanın Batılı tarzda olan olduğu algısı pekiştirilmektedir. Nitekim filmin başlangıcında Malala'nın yaşadığı ev dahi düzenli sokakları ve güzel görüntüsüyle Batılı tarzda inşa edilmiş bir evdir. Malala İngiltere gibi medeniyetin beşiği bir ülkede özgürce yaşamaktadır. Ancak hem annesi hem de babası burada rahat bir şekilde yaşamalarına rağmen ait oldukları topraklara dönmek istemektedirler. Diğer taraftan yönetmenin ısrarla erkek arkadaşın var mı, olmasını ister misin, hangi erkekleri çekici buluyorsun şeklinde yönelttiği sorular Malala'yı zorlamaktadır. Cevap vermek istemediği ve utandığı sorular aslında onu yetişmiş olduğu kültürden uzaklaştırmakta ve inandığı değerlere aksi yönde hareket etmeye zorlamaktadır. Yine Malala kendisini okulundaki arkadaşlarıyla kıyasladığında onlar gibi bacaklarının görünmesinden hoşlanmadığını onlardan farklı olduğunu dile getirmektedir. Aslında yönetmen tarafından Batılı değerlerin idealleştirilerek karakterler üzerinden izleyiciye aktarıldığı pek çok yapıım mevcuttur. "Adımı Malala Koydu" belgesel filmi de bunlara örnek olabilecek niteliktedir. Yönetmenin yönelttiği sorulara Malala'nın cevap vermekten kaçınması, Malala'nın diğerlerinden farklı hissetmesi filmde bu karakterin Batılılardan farklı olduğunu

göstermektedir. Ancak bu farklılık film aracılığıyla olumsuz bir durum olduğu algısını oluşturmaya yardımcı olmak üzere kullanılmaktadır.

Sonuç

Belgesel filmler, etki gücü yüksek ve izleyicinin fikri altyapısını şekillendirebilecek yapımlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu film türü sayesinde gerçeğin gösterildiği varsayımından hareketle hem belli politikalar meşrulaştırılmakta hem de ötekileştirme ve olumsuzlama basit yöntemler ile gerçekleştirilebilmektedir. Pek çok yönetmen bu sebepler gerekçesiyle belgesel film türünde eserler ortaya çıkarmaktadır. Hem görsel işitsel açıdan bir sanat eseri olması hem de içeriği bakımından bilgi akışını sağlaması ve haber değeri taşıyabilmesi belgesel filmleri önemli bir medya mecrası yapmaktadır. Araştırma kapsamında ele alınan filmde hem sanatsal açıdan pek çok öğeyi barındırmakta hem de verilen bilgilerin gerçekliği bakımından filmin sosyal bilimsel yönünü ortaya koymaktadır.

Filmde Malala mağdur bir karakter portresi çizmektedir. Onun mağduriyeti üç farklı noktada gözler önüne çıkmaktadır. Babasının hayallerini gerçekleştirmek üzere babası yüzünden zor bir yola girmiş olması, Taliban tarafından yapılan suikast girişimi sonrası büyük yara alması ve engelli olması, daha sonra Batı'nın ikonik bir figürüne dönüşerek Batı'nın değerlerinin taşıyıcı ve aktarıcısı olması. Onun temsil ettiği bu son mağduriyet Batılı bakış açısına hizmet eder bir nitelikte filmde yer almaktadır. Yönetmen filmde Doğu'ya dair bütün olumsuzlukları Malala'nın mağduriyeti üzerinden göstermektedir. Müslüman kadınlar arasında da pek çok başarıya imza atmış, farklı bakış açılarına sahip, hayatı ve dünyayı farklı yorumlayabilen kadınlar

mevcut iken; onlar, işlevsel açıdan Batılı anlatı tarzına uygun gelmemektedir. Doğulu Müslüman kadınlar arasında özellikle kurtarılmaya muhtaç oldukları algısını yaratabilecekleri karakterler Batılı yönetmenler için daha işlevseldir.

Doğulu Müslüman kadınların kurtarılmaya muhtaç olup olmadığı sorusu, kültürel bağlam, bireysel deneyimler ve çeşitli toplumsal dinamikler ışığında değerlendirilmelidir. Elbette bu belgeseldeki Malala karakteri gerçekten çeşitli baskı güçlerinin elinden kurtarılması gereken ona dilediği gibi yaşama ve eğitim hakkı verilmesi gereken bir kişidir. Ancak belgesel ya da kurtarma filmler ile izleyiciye gösterilen bütün kadınların mağdur olmaları ya da kurtarılmaya muhtaç olmaları durumunu Batılı bir anlayış ile doğrudan kabul etmek, çeşitli Doğu kültürlerinin karmaşıklığına ve kadınların kendi toplulukları içindeki çeşitli yaşamlarını yanlış değerlendirmeye neden olabilmektedir. Bazı Doğu topluluklarında, kadınlar geleneksel normlara bağlı olarak sınırlı haklara ve olanaklara sahip olabilirken, diğerlerinde kadınlar eğitim, iş hayatı ve siyasi katılım gibi alanlarda etkin roller üstlenebilmektedir. Bu nedenle, kurtarıma ihtiyacı, bireysel özgürlüklerin ve eşitliğin sınırlılıklarını deneyimleyen kadınlar arasında değişiklik gösterebilmektedir. Öte yandan, kurtarma kavramı, Batı merkezli bir perspektife dayandığından ve evrensel bir normativite taşıdığından, bu terimin kullanımı yerel kültürlerin ve değerlerin anlaşılmasını zorlaştırabilir.

Bu çalışmanın ana konusunu oluşturmamakla beraber belgesel film ve temsil meselesine dair filmde diğer bir nokta karşımıza çıkmaktadır. Taliban'ın belgesel filmde İslam'ı temsil etmesi meselesi de oldukça ilginçtir. Bu tarz belgesel filmlerde yönetmen anlatıyı Batılı değerleri anlatan ve Batı politikasını

destekleyen bir şekilde inşa edebilmektedir. Nitekim bir buçuk milyarlık İslam nüfusu içerisinde Taliban'ın İslam'ı temsil edemeyeceği aşikâr bir biçimde ortadayken filmde İslam adına konuşan, İslam adına birçok yanlış uygulamayı hayata geçiren Taliban mensuplarıdır. Dolayısıyla izleyicinin ön yargı sahibi olmasını ve Müslümanlara temkinle yaklaşmasını bu tür yanlış temsiller sebep olabilmektedir. Taliban'ın uygulamalarının filmin anlatısını bozmayacak bir şekilde doğru olmadığı izleyiciyi aksettirilemez miydi sorusu akıllara gelmektedir. Bu sayede İslam inancına dair hiçbir bilgisi bulunmayan bir kişinin en azından temel bir bilgi olan İslam'ın terör dini değil barış dini olduğu gerçeği vurgulanabilirdi.

Kaynakça

- Acun, F. (2007). Görsel Verilerde Kadın İmajı (1923-1960). SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16, 91-112.
- Adorno, T. W. (2007). Kültür Endüstrisi. (Çev. N. Ülner vd.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ateş, H. (2023). Belgesel Film Anlatısında Oryantalist Ögeler: IDFA Ödüllü Uzun Metraj Belgesel Filmleri Üzerine İnceleme, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ateş, H. & Parsa, A. F. (2021). The Construction of Orientalist Discourse in the Documentary Series on the Digital Broadcasting Platform Netflix. In Handbook of Research on Contemporary Approaches to Orientalism in Media and Beyond (pp. 12-32). IGI Global.
- Aufderheide, P. (2007). Documentary Film: A Very Short Introduction: A Very Short Introduction, USA: Oxford University Press.
- Baumann, S. (2016). The philosophy of documentary film: Image, sound, fiction, truth. Cinema 9, 121-126.
- Baumann, Z. (2013). Postmodernizm ve hoşnutsuzlukları. (Çev. İ. Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fitzgerald, A. & Lowe, M. (2020). Acknowledging documentary filmmaking as not only an output but a research process: A case for quality research practice. International Journal of Qualitative Methods, 19, 1609406920957462.
- Hall, S. (1994). İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü. Medya, İktidar, İdeoloji, Der. ve Çev. M. Küçük, Ankara: Ark Yayınevi.
- Kabbani, R. (1993). Avrupa'nın Doğu İmajı. (Çev. S. Tuncer). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Kellner, D. (2010). Medya Gösterisi. (Çev. Z. Paşalı). İstanbul: Açılım Kitap.
- Korkmaz, N. (2008). Kültürel İncelemeler Geleneğinde "Kültür, Popüler Kültür ve İdeoloji" Sorunu. Medya Popüler Kültür ve İdeoloji, Der: L. Yaylagül, N. Korkmaz, Ankara: Dipnot Yayınları.

- Ryan, M. & Kellner, D. (1997) *Politik Kamera Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası*. (Çev. E. Özsayar). İstanbul: Ayrintı Yayınları.
- Marfo, A. (2007). *The evolution and impact of documentary films* (Senior Honors Project, Paper 42).
- Morgan, R., Game, A. M. & Slutskaya, N. (2019). *Qualitative research through documentary filmmaking: Questions and possibilities*. In Cassell, C., Cunliffe, A.L., Grandy, G. (Eds.), *The Sage handbook of qualitative business and management research methods: Methods and challenges* (s. 329-344). Sage Publications
- Pezzela, M. (2001). *Sinemada Estetik*, (Çev. F. Demir). Ankara: Dost Kitabevi.
- Rotha, P. (2000). *Belgesel Sinema*, (Çev. İ. Şener), İstanbul: İzdişüm Yayınları.
- Ryan, M. (1988). *The Politics of Film: Discourse, Psychoanalysis, Ideology. Marxism and The Interpretation of Culture*, s. 479, (Ed: C. Nelson and L. Grossberg). University of Illinois Press Urbana and Chicago
- Salazar, J. F. (2008). *The documentary screen. Screen media arts: Introduction to Concepts and Practices* (280-321 pp.) Chapter: 12, Publisher: Oxford University Press.
- Sözen, M. (2010). *Belgesel filmin tasarım boyutu ve Türk belgesel sinemasından örnek uygulamalar*. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 6(11), 241-266.

Televizyon Dizilerinde Gösterişçi Tüketim ve Kadın*

*Esra ERDOĞAN**

*A. Banu HÜLÜR***

Giriş

Televizyon içerikleri bakımından en çok izlenen yapımlardan biri olan diziler, gösterişçi tüketim pratiklerini izleyicilere belirli simgelerle sunarken kadının metalaşmasına ve popüler tüketim kalıplarının devamlılığına da katkıda bulunmaktadır. Televizyon izleyicisinin gösterişçi tüketim temelinde yaptığı eylemlerin altında yatan en önemli sebeplerden birisi de televizyon dizilerinde gösterişçi tüketim unsurlarının kadın merkezli kullanımıdır. Gösterişçi tüketim unsurlarının televizyon dizilerinde ne şekilde sunulduğu ve dizilerde yer alan kadın temsillerinin, izleyicilerin ilgi alanlarına hitap eden içeriklerin ve kadın bedenini metalaştıran söylemlerin, gösterişçi tüketim kalıplarını ne şekilde desteklediği önemlidir. Televizyon dizilerindeki ana karakterleri destekleyen dilsel, görsel ve mekânsal göstergeler, lüks

* Bu çalışma, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı'nda 2022 yılında A. Banu Hülür danışmanlığında tamamlanan "Gösterişçi Tüketim Pratikleri Perspektifinde Türk Televizyon Dizilerinde Kadın Temsili" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

* Yüksek Lisans, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, erdoganesra1975@gmail.com.

** Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, banuhulur@gmail.com.

ve gösterişli bir yaşam tarzını olumlarken; dişilik, güzellik, fiziksel çekicilik, modernlik ve fit görünüş gibi içerikler kullanarak tüketim kültürünü ve gösterişçi tüketimi desteklediği ortadadır.

Günümüz yaşam tarzının bir simgesi olan tüketim kavramı, markalara yüklenen sembolik anlamların, ürünlerin tüketilmesi ile ulaşılan haz ve mutluluğun yanında bireylerin kullandıkları eşyalar ile gösteriş yaptıkları bir sürecin de temsili haline gelmiştir. Tüketimin farklı duygusal işlevlere sahip olmasının en önemli sebeplerinden birisi medyada kurgulanan gösterinin sunumudur. Televizyon içeriklerinin bireylerin duygusal yönlerine hitap ederek aktardığı mesajlar tüketimi desteklemektedir. Televizyonda kurgulanarak bireylere sunulan içeriklerin söz konusu mesajları aktarmak için kullandıkları önemli öğelerden birisi de bedendir. Televizyon dizilerinde idealize edilen kadın bedenleri verilmek istenen mesajlar ile ilişkilendirilerek, mesaj ile beden arasında özdeşim kurularak insanlara hitap edilmektedir.

Modern tüketim kültürünün ortaya çıkmasında, kapitalizm, serbest piyasa ekonomisi ve kitle iletişim araçları gibi faktörlerin etkisi olduğu bilinmektedir. Örneğin yüzyıl önceki sağlık algısıyla günümüzdeki sağlık algısı arasında teknolojik anlamda büyük bir fark olduğunu görüyoruz. Modern toplum yapısının kadına yüklediği “tüketici” rolünün bir yansıması olarak, kadının tüketim nesnelere yönelmesi söz konusudur. Son yıllarda güzellik algısının değişmesiyle plastik cerrahiye ilgi son derece artmış durumdadır. Ekonomik eşitsizliğin ihtiyaç dışı tüketime yönlendirdiği bireylerin yanında geçimini sağlamak için iki işte birden çalışan bireylerin birlikte yaşadığı günümüz toplumlarında büyük bir dengesizlik olduğu görülmektedir.

Televizyon dizilerinin, simgeler aracılığıyla bedeni kullanarak ya da araçsallaştırarak bireyi tüketime yönlendirdiği görölmektedir. İdeal beden algısı üzerinden metalaşan kadın bedeni, bu araçlar sayesinde son dönemlerde daha da görünür hale gelmiştir. Göstergeler aracılığıyla kullanım değerinden gösteriş değerine geöen tüketim nesnelere en iyi pazarlama aracı reklam ve dizi gibi televizyon içerikleridir. Bu içeriklerin dizi oyuncularından tarafından canlandırılan karakterler aracılığıyla izleyiciye aktarılması sonucunda bireylerin gösterişçi tüketim eğilimi gösterdikleri görölmektedir. İzleyiciler, dizilerde kendilerine yakın bulduğu ya da imajlarına bürünmek istedikleri karakterlere öykünüp, onlar gibi giyinip, onlar gibi davranabilmektedirler. Bu durumda oyuncuların ünlü olmalarının, rol kabiliyetlerinin, karakteristik özelliklerinin ve çekiciliklerinin de etkisi bulunmaktadır.

Tüketim Kültürü ve Tüketim Toplumu

Tüketim kültürü kavramı; birey perspektifinde ontolojik, toplum perspektifinde epistemolojik ve aksiyolojik açılar ile tarihsel, kültürel ve teknolojik değişim ve gelişimlerin yanı sıra, ürün ve nesnelere prestij kazandığı kültürel bir boyuta işaret eder. Bu boyutun bir sonucu olarak ürün, hizmet ve enformasyon bolluğunun hâkim olduğu toplumsal yapı “Tüketim Toplumu” olarak ifade edilir. Jean Baudrillard tüketim toplumunun var olmak için nesnelere ihtiyaç duyduğuna dikkat öeker (Senemoğlu, 2017: 68). Ürünün bolluğu yalnızca sonsuz tüketim arzusunun doğuramaz aynı zamanda nesnelere duyulan gereksinime bağlı olarak bir değerler sisteminin de doğmasına neden olur.

Tüketim olgusuna eleştirel yaklaşımlarıyla dikkat öeken Frankfurt Okulu sosyologları, ağırlıklı olarak Marx’ın ekonomi-

politik, meta fetişizmi ve yabancılaşma kavramlarının gündelik hayatta iktidar ve medya tarafından nasıl tekrar üretildiğine dikkat çekmişlerdir. Eleştirel kuramla özdeşleştirilen “Kültür Endüstrisi” kavramı ilk kez Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer tarafından “Aydınlanmanın Diyalektiği” eserinde ortaya atılmıştır. Adorno’ya göre hayatın her alanı kültür endüstrisi tarafından metalaştırılmakta, dolayısıyla hedef kitle mevcut ideolojinin yeniden üretim zincirinin birer halkası olmaktadır. Bireyi edilgen bir kültür tüketicisi konumuna getiren kitle kültürü; sanat, eğlence, dinlenme, spor, boş zamanları değerlendirme gibi yaşam pratiklerini birer tüketim eylemine dönüştürmektedir (Kulak, 2016: 50-55). Eleştirel düşüncenin temel konularından olan tüketim ve birey ilişkisinin televizyon ve medya perspektifinde eleştirel kuramcılar tarafından oldukça fazla incelendiğini görmekteyiz.

Tüketim kültüründe nesnelere ihtiyaçtan çok sembolik bir değer biçilmesi ortak kültürel değerlerle bütünleşmesine sebep olmakta ve yine bu bütünleşme aynı zamanda kişiler arası ilişkilerin de boyutunun değişmesine neden olmaktadır.

Modern yaşam pratiklerinin bireyi tüketime yöneltmesi ve bunu bir yaşam tarzı olarak dayatması, kapitalist döngü içerisinde bireylerin var olma mücadelesinin de yönünü değiştirmiştir. Üretimin olmadığı modern dünyada hafta arası kazandığını hafta sonu harcayan tüketici bireyler giderek kendine yabancılaşmaktadır. Tüketim olgusu yüzyıllardır insanlığın en önemli faaliyeti olmuştur. Paranın henüz icat edilmediği dönemler de dahil olmak üzere toplumlar ve insanlar arası alışverişin var olduğu bilinmektedir. Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre

insanoğlunun fiziksel ve duygusal olduğu kadar sosyal açıdan da çeşitli tüketim faaliyetlerine ihtiyacı vardır (McLeod, 2007: 1-18).

Endüstri devriminin gelişi, bireyin sade ve mazbut hayat akışını değiştirmiş ve tüketim anlamında yeni bir devrin de kapısını aralamıştır. Endüstrileşmeyi temsil eden en belirgin kavramlar fabrikalaşma, proleterya ve Fordist üretim iken bu kavramlara artı değer sebep olduğu tüketim ve tüketici kavramları eklenmiştir (Ollman, 2015: 12-17). Fordist anlayışa göre üretim kavramıyla özdeşleşen işçilerin, boş zamanlarını doldurmak ve üretilen mal fazlalığını eritmek adına artı değer bir getirisi olarak tüketici bireylere evrilmelerinin yolunu açması bilinen bir gerçektir. Bunun bir getirisi olarak üretimi elinde bulunduran ülkelerin üretim devi konumuna gelmesi dış ticaret olgusunu ortaya atmış bir başka deyişle uluslararası ticaretin yaygınlaşmasını sağlamış ve bu sayede kilometrelerce uzakta üretilen bir ürüne sahip olmak tüketici birey açısından imkânsız olmaktan çıkmıştır (Baygül, 2020: 397). Dünya pazarını yönlendiren büyük şirketlerin varlığının ön plana çıkması, örgütsel ilişkilerin formalleşmesi, iletişim ve ulaşım ağlarının teknolojik gelişimi tüketim olgusunu her geçen gün biraz daha beslemektedir. Bu hareketlilik içerisinde bireyin toplumsal konumunun belirlenmesi ve davranışsal açıdan tüketim faaliyetinin altında yatan sebeplerin ortaya çıkarılması sonucunda da bireylerin kendine yabancılaşmasının önüne geçilmesi büyük önem arz etmektedir. Nitekim üretici olmayan ve sadece ithal edilen ürünleri tüketen toplumların yeniden üretime geçmeye teşvik edilmesi, dünya üzerinde hemen her ülkenin istihdam açığını da ortadan kaldırmaya yönelik olumlu bir adım olabilir.

Diğer taraftan modern hayatın ışıltılı ve büyümlü atmosferine eklenen simülatif unsurların varlığı bireylerin tüketim nesnelere yöneliminde son derece etkili olmaktadır. Modern çağda anlamın yerine gösteri vardır (Baudrillard, 1998: 150-155). Hedef kitle olay ve olguları anlamlandırmak yerine gösteriyi tercih eder. Birçok düşünür ve kuramcı tarafından modernizmin etkilerinin tamamen kaybolduğu çağ Post-modern Çağ olarak adlandırılmaktadır. Post-modern çağda nesnelere anlamını yitirmiştir ve medya aracılığıyla her şey bir gösteriye dönüşmüştür (Tosun, 2000: 30). Modern dünyada bireylerin devamlı hareket halinde olması, kitle iletişim araçları tarafından iletilen mesajlara da maruz kalmaları anlamına gelmektedir. Modern yaşamın bir getirisi olarak bireylerin sürekli bir koşuşturma içerisinde olmaları dolayısıyla her an her yerde hedef kitle haline gelmeleri söz konusudur. Sonuç olarak bireyleri etkisi altına alan televizyon reklamları, sosyal medyada kullanıcıların sürekli ve planlı olarak karşısına çıkan ürün tanıtımları, son teknoloji akıllı telefonların barındırdığı yapay zeka sayesinde ihtiyaç duyulan hizmetlerin saptanıp bireye direk sunulması gibi uygulama ve faaliyetler bireylere kendilerini özel hissettirmekte, gerçekte olduklarından daha farklı biriyimş algısı yaratmakta, popüler kültürün empoze ettiği her şeye sahip olabileceklerini vaat etmekte ve bireyi buna inandırmaktadır. Buradan hareketle simülasyonlarla kandırılan bireylerin tüketim çılgınlığı akımına kapılması karşısında ne gibi çözümlerin üretilebileceği önemle üzerinde durulması gereken konuların başında gelmektedir.

Modern hayatın dayattığı tüketim olgusunun bir sonucu olarak birey ve aile yapısındaki değişimler ile toplumun değerlerini oluşturan kanaat önderleri, mitler (toplumsal söylemler) ve

davranış kalıpları gibi kültürel birtakım unsurların da deęiŐmesi sonucu sanat ve estetik olgusunun da geldiği nokta ortadadır. Malın kültürel değerinden ya da kullanım değerinden çok gösterge değerinin sağladığı prestijin etik değerler ve gerçek estetik anlayışı ile bir bağlantısı kalmamıŐtır. Topluma değer katan geçmiŐle gelecek arasında bir köprü oluşturan kendini yenileyerek gelecek nesillere örnek teşkil eden yapıtlar ve soyut değerler tüketimin hipergerçekliği içinde kaybolmuŐtur. Bunun yerini bireyi tüketime yönlendiren gösterişçi tüketim olgusunun yarattığı davranış kalıpları, taklit edilen hayatlar, popüler kültürün ürünü olan sözde oyuncu, Şarkıcı, “influencer” olarak tabir edilen sosyal medya etkileyicileri ve stereotipler (Gürer ve Gürer, 2020: 636) gibi sanal kanaat önderleri ve simülasyonlar almıştır. Son yıllarda televizyon dizilerinin yarattığı karakterlerin de birer etkileyici olmaları söz konusudur.

Tüketimin Hazcı Yönü: Gösterişçi Tüketim Olgusu

Felsefede yaygın olarak kullanılan hedonizm veya hazcılık mutlak anlamda iyi kabul edilen insan eylemlerinin, haz ve mutluluk üzerine planlanması gerektiğini savunur. Hedonizm ilk olarak Yunan düşünürlerinden Aristippos (M. Ö: 435-355) tarafından ortaya atılmıŐ ve daha sonra Epikuros tarafından geliŐtirilmiŐ felsefi akımdır. Yunanca “Hedone” kökünden gelen hedonizm; “İnsan için en üstün iyilik hazdır” der (Özcan, 2015: 131-134). Aristippos, bedensel hazzın önemini vurgularken, Epiküros duygusal tatminin de önemli olduğunu savunur. Bu görüşe göre bireyler ahlaki eylemlerini haz ve mutluluk duymak için gerçekleştirir. DavranıŐlarımızın amacı haz olmalıdır, çünkü insan doğası gereği acıdan kaçınıp hazzıya yönelen bir varlıktır

dolayısıyla insan eylemlerinin temelinde haz alma duygusu ön planda olmalıdır.

Hedonizm Türkçe anlamıyla hazcılık olarak ifade edilmektedir. TDK'ya göre; ekonomik etkinliğin ve hazzın en yüksek derecesine varacak şekilde gerçekleştirilmesi öğretisi, hedonizm olarak adlandırılır (Akduman ve Taşdelen, 2021: 1070). Bu perspektifte günümüz toplumlarında tüketim eyleminin hemen her boyutunun "haz alma" ilkesi ile yakından ilişkisi bulunmaktadır.

Bireysel hazcılık ve kişisel tatmin alanları denildiğinde ilk olarak akla batı tarzı büyük ölçekli alışveriş merkezleri gelmektedir. Modern dünyanın bireyi tüketime yönlendiren simülatif unsurlarının hedonik ve faydacı tüketime olan etkilerini konu alan çalışmalardan elde edilen bulgulara bağlı olarak tüketicilerin demografik özelliklerine bakıldığında özellikle batı tarzı büyük ölçekli tüketim mekanlarını neden tercih ettikleri konusu araştırmaya değerdir. İncelenen çalışmalarda tüketicilerin ortalamasının üstünde bir oranda faydacı ve hedonik alışveriş eğiliminde oldukları görülmektedir. Alışverişte rasyonel davranan ve faydacı tüketim eğiliminde olan tüketicilerin oranı da yine ortalamasının üzerindedir (Babekoğlu, 2000). Planlı veya plansız olsun satın alma duygusunun bireyde hedonik etkiler bıraktığı ve bireyin bu iki unsur arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki kurduğu görülmektedir.

Baudrillard'a göre tüketim toplumunda yanılısamanın ihtiyaçlar üzerinden yapılması söz konusudur. Bunun nedeni tüketim toplumunda ihtiyaçların aslında sistemin birer ürünü olmasıdır. Bir süre sonra tüketimin haz duyma ile olan bağlantısının da açığa çıkmasıyla yalancı mutluluklar yaşayan ve ihtiyaç dışı

alışveriş yapan bireylerin varlığı üretimin yerine tüketimin geçtiğinin de bir göstergesidir. Üretilen ürünlerin fazlalığı bireyleri her geçen gün daha da fazla tüketim çılgınlığına yöneltmektedir. Artık bir ürünün tükenmesini beklemeden (Argan vd., 2012: 785-790) daha farklısını, daha gelişmişini almaya yönelik yapılan tüketim faaliyetlerinin bir yansıması olarak, yaygın alışveriş mekanlarının bireyler tarafından fazlaca tercih edildiği görülmektedir.

Özellikle batıya özendiren ve batıyı yansıtan mekanların bireyde yarattığı hedonik (Antonetti ve Maklan, 2014: 117-134) etkiler kullanılarak yaratılan alışveriş ortamlarında gösteriçi tüketim unsurları göze çarpmaktadır. Bireye kendini “sanki yurt dışındaymış” gibi hissettiren her tür ihtiyacı karşılayabileceği mekanların gün geçtikçe daha da fazla rağbet görmesi durumu, bu ilginin altında yatan asıl nedenin “modern çağın bireylere dayattığı tüketim olgusunu meydana getiren ve bireyleri tüketime iten kişisel değer yargılarının değişimi” olduğu aşikardır (Karalar ve Kiracı, 2010: 79-106). Günümüz post-modern toplumları için anlamdan ziyade gösterişin önemli olması, malların kullanım değerinin gösterge değerine evrilmesi sonucu tüketilen her ne olursa olsun önemli olan bireye sağladığı prestijdir (Babaoğul ve Buğday, 2012: 79). Bireyin yaşam tarzını yansıtan, nerede yemek yediği, nereden giyindiği, evinin dekorasyonu için nereden malzeme aldığıdır. Toplumun zengin kesiminin yaptığı gibi son derece pahalı markaları alamasa da artık muadillerine kolayca ulaşabileceği birçok seçeneğe sahip bireyler durdurulamayan bir tüketim davranışı sergilemektedir.

Günlük alışverişten lüks tüketime, beden inşasından cinselliğe, reklamlardan sanata, bireysel spor ve dinlenme

aktivitelerine kadar tüm yönleriyle bir tüketim çılgınlığı söz konusudur. Nesnelere tüketiminin çeşitli araçlarla desteklenerek bireyi ikna yoluna gidilmesi, yapılan tüketim eyleminin de son derece normal olduğu algısını yaratmakta, bireye dayatılan uyumluluk sayesinde de toplumsal kontrol elde edilmektedir. Bu denetim sürecini Jean Paul Baudrillard "sibernetik kontrol" kavramıyla açıklamaktadır (Sezgin ve Talaz, 2016: 562-565). Tüketimin ilerleme ve mutluluk anlamına gelmesi ve bireyin tercihlerinin çoğalması sistem tarafından bir üst-gerçeklik yaratılarak demokrasinin varlığı ile örtüştürülmekte ve toplumun refah anlayışının bir göstergesi sayılmaktadır. Ancak bu da tamamen bir yanılsamadır (Hürmeriç ve Baban, 2012: 88-91). Modern hayatta bireyler göstergelerin üst-gerçekliğine inanarak yaşamlarını sürdürmektedir.

Thorstein Veblen 1899'da ortaya koyduğu *The Theory Of The Leisure Class*; "Aylak Sınıf Teorisi" eserinde, tüketimin ihtiyaçtan çok gösteriş amacıyla yapılan bir eylem olduğunu ve bunun bir sonucu olarak ekonomik boyutta toplumsal sınıflaşmaların ön plana çıktığını belirtmiştir. Veblen'e göre gösterişçi tüketim olgusunun çıkış noktası üst sınıflar ve onlara benzemeye çalışan diğer sınıfların yaptığı gösteriş amaçlı alışverişlerdir (Veblen, 1973: 28-69). Thorstein Veblen ekonomik gelişimin seyri içinde kadının görevinin evin reisine vekaleten tüketim yapmak ve bu amaç doğrultusunda dış görünüşüne özen göstermek olduğu saptamasında bulunmuştur. On dokuzuncu yüzyılda kadınlar sosyal yaşamlarının merkezine pahalı giyim eşyalarını ve yiyecek maddelerini koymuş, erkekler ise kadınları zenginliklerini sergileyecek birer vitrin olarak görmeye başlamışlardır.

Mülkiyetin temel sebebi rekabet olduğundan sosyal gelişime etkisi maddi varlığın beraberinde getirdiği onurdur. Veblen onur ile mülkiyet sahipliği arasındaki artan oranlı ilişkinin adil olmadığını söyler ve bu ilişkinin günümüzde halen varlığını sürdürmekte olduğundan bahseder (Patsiaouras ve Fitchett, 2012: 154-176). Günümüz modern tüketim anlayışının bireye kattığı prestij, bireyin tüketim nesnelere yönelmesinin altında yatan sebeplerden birisidir.

Tüketimin ihtiyaçtan çok bir prestij aracı olması günümüzde bireyler arasında tüketime bağlı bazı moda akımlarının da yaygınlaşmasına sebep olmaktadır. Doğum günü partisi, baby shower partisi, bebek cinsiyeti öğrenme partisi, bekarlığa veda partisi, gelinlik teslim partisi ve bunun gibi gösteriş merkezli kutlamaların yaygın olması, bu tarz tüketimle ilgili sektörlere de her gün bir yenisinin eklenmesine sebep olmaktadır.

Toplum içerisinde üstün kabul edilen şeylerin tüketimi varlık kanıtı olarak görüldüğünden şerefli de sayılır. Bunun tam tersi olarak tüketimin nitelik ve sayısındaki eksiklik ise, aşağılık olma durumu ile değersizliğin işaretidir. İnsanları maddi zenginliklerine göre değerlendirmek adil olmayan ve aylak sınıfını teşvik eden bir yaklaşımdır ve Veblen'in deyimiyle; "Bireyler arası haksız bir karşılaştırmadır. Bu sınıfın eylemlerinin odağında yetenek, çaba ve üretkenlik yoktur sadece maddi bir kıyaslama söz konusudur" (Page, 1992: 82-87). Halk arasında "baba parası" yiyen, emek ve çaba harcamadan mirasa konan kesimi tarif eden bu yaklaşım, zenginliğin üretici bireyleri tüketirken tükenen bireylere dönüştürdüğünü vurgulamaktadır.

Eski çağlardan beri kadının erkeğin zenginliğinin vitrini olması durumunun sadece şekil değiştirmiş halini modern toplum

içerisinde yine görmekteyiz. Her şeyin herkesle paylaşıldığı, mahremiyetin yok sayıldığı bir çağda yaşamaktayız. Özel yaşamını gözler önüne sermenin popüler olduğu ve hatta kazanç kapısı sayıldığı tüketim toplumunda değerler ve mitler değişim ve dönüşüme uğramıştır. Buna bağlı olarak söylemlerin yerini “güncel moda” anlamına gelen trendler almıştır. Kültürel kırılmaların en fazla görüldüğü alan olarak aile yapısının değişime uğraması bireylerin de davranış kalıpları, tüketim alışkanlıkları ve kutlamalar, özel günler gibi toplumsal birçok olgu karşısındaki tutumlarında değişiklik yaratmıştır.

Tüketim toplumu dendiğinde akla bolluk savurganlık, kullan-at ürünler ile bir ürünün çeşitli versiyonlarının rahatlıkla bulunmasının yanında kullanım değeri yerine gösterge değerinin ön planda olması gelmektedir. Tüketim toplumu var olmak için nesnelere ihtiyaç duyar. Nesnelere tüketimi ise kapitalizmin kendini yeniden üretmesi için gereklidir. Buna en belirgin örnekler ise ev ve araba sigortası, beyaz eşyaların kısa ömürlü olması, eskiyi getir yeniyi götür kampanyaları gibi edinilen malların değerini sifıra indiren uygulamalardır. Zenginliğin bir göstergesi olan fazla gıda almaktan obezite hastası olan bireyin, kalp hastası olup daha sonra hayat sigortası yaptırması da tüketirken tükenmekten başka bir şey değildir. Tüketimin simgesel boyutlarını anlamak demek, nesnelere anlamaktan çok, “nesnelere yüklenen anlamı anlamak” demektir.

Tüketim Kültürünün Yeniden Üretiminde Televizyon Dizilerinin Etkisi: Bir Gösteri Sahnesi Olarak Televizyon Dizilerinde Benliğin Sunumu

Post-modern hayatın bireyi ne şekilde dönüştürdüğü, toplumsal yaşam içerisinde bireyin dış görünüşünün günümüzde

ne kadar önemli olduğu, televizyon dizilerinde kullanılan görsel unsurların niteliğini de belirlemektedir. Bu unsurların içerdiği kod ve temalara maruz kalan izleyiciler, bir süre sonra kendi benlik inşalarını ve benlik sunumlarını televizyon dizilerinde gördükleri karakterler üzerinden oluşturmaya başlamaktadır. Rasyonaliteden uzaklaşan toplumsal yapı içerisinde bireylerin kapitalist unsurların her gün yeniden ürettiği tüketim eylemini birer gönüllü olarak gerçekleştirmesi, dolayısıyla dış görünüşü de dahil olmak üzere tüketici bir bireye dönüşmesi, bireyin benlik sunumunun da şeklini belirlemektedir.

Sosyolog Erving Goffman *The Presentation of Self in Everyday Life*, “Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu” eserinde, benlik kavramı üzerinde durmuş, benliğin toplumsal hayat içerisinde bireyin diğer bireyler tarafından nasıl algılandığı konusunun, bireyin benlik sunumuyla ilgili olduğundan bahsetmiştir. Goffman’ın benlik ile ilgili düşünceleri dramaturji ve sosyal-psikoloji ile ilgili yaptığı çalışmalarda sosyal rollerin temsilleri olarak ön plana çıkmaktadır. Goffman “Sosyal rollerin temsili sadece tiyatro ve sinema ile ilgili değildir.” ifadesinde bulunurken, toplumsal hayat içerisinde bireylerin birçok rol üstlendiğinden bahseder. Birey bir takımın yani ait olduğu toplumun bir parçası olsa da kendi benlik sunumunu gerçekleştirirken etkileşimde olduğu diğer bireyleri bir başka deyişle “seyircileri” etkilemeyi amaçlar. Bunu yaparken de çeşitli stratejiler geliştirir. Goffman’a ait olan Dramaturjik Teori toplumsal yapıyı benlik, aktör, sahne önü, sahne arkası, performans, vitrin gibi kavramların yer aldığı ve gündelik yaşam pratiklerinin bireyler tarafından adeta bir sahnedeymiş gibi sergilendiği yer olarak tanımlamaktadır. Bu

örüntünün verildiği platformların başında televizyon dizileri gelmektedir.

Hayatın içinde bireyler arası etkileşimden doğan tüm kavramlar, bireylerin üstlendikleri roller ve eylemler neticesinde ortaya çıkmaktadır. Bu rollerin ve bireyler arası iletişimin topluma yansıtıldığı mecaz olarak televizyon dizilerinin önemli yanı, tiyatro ve sinemada olduğu gibi kurguya dayanmasıdır. Öte yandan tiyatrodaki sahnelenen gösterinin veya sinemada izlenen bir filmin arka planında gerçeklik olgusu daha belirginken, televizyon içerikleri kurgusal niteliğiyle izleyiciyi adeta büyülemektedir. Goffman benlik sunumunun, diğer bireyler üzerinde birey tarafından yaratılmaya çalışılan imaj olduğunu söyler. Ortaya konan bu benlik, insan bedeni ve ruhunun doğal yaradılışından ziyade, gerçekliğin dışında ve aynı zamanda dramatik bir oluşumdur. Buradaki ayırım televizyon sahnesinde önemli olan, oynanan rolün inandırıcılığı ve ortaya konan sahte benliğin sunumu olduğudur (Hülür, 2017: 158-164). Televizyon dizilerinin genel örüntüsü içinde izleyici bireyin, sahte ve gerçek benlik sunumunu ayırt etmesi oldukça zordur.

Son yıllarda Türk televizyon dizilerinin olayları işleme şekli, senaryo, mekân ve kostümlerin özellikle “benliğin sunumu” noktasında geldiği düzey dikkat çekicidir. Eskiye kıyasla daha profesyonel, modern ve post modern dönemi başarılı şekilde yansıtan yapımlara her geçen gün bir yenisi eklenmektedir. Geçmişe bir yolculuk yaptığımızda Türk televizyonlarında yayına giren ilk dizi “Bedava Dünya Gezisi” isimli dizidir. Fransız yapımı olan dizinin yayın yılı 1972’dir. Bu diziden hemen sonra 1974 yılında dönemin TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu) Genel Müdürü İsmail Cem’in girişimleriyle Türk halkı dizi

kavramıyla tanışmıştır. Zengin aile hayatını samimi karakterlerle yansıtan ilk sit-com “Kaynanalar” (1974-2004), ilk polisiye dizi “İz Peşinde” (1989-1990), mahalle ilişkilerini ve yardımlaşmayı anlatan ilk mahalle dizisi “Perihan Abla” (1986-1988) ve ilk fantastik dizi “Uzaylı Zekiye” (1988-1990) Türk televizyonuna damga vurmuş TRT yapımı dizilerdir. 1975 yapımı Aşk-ı Memnu dizisi ise 1981 yılında Fransa’ya satılarak uluslararası alanda ihraç edilen ilk Türk dizisi olmuştur.

2000’li yıllara kadar yapılan dizilerin ortak yönünün daha çok aile yaşantısı, toplumsal değerler, yardımlaşma ve samimiyet olduğu görülürken, 2000’lerden sonra ekranlara yansıyan dizilerin ve karakterlerin, kapitalist döngü ve egemen ideolojileri yansıtan unsurlar içerdiği görülmektedir. Halktan olan bireylerin oynadığı, orta halli ailelerin mazbut hayatlarını anlatan diziler, yerini lüks yaşamı ve gösteriçi tüketim eylemini empoze eden yapımlara bırakmıştır. Günümüz TV dizileri arasında “Aşk-ı Memnu” (2008-2010), “Yasak Elma” (2018-) ve “Ufak Tefek Cınayetler” (2017-2018) gibi yapımlar, zengin ve gösterişli hayatları anlatan ve toplum içerisinde büyük ilgi gören televizyon yapımlarına verilebilecek en iyi örneklerdendir.

Televizyonda Tüketim, Kadın ve Güzellik Algısı

Tüketim eyleminin kadınla özdeşleşmiş olması ve kadınların tüketimle ilgili araştırmalarda bir değişken olarak yer alması genellikle iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi “kadının tüketim nesnesi haline dönüştürülme süreci” ve “tüketen birey olarak kadının toplumsal varlığı”. Buradan hareketle kadının tüketim nesnesi ya da bir meta haline dönüştürülme süreci özellikle görsel medyadaki kadın imajıyla yakından ilişkilidir. Burada önemli olan nokta, kadının popüler kültür metinlerinde

hangi etkenler tarafından birer meta olarak yansıtıldığı konusudur. Bu durum popüler kültür çalışmalarında dikkat çeken, sorunlu kadın temsiline de kaynağı olan “kadın” imgesinin nasıl kullanıldığına ilişkin sorundur. Kadının tüketim, cinsellik, estetik ve güzellik gibi algılarla özdeşleştirilmesi popüler kültür oluşum süreci içerisinde yer almaktadır. Kitle iletişim araçlarının da desteklediği bu süreç kadın imgesinin bu metinlerde tüketim nesnesine dönüşmesinden kaynaklanmaktadır.

Tüketim toplumunun en büyük özelliği trend olanı takip eden bireylerin trend olana benzeme çabalarıdır. Toplumun yarattığı stereotipler, estetik ameliyatla istediği ünlüye benzeyebilmenin verdiği hazzı yaşamakta ve sektörel anlamda sağlık alanında yapılan yenilikler her geçen gün daha fazla rağbet görmektedir.

Günümüz stereotiplerine örnek olarak Kardashianlar gösterilebilir. Nitekim bugüne kadar televizyon starlığından sosyal medya fenomenliğine belki de en etkili geçişi yapanlar Kardashianlar olarak bilinen ve ünlenen ailenin fertleri olabilir. Medyada en çok takip edilen bireylerden oluşan Kardashian Ailesinin ünlü televizyon programı “Keeping up with The Kardashians” yayınlandığı yıllarda oldukça ses getirmiş, program içeriğinin ailenin tüm üyelerinin günlük rutinleri dışında kilo problemi, aşk, çocuk, ev, araba, giyim, makyaj gibi kişisel sorunlarını da yansıtması programın izlenme oranını beklenenin üzerine çıkarmıştır. İlerleyen dönemlerde internetin interaktif olanaklarından faydalanmayı bilen bu ünlü ailenin üyeleri şu anda dünyanın en çok takip edilen kişileri arasındadır (Harris, 2016: 601-613).

Aile üyelerinin zaman içerisindeki estetik değişimlerinin onlara ve takipçilerine getirdiği prestijin gözle görülür olması, sosyal medyada bu tarz etkileyicilerin sayısının da artmasına sebep olmaktadır. Artık onlar moda ve gündem belirleyiciler olarak günlük yaşantının bir parçası gibi görünmektedir.

Çağın olaylarına eleştirel yaklaşan Baudrillard, geç kapitalizmin radikal yönünün göstergelerin gücü olduğunu savunur. Ona göre göstergelerin, sosyal gerçekliği temsil etmesi mümkündür. Buna örnek olarak ABD toplumunda kültürün büyük bir bölümününün kapitalistler, reklam ajansları ve kitle iletişim araçları tarafından üretilmesi gösterilebilir (Adorno, 2003: 1-6). Amerika televizyonlarında yer alan programların hedef kitleye yönelik ve geri bildirimlerin toplumsal yapı içerisinde birey perspektifinde gözle görülür olması bunun bir kanıtıdır. Toplumda yaratılan güzellik algısının bireyleri etkileme düzeyinin bir yansıması olarak, bireyin hayranı olduğu ünlüye benzemek uğruna milyonlar harcaması, hatta canını hiçe sayarak birçok estetik operasyon geçirmesi son yıllarda neredeyse normal karşılanmaktadır. Artık birbirine tıpatıp bezeyen bireylerden oluşan bir toplumsal görünüm söz konusudur. Bireylere empoze edilen güzellik algısı, sektörel anlamda özel ve tüzel kişilerin kazanç kapısı olmaya devam edecek bir olgu olarak göze çarpmakta ve bu örneklerle dünya genelinde sıklıkla rastlanmaktadır.

Post-modern çağın görüneni değerli kıldığı ve buna bağlı olarak ortaya çıkan popüler kültürün özellikle iyi görünmek adına dayattığı güzellik algısı, bireylerde doğuştan gelen ve kendilerini rahatsız eden fiziksel özelliklerini değiştirme ihtiyacı doğurmaktadır. Hedef kitlesi yoğunluklu olarak kadınlardan oluşan bu ihtiyacı gidermek için ortaya çıkmış sektörler olarak estetik

cerrahi alanında müdahaleler yapan özel ve devlet hastaneleri yanında, güzellik ve estetik merkezi gibi çeşitli uygulamalarla ve oldukça yüksek ücretler karşılığında hizmet veren kurumların faaliyetleri bilinmektedir. Bu kurumların rağbet görmesinin en önemli nedenlerinden biri, medyada göz önünde olan ünlülerin bizzat kendilerinin yaptırdığı uygulamalar ile bu konuda yayınlanan programlardır. 10 günde 10 Yaş Genç, Beni Baştan Yarat, İşte Benim Stilim gibi TV programları güzellik, estetik ve moda adına yapılan ve oldukça rağbet gören yapımlardır. Televizyonda gündüz kuşağı programlarının hedef kitlesinin kadınlar olması da verilen mesaj içerikleri açısından önemlidir. Kadınlara alışveriş, ev dekorasyonu, yemek, giyim, moda, saç ve makyaj gibi konularda bilgi veren, aile ilişkileri, psikoloji, sağlık konularında uzman görüşüne başvuran programların izleyici kitlede yarattığı güven olgusu incelemeye değerdir. Program içeriklerinde yer alan önerilere harfiyen uyan bireyler, televizyon tarafından güdülendiklerinin farkında değildir.

Teknolojiyle bezenmiş günümüz dünyasında tüketim, bir sınıf ya da toplumsal kimliği oluşturan ve kadının tüketimle bir kalıba girmesini zorunlu hale getiren bir rol üstlenmektedir. Medya, sunduğu içeriklerle bedensel olarak fark edilmeye, ilgi çekmeye ve eşsiz bir varlık olarak algılamaya ihtiyaç duyan bireylerde bir bağımlılık süreci oluşturmaktadır (Güz ve Hülür, 2016: 87).

Televizyon Dizilerinde Görsel Tasarımın Tüketime Etkileri

Post-modern çağda bireyin dünyayı algılama ve deneyimleme biçimini değiştiren unsur, görme duyusu ve görsel kültürün egemenliğidir. Tarihsel akışta sözlü kültürün yerini yazılı kültüre bıraktığı görülürken bugün ise görsel kültürün hâkim

olduğu ve yazılı kültürün de yerini aldığı görülmektedir. Aydınlanmanın insan tanımı “düşünen insan” iken, post-modern dünyada bireyler “gören insan” a evrilmiştir. Teknolojik gelişmeler ile toplum yapısında meydana gelen değişimlerin bireyde yarattığı etkiler, görsel kültür sayesinde üst düzey yaşanmakta ve görsel kültür marka imajlarının gelişmesinde de büyük rol oynamaktadır. Görsel kültürün düşünme eyleminden ziyade, görme duyusunu öne çıkarttığı ve bunun sonucunda “anlam” yapılarının da erozyona uğradığı görülmektedir.

20. yüzyılın görsel kültür odaklı yaşam pratikleri, görme biçimlerini ve bireyin gerçek algısını değiştirmiştir. Post-modern çağda gerçekliğin yerini simülasyonlar almıştır. Gösteri toplumu mensup insan tasviri gördüğü dışındakileri yok sayan, aynı zamanda da izlediği nesneye yabancılaşan bireydir. Gösteri toplumunda toplumsal normları belirleyen ve ortaya koyan gösteridir. Guy Debord (2012) günümüz toplumlarını gösteri toplumu olarak tanımlarken bulunduğumuz çağa gerçeğin dönüşümü olarak bakmaktadır (Çalık, 2021: 124-144).

Görsel kültürün yaşamın merkezinde olduğu post-modern çağ, ekran dışı bırakılan tüm nesnelerin gerçekliği sorgulanması gereken bir yanı olduğunu vurgular. Televizyon gösterisinin arka planında gizlenen gerçeklikle bağı koparılmış olan bir ekran dışılık durumu vardır. Halbuki görünenin dışında asıl görülmesi gereken ve anlamı temel alan nesne yok sayılarak ekran dışı bırakılmakta ve onun yerine simülasyonu koyularak izleyici gördüğüne inandırılmaktadır. Çünkü görsel kültürde birey için önemli olan temel gerçeklik, “görüntü”dür (Parsa, 2004: 226-229). Birey görsel unsurların etkisiyle, gösterinin görünen tarafıyla yetinmektedir.

Günümüzde popüler izlenice malzemeleriyle insanları etki altına almak, mitleri beslemek, az düşündürüp çok eğlendirmek, içine girilmesi kolay kollektif topluluklar ve herkesçe algılanabilen evrensel diller sunmak televizyonun yayın mantığının temelini oluşturmaktadır. Televizyon günümüzde bu misyonunu, diziler ile daha da pekiştirmiştir. Bu bağlamda televizyon dizilerinin, görüntünün ve söylemin gücünden yararlanarak görsel kültürü besleyen ve yayan en önemli araç haline geldiği görülmektedir. Sunduğu kurmaca dünya ile kitleleri etki alanına alarak, popüler kültürü yayan ve hızlı tüketimi benimseten temel araçlar oldukları genel kabul gören bir durumdur. Dizilerde yaratılan kurmaca dünya ile izleyiciler, sunulan popüler kültür ürünlerini benimsemiş ve bunu gerçeklik olarak kabul etme eğilimine girmişlerdir.

Post-modern yaşam tarzının bir simgesi olan tüketim kavramı, markalara yüklenen sembolik anlamların, ürünlerin tüketilmesi ile ulaşılan haz ve mutluluğun yanında bireylerin kullandıkları eşyalar ile gösteriş yaptıkları bir sürecin temsili haline gelmiştir. Tüketimin son derece farklı ve duygusal işlevlere sahip olmasının en önemli sebeplerinden birisi medyada kurgulanan gösterinin sunumudur. Televizyon içeriklerinin bireylerin duygusal yönlerine hitap ederek aktardığı mesajlar tüketimi desteklemektedir. Televizyonda kurgulanarak bireylere sunulan içeriklerin söz konusu mesajları aktarmak için kullandıkları önemli öğelerden birisi de bedendir. Televizyon dizilerinde idealize edilen kadın bedenleri verilmek istenen mesajlar ile ilişkilendirilerek, mesaj ile beden arasında özdeşim kurularak insanlara hitap edilmektedir.

Medya ve televizyonun marka imajı yaratmadaki başarısı sektörel anlamda çeşitli uygulamaların ortaya çıkmasına katkıda bulunmaktadır. Bunlardan ilki 1992 yılında tasarlanan “WornOnTV.net” uygulamasıdır. ABD’de TV dizilerinde oyuncuların kullandığı tüketim nesnelерinin satışını gerçekleştiren uygulama günümüzde muadillerine kaynak teşkil etmektedir.

Bireylerin izlediği bir sinema filminde gördüğü tüketim nesnelерine ulaşması için tasarlanmış bir başka uygulama, film sahnelerini tanıyan ve ilgili ürünü arayıp bulan e-ticaret, yaygın adıyla “e-commers” uygulaması “The Take” Webrazzi.com’un 16 Aralık 2014 tarihli haberine göre 2 milyon dolar yatırım teklifi almıştır. Uygulamanın en dikkat çekici yanı, izlediğiniz bir Hollywood filmini sesinden tanınması ve ilgilendiğiniz ürünün satıldığı siteye sizi yönlendirmesidir.

Bu iki uygulama dışında izleyicilerin dizi ve sinema filmlerinde gördükleri tüketim malzemelerine ulaşabilecekleri Wardrobe Department (www.wardropedepartmentla.com), Movie Wardrobe for Sale (www.ebay.com), onequince.com, caftcad.com, reelclothes.com, makeuseof.com, itsawraphollywood.com, Glamour UK gibi birçok internet sitesi bulunmaktadır. Hatta hayranı olduğunuz tarihsel içerikli filmlerdeki birçok ürüne ulaşabileceğiniz siteler de mevcut. Bunlardan bir tanesi de antiquedress.com’dur. Yine filmlerde ve dizilerde kullanılan araçlara IMCDB şirketinden ulaşabilir, Movie Location (www.movie-locations.com) adresinden film ve dizilerde etkilendiğiniz sahnenin nerede çekildiğini öğrenebileceğiniz adresler mevcuttur. Son olarak hayranı olduğunuz dizi ve film müziklerine YouTube’un yanı sıra, Whatsong ve Tune Find gibi profesyonel sitelerden ulaşmanız mümkündür.

Türkiye’de benzer uygulamalar aşağıda örneklerini gördüğünüz, Türk televizyon kanallarından Kanal D’ye ait olan “Ek-randa Moda” ve “Ek-randa” gibi android telefon ve karekod ara-cılığıyla kullanılabilir uygulamalardır. Sevdiğiniz diziyi izler-ken “telefonunuzu ekrana tutmanız yeterli”, böylelikle hayranı olduğunuz oyuncunun üzerindeki bir giysiyi oturduğunuz yer-den satın alabilirsiniz. Ya da bir halının, koltuk takımının mar-kası ile oyuncuların dizinin bir sahnesinde yemek yedikleri mekânı öğrenebilirsiniz. “Ek-randa Moda” Demirören Holding AŞ.’ye ait olan Yelda Haber ve Yayıncılık A.Ş. tarafından tasar-lanmış bir uygulamadır.

Örneğini “The Take” uygulamasından alan “Ek-randa” uygu-laması da yine bir Demirören Holding A.Ş. kuruluşudur. Ek-randa gördüğünüz ekran yıldızlarının kıyafetlerine ve yüzlerce markaya TV’de gördüğünüz anda hızlı, kolay ve güvenilir bir şekilde erişebilirsiniz” tanıtım sloganıyla rağbet gören bir uygu-lamadır (play.google.com,2021).

Türkiye’de popüler televizyon kanallarının öncülük ettiği e-ticaret uygulamalarının bir diğeri ise google.play.com uygu-laması olan Fox TV kanalının “hepsiburada.com” internet sitesi iş birliği ile izleyiciye sunduğu “İzlerkenal” uygulamasıdır. İnter-net üzerinden ulaşılabilen ve aynı zamanda akıllı telefon tekno-lojileri için tasarlanmış olan bu uygulamaların yanı sıra, bireyle-rin televizyon dizilerinde kullanılan tüketim nesnelere rahat-lıkla ulaşabilecekleri çeşitli internet siteleri mevcuttur. Son yıl-larda karşılıklı iletişimin de mümkün olduğu bu tedarikçi sitele-rin tüketim adına oluşturduğu yeni bir sektör göze çarpmakta-dır.

Bireylerin televizyon dizilerindeki görsel tasarım ve tüketim nesnelere ulaşabileceği en ünlü sitelerden bazıları, vitrindenevar.net, markasine.com, kimnegiydi.com, dizisponsoru.com, dizioyuncu.com, ondagördüm.com ve dizikiyafeti.com gibi tedarikçi internet siteleridir ve bu sitelere her geçen gün bir yenisi eklenmektedir. Yine dizilerde kullanılan tüketim nesnelere oyuncu-karakterlerle özdeşleştiği ve bireyler tarafından internet üzerinden buna göre arama yapıldığı aşağıdaki örneklerde gösterilmektedir. İzleyiciler, dizilerde kendilerine yakın bulduğu ya da imajlarına bürünmek istedikleri karakterlere öykünüp, onlar gibi giyinip, onlar gibi davranabilmektedirler. Bu durumda oyuncuların ünlü olmalarının, rol kabiliyetlerinin, karakteristik özelliklerinin ve çekiciliklerinin de etkisi bulunmaktadır. Bu varsayımdan yola çıkılarak, izleyicilerin, dizileri benimseyip bağlanabilmelerinin bir başka yolu da baş rol için seçilen karakterlerdir. Televizyon dizilerindeki karakterlerle kendini özdeşleştiren izleyici kitlesinin dizi oyuncularının kıyafetlerini “tedarikçi” internet siteleri dışında satılan butik ve mağazalardan alarak, beğendiği tüketim nesnesini dizi karakterlerinden önce giymek, beğendiği karaktere benzemek gibi istek ve talepleri olduğu görülmektedir.

Aşk-ı Memnu dizisinde Bihter karakterinin kullandığı takılar yayınlandığı dönemde dizinin takipçileri tarafından büyük rağbet görmüştür. Televizyon seyircisinin takipçisi olduğu televizyon dizilerinde kullanılan tüketim nesnelere, tedarikçi internet sitelerinde veya sponsor mağazalarda hayranı olduğu karakterin ismiyle aradığı bilinmektedir. (Nişantaşı Cosh Butik Sahipleri Selvin Parunakya- Seril Keçoğlu, Posta Gazetesi, 2009, TR).

“Sıla tokaları, Hatırla Sevgili elbiseleri ve Aşk-ı Memnu modası... Nişantaşı’ndaki Closh Butik sahipleri Selvin Parunakyan ve Seril Keçoğlu’nun tasarımları Aşk-ı Memnu’nun özellikle ilk bölümlerinde büyük patlama yapmış. Bihter rolündeki Beren Saat ile Firdevs rolündeki Nebahat Çehre dizide giyer giymez butik halkın akımına uğramış. “Bihter kazağı”, “Firdevs gömleği” yok satmış. Onların butiğine “Bihter kızı olmak istiyorum” diye gelenlerin sayısı hiç de az değilmiş. Öyle ki yeni koleksiyonlarına hala ısrarla sorulan “Bihter kazağı’nın yeni versiyonlarını da katmışlar...” (Posta gazetesi 31 Ekim 2009).

Sonuç

Toplumsal değişimin bir sonucu olarak, toplumsal yapılarda meydana gelen değişikliklerin bireylerin satın alma ve tüketim davranışlarında da değişiklik yarattığı, modern hayatın bir gereği olan tüketim olgusunun post-modern çağda daha fazla hissedildiği görülmektedir. Post-modern yaşam tarzının bir simgesi olan tüketim kavramı, markalara yüklenen sembolik anlamların, ürünlerin tüketilmesi ile ulaşılan haz ve mutluluğun yanında bireylerin kullandıkları eşyalar ile gösteriş yaptıkları bir sürecin temsili haline gelmiştir. Tüketimin son derece farklı ve duygusal işlevlere sahip olmasının en önemli sebeplerinden birisi medyada kurgulanan gösterinin sunumudur. Televizyon içeriklerinin bireylerin duygusal yönlerine hitap ederek aktardığı mesajlar tüketimi desteklemektedir.

Post-modern tüketimde tüketim nesnelерinin görünen anlamlarından ziyade görünmeyen ancak tüketicinin zihninde uyandırdığı marka imajları ve gerçekliğin yerini alan simülasyonlar gibi unsurlar önem kazanmaktadır. Bu dönemde tüketim olgusu ihtiyaç odaklı olmaktan çıkmış, çeşitli semboller ve

göstergeler aracılığıyla tüketim nesnelерinin sembolik anlamları önem kazanmıştır. Bu doğrultuda, ürün ve marka imajları da bu süreçte değişim göstermiştir. Medya ve daha özel olarak bu çalışmada ele alınan televizyon dizilerinin, simgeler aracılığıyla bedeni kullanarak ya da araçsallaştırarak bireyi tüketime yönlendirdiği görölmektedir. İdeal beden algısı üzerinden metalaşan kadın bedeni, bu araçlar sayesinde son dönemlerde daha da görünür hale gelmiştir. Bu içeriklerin dizi oyuncularını tarafından canlandırılan karakterler aracılığıyla izleyiciye aktarılması sonucunda bireylerin gösteriÇi tüketim eğilimi gösterdikleri görölmektedir. İzleyiciler, dizilerde kendilerine yakın bulduğu ya da imajlarına bürünmek istedikleri karakterlere öykünüp, onlar gibi giyinip, onlar gibi davranabilmektedirler. Bu durumda oyuncuların ünlü olmalarının, rol kabiliyetlerinin, karakteristik özelliklerinin ve çekiciliklerinin de etkisi bulunmaktadır. Bu varsayımdan yola çıkılarak, izleyicilerin, dizileri benimseyip bağlanabilmelerinin bir başka yolu da baş rol için seçilen karakterlerdir.

Televizyon günümüzde bu misyonunu, diziler ile daha da pekiştirmiştir. Bu bağlamda televizyon dizilerinin, görüntünün ve söylemin gücünden yararlanarak görsel kültürü besleyen ve yayan en önemli araç haline geldiği görölmektedir. Sunduğu kurmaca dünya ile kitleleri etki alanına alarak, popüler kültürü yayan ve hızlı tüketimi benimseten temel araçlar oldukları genel kabul gören bir durumdur. Dizilerde yaratılan kurmaca dünya ile izleyiciler, sunulan popüler kültür ürünlerini benimsemiş ve bunu gerçeklik olarak kabul etme eğilimine girmişlerdir.

Televizyonda kurgulanarak bireylere sunulan içeriklerin söz konusu mesajları aktarmak için kullandıkları önemli öğelerden birisi de bedendir. Televizyon dizilerinde idealize edilen kadın

bedenleri verilmek istenen mesajlar ile ilişkilendirilerek, mesaj ile beden arasında özdeşim kurularak insanlara hitap edilmektedir. Dizilerde ortak bir gösterge olarak gösterişli ve modern mekanlar, özgür ve gücü simgeleyen baskın söylemler, zenginliğin sağladığı prestij ile güzellik ve estetik görsellerin gücünden yararlanılmaktadır. Kadın bedenini ön plana çıkararak ve gösterişçi tüketimi empoze eden yaşam tarzlarının TV yapımlarında ve özellikle de dizilerde çoğunlukla kadın üzerinden verildiği görülmektedir.

Kaynakça

- Averno, T. W. (2003). Kültür endüstrisini yeniden düşünürken, (Çev. Bülent. O. Doğan). *Cogito*, 36, 76-84.
- Akduman, B. & Taşdelen, B. (2021). Beklenti teorisi ve hedonizmin marka bağımlılığı yaratmadaki etkisinin zen pırlanta üzerinden incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(2), 1068-1096.
- Antonetti, P. & Maklan, S. (2014). Feelings that make a difference: How guilt and pride convince consumers of the effectiveness of sustainable consumption choices. *Journal of Business Ethics*, 124(1), 117-134.
- Argan, M., Argan, M. T. & Sevim, N. (2012). Tükenmeden tükettiren yaşam tarzı gönüllü sadelik. 17. Ulusal Pazarlama Kongresi, Balıkesir.
- Babaoğul, M. & Buğday, E. B. (2012). Gösteriş tüketimine karşı gönüllü sadelik. *Tüketici Yazıları (III)*, 76-87, turkcev.org.tr.
- Babeoğlu, Y. (2000). Tüketiciilerin demografik özellikleri ve bireysel tutumlarının sorumlu tüketim davranışları üzerindeki etkisi (Yayınlanmamış doktora tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Baudrillard, J. (1998). Simülakrlar ve simülasyon (Çev. O. Adanır). Ankara: Dokuz Eylül Yayınları.
- Baygöl, S. (2020). Küreselleşme ve teknoloji üzerine bir değerlendirme. *Lefke Avrupa Üniversitesi Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 6(13), 395-411.
- Çalık, D. (2021). Postmodern dönemde tüketim ve marka imajı. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (8), 124-144.
- Gürer, S. Z. V. & Gürer, M. (2020). Toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında Türkiye'deki televizyon dizilerinde sunulan kadın stereotipi. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 631-650.
- Güz, H. & Hülür A. B. (2016). Muhafazakar e- dergilerde tüketim ideolojisi ve moda: Aysha ve İkra. *Çağlar Deniz ve A. Banu Hülür (Der.)*, Yeni medya ve toplum disiplinlerarası yaklaşımlar (s. 79-108) içinde. Konya: Literatürk Yayınları.

- Harris, D. (2016). The Kardashians. *Southwest Review*, 101(4), 601-613.
- Hülür, A. B. (2017). Erving Goffman: Günlük yaşamda benliğin sunumu (Kitap Eleştirisi). *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 158-165.
- Hürmeriç, P. & Baban, E. (2012). Simmel, Veblen ve Sombart'ın pence-resinden hedonik tüketim: Ütopyada Negotium ve Otium. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 2(4).
- Karalar, R. & Kiracı, H. (2010). Bireysel değerlerin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik öğretmenler üzerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 79-106.
- Kulak, Ö. (2016). Theodor Adorno: Kültür endüstrisi kısılacında kültür. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Mcleod, S. (2007). Maslow's hierarchy of needs. *Simply Psychology*, (1), 1-18.
- Ollman, B. (2015). Marksizme sıradışı bir giriş. İstanbul: Yordam kitap.
- Özcan, B. (2015). Hedonizm ve kimlik temeline dayalı postmodern tüketim yaklaşımı. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (35), 119-130.
- Özdemir, Ö. (2016). Moda programlarında kadın bedeninin metalaşması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (25), 245-270.
- Page, C. (1992). A history of conspicuous consumption. *ACR Special Volumes*.
- Parsa, A. F. (2004). İmgenin gücü: Görsel kültürün yükselişi. *Medyada Yeni Yaklaşımlar*, İstanbul: Eğitim Yayıncılık.
- Patton, M. Q. (2014). Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri. Ankara: Pegem Yayınları.
- Patsiaouras, G. & Fitchett, J. A. (2012). The evolution of conspicuous consumption. *Journal of Historical Research in Marketing*, 4(1), 154-176.
- Senemoğlu, O. (2017). Tüketim, tüketim toplumu ve tüketim kültürü: karşılaştırmalı bir analiz. *İnsan ve İnsan*, 4(12), 66-86.

- Sezgin, M. & Talaz, L. (2016). Bilişim devrimi, siberetik iletişim ve stratejik halkla ilişkiler. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(2), 559-571.
- Tosun, E. K. (2000). Post-endüstriyel dönüşüm sürecinde çalışma yaşamı ve kentsel mekâna yansımaları. ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources, 13(2).
- Veblen, T. & Galbraith, J. K. (1973). The theory of the leisure class. Boston: Houghton Mifflin.

Olağandışı Durumlarda Kadın ve Medya

*Hicran Özlem ILGIN**

*Damla KARAGÜL**

Giriş

Olağandışı durumlar; meydana geldiği bölgede can ve mal kaybına neden olabilen, toplumun kendi olanakları ile baş edemeyeceği büyüklükte bir yıkıma neden olan, ulusal ve uluslararası yardım gerektiren durum ya da olaylardır (Saçaklıoğlu ve Sarıkaya, 2002: 11). Zamanı önceden kestirilemeyen, aniden ortaya çıkan olağandışı durumlar, meydana getirdiği yıkıcı etkiyle bireysel veya maddi kayıpların ötesine geçip insan psikolojisine de büyük ölçüde zarar vermektedir (Aydın, 2002: 192). AFAD (2011), olağandışı durumları meydana geldiğinde şok etkisi yaratan, yaşam kaynaklarına zarar veren, hayatın akışını aksatan afet ve acil durumlar olarak ele almaktadır. Bu bağlamda olağandışı durumlar toplumsal düzeni olumsuz etkilediğinden olabildiğince az insanın olumsuz etkilenmesi için önceden planlama gerektiren ve yaşamı değiştiren doğal veya insan kaynaklı olaylar olarak tanımlanabilmektedir. Savaş, çatışma, kıtlık, doğal

* Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, 17600, Çanakkale/Türkiye ORCID: 0000-0002-0549-0710

* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Disiplinlerarası Kadın ve Aile Çalışmaları Bölümü, 17600, Çanakkale/Türkiye ORCID: 0000-0003-2947-7032

afetler ve salgın hastalıkların tümü olağandışı durumların içerisine girmektedir. Son yıllarda olağandışı durumlar etkisini daha büyük şiddette hissettirmekte, dünya genelinde sık sık meydana gelen afetler ve salgın hastalıklar büyük kayıplara yol açarak sosyal düzeni, üretkenliği ve günlük hayatı önemli ölçüde etkilemektedir (Singla ve Agrawal, 2022: 2). 2019 yılında, Çin'in Vuhan Kentinde ortaya çıkan ve dünya geneline yayılarak milyonlarca insanın hayatını kaybetmesine neden olan Covid-19 salgın hastalığı ve 6 Şubat 2023 tarihinde 7,7 ve 7,6 şiddetle meydana gelen, 11 il başta olmak üzere, psikolojik açıdan tüm Türkiye'yi etkileyen Kahramanmaraş merkez üslü depremler yakın tarihli olağandışı durumlara örnektir (Gökçe, 2022: 1835; Tekin ve Akcan, 2023: 2). Bu bağlamda olağandışı durumların etkisi küresel veya bölgesel olarak hissedilmekte; etkisi psikolojik, fizyolojik, ekonomik, sosyal vb. yönlerden gözlemlenmektedir.

Genel itibariyle olağandışı durumlarda erkekler, kadınlar, çocuklar, engelliler vb. toplumun her kesimi etkilenmektedir. Fakat mevcut sosyo-ekonomik eşitsizlikler kadınlar ve çocukları afet gibi olağandışı durumların en savunmasız haline getirmektedir (Le Masson vd., 2016; Peterman vd., 2020; Sattar, 2016). Yapılan araştırmalar göstermektedir ki 1990'lardan bugüne yaşanan olağandışı durumların etkisi, cinsiyetler açısından tarafsız değildir (Anderson, 1994: 8; Enarson ve Marrow, 1998: 2). King'e (2020: 79) göre olağandışı dönemlerde kayıtlı ve kayıt dışı sektörde çalışan kadınlar, işlerini erkeklere oranla daha fazla kaybeden taraf olmuşlardır. Salgın hastalık gibi bireyleri sosyal yaşamdan kısıtlayan olağandışı durumlardaysa kadınlar aile içi şiddete maruz kalmış, istismara uğrama oranları artmıştır (Cousins, 2020: 301). Özellikle erkek egemen ideolojinin bireylerin zihnine yerleştiği toplumlarda, kadınlara yönelik baskıcı tutumlar

kadınları olağandışı durumlarda savunmasız hale getirmektedir (Sattar, 2016: 3). Ciampi ve diğerlerinin (2011) yaptığı araştırmaya göre Bangladeş'te kadınlar sosyal ve dini olanaklardan kısıtlandığı için erken uyarı sistemlerine erişimleri sınırlı olmakla birlikte olağandışı durumlarda hayat kurtarıcı egzersizleri öğrenmeleri noktasında da toplum tarafından dayatılan birtakım cinsiyetçi roller ile karşılaşmaktadırlar. Dayatılan toplumsal cinsiyet rolleri, olağandışı durumlarda kadınları daha dezavantajlı konuma getirmektedir.

Olağandışı durumların, kriz müdahalelerinin ayrılmaz ve önemli bir parçası olan medya, haber ekseninde kullandığı cinsiyetçi dili ile toplumsal cinsiyet eşitsizliğini pekiştiren bir tutum sergilemektedir (Simon, Goldberg ve Adini, 2015: 609; Artar ve Fildiş, 2021: 1). Bayhantopçu (2017: 87), buna yönelik olarak medyada kullanılan dilin kadın ve erkek arasındaki eşitsizliği yeniden ürettiğini ifade etmektedir. Cinsiyetçi söylemlerin hâkimiyetinin göstergesi olarak kadın imgeleri, geçmişten beri medyanın odak noktasıdır (Dursun, 2010: 30). Savaş ve çatışma gibi olağandışı durumlarda kadınlar, mağduriyetleri yansıtılarak propaganda malzemesi olarak kullanılmaktadır (Akar ve Ekmeççi, 2023: 119). Altheid ve Grimes'in (2011: 60) çalışmasına göre medyada mağduriyet kadın görselleri ile temsil edilmekte; kadınlar zayıf, şiddet mağduru, duygusal ve korunması gereken olarak nitelendirilmektedir.

Literatürde doğal afet gibi olağandışı durumlarda kadınların medyaya yansışımlarını inceleyen bir araştırmaya rastlanılmamış; yalnızca savaş ve göç durumlarında kadınların medyaya yansımaları üzerine yapılan birer çalışmaya erişilmiştir. Bu çalışma literatürdeki boşluğu tamamlamayı; savaş, afet, göç vb.

olağandışı durumlarda medyanın kadınlara yönelik cinsiyetçi tutumunu değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Araştırmanın Metodolojisi

Afet gibi beklenmedik anda ortaya çıkan, günlük yaşamı etkileyen durumlar alanyazın taramalarında olağandışı ve olağanüstü durum olarak adlandırılmaktadır (Yalçın vd., 2014: 46; Sayıl, 1992: 4). Bu çalışmada, AFAD'ın (2011) "Olağandışı Durumlarda Yaşamı Sürdürme" başlıklı çalışması ve Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Disiplinlerarası Kadın ve Aile Çalışmaları Tezli Yüksek Lisans Programı'nda işlenen "Olağandışı Durumlarda Kadın" konulu ders içeriği referans alınarak "Olağandışı" kavramı kullanılmıştır.

Günümüzde olağandışı durumlar yıkıcı etkisini artırmakta, bireyleri maddi ve manevi yönden olumsuz etkilemektedir. Özellikle kadınlar, maruz kaldıkları toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri nedeniyle afet gibi olağandışı durum süreçlerinde savunmasız bir nüfus haline gelmektedir (Demirci ve Avcu, 2021: 87). Bu bağlamda çalışmada, olağandışı durumlarda kadınların toplumsal cinsiyet eşitsizliği perspektifinde dezavantajlarının ele alınması amaçlanmakta; medyaya yansımalarının bu süreçteki öneminden bahsedilmesi hedeflenmektedir.

Araştırmanın evreni olağandışı durumlarda medyaya yansıyan kadınlar; örnekleme ise olağandışı durumlarda medyaya yansıyan kadınları içeren 8 görsel oluşturmaktadır. Bu görseller içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. İçerik analizi yöntemi, iletişimin sunulan içeriğinin objektif, tarafsız, sistematik ve niceliksel tanımıdır (Berelson, 1952: 17). Krippendorff (1980: 25), içerik analizini veri ve onun içeriğine ilişkin geçerli sonuçlar çıkarmak amacıyla kullanılan nitel araştırma yöntemi olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda çalışma kapsamında afet,

savaş gibi olağandışı durumlarda medyaya yansıyan kadın görselleri içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Olağandışı Durumlarda Kadın

Olağandışı durumlar, bilinmedik zamanda ortaya çıkan, yaralanma, can ve mal kaybına neden olan, toplumun kendi imkânlarıyla baş edemeyeceği büyüklükte bir yıkıma yol açıp ulusal ve uluslararası yardım gerektiren olayları kapsamaktadır (Saçaklıoğlu ve Sarıkaya, 2002: 11). İklim krizi, afet, savaş ve çatışma, salgın hastalık vb. durumlar olağandışı durumlar kapsamına girmektedir. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki kadınlar ve erkekler olağandışı durumları deneyimleme, müdahale etme ve iyileşme noktasında farklılık göstermekte; ekonomik, politik, sosyal faktörler ve savunmasızlık bu farklılığı oluşturmaktadır (Bradshaw, 2015: 61; Enarson, 1998: 5; Cupples, 2007: 155). Özellikle gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelerde yaşayan kadınlar olağandışı durumlarda daha dezavantajlı bir konumda bulunmaktadır (Arora, 2022: 18; Enarson vd., 2018: 206). Bu dezavantaj, kadınların maruz kaldıkları cinsiyet ayrımcılıkları, ekonomik durum, iş olanaklarından ve mevcut kaynaklardan kısıtlanmaları neticesinde meydana gelmektedir (Hameed vd., 2022: 3601). Bu bağlamda kadınları olağandışı durumlarda savunmasız yapan, “toplumsal cinsiyet eşitsizliği” olarak adlandırılan toplumun kadını baskılaması, cinsiyetçi söylemlere maruz bırakılması ve sosyal yaşamdan soyutlanması sonucunda kırılğan hale gelmesidir.

Olağandışı durumlarda kadınlar aile üyelerinin bakımını üstlenen, yemek yapan, yaşlı ve çocuk bakan olarak tüm yükü üstlense de ihtiyaçları geri plana itilmekte, yardımlar daha çok erkekler üzerinden gerçekleştirilmektedir (Türk Tabipleri Birliği, 2023: 31). Gökçe ve Öter (2023: 523) afet gibi kriz anlarında

kadınların üreme sağlığı ve cinsel sağlık noktasında dezavantajlı olduğunu savunmaktadır. Bu durumun nedeni, depresyon, sel gibi afetlerde toplu yaşama mecbur kalınması; hijyen koşullarının ortadan kalkarak, tuvalet ve duş olanaklarının kısıtlı olmasıdır. Bu süreçte kadınlar; cinsel ve üreme sağlığı için temiz su, sabun, ped, peçete vb. hijyen ürünlerine ihtiyaç duymakta; bu ürünlere ve kaynaklara erişilememesi durumunda olağandışı durumların önemli risk grupları arasında yer almaktadırlar.

Savaş ve göç gibi olağandışı durumlarda da zarar görebilirlik yönünden en dezavantajlı grup kadınlardır. Çatışma, savaş, terör ve göç olaylarının akabinde kadınlar; cinsel şiddet, tecavüz, işkence vb. davranışlara maruz kalmaktadır (Türkeri, 2022: 12). Bolat (2023: 273), savaş ve çatışma gibi olağandışı durumlarda kadınların dezavantajını Irak'ın Amerika tarafından istila edilme süreciyle örneklendirmiştir. Bu savaşta kadınların mevcut yaşantıları erkeklere göre büyük oranda etkilenmiş, özellikle kız çocukları şiddet, taciz ve tecavüze uğrama risklerinden dolayı okula gönderilmemiştir. Bu bağlamda görülmektedir ki kriz anlarında kadınlar daha dezavantajlı bir konumda yer almakta; savaşta eğitimden ve sosyal yaşamdan kısıtlanan, afette kaynaklara erişemeyen, şiddet gören ve kırılganlaşan olmaktadır.

Savaş ve Çatışma Ortamında Kadın

Tarih boyunca kadınlar pasif, zayıf, ast olarak görülmekte; iyi bir eş vasfı altında itaatkâr, besleyici, fedakâr, eve bağımlı, erkeğin ve çocuğunun arkasında olması beklenmektedir (Manjula ve Charyula, 2022: 52). Dünyanın birçok yerinde savaşlar devam etmekte, çatışma ve savaş ortamından en çok etkilenen risk grubunda ise kadınlar ve çocuklar yer almaktadır. Özellikle erkeklerin yokluğunda kadınlar tüm sorumluluğu üstlenmekte, üzerine binen yük ile bulaşıcı hastalıklar, beslenme ve barınma

sorunları, cinsel şiddet, üreme sağlığı sorunları, psikiyatrik hastalıklar gibi durumlarda incinebilirlikleri artmaktadır (Kılıç vd., 2015: 238). Banwell (2020) *“Gender and The Violence(S) of War and Armed Conflict: More Dangerous To Be a Woman?”* başlıklı çalışmasında savaş anında kadın bedeninin savunmasızlığına değinmiş; üreme olanakları dolayısıyla kadınların cinsel şiddetin hedefi olduğunu belirtmiştir. Savaşta kadının en önemli risk gruplarından biri olduğunu işleyen Banwell, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin erkekliği savaş ve şiddete, kadınlığı mağduriyete ait kıldığını ifade etmiştir.

Erkek egemen ideolojinin hüküm sürdüğü toplumlarda, kadın “anne” kimliği altında savaşa hazır yetiştirdiği oğlu için yüceltilmekte; fakat çatışma anında savaşa hazır yetiştirdiği oğlu tarafından himaye altına alınması gereken bir mağdur olarak güçsüzleştirilmektedir (Arman ve Şerbetçi, 2012: 75). Bu yönüyle kadın savaşa hazır bireyler yetiştirse de yetiştirdiği, eğittiği tarafından korunması gereken, savaş anında pasif bir birey konumundadır.

Kadın bedeni vatani olarak düşünülmemekte ve elde edilen her parça vatan toprağını temsil etmektedir. Bu nedenle savaş ve çatışma anlarında düşman ülkelerin kadınlarına cinsel şiddet uygulanması, tecavüz edilmesi vatani işgal olarak sıklıkla karşı karşıya kalınan bir eylemdir (Özdemir, 2015: 311). Göktürk’ün (2017: 16) *“Kıbrıs’ta Rumların Gerçekleştirdiği 1974 Katliamları”* başlıklı çalışması, savaş anında kadınların vatanın bir parçası olarak görüldüğünü gösteren örnekleri barındırmaktadır. Çalışmada, 1974 Barış Harekâtı sürecinde Rumların Kıbrıs Türklerine karşı işlediği soykırımlar ele alınmış; kadınlara işkenceler uygulandığı ve günlerce tecavüz edildiği o dönemi yaşayanlar tarafından açıklanmıştır. Bu bağlamda kadın, savaş, çatışma ve terör

olaylarında zarar görebilirlik noktasında daha savunmasız ve güçsüz görülmekte, toplumun kırılma direği rolünü üstlendiğinden şiddete açık bir konumda bulunmaktadır. Kadını bu konuma getiren, içinde bulunduğu ataerkillik sistemin dayatmalarıdır.

Göç ve Kadın

Günümüzde terör olayları, savaş, ekonomik, politik ve çevresel yapılar, bireyleri bir başka ülkede yaşamaya mecbur kılmaktadır. Bu kişiler gittikleri yerlerde göçmen olarak nitelendirilmekte; oluşan hareketlilik ise göç olarak adlandırılmaktadır. Göç, bireylerin ikamet ettikleri yerlerde yaşadıkları dini, siyasi, iktisadi, sosyal vb. sorunlar nedeniyle yaşamlarının tamamını ya da yalnızca bir bölümünü geçirmek üzere yaptıkları coğrafi yer değiştirme hareketidir (Lecaj, 2019: 50). Bireyler yaşadıkları problemler neticesinde göç etmiş olsa dahi göçmenliğin dezavantajlarını yaşamakta; bu dezavantajları yaşayanların %70'ini kadınlar ve çocuklar oluşturmaktadır. Kadınlar; maruz kaldıkları toplumsal cinsiyet eşitsizliği, toplumun dayattıkları, baskı, cinsel istismar, şiddet gibi fizyolojik ve psikolojik olarak sağlıklarını olumsuz etkileyen durumlardan kaçmak için göç etseler de gittikleri yerde de dezavantajlı grupta yer almaktadırlar (Şen ve Vural, 2014: 30). Buz (2006), göç sonrası kadınların cinsel istismar, şiddet ve sömürüye daha açık olduğunu, kaynaklara sınırlı eriştiklerini ve kimliğin yeniden inşası noktasında toplumsal cinsiyet rollerinde değişimler yaşadıklarını ifade etmiştir.

Alanyazın taramasında, doğum öncesi dönemde çevresel stres faktörlerine maruz kalmanın doğum sonuçlarını olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Göç nedeniyle farklı dil, kültür, toplumsal cinsiyet rolleri, sosyal-politik yapı kadının çevresel stres faktörlerine maruz kalmasına neden olmaktadır. Bu nedenle

özellikle hamilelik sürecinde yaşanan bu çevresel değişim, alkol ve sigara tüketmek gibi kadının sağlığını olumsuz etkilemektedir (Schetter, 2011: 532; Hobel vd., 2008: 334). Diğer yandan kadınlar yoksulluk ve dil problemi nedeniyle sağlık ve diğer kamu hizmetlerinden yararlanamamakta, bu durum ciddi sağlık sorunları yaşamalarına neden olmaktadır (Aksu ve Sevil, 2010: 135). Örneğin; ülkemize gelen Suriye uyruklu göçmen kadınların Türkçe bilmemesi, rahatsızlıklarını net bir biçimde ifade etmelerinin önünde engel teşkil etmekte; tedavi olanaklarından tam olarak yararlanamamalarına neden olmaktadır. Kadınların göç sürecinde bu tür duygusal ve fiziksel zorluklara maruz kalmaları sağlıklarını tehdit etmekte; kadınlar bu süreçlerin önemli risk gruplarından biri olmaktadır.

Kadınlar çoğunlukla “bağlantılı göç” kapsamında göç etmektedir. Bağlantılı göç, iş bulma, tayin gibi nedenler ile göç eden ailenin erkek üyelerini takip eden kadınların hareketini tanımlamaktadır. Bu göç hareketi kadının kararı olarak değil, ailesine bağımlı konumundan kaynaklanmaktadır (Aksu ve Sevil, 2010: 2). Bu süreçte kadınlar tüm zorlukların karşısında mecburi olarak toplumsal yaşama katılmakta, adapte olmaya çalışmaktadır. Kadın eşinin yokluğunda sadık ve bekleyen, çocuğuna şefkat sunan; erkek ise maddi sorumluluklarını yerine getirendir (Lecaj, 2019: 53). Görülmektedir ki göç gibi olağandışı durumlarda dahi fedakârlık kadından beklenmekte; kadın çoğunlukla kendi kararlarından bağımsız, eşine bağımlı olarak farklı yaşam şartlarına sürüklenmektedir.

Doğal Afet Süreçlerinde Kadın

Afet; öngörülemeyen, aniden ortaya çıkan ve meydana geldiği bölgede büyük yıkımlara neden olan olaylardır (Bellow ve Wallemacq, 2018). Karmaşık küresel bir sorun olan afetler

nedeniyle her yıl bireyler ve toplumlar fiziksel ve ruh sağlıkları yönüyle olumsuz etkilenmekte, ekonomik ve sosyal gelişmeleri kesintiye uğramaktadır (Kreimer, 2001: 401). Birleşmiş Milletler Uluslararası Afet Azaltma Stratejisi (UNIDSR), afeti; etkilediği toplumun kaynak ve imkânlarının kapasitesini aşan, çevresel ve ekonomik kayıplara neden olan, toplumun işleyişindeki ciddi aksama olarak tanımlamaktadır.

Afetler bir topluluğu geniş ölçüde etkilemekte; fakat tüm topluluk üyelerini eşit şekilde etkilememektedir. Bu durumda “sosyal savunmasızlık” kavramı ortaya çıkmakta, kavram bireylerin yoksulluk, yaş, cinsiyet, ırk, etnik köken vb. nitelikleri dolayısıyla bireylerin afet süreçlerinde risk altında olmasını ifade etmektedir (Cutter vd., 2012: 144; Tierney, 2020: 125). Kadınlar mevcut kaynaklara, sağlık hizmetlerine yetersiz erişim, sosyal ve yapısal eşitsizlikler nedeniyle, afetlerin savunmasız gruplarındandır. Birincil rolleri aile bakımı olarak dayatıldığından afet anlarında başkalarını korumaya çabalarken çoğu zaman afetten daha çok etkilenmektedirler (Enarson, 2012: 2; Fothergill, 1999: 87). Örneğin; bir deprem felaketinde enkaz kaldırma çalışmaları esnasında kadınlar çocuklarına kendisini siper etmekte ya da bakımından sorumlu olduğu ailenin yaşlı üyesi ile birlikte kurtarılmayı beklemektedir.

Afet süreçlerinde kadınlar “bakıcılar ve mağdurlar” olarak nitelendirilirken erkekler “hayat kurtarıcılar ve evin geçimini sağlayanlar” olarak ön plana çıkmaktadır (Enarson ve Pease, 2016: 92). Avustralya’daki orman yangınlarında kadınların potansiyel kurban ve mağdur olduğu, erkekler ve kurumlar tarafından korunması gerektiğine yönelik görüşler ile sıklıkla karşılaşmıştır (Tyler ve Fairbrother, 2013: 117). Kadınların olağandışı durumlarda dezavantajlı olması bu tür ataerkil sistemin

yansımaları olan görüşlerin bir sonucudur. Kadınlar, “gelenek” adı altında birçok faaliyetten ve sosyal yaşamdan kısıtlanmakta, gelişmesinin önüne ket vurulmaktadır. Araştırmalara göre 2004 Hint Tsunamisinde kadınlar geleneksel giysiler, erkek aile üyesi olmadan evden çıkmama kuralı ve yüzme becerilerinin olmaması nedeniyle daha olumsuz etkilenmişlerdir (Ariyabandu, 2009: 21; Hines, 2007: 63; Moreno-Walton ve Koenig, 2016: 52). Bu bağlamda kadınlar maruz kaldıkları toplumsal cinsiyet rolleri nedeniyle afetlerden kaçamamakta ve dezavantajlı gruplar arasına girmektedir.

Olağandışı Durumlarda Medya

Olağandışı durumlar gibi alışılmadık durumlarda bireylerin iletişim ihtiyacı normal zamandan daha üst düzeyde olmakta, bu nedenle iletişim eksikliği durumunda bireylerin hayatı kesintiye uğramaktadır (Akgül, 2017: 9). Bu nedenle olağandışı durumlarda bireyler ile kamuoyu arasında iletişimin sağlanması, gerekli bilgilendirmelerin yapılması noktasında çoğunlukla medya araçları kullanılmaktadır (Kolukırık vd., 2022: 563). Özellikle bu noktada halk ile acil durum kuruluşları arasında bir bağlantı kurulması ve olağandışı durum süreçlerinde haberlerin halka aktarılmasında önem arz etmektedir (Dave, 2021: 9). Dolayısıyla medya; televizyon, gazete, radyo ve sosyal medya aracılığıyla afet öncesi ve sonrasında, bireylerin bilgilendirilme ve bilinçlendirme faaliyetlerinde, resmi kurum ve kuruluşlar ile bireyler arasında iletişim kurulmasında; afet sonrası yapılan uyarılara halkın erişmesinde, toplumun krizi atlattırması ve ders çıkarmasında önemli bir role sahiptir (Toker, 2016: 255). Bu bağlamda medya olağandışı durumlarda hayati bir önem taşımaktadır.

Medya, olağandışı durum süreçlerinde toplumun korku ve endişesini yansıtarak bireylerin bu süreçleri nasıl algıladığı ve ne

öğrendiğini önemli oranda etkilemektedir. Medya araçlarıyla halk uyarılar üzerine hızlı bir şekilde harekete geçip krizin hafif atlatılmasına yardımcı olmaktadır (Öztürk ve Demir, 2023: 510). Diğer yandan medya; olağandışı durumlarda bireylere bilgi sağlamanın dışında, stres seviyelerinin azalmasını, kısıtlanmış yaşamlarında dış dünya ile bağlantı kurmalarını sağlama yönüyle psikolojik destek de sağlamaktadır (Perez- Lugo, 2004: 224). Örneğin; Covid-19 salgını gibi tüm dünyayı etkileyen, toplulukları eve hapseden ve sosyalleşmelerini kısıtlayan olağandışı durumlarda bireylerin hem geleneksel hem de yeni medya kullanım oranları artış göstermektedir. Buna yönelik olarak Televizyon İzleme Ölçümü 2020 Yıllığı (TIAK, 2021) verilerine göre Covid-19 salgını sürecinde medya araçlarından daha fazla yararlandı, internet ve akıllı cihazlara daha fazla kişi tarafından erişildiği ve TV izleme oranlarının arttığı tespit edilmiştir. Diğer yandan ise geleneksel medyanın zaman zaman önüne geçen sosyal medya olanaklarının kullanıcılar tarafından dezenformasyona maruz kalmasına bunun da afet süreçlerinin yönetiminde aksamalara neden olduğu bilinmektedir (İlgin ve Karagül, 2023: 82). Bu nedenle olağandışı durumlarda medyanın yanı sıra sosyal medyanın da önemi ele alınması gereken hassas bir çalışma alanıdır.

Olağandışı Durumlarda Medyada Kadın Temsili

Medyanın eğitici, bilgilendirici, eğlendirici ve farkındalık oluşturan özelliğinin dışında manipüle edici bir yanı da bulunmakta; toplumun düşüncelerine yön vermektedir (Kardeş, Banka ve Akman, 2017: 188). Medyanın bu özelliği göz önüne alındığında günümüzde olağandışı durumların artışı, risk gruplarının medyada yansıtılışlarına değinilmesini gerekli kılmaktadır. Yapılan alan yazın taramasında “Olağandışı durumlar ve kadın”, “Kadın ve medya”, “Olağandışı durumlar ve medya”

konularında yapılan çalışmalara sıklıkla rastlanılmakta; fakat afet, kadın ve medyayı birlikte alan birkaç çalışma dışında çalışma olmadığı görülmektedir.

Akar ve Ekmekçi'nin (2023) "Sosyal Medyada Kadın: Suriye İç Savaşı ve Ukrayna-Rusya Savaşı Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analiz" başlıklı çalışması, risk gruplarından olan kadınların olağandışı durum süreçlerinde medyaya yansıtılışlarını ele alan çalışmalardan biridir. Çalışmada, savaş gibi olağandışı durumlarda kadınların; medya araçlarında cinsiyet, ırk ve ideolojik olarak bir ayrıma maruz kaldığı ele alınmaktadır.

Köseoğlu'nun (2022), "Kadın Odaklı Habercilik Perspektifinden Savaş Temalı Haberlerde Ukraynalı Kadınlar: Anadolu Ajansı Üzerinden Bir Analiz" başlıklı çalışmasında, kadınların savaş anında medyada nasıl temsil edildiği üzerinde durulmaktadır. Bu çalışmaya göre kadınlar savaş, çatışma, doğal afetler, iklim krizleri vb. olaylarda acının simgesi olarak temsil edilmektedirler.

Koç'un (2013) yaptığı "Türk Basınının Doğal Afetlere İlişkin Bakış Açısını Belirlemeye Yönelik Bir İnceleme" başlıklı çalışmada ise 2009-2012 yılları arası Türkiye ve Dünyada meydana gelen doğal afetleri, Türk Basınının (Gazete) nasıl bir söylem ve anlayışla sunduğu, bireylere doğal afet bilinci kazandırma yönünde basın bir kaygı taşıyıp taşımadığının öğrenilmesi amaçlanmakta; kadına yönelik ayrı bir parantez açılmadığı görülmektedir.

Literatürde gereken değeri göremese de günümüzde sosyal medya dezenformasyonunun artması ve medyanın sansasyonel olma çabasıyla kadını bir tüketim unsuru haline getirmesinin olağandışı durumlarda kadınların psikolojisini tehdit etmesi nedeniyle medyayı incelenmesi gereken bir konu haline

getirmektedir. Bu bağlamda çalışmada özellikle olağandışı durumlarda medyada yer alan kadın içerikleri ele alınmaktadır. Savaş, çatışma, doğal afetler gibi olağandışı durumlarda kadınlar; medyada acının simgesi olarak ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle özellikle afet süreçlerinde medyada sıklıkla ağlayan kadın görselleri kullanılmakta; dram kadın üzerinden yansıtılmaktadır.

Görsel 1.“Osmaniye’de enkaz altındaki çalışmaları bekleyen insanlar” Başlığıyla Sunulan Görsel



Kaynak:<https://www.haber-turk.com/deprem-bolgesinde-kadınlar-3563269>

Görsel 2. “Kahramanmaraş’ın Hayrullah Mahallesi’ne bağlı Azerbaycan Bulvarı’nda yıkılan binalarda arama kurtarma çalışmaları...” Başlığıyla Sunulan Görsel



Kaynak:<https://www.haber-turk.com/deprem-bolgesinde-kadınlar-3563269>

Görsel 1. ve Görsel 2.’de görüleceği üzere, kadınlar olağandışı durumlarda yalnızca kendi kimliklerini değil, aynı zamanda

halkı ve toplumu da temsil eder nitelikte yansıtılmaktadır. “Enkaz çalışmalarını bekleyen insanlar” söz konusuysen de medyada kadınlar yer almakta; arama kurtarma çalışmalarından bahsedilirken de kadınlar gösterilmektedir. Toplumsal cinsiyet rollerinin dağılımı erkeklerin ağlama edimini sınırlandırmış, ağlamayı kadınlara özgü bir davranış olarak atfetmiştir (Özdemir, 2010: 104). Bu durum medyada da görülmekte, afet gibi olağandışı durumlarda dram kadınlar üzerinden işlenmekte; güçsüz, zayıf, korunması gereken ve ağlayan hep kadın olarak yansıtılmaktadır.

Görsel 3. Kimliği Deşifre Edilen Haber Başlığı



Trabzon Caddesi'ndeki 7 katlı Anadolu Apartmanı'ndan çıkarılan 24 yaşındaki Rümeyza Yalçınkaya.

Görsel 4. Kimliği Deşifre Edilen Haber Başlığı



Hatay'ın Odabaşı Mahallesi'nde bir binanın enkazından çıkarılan 30 yaşındaki Hülya Yılmaz ve 6 aylık bebeği Ayşe

Kaynak:<https://www.haberturk.com/deprem-bolgesinde-kadınlar-3563269>

Kaynak:<https://www.haberturk.com/deprem-bolgesinde-kadınlar-3563269>

6 Şubat 2023 tarihinde merkez üssü Kahramanmaraş olan 7,7 ve 7,6 şiddetindeki depremler sonucunda enkazdan çıkarılan kadınların kimliklerinin deşifre edilerek medyaya yansıtıldığı görülmektedir. Afet gibi olağandışı durumlarda kadınların

kimliklerinin deşifre edilmesi, gelecek yaşantıları için psikolojik olumsuzluklara neden olabilecek niteliktedir. Çünkü kadın, medyada sunulan açık kimliği dolayısıyla gelecek yaşamında da “afettede kadın” olarak anılma ihtimaliyle karşı karşıya kalmaktadır. Medya bu özelliğiyle kadının yaşadığı afet travmasının kalıcılılaşmasına neden olmakta, iyileşme sürecini olumsuz etkilemektedir.

Görsel 5.“Suriye’de Kadınlar Matinesi Eğlencesi. Hani Savaş Nerede?” Başlığıyla Sunulan Haber



Kaynak:<https://www.yenicaggazetesi.com.tr/suriyede-kadinlar-matinesi-eglencesi-hani-savas-nerede-683552h.htm>

Medyada yer alan birtakım haber başlıkları “kamusal kadın kinayesi” altında kadınları küçük düşürmek amacıyla kullanılmakta; bu durum kadın düşmanlığını sağlamlaştırmaktadır (Cerja vd., 2023: 3). Görsel 5.’te Suriye’de yaşanan savaş sürecinde kadınların eğlendiği haberi ele alınmaktadır. Medyaya yansıyan bu görsel ve haber başlığı ile erkekler savaşırken kadınların eğlendiği algısı oluşturulmakta, kadınları damgalayıcı bir tutum sergilenmektedir. Medyanın bu tutumu toplumsal

cinsiyet eşitsizliğini pekiştirici ve normalleştirici olmakla birlikte bireylerin zihninde yanlış bir “kadın kimliği” oluşmasına sebep olmaktadır.

Görsel 6. Medyada “Savaş ve Kadın” İçerikli Haberler

“Kadınları kablolarla yataklara bağlayıp günlerce tecavüz ettiler”, Bosnalı savaş mağduru kadınlar yaşadıkları acıyı anlatıyor



Kaynak:<https://tr.euronews.com/2018/06/04/tecavuz-magduru-bosnalikadınlarıyasadıklarıtrajediyi-yıllar-sonra-anlatıyor>

Görsel 7. Medyada “Savaş ve Kadın” İçerikli Haberler

Savaş mağduru Ukraynalı kadınlara korkunç teklif! Facebook'ta dakikalar içinde mesaj yağdı



Kaynak:<https://www.milliyet.com.tr/dunya/savas-magduru-ukraynali-kadınlara-korkunc-teklif-facebookta-dakikalar-icinde-mesaj-yagdi-6738809>

Medyada kadın “eş, anne, şiddet mağduru, güçsüz, cinsel obje” vb. karakterlerde temsil edilmektedir (Mora, 2005: 2). Savaş gibi olağandışı durumlarda ise yine medyada kadınlar sıklıkla birer arzu nesnesi olarak, cinselliklerine indirgenen haberler ile yansıtılmaktadır (Tanrıöver, 2007). Görsel 6’da medyada yer alan bir haber ele alınmıştır. “Kadınları kablolarla yataklara bağlayıp günlerce tecavüz ettiler” ifadesi haberin daha çok etkileşim alması için kalın puntolar ile ana başlıkta kullanılmıştır. Günümüzde hemen hemen her bireyin medya araçlarına erişme imkânı bulunmaktadır. Kötü niyetli bireylerin erişme imkânı göz önüne alındığında bu başlıkta geçen ifade bireyin zihninde

canlanabilir nitelikte; işlenen suç ise tekrarlanmaya açık bir konuma gelmektedir. Olağandışı durumlarda medyada yer almış bu iki haberde görüleceği üzere; medya kadını cinsel bir obje olarak nitelermekte, eril bir dile sahip olmakta ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini körükleyen bir tutum sergilemektedir.

Görsel 8. “2. Dünya Savaşı’ndan Sonraki En Büyük Mülteci Göçü” Haber Başlığında Kullanılan Görseller



Kaynak: <https://www.sabah.com.tr/dunya/suriyede-ic-savasin-8nci-yili-en-az-450-bin-insan-hayatini-kaybetti-1521208735-4244819>

Medya, göç haberlerinde de çoğunlukla kadınları ve çocukları göçmenliğin temsili olarak sunmakta; göçün dramını, kucağında çocuklar ile göç eden kadınlar ve annelerinin ellerinden tutan çocuklar üzerinden yansıtmaktadır. Görsel 8’de sunulan iki görüntü, mülteci göçü haberinde kullanılmıştır. Bu görüntülerde kadınların yanında erkek bireylerin olmaması ve arka planın yıkık bir sokak olması, kadınların ve çocukların yüzündeki üzgün, donuk ifade ile birleştiğinde çaresizliği yansıtmaktadır. Ayrıca kadınların başlarının kapalı olması, başörtüsünün dini yönden simgesel bir değer taşıması göz önüne alındığında bu görseller Müslüman kamuoyunda daha çok ses getirmektedir (Kaymak ve Coşkun, 2022: 815). Bu bağlamda göç gibi olağandışı

durumlarda medya, kadınlar üzerinden yansıttığı acıma duygusuna dini semboller ekleyerek dini içerik kazandırmakta; daha fazla bireyi etkilemek ve etkileşim almak amacını yerine getirmektedir.

Sonuç

Yapılan literatür taramaları sonucunda, olağandışı durumlarda kadın ve medya içerikli yalnızca birkaç çalışmaya erişilmiş; bu çalışmaların afet, savaş ve göç olmak üzere ayrı konularda ele alındığı gözlemlenmiştir. Bu çalışma ile literatürdeki eksikliğin kapatılmasında bir adım atmak ve yapılacak çalışmalara yol gösterici olmak hedeflenmektedir. Bu bağlamda çalışmada, olağandışı durumlarda kadınların medyaya yansımaları içerik analizi yöntemiyle ele alınmakta, medyanın tutumu irdelenmektedir.

Medya, olağandışı durumlarda kadını bir tüketim malzemesi haline getirmekte, etkileşimin anahtarı olarak görmektedir. Erkek egemen ideolojinin “erkek ağlamaz” kalıp yargısı nedeniyle afet, savaş ve göç gibi durumlarda duygu yoğunluğunu sağlamak, dramı yaşatmak ve bu özellikleriyle daha çok etkileşim almak amacıyla medyada ağlayan kadınlar sunulmakta, çocuğuna sarılan ya da elinden tutan anneler mağdur olarak yansıtılmaktadır. Bu görseller ile kadınlar tüm göçmenleri, afetzedeleri ve savaş mağdurlarını temsil etmekte; erkekler arka planda kahraman rolünü üstlenmektedir. Geçmişten günümüze kadınlar narin, hassas, kırılğan, korunması gereken iken erkekler güçlü, kuvvetli, cesur ve koruyucu özellikleriyle tanımlanmaktadır. Bu algı afet ve savaş süreçlerinde de devam etmekte, özellikle medya olağandışı durumlarda toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin pekiştirilmesine neden olmaktadır. Medyada savaş ve kadın, çoğunlukla cinsel sömürü kapsamında ele alınmakta, kadınlar cinsel bir obje olarak yansıtılmaktadır. Sansasyonel olma çabasıyla

olağandışı durumlarda kadınlara yönelik cinsel istismar, taciz, tecavüz gibi suç teşkil eden davranışların açık, net ve hikâyeleştirilerek sunulması bu davranışların tekrarlanmasına neden olmakta, kadınları hem dış hem de iç tehditlere açık bir hale getirmektedir.

Diğer yandan olağandışı durumlarda kadınların kimliklerinin açık şekilde paylaşıldığı görülmüş; yaşları, isimleri ve kaç çocukları olduğuna dair birçok kişisel bilgilerin medyada deşifre edildiği kayıt altına alınmıştır. Afet, savaş ve göç gibi zorlu şartları yaşayan kadınların kimlik bilgilerinin ve fotoğraflarının medyada fütursuzca deşifre edilmesi, kadınların bu süreçleri daha zor atlatmasına ve yaşadıkları travmanın kalıcılılaşmasına neden olmaktadır. Kadın, "Enkazdan çıkarılan anne", "Savaş mağduru kadın", "İstismara uğramış göçmen" gibi ifadeler ile damgalanmakta ve medya bu damgalanmayı kalıcı hale getirmektedir. Bu nedenle medya kanalları, yalnızca kişisel çıkarını değil topluma bir tüketim unsuru olarak sunduğu bireyi de düşünmeli; bireyin yaşadığı olağandışı durumları unutulmaz kılmayı değil daha çabuk iyileşmesini ve en az zararlı atlatmasını sağlamalıdır.

Olağandışı durumlarda dezavantajlı olan kadınlar, ayrıca medya mağduru olmakta; toplumsal cinsiyet ayrımcılığı ve damgalanmaya maruz kalmaktadır. Bu bağlamda her gün gelişen ve yenilenen medyada eril dil ve ataerkil zihniyet yerini tarihe bırakmalı; toplumsal cinsiyet eşitliğine önem veren, değişen dünyada değişen kadının gücünün farkına varan bir tutum sergilenmelidir.

Kaynakça

- AFAD. (2011). Olağandışı Durumlarda Yaşamı Sürdürme. 24.09.2023 tarihinde <https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/3475/xfiles/olagandisi.pdf> adresinden erişilmiştir.
- Akgül, S. K. (2017). Olağanüstü Durumlar, İletişim ve Habercilik Yaklaşımları. TRT Akademi, 2(3), 6-47.
- Aksu, H. & Sevil, Ü. (2010). Göç ve Kadın Sağlığı. Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi, 2(3), 133-138.
- Anderson, M. B. (1994). Understanding the disaster-development continuum: gender analysis is the essential tool. *Gender & Development*, 2(1), 7-10.
- Ariyabandu, M. M. (2009). Sex, gender and gender relations in disasters. *Women, gender and disaster: Global issues and initiatives*, 5-17.
- Arman, M. N. & Şerbetçi, D. (2012). Postkolonyal Feminist Teoride Milliyetçilik, Militarizm Ve Savaş Karşıtlığı, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3, 65-83.
- Arora, S. (2022). Inter sectional vulnerability in post - disaster contexts: lived experiences of Dalit women after the Nepal earthquake, 2015. *Disasters*, 46(2), 329-347.
- Artar, T. & Fildiş, A. T. (2021). Türkiye’de Cinsiyet Eşitliği Söylemi ve Uygulamaları: Karşılaştırmalı Analiz. Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi, 5(1), 1-18.
- Aydın, Y. (2002). Olağandışı Durumlarda Psikolojik Destek Sağlanması: Bir Deneyim Paylaşımı. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 11(5), 192-193.
- Banwell, S. (2020). Gender and the violence(s) of war and armed conflict: more dangerous to be a woman? Bingley, West Yorkshire, England: Emerald Publishing Limited.
- Bayhantopçu, E. (2017). Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Üzerinde Yazılı Basında Kadın Temsilinin Rolü. *The Journal of Social Science*, 1(2), 83-93.
- Bradshaw, S. (2015). Engendering development and disasters. *Disasters*, 39(1), 54-75.

- Below, R. & Wallemacq, P. (2018). Annual disaster statistical review 2017. Centre for Research on the Epidemiology of Disasters (CRED).
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*, Free Press, Glencoe.
- Bolat, E. (2023). Feminizm Tüm Kadınlar İçin mi? Gölgede Kalan Kadınlar. *Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi*, 6(1), 263-281.
- Cerja, C., Nave, N. D., Winfrey, K. L., Helen Palczewski, C. & Hahner, L. A. (2023). Misogynoir and the public woman: analog and digital sexualization of women in public from the Civil War to the era of Kamala Harris. *Quarterly Journal of Speech*, 1-27.
- Ciampi, M. C., Gell, F., Lasap, L. & Turvill, E. (2011). *Gender and disaster risk reduction: A training pack*. Oxfam GB, Oxfam House: Oxford.
- Cousins, S. (2020). COVID-19 has “devastating” effect on women and girls. *The Lancet*, 396 (10247), 301-302.
- Cupples, J. (2007). Gender and Hurricane Mitch: Reconstructing subjectivities after disaster. *Disasters*, 31(2), 155-175.
- Cutter, S. L., Boruff, B. J. & Shirley, W. L. (2012). *Social vulnerability to environmental hazards*. Social Science Quarterly, (pp. 143-160). Routledge.
- Dave, R. K. (2021). *Role of Media in Disaster Management*. National Disaster Management Authority.
- Demirci, K. & Avcu, T. (2021). Afet Süreçlerinde Kadın Bireylerin Yaşadığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri: İzmir ili örneği. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 11(1), 86-105.
- Enarson, E. P. (2012). *Women confronting natural disaster: From vulnerability to resilience* (p. 245). Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers.
- Enarson, E. & Morrow, B. H. (1998). Why gender? Why women? An introduction to women and disaster. *The gendered terrain of disaster: Through women's eyes*, 1-8.

- Enarson, E., Fothergill, A. & Peek, L. (2018). Gender and disaster: Foundations and new directions for research and practice. *Handbook of disaster research*, 205-223.
- Enarson, E. & Pease, B. (Eds.). (2016). *Men, masculinities and disaster*. Routledge.
- Euronews. (2018). "Kadınları kablolarla yataklara bağlayıp günlerce tecavüz ettiler", Bosnalı savaş mağduru kadınlar yaşadıkları acıyı anlatıyor. 30.08.2023 tarihinde <https://tr.euronews.com/2018/06/04/tecavuz-magduru-bosnalikadinlariya-sadiklaritrajedi-yillar-sonra-anlatiyor> adresinden erişilmiştir.
- Fothergill, A. (1999). An exploratory study of woman battering in the Grand Forks flood disaster: Implications for community responses and policies. *International Journal of Mass Emergencies & Disasters*, 17(1), 79-98.
- Gökçe, A. (2022). Covid-19 pandemi sürecinin sağlık sektörü çalışanları üzerindeki psikososyal yansımaları: nitel bir araştırma. *Çalışma ve Toplum*, 3(74), 1833-1860.
- Gökçe, İ. & Öter, E. G. (2023). Bütünleşik Afet Yönetim Sisteminde Afetlerde Cinsel Sağlık ve Üreme Sağlığı Hizmetleri. In *International Conference On Frontiers in Academic Research*, 1, 523-529.
- Göktürk, T. B. (2017). Kıbrıs'ta Rumların Gerçekleştirdiği 1974 Katliamları. *Türk Dünyası Araştırmaları*, 116(228), 159-170.
- Habertürk. (2023). Deprem Bölgesinde Kadınlar. 30.08.2023 tarihinde <https://www.haberturk.com/deprem-bolgesinde-kadinlar-3563269> adresinden erişilmiştir.
- Hameed, W. U., Haseeb, M., Iqbal, J., Mihardjo, L. W. & Jermisittiparsert, K. (2022). Environmental disaster and women self - sustainability—A survey study on microfinance female clientele in Pakistan. *International Journal of Finance & Economics*, 27(3), 3599-3622.
- Hines, R. I. (2007). Natural disasters and gender inequalities: The 2004 tsunami and the case of India. *Race, Gender & Class*, 60-68.
- Hobel, C. J., Goldstein, A. M. Y. & Barrett, E. S. (2008). Psychosocial stress and pregnancy outcome. *Clinical Obstetrics and Gynecology*, 51(2), 333-348.

- Ilgın, H. Ö. & Karagül, D. (2023). Yeni Medya Araştırmaları Dil, İmaj, Fenomenler, Teknoloji, Dezenformasyon (Ed. Göngen, M.A., Kesgin, Y.) içinde Afet İletişimi ve Sosyal Medyada Dezenformasyon, Özgür Yayınları, Gaziantep.
- Kardeş, S., Banko, Ç. & Akman, B. (2017). Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Algı: Bir Sözlük Değerlendirmesi. *Göç Dergisi*, 4(2), 185-200.
- Kaymak, A. & Coşkun, A. (2022). Çocuk Odaklı Habercilik Bağlamında Savaş Konulu Haberlerde Kullanılan Çocuklarla İlgili Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi: Suriye İç Savaşı Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(2), 803-823.
- Kılıç, M., Arslanyılmaz, M. & Özvarış Bahar, Ş. (2015). Savaş ve Çatışma Ortamında Kadın Sağlığı. *Sürekli Tıp Eğitim Dergisi*, 24(6), 237-244.
- King, T., Hewitt, B., Crammond, B., Sutherland, G., Maheen, H. & Kavanagh, A. (2020). Reordering gender systems: can COVID-19 lead to improved gender equality and health?. *The Lancet*, 396(10244), 80-81.
- Koç, H. (2013). Türk Basınının Doğal Afetlere İlişkin Bakış Açısını Belirlemeye Yönelik Bir İnceleme. *Zeitschriftfürdie Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 5(2), 121-137.
- Kolukırcık, S., Arslan, D. A. & Yılmaz, G. G. (2022). Orman Yangınlarının Toplumsal Etkileri ve Görünümü: Medya Paylaşımlarında 2021 Büyük Antalya-Manavgat Yangını. *Afet ve Risk Dergisi*, 5(2), 560-580.
- Köseoğlu, A. (2022). Kadın Odaklı Habercilik Perspektifinden Savaş Temalı Haberlerde Ukraynalı Kadınlar: Anadolu Ajansı Üzerinden Bir Analiz. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(3), 888-905.
- Kreimer, A. (2001). Social and economic impacts of natural disasters. *International Geology Review*, 43(5), 401-405.
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An Introduction to is Methodology*, Sage, Beverly Hills.
- Lecaj, F. (2019). Küreselleşme Göç ve Kadın. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 3(1), 49-58.

- Le Masson, V., Lim, S., Budimir, M. & Podboj, J. S. (2016). Disasters and violence against women and girls: Can disasters shake social norms and power relations. Overseas Development Institute, 02.08.2023 tarihinde <https://odi.org/en/publications/disasters-and-violence-against-women-and-girls-can-disasters-shake-social-norms-andpower-relations/> adresinden erişilmiştir.
- Manjula, Y. S. & Charyulu, G. M. (2022). Vandalized or Venerated: A Feminist Perspective on the Role of Woman in War in Temsula Ao's 'The Jungle Major'.
- Milliyet. (2022). Savaş mağduru Ukraynalı kadınlara korkunç teklif! Facebook'ta dakikalar içinde mesaj yağdı. 30.08.2023 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/dunya/savas-magduru-ukraynali-kadinlara-korkunc-teklif-facebookta-dakikalar-icinde-mesaj-yagdi-6738809> adresinden erişilmiştir.
- Mora, N. (2005). Kitle iletişim araçlarında yeniden üretilen cinsiyetçilik ve toplumda yansıması. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 2(1), s. 1-7.
- Moreno-Walton, L. & Koenig, K. (2016). Disaster resilience: Addressing gender disparities. World Medical & Health Policy, 8(1), 46-57.
- Özdemir, M. (2010). Türkiye'deki Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet ve Sunumu. Millî Folklor, 22(88).
- Özdemir, Ö. (2015). Savaş ve Çatışmalarda Şiddetin Kurbanları Kadınlar, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 39, 310-318
- Öztürk, M. & Demir, Y. (2023). Bilgilendirme ve Kaos Arasında: Afet Yönetiminde Medyanın Rolüne Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz. TRT Akademi, 8(18), 506-527.
- Perez-Lugo, M. (2004). Media Uses In Disaster Situations: A New Focus On The Impact Phase. Sociological Inquiry, 74(2), 210-225.
- Peterman, A., Potts, A., O'Donnell, M., Thompson, K., Shah, N., Oertelt-Prigione, S. & Van Gelder, N. (2020). Pandemics and violence against women and children. Center for Global Development. 02.08.2023 tarihinde <https://www.cgdev.org/publication/pandemics-and-violence-against-women-and-children> adresinden erişilmiştir.

- Sabah Gazetesi (2018). 2. Dünya Savaşı'ndan Sonraki En Büyük Mülteci Göçü. 30.08.2023 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/dunya/suriyede-ic-savasin-8nci-yili-en-az-450-bin-insan-hayatini-kaybetti-1521208735-4244819> adresinden erişilmiştir.
- Saçaklıoğlu, F. & Sarıkaya, Ö. (2002). Olağandışı durumlarla ilgili temel kavramlar. Ali Osman Karababa (Ed.), *Olağandışı Durumlarda Sağlık Hizmetleri Sağlık Çalışanının El Kitabı* (11-20). Ankara: TTB yayınları
- Sattar, M. A. (2016). Gender Based Inequalities in Learning for Mitigating Disaster Risk in Bangladesh: How ODL can Help? Commonwealth of Learning (COL) and Open University Malaysia (OUM). 02.008.2023 tarihinde <http://hdl.handle.net/11599/2643> adresinden erişilmiştir.
- Schetter, C. D. (2011). Psychological science on pregnancy: stress processes, biopsychosocial models, and emerging research issues. *Annual Review of Psychology*, 62, 531-558.
- Singla, A. & Agrawal, R. (2022). Social media and disaster management: investigating challenges and enablers. *Global Knowledge, Memory and Communication*.
- Simon, T., Goldberg, A. & Adini, B. (2015). Socializing in emergencies – A review of the use of social media in emergency situations. *International Journal of Information Management*, 35(5), 609-619.
- Şen, A. B. & Vural, C. (2014). Suriye İç Savaşında Göç ve Kadın. *Yaratıcı Drama Dergisi*, 9(17), 29-40.
- Tanrıöver, H. U. (2007). Medyada kadınların temsil biçimleri ve kadın hakları ihlalleri. S. Alankuş içinde, *Kadın odaklı habercilik* (s. 149-166). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Tekin, S. & Akcan, S. O. (2023). 6 Şubat 2023 Tarihinde (Mw 7.7. Ve Mw 7.6) Gerçekleşen Depremler ile İlgili Değerlendirmeler ve İlk Analiz Sonuçları.
- TİAK. (2021). Televizyon İzleme Ölçümü 2020 Yıllığı. Ekim. 10.08.2023 tarihinde <https://tiak.com.tr/upload/files/2020yillik.pdf> adresinden erişilmiştir.

- Tierney, K. (2020). *The social roots of risk: Producing disasters, promoting resilience*. Stanford University Press.
- Türkeri, Y. B. (2022). *Cinsiyet Ayrımcılığı Bakımından Terör, Savaş ve Zorunlu Göçlerde Yaşanan Hak İhlalleri: Suriye ve Bosna-Hersek Örneği* (Doctoral dissertation).
- Türk Tabipleri Birliği. (2023). III. Ay Deprem Raporu: Birinci Basamak Sağlık Hizmetlerine Erişim ve Sağlık Çalışanlarının Sağlığı. 05.08.2023 tarihinde <https://www.ttb.org.tr/userfiles/files/3ayraporu.pdf> adresinden erişilmiştir.
- Tyler, M. & Fairbrother, P. (2013). Bushfires are “men's business”: The importance of gender and rural hegemonic masculinity. *Journal of Rural Studies*, 30, 110-119.
- UN, G. (2002). *Living with risk: a global review of disaster reduction initiatives*.
- Yeniçağ. (2023). Suriye’de kadınlar matinesi eğlencesi. Hani savaş nerede. 30.08.2023 tarihinde <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/suriyede-kadinlar-matinesi-eglencesi-hani-savas-nerede-683552h.htm> adresinden erişilmiştir.

Kadın Bedeni ve Tıbbileştirme: Medyada Yer Alan Yaşlanma Karşıtı Söylemler

Arzu KARASAÇ GEZEN **

Giriş

İnsan ömrünün uzaması ve yaşlı nüfusunun giderek artması, kitlesel bir yaşlanma deneyimi olarak yaşanmakta ve bu yönüyle modernliğin bir kazanımı olarak değerlendirilmektedir. Ancak diğer yandan yaşlanma ve yaşlı nüfusun artması toplumlar için bir sorun olarak tanımlanmaktadır. Bir konunun sorun olarak tanımlanması, onun normallik tanımının dışına çıktığı ve mevcut yapının devamlılığı için düzenlenmesi, kontrol altına alınması gerektiği anlamına gelmektedir. Yaşlanma, bireyin anne karnına cenin olarak düştüğü andan itibaren başlayarak ölümüne dek devam eden bir süreci, yaşlılık olgusu ise yaşlanma sürecinin son bölümünü işaret etmektedir. Yaşlanma bireysel ve biyolojik bir süreci anlatırken yaşlılık daha çok toplumsal bir olguyu ifade etmektedir. Yaşamın doğal bir süreci olan yaşlanmanın ve yaşlılık olgusunun günümüzde farklı bir anlamlandırma çerçevesinde ele alındığı gözlenmektedir. “Sağlıklı”, “güzel”, “başarılı” gibi sıfatlarla nitelendirilen yaşlanma, durdurulması, önlenmesi

* Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi,
arzu.karasac@ibu.edu.tr

gereken bir süreç olarak medya içerikleri ile topluma sunulurken son zamanlarda bu vurguya yaşlanmanın doğal bir süreç olduğu ancak nasıl yaşlanılacağına bir “seçim” olduğu vurgusu eklenecek, bireye bu konuda sorumluluklar yüklenmiş gözükmektedir. Yaşlılığın ise, normalin sınırları dışında tanımlandığı ve bu nedenle sorunsallaştırılarak çeşitli yöntem ve teknikler kullanılarak kontrol altına alınmaya çalışıldığı görülmektedir.

Yaşlılığa getirilen bu yeni anlamlandırma çerçevesi, yaşlılığın tedavi edilmesi gereken tıbbi bir durum olarak görülmesine, onun tıbbileştirilmesine yol açmaktadır. Tıbbileştirme, tıbbi olarak görülmeyen bir durumun, tıbbi bir problem veya hastalıkmuş gibi ele alınmasını, tedavi edilmesi gereken bir durum olarak görülmesini ifade etmektedir. Tıbbileştirme, tıp profesyonellerinin de içinde olduğu ama onlarla sınırlı kalmayan bir süreçtir (Conrad, 1992: 216). Hekim ve diğer sağlık uzmanlarının yanı sıra sağlıklı yaşam endüstrisi olarak ifade edilen endüstrinin tüm aktörlerinin bu süreçte aktif rol oynadığı belirtilmektedir (Sezgin, 2015: 161). Medya da bu süreçte önemli bir rol oynamaktadır. Toplumda yaşlanmaya, yaşlılığa yüklenen anlamların oluşmasında ve var olan anlamların pekiştirilmesinde medya ideolojik bir işleve sahiptir. Bireylerin yaşlanmaya ilişkin algıları, yaşlanmanın geciktirilmesi ve hatta kaçınılması gereken bir durum olduğu yönünde pekiştirilmektedir. Yaşlanma karşıtlığı, gençlik, güzellik ve uzun yaşam ile özdeşleştirilerek yeni tüketim alanları ortaya çıkarılmaktadır.

Yaşlılığın, kadın bedeni üzerinden tıbbileştirilmesinin medyada yer alan yaşlanma karşıtı söylemler çerçevesinde

tartışıldığı bu çalışmada, ilk olarak sağlık, tıp ve tibbileştirme kavramları üzerinde durulmuş, ardından yaşlanma, yaşlılık olgusu ve yaşlılığın tibbileştirilmesi ele alınmış, tüketim toplumu ve beden ilişkisine değinildikten sonra medyada yer alan yaşlanma karşıtı söylemler üzerine bir tartışma yürütülmüştür,

Sağlık, Tıp ve Tibbileştirme

Sağlık kavramına yüklenen anlamlar toplumsal yaşamdaki dönüşümlere bağlı olarak geçmişten günümüze dek farklılaşarak gelmiştir. Eski çağlarda sağlık ve hastalık doğaüstü güçlerle ilişkilendirilmiş, tedavisinin de bu güçleri yönettiğine inanılan kişiler tarafından yapılacağı düşünülmüştür. Daha sonraları ise sağlık ve hastalık Tanrı'nın insanlara verdiği ceza olarak görülmüş, hastalıklar günahların bedeli olarak anlamlandırılmıştır (Russell, 1990: 62). Geleneksel toplumdaki kopuşu ifade eden modernlikle birlikte doğa ve aklın öne çıkarılması ile bu kavramların ele alınışının daha rasyonel temellere dayandırıldığı görülmektedir. Bu dönemle birlikte tıp kurumu tarafından sağlık ve hastalık arasında kesin bir çizgi çizilmeye, normal ile anormal ayrımı (Bauman, 2001: 157) yapılmaya çalışılmıştır. Normallik sınırları içinde kalan "sağlıklı" olarak kabul edilirken, bu sınırların dışında olan "hasta" olarak görülmüştür. Hastalık anormallik olarak diğer bir ifade ile normal durumdan sapma olarak tanımlanmıştır. Değişen bilgi paradigmasına uygun bir şekilde hastalıklar nesnel olarak belirlenebilir belirtilere göre tanımlanır hale gelmiş ve insan bedeni bozulduğunda tamir edilebilecek bir makine olarak algılanmaya başlanmıştır. Hastalık, acı çekenlerin deneyimleri dışında ele alınırken, insanlar birer hasta bedene

dönüşmüştür (Erbaydar, 2002: 305).

Kendi bedenine gittikçe yabancılaşan insan, onu giderek uzmanların kontrolüne bırakmaya başlamıştır. Hastalıkla ilgilenmenin profesyonelleşmesi uzmanların eline önemli bir güç verdiği gibi bireyin kendi hastalığına yabancılaşması ve bu yabancılaşma arttıkça uzmanların daha da güçlenmesi kaçınılmaz olmuştur (Bury, 1998: 10).

Tıbbi model veya biyo-medikal model olarak adlandırılan ve sağlığı, hastalığın olmaması şeklinde tanımlayan, insan bedenini makine metaforu ile açıklayan bu yaklaşım, günümüzde de hala egemen bir anlayış olarak geçerliliğini korumaktadır. Bununla birlikte Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) yapmış olduğu sağlık "yalnızca hastalık ve sakatlığın olmayışı değil, fiziksel, zihinsel, sosyal yönden tam iyilik halidir" tanımı sağlığa yönelik var olan bu mekanik bakışın sorgulanmasını beraberinde getirmiştir. Bu tanım, sağlığa hasta olup olmama ekseninden çıkarak bütünsel bir bakış açısı ile bakmanın gerekliliğini vurgulamaktadır. Tanımda yer alan "iyilik hali"nin ne olduğu konusu üzerinde çokça tartışılan bir konu olsa da sağlığın yaş, cinsiyet, gelir seviyesi, eğitim, sosyal statü gibi sosyal belirleyicilerini gündeme getirmesi bakımından önemli bulunmaktadır.

Tıp disiplininin hastalıkları iyileştirme ile başlayan işlevi tarihsel süreçte hastalıkları önleme, sağlığı koruma ve geliştirme gibi konuları da kapsayacak bir şekilde genişlemiştir. Tıp disiplininin bu işlevsel genişlemesi onun, toplumsal yaşamın baskın bir ögesi haline dönüşmesine yol açmıştır. Tıbbi yaklaşım normallik ve anormallik tanımları yaparak sağlıklı ve hasta olanı

birbirinden ayıran, beden için doğru, faydalı, sağlıklı olanı belirleyen ve bedeni düzenleyen bir toplumsal kontrol aracına, toplumsal bir otorite konumuna gelmiştir.

Toplumsal kontrolün sağlanmasında farklı dönemlerde farklı yöntemler kullanılmıştır. Foucault, günümüzde toplumsal kontrol anlayışının iktidarın halk üzerine uyguladığı tek taraflı bir kontrol biçimi olmadığını, bir etkileşimin söz konusu olduğunu söylemekte ve bu görüşlerini açıklamada biyo-iktidar kavramını kullanmaktadır. Bu iktidar biçiminin 17. yüzyılın sonundan itibaren Batı toplumlarında egemen olmaya başladığını söyleyen Foucault (2005a: 16), biyo-iktidarı üretken, yaşamı destekleyen, pozitif bir iktidar olarak tanımlamaktadır. Biyo-iktidar yaşama iki şekilde müdahale etmektedir: İlkinde insan bedenine bir makine olarak yaklaşmakta ve onu disipline etmeye çalışmaktadır. Foucault'nun "bedenin anatomo-politiği" olarak adlandırdığı bu yaklaşımın amacı, insan bedenini disipline etmek, yeteneklerini geliştirmek, daha verimli ve uysal kılmak ve ekonomik denetim sistemleriyle bütünleştirmektir. "Nüfusun biyo-politiği" olarak adlandırdığı ikinci yaklaşım ise nüfusu düzenleyici bir denetimi amaçlamakta ve bu çerçevede doğum-ölüm oranları, sağlık düzeyi, yaşam süresi gibi koşulları düzenlemeyi içermektedir. Bu yaklaşıma göre biyo-iktidar kapitalizmin gelişiminde vazgeçilmez bir unsur olarak görülmektedir.

Kapitalizm kendine yeni bir dünya yaratırken tıp, hem bu süreci koşullamış hem de sürecin kendisi tarafından şekillendirilmiştir. Sağlık hizmetinin sunucusu olan tıp sistemi, kapitalist üretim sistemi, üretim ilişkileri ve bu ilişkilerin yeniden

üretiminde önemli bir kurumsal yapı ve denetim aracı haline gelmiştir (Öztürk, 2006: 10).

Tibbin bir sosyal kontrol kurumu olarak çalıştığına dair ilk kavramlaştırma Talcott Parsons'a aittir. Parsons (1978), hastalığa bir toplumsal rol kategorisi olarak yaklaşmakta ve hekimin rolünü tamamlayan şeyin hasta ya da hasta olması muhtemel bireyin toplumsal rolü olduğunu söylemektedir. Parsons hasta rolünü tanımlayan dört temel özellik saymaktadır. Bunlardan ilki, hasta olan kişinin hastalığı nedeniyle normal toplumsal sorumluluklarından muaf tutulması, ikincisi hasta kişinin sağlıklı insanlara yönelik olan performans beklentilerinden - hem mesleki hem de ailevi- muaf tutulması, üçüncüsü hem hekimin hem de hastanın sağlığı olumlu, hastalığı olumsuz bir durum olarak kabul etmesi, dördüncüsü ise hastanın hekimlerle işbirliği yapmaya istekli olmasıdır. Hasta olan kişinin, tüm sorumluluklarından muaf olabilmesi için önce hasta olduğunu belgelemesi yani bir hekimden onay alması gerekmektedir. Hasta rolü ile hastalık meşrulaştırılır iken aynı zamanda hasta kişinin tıbbi tedaviyi de kabul etmesini gerektirmektedir. Bu yüzden tıp bir toplumsal kontrol aracı olarak işlevini yerine getirmektedir.

1980'li yıllarla birlikte sağlık alanında yeni bir paradigmanın varlığından söz edilmektedir. Bu paradigma yeni bir sağlık anlayışı sunarken tıp kurumunun üstlendiği işlevin biçim ve içeriğini de değiştirmektedir. Söz konusu tarihe kadar bireyin gündelik yaşamı tıp kurumunun ilgi alanı değil iken bu dönemden itibaren doğrudan ilgi alanına dönüştüğü görülmektedir. Tüketim kültürü, neoliberal ideoloji, tüketici bireyin artan önemi gibi pek

çok unsura bağılı olarak, bireyin sosyal yaşamı, beslenme ve yeme alışkanlıkları, fiziksel aktivitesi gibi gündelik konuların yeni sağlık tanımının içine yerleştigi belirtilmektedir. Artık sağlık hasta olup olmamakla değil bireyin gündelik yaşamdaki alışkanlıkları, davranışları ve sorumlulukları çerçevesinde tanımlanmaya başlamıştır (Cederström ve Spicer, 2017: 11).

William Cockerham, (2005: 51), bu yeni paradigma ile birlikte günümüzde sağlığın "başarı" olarak görülmeye başlandığını söylemektedir. Bu durumda bireylerden yaşam kalitelerini artırmak için çaba sarf etmeleri beklenmektedir. Aksi takdirde ya kronik bir hastalığa yakalanacaklar ya da erken ölümlerle karşı karşıya geleceklerdir. Giddens (1991) ve Turner'a (1992) göre, sağlıklı yaşam tarzı önerileri, bedensel düzenlemelerle bütünleşmiş ve bireyler kendi bedenlerinin hem sağlığından hem de düzenlenmesinden daha fazla sorumlu hale gelmişlerdir (aktaran Cockerham, 2005: 52).

Bu yeni sağlık anlayışının iki önemli sonuca yol açtığı ifade edilmektedir: Bunlardan ilki, hastalığın nedenlerinin bireyin yaşam tarzına bağılı olarak açıklanması ve böylelikle de kişinin kendi sağlığının ve hastalığının sorumlusu olarak öne çıkarılmasıdır. İkincisi ise hastalığın sebeplerini hastanın bedeni dışında arayan onun gündelik yaşama dair alışkanlıklarını sorgulayan (Ataseven Bulun, 2018: 35) bir tıp pratiğinin ortaya çıkmış olmasıdır. İlk bakışta bütünsel bir tıp anlayışı izlenimi veren bu yaklaşımın, daha dikkatli bir gözleme tabi tutulduğunda sağlığın sosyal belirleyicilerini göz ardı eden, sadece bireyin alışkanlıklarına odaklanan bir yaklaşım olduğu düşünülmektedir.

Sağlığı yeniden tanımlama çabaları günümüzde sonuçlarını vermiş gözükmektedir. Öyle ki çok da uzak olmayan bir tarihte doğal olarak kabul edilen yaşama dair unsurlar artık tıp disiplininin ilgi alanına girmiş durumdadır. Tıbbileştirme (medicalization) olarak adlandırılan bu süreç, daha önce tıbbi olarak görülmeyen bir durumun, tıbbi bir problem veya hastalıkmiş gibi ele alınmasını, tedavi edilmesi gereken bir durum olarak görülmesini ifade etmektedir. Bu süreçte insan yaşamının doğal unsurları olan cinsellik, üreme, hamilelik, doğum, ergenlik, menapoz, andropoz, saç dökülmesi, yaşlılık gibi konuların tıbbin ilgi alanına girdiği görülmektedir.

Amerikalı sosyolog Talcott Parson, tıbbileştirmeyi toplumsal bir kontrol kurumu olarak ele alan ve bu süreci ilk olarak kavramsallaştıran kişi olarak kabul edilmektedir (Sezgin, 2015: 162). Bu kavramı ilk kullanan kişilerden biri olan Zola (1983: 295) tıbbileştirmeyi, “günlük yaşamın giderek daha fazla tıbbi tahakküm etki ve gözetim altına girdiği bir süreç” olarak tanımlamaktadır. Zola da benzer bir biçimde tıp kurumunun tarihsel süreç içerisinde önemli bir toplumsal kontrol kurumu haline geldiğini ve bu gücünü de yaşamın olağan unsurlarını kendi alanına çekerek, sağlık ve hastalık kavramlarını bireylerin hayatlarının en önemli parçası haline getirmede kullandığını söylemektedir.

Bu konuya dikkat çeken bir diğer önemli isim Ivan Illich ise, modern tıp kurumunun sağlık için bir tehlike haline geldiğini söyleyerek, sağlığın bütünüyle tıbbi bir konu haline gelmesini eleştirmektedir. Illich, tıp kurumunun günümüzde bir endüstriye dönüştüğünü, bu endüstrinin acılara karşı bir savaş açtığını

bu nedenle de bireylerin kendi gerçekleriyle yüz yüze gelme, kabullenme ve ölümü bekleme yeteneğini zayıflattığını diğer bir ifade ile insanın kendi kendini iyileştirme, acı çekme, ölme özgürlüğünü elinden aldığını söylemektedir. Bu durumu “yaşamın tıplaştırılması” olarak ifade eden Illich için sağlık, bir uyum sağlama meselesidir. Sağlık “çevredeki değişimlere uyum sağlayabilme, büyüyebilme ve yaşlanabilme, zarara uğradığında iyileşebilme, acı çekebilme ve ölümü huzurlu bir şekilde bekleyebilme yeteneğidir”. Sağlık geleceği de kapsadığı için acıyı ve acıyla birlikte yaşamak için gerekli olan tinsel gücü de içermektedir. Ancak bu durum yaşamın tıbbileştirilmesi ile alt üst edilmiştir. Illich için sağlık sıradan bir kavramdır ve sağlıklı olmak sadece gerçeklerle baş edebilmede başarılı olmak değil, başarının da mutluluğunu yaşayabilmektir. Ona göre acı da mutluluk da bireye yaşadığını duyumsatmaktadır. Sağlık tıbbileştirilerek insanın yaşamla olan bu bağı zayıflatılmaktadır. Tıp kurumunun bizzat kendisinin, modern dönemde hastalık kaynağı olduğunu söyleyen Illich, bu durumu anlatırken iatrojenez kelimesini kullanmaktadır. Bu kelime Yunanca hekim anlamına gelen “iatros” ve köken anlamına gelen “genesis” sözcüklerinden oluşmuştur. İatrojenez, tıbbın kendisinden kaynaklanan zararları ifade etmektedir. Illich, tıbbın toplumsal yaşama olan zararlarını hekimlerle sınırlı tutmayarak, sağlık kurumlarının, ilaç endüstrisinin ve sosyal yaşayışın giderek bu sürecin taşıyıcısı haline geldiğini belirtmektedir (1995: 11-35).

Ivan Illich, bu düşüncelerini yazdığı *Medical Nemesis* (Sağlığın Gaspı) adlı kitabının yayımlanmasından yaklaşık 25 yıl sonra *Le Monde Diplomatique*'e yazdığı bir makalesinde, asıl sorunun

endüstriyel sistemin “sağlığı geliştirme” iddiaları olduğunu söylemekte ve sağlığın anlamlandırılmasındaki yeni parametrelerin artık finansal olduğunu öne sürmektedir. Illich, gelişmiş ülkelerdeki “mükemmel sağlık” takıntısının baskın bir patojen etmen haline geldiğini söylerken, tıbbi sistemin de hiç durmadan yeni bakım ihtiyaçları yarattığını belirtmektedir. Ona göre bugün sağlıklı olmak bir hak değil, her şeyin üzerinde bir görev haline gelmiştir ve tıp kurumunun önerdiği doğru davranışları, yaşam biçimlerini benimseyerek bu görev yerine getirilmektedir (aktaran Çınarlı, 2016: 6). Cederström ve Spicer (2017) da benzer bir biçimde günümüzde sağlıklı yaşamın ahlaki bir sorumluluk olarak dayatıldığını belirterek, “neoliberal aktör” için beden artık kişisel bir şey olmaktan çıkıp maksimum kazanç için dikkatle izlenmesi gereken bir sistem konumuna geldiğini belirtmektedirler.

Tıbbileştirme kavramını ilk kullanan kişilerden biri olan Peter Conrad (1992), tıbbileşme için “bir meselenin tıbbın terimleriyle tanımlanması, tıbbi bir dil kullanılarak tarif edilmesi, tıbbi çerçevenin meselenin anlaşılmasında kullanılması ya da meselelerin tıbbi yaklaşımlarla “tedavi” edilmesidir” demektedir. Ona göre tıbbileşme bir toplumsal kontrol mekanizması olarak toplumun yapılandırılmasına yönelik bir işleve sahiptir. Ancak bu, tıp profesyonellerinin de içinde olduğu ama onlarla sınırlı kalmayan bir işlemdir (Conrad, 1992: 216). Hekim ve diğer sağlık uzmanlarının yanı sıra sağlıklı yaşam endüstrisi olarak ifade edilen ilaç endüstrisinin, tıbbi teknoloji firmalarının, sigorta şirketlerinin, özel sağlık sektörü ve kozmetik sektörünün bu süreçte aktif rol oynadığı belirtilmektedir (Sezgin, 2015: 161).

Conrad ve Schneider (1980) tıbbileştirmenin üç düzeyde gerçekleştiğini söylemektedirler: Bunlardan ilki, sorun tanımı için tıbbi dil kullanımını anlatan kavramsal düzey, ikincisi sorunun kurumsal düzeyde yönetilebilmesine meşruluk kazandırabilmek için diğer otoritelerle iş birliğini içeren kurumsal düzey, üçüncüsü ise sorunun “tıbbi” olarak tanımlandığı ve tedavi edildiği hasta-doktor etkileşimi düzeyidir.

Conrad, tıbbileştirme sürecinin yarattığı önemli bir tehlikenin altını çizerek, bu sürecin insan yaşamına dair her şeyi patolojik bir duruma dönüştürebileceğini, insani çeşitlilik olarak görülecek unsurlara karşı saygıyı, kabulü azaltabileceğini söylemektedir. Conrad’ın işaret ettiği tehlikeyi doğrular bir biçimde tıbbileştirmenin sadece bireyin gündelik alışkanlıklarına veya yaşamın bazı spesifik dönemlerine yönelik olarak gerçekleşmediği görülmektedir. Duygular da bu süreçten payına düşeni almaktadır. Örneğin çok temel insani bir duygu olan utanma duygusu yıllar içinde “sosyal fobi”, “sosyal anksiyete bozukluğu” gibi tanımlar almış ve bir hastalık kategorisine dönüşmüştür (Scott, 2006: 133).

Toplumsal yapı içinde kurumsallaşmış tıbbi tahakkümün, tıbbileştirme eğiliminde ana etmen olduğu yönünde yaygın bir kabul olduğu görülmektedir. Ancak Ballard ve Elston (2005: 228-241) bu yaklaşımı eleştirmekte ve 20. yüzyılın ortalarına kadar geçerli olan tıp kurumunun bir toplumsal kontrol aracı olarak tıbbileştirmeye yol açtığı görüşünün artık söz konusu olmadığını söylemektedirler. Yazarlara göre tıbbileştirme sürecinde bireyi pasif olarak görmek her zaman doğru olan bir yaklaşım değildir.

Bireyler, kendilerinin ve ailelerinin iyiliklerine yönelik uygun seçimleri yapabilecek durumdadırlar. Bu görüşlerini desteklemek üzere de orta sınıf kadınların doğum yöntemi olarak sezaryeni seçmelerini örnek göstermektedirler. Söz konusu kadınlar, kendilerinin ve ailelerinin iyi olma hallerini ve bu halin devamlılığını sağlamak için, acı çekmeyecekleri bir doğum biçimini seçerek bu sürece aktif olarak katılmaktadırlar. Ballard ve Elston, tıbbileştirme tezlerine yönelik getirdikleri eleştirilerinde tıbbileştirmenin modernite ile birlikte akılcılığa ve bilimin ilerlemesine bağlı olarak ortaya çıktığını, postmodern dönemle birlikte tıbbileştirmenin artık geçerliliğini yitirdiğini, çünkü bu dönemde sağlık hizmeti “tüketicileri” nin tıbbi seçimlerine yönelik risklerin ve belirsizliklerin gittikçe daha çok farkına vardıklarını söylemektedirler. Ayrıca yine bu dönemde uzmanlara duyulan güvenin de sorgulanmaya başlanması onlara göre bireylerin aktif konumlarına işaret etmektedir.

Yaşlanma, Yaşlılık ve Yaşlılığın Tıbbileştirilmesi

Yaşlanma, bireyin anne karnına cenin olarak düştüğü andan itibaren başlayarak ölümüne dek devam eden bir süreci ifade etmektedir. Bir başka tanıma göre de yaşlanma, dünyaya gelen her canlının zaman içinde aldığı mesafe olup ölümle sona ermektedir (Beğer ve Yavuzer, 2012: 1). Yaşlanma son derece karmaşık, değişken ve çok etmenli doğal bir süreç olup içsel ve dışsal faktörlere bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir. İçsel faktörlere bağlı yaşlanma genetik, endokrin, metabolik etmenlere bağlı olarak zaman içerisinde oluşmaktadır. Bu, hücre yenilenmesinin yavaşlaması ile başlayan ve zamanla durmasıyla da devam eden

doğal bir süreçtir. Dışsal yaşlanma ise adından da anlaşılacağı gibi hava kirliliği, güneş ışınları, kimyasallar gibi çevresel faktörlere ve ayrıca tütün kullanımı, stres, yetersiz uyku, sağlıksız beslenme gibi bireyin yaşam tarzı ve alışkanlıklarına bağlı olarak tanımlanmaktadır (Göktürk vd., 2021: 215).

Yaşlılık ise, bireyden bireye farklılıklar gösteren yaşlanma sürecinin son bölümü yani yaşamın son dönemidir. Yaşlanma biyoyel ve biyolojik bir süreci anlatırken yaşlılık daha çok toplumsal bir olguyu işaret etmektedir. Yaşlılık ile ilgili tanımlamalar toplumdaki topluma değişebildiği gibi zaman içerisinde de değişiklik gösterebilmektedir (Tuna ve Tenlik, 2017: 4-6). Geleneksel toplumlarda yaşlılar ikinci kuşağın yetiştirilmesinde, kültürün korunmasında önemli roller üstlenen, görmüş geçirmiş “kültür bekçileri” olarak konumlandırılırken modern toplumlarda üretkenliği bitmiş, aile ve topluma yük olan bireyler olarak görüldüğü belirtilmektedir (Kalınkara, 2016: v). İçinde yaşanan toplum, kimin yaşlı olduğunu, kimin olmadığını, bu kişilerin nasıl hareket etmeleri gerektiğini ve diğerlerinin yaşlılara nasıl davranması gerektiğine ilişkin düşünceleri belirlemektedir (Görgün Baran, 2003: 36).

Konak ve Çiğdem (2005: 27) yaşlılıkta yaşanan değişimleri “bireyin fiziksel ve zihinsel fonksiyonlarında bir gerileme, sağlığın, gençlik ve güzelliğin, üretkenliğin, cinsel yaşamın, gelir düzeyinin, saygınlığın, rol ve statünün, bağımsızlığın, arkadaşların, eş ve yakın ilişkisinin, sosyal yaşantının ve sosyal desteklerin azalması ve kaybı” şeklinde sıralarken yaşlılıktan “döneme özgü pek çok sorunun yaşandığı bir kayıplar dönemi” olarak

bahsetmektedirler. Geçmişte erdemlilik, bilgelik, uzmanlık ve tecrübe ile bağdaştırılan yaşlılık, günümüzde yük olma, güçten düşme, işe yaramama, çirkinlik gibi olumsuz niteliklerle özdeşleştirilir olmuştur (Ülker, 2021: 404).

Yaşlılığın fizyolojik ve psikolojik boyutlarının yanı sıra toplumsal boyutu da bulunmaktadır. Yaşlılığın fizyolojik boyutu yaş ile birlikte görülen değişimleri ifade ederken; psikolojik boyutu algı, öğrenme, problem çözme ve kişilik özellikleri açısından insanın uyum sağlama kapasitesinin yaş ile birlikte değişimini ifade etmektedir. Sosyolojik bakımdan yaşlılık ise bir toplumda belirli yaş grubundan beklenen davranışlar ve toplumun o gruba verdiği değerlerle ilgili bulunmaktadır (Beğer ve Yavuzer, 2012: 1).

Geçtiğimiz yüzyılda sağlık, beslenme, barınma, hijyen gibi yaşam koşullarındaki gelişmeler ve buna eşlik eden tıp alanındaki ilerlemeler insanların yaşam sürelerinin uzamasında etkili olmuştur. Çabuklu (2004) yaşlılığın uzun yıllar, işe yaramazlık, üretmemeye, pasiflik olarak görüldüğünü ancak bu anlayışın 1960'lı yıllarla birlikte değiştiğini ve aktif, katılımcı bir yaşlılık anlayışının öne çıkmaya başladığını söylemektedir. Neoliberal ideolojinin de etkisiyle yaşlılar artık tüketerek sistemde var olmaları gereken yeni müşteriler olarak pazarda yerlerini almışlardır. Sezgin'e (2015: 169) göre yaşlıların, yeni müşteriler olarak tanımlanması yaşlılığı cazip hale getirmiştir. Öyle ki yaşam sürelerinin de uzaması ile birlikte yaşlılığın artık kaçınılması, geciktirilmesi gereken istenmeyen bir durum olarak sunulabilmesinin temelleri oluşturulmuştur. İnsan yaşamının doğal bir sürecini

ifade eden yaşlanma, mücadele edilmesi, geciktirilmesi gereken bir süreç olarak, yaşlılık ise hastalıkla eşdeğer olarak görülmeye başlanmıştır.

Yaşlılığa getirilen bu yeni anlamlandırma çerçevesi, yaşlılığın tıbbileştirilmesine ve onun tedavi edilmesi gereken tıbbi bir durum olarak görülmesine yol açmaktadır. Bireylerin yaşlanmaya ilişkin algıları da yaşlanmanın geciktirilmesi ve hatta kaçınılması gereken bir durum olduğu yönünde pekiştirilmektedir. Yaşlanma karşıtlığı, gençlik, güzellik ve uzun yaşam ile özdeşleştirilerek yeni tüketim alanları ortaya çıkarılmaktadır. Günümüzde yaşlanma belirtilerinin oluşmasını önlemek ve geciktirmek amacıyla beslenme, uyku ve fiziksel aktivitenin düzenlenmesi, tıbbi ve cerrahi uygulamalar, kozmetik ürünlerin kullanımı gibi pek çok farklı yaklaşım bireylere sunulmaktadır.

Yaşlılığın tıbbileştirilmesinin daha çok kadın bedeni üzerinden gerçekleştiği gözlenmektedir. Pollard ve Hyatt (1999) bu durumu, kadınların yaşam süreçlerinin erkeklere nazaran daha fazla tıbbileştirmeye müsait olması ile açıklamaktadırlar (aktaran Sezgin, 2015: 65). Bu kapsamda adet dönemleri, üreme, hamilelik, doğum, cinsel yaşam, beden görünümü, menapoz ve yaşlanma son yıllarda kadın yaşamının tıbbileştirildiği alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan erkeklere, onların yaşam döngülerine ve yaşlanan bedenlerindeki değişimlere ilişkin tıbbileştirmeler kadınlar kadar olmasa da yine de mevcuttur. Sezgin'e (2015: 175) göre tıbbi girişimcilerin, ilaç ve kozmetik endüstrisinin yeni pazarlar oluşturma çabaları, erkeklerin cinsel performans endişelerini yaşlılık ve azalan maskülenlik ile

ilişkilendirmeleri, bu endişelere yeni çözümler sunmaları, erkek yaşamına ilişkin tıbbileştirme alanının giderek genişleyeceğini düşündürmektedir. Andropoz, kellik ve cinsel iktidarsızlık erkek bedenine yönelik tıbbileştirmenin kapsama alanının genişlediğini gösteren örnekler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yaşlanmanın doğal bir sonucu olarak dış görünüşte görülen ciltteki kırışıklıklar ve sarkmalar, saçların dökülmesi, vb. tıbbi problemler olarak ele alınmakta ve beden bir mücadele alanına dönüştürülmektedir. Genç ve güzel görünmenin sağlıklı olmakla eşdeğer olduğu kabulü, bireylerin genç görünebilmek için ciddi çabalar harcamalarına neden olmaktadır.

Tüketim Toplumu ve Nesneleştirilen Kadın Bedeni

Baudrillard (2004) "Tüketim Toplumu" adlı eserinde, günümüz toplumlarında tüketimin giderek artan ve değer kazanan bir ilişki biçimi olduğunu, tüm toplumsal ve kültürel sistemin bu ilişki biçimi üzerine kurulu olduğunu söylemektedir. Yazara göre tüketim, mal veya hizmetlerle zorunlu ihtiyaçların karşılanmasından öte, birtakım kodlar ve kurullarla düzenlenen küresel ve tutarlı bir göstergeler sistemidir. Günümüzde tüketici ve nesne ilişkisi değişmiş durumdadır. Bir değerler sistemi içerisinde öne çıkarılan nesnelerin artık çok azı kendi başına sunulmaktadır. Zorunlu ihtiyaçların giderilmesi sonucu ortaya çıkan hazın yarattığı olumlu atmosferin yerini, toplumsal değerlendirmeler ve sınıflandırmalar sistemi almıştır. İhtiyaçların gerçek olup olmadığı sorgulaması ortadan kalkarken, tüketim mallarını alma ve bunları sergileme toplumsal bir ayrıcalık ve itibar meselesine dönüşmüştür. Bocoock (1997: 113) da daha önceki

dönemlerde kişilerin kimlik duygularını bu insanların iş rolleri oluştururken günümüzde artık insanların kimlik duygularının tüketim kalıplarıyla ilgili olduğunu söylemektedir.

Sürekli satın almaya teşvik edilen bireyler, tüketerek kendilerini diğerlerinden farklı kıldığına inandırılmaktadır. Aynı zamanda tüketim bu bireyler için ait olma, bütünleşme sembolüne de dönüşmektedir. Bireyler kendilerini farklılaştırırken, bu farklılaşma toplumun uzlaştığı kodlara uygun olarak belirli bir çerçevede gerçekleşmektedir. Tüketici olarak konumlandırılan bireyler kendilerini diğerlerinden farklılaştıran kazançlarını özgürlük veya tercih olarak görürken bu kazançlarını mutlak kazançlar olarak yaşamaktadırlar (Baudrillard, 2004: 67).

Baudrillard'a göre tüketim toplumunda beden, sürekli olarak yeniden üretilip tüketilerek nesneleştirilmiştir. Bedenin etrafını kuşatan sağlık, perhiz, tedavi kültürü, gençlik, vb. arzu söylemi de bedenin bir nesneye dönüştürüldüğünün göstergesidir (2004: 134,163). Nazlı, diğer faktörlerin yanı sıra kapitalizmin günümüzdeki görünümüyle bağlantılı olarak tüketim kültürünün yükselişinin bedene olan ilginin artmasında çok önemli bir rolü olduğunu söylemektedir (2004: 26).

Beden, uzunca bir süre toplumbilim alanında geri planda kalan bir konu olmuştur. Toplumsal gelişmelere ve toplumsal dönüşümdeki değişimlere bağlı olarak yıllar içerisinde bedene gösterilen ilgi artmıştır. Kartezyen görüşün akıl ve beden ikiliği, akıl ön plana alırken bedeni ikincil bir konuma itmiştir. Modernliğin eleştirilmesi ile birlikte Kartezyen düşüncenin eleştirisi bedenin ilgi alanı olarak ortaya çıkmasında etkili olmuştur (Işık, 1998: 13).

Bu süreçte bedenın sadece biyolojik değil toplumsal bir yönü olduğu görüşü oluşmaya başlamıştır. Bedenin toplumsal yönüne dikkat çeken düşünürlerin başında Elias, Bourdieu ve Foucault'nun geldiği söylenebilir.

Elias (2004: 376-382), Batılı toplumların uygarlaşma sürecindeki bireysel ilişkiler ve toplumsal yapıdaki dönüşümlerinin, bedensel alışkanlıkları ve bedenın dış görünümünü deđiőtirdiđini ve onu şekillendirdiğini söylemektedir. Toplumlar uygarlaşırken bu süreçte bedenın nasıl kullanılacağı, nasıl görüneceği ve toplumsal yaşamdaki anlamı da dönüşüme uğramıştır. Uygarlaşma sürecinin dönüőtürdüđu ve rasyonelleőtirdiđi beden, toplumsal kontrolün beden üzerinden sağlanmasına da zemin oluşturmuştur. Beden üzerindeki bu denetim aslında Elias'a göre burjuvazinin çıkarlarına hizmet etmeye yöneliktir.

Beğenilerin, sınıfsal olarak oluştuğunu ve bu beğenilerin simgesel sermaye olarak tanımladığı beden üzerinde görünür hale geldiğini söyleyen Bourdieu ise bedeni, bireyin ait olduğu sınıfın, toplumsal ve kültürel mirasının görünür kılındığı yer olarak ele almaktadır. Öztimur (2007:583), Bourdieu'nün, zevk, estetik ve alışkanlıkları gündelik yaşamın kurucu öğeleri olarak ve aynı zamanda bu öğeleri toplumsal ayrımlar yaratan unsurlar olarak gördüğünü belirtmektedir. Tarihsel ve toplumsal arka plan beden üzerinde somutlaşmaktadır. Bu noktada bedeni kendi toplumsal bağlamından ayrı düşünmek söz konusu değildir (Demez, 2012a: 513).

Daha önce de değinildiği gibi Foucault (2005a), bedeni, toplumsal iktidar ilişkilerinin merkezine koymakta ve onun

toplumsal olarak inşa edildiğini söylemektedir. Foucault'nun iktidar anlayışı geleneksel siyaset kuramlarındaki negatif iktidar kavramından çok farklıdır. Bu yeni iktidar biçimi, üretken, yaşamı destekleyen, pozitif bir iktidar biçimidir. Bu bağlamda beden, gündelik yaşamın düzenlenmesinin aracı olan toplumsal iktidar ilişkilerinin görünür kılındığı bir araca dönüştürülmektedir. Kapitalist sistem, bedenin üretim sürecine denetimli bir şekilde girmesini ve nüfusun ekonomik süreçlere uygun kılınmasını gerektirmektedir. Bu nedenle biyo-iktidar, bireyin sahip olduğu biyolojik yaşamı ve onun sahip olduğu güçleri sınırlamak yerine daha da güçlendirmeye, en iyi şekilde kullanmaya, örgütlemeye ve denetlemeye yöneliktir (Foucault, 2005a: 17).

Bedenin maddi varlığı iktidarın kaynağını oluşturmaktadır. Bu nedenle iktidar, sadece devletlerin yönetilmesi ile ilgili olmayıp, bireylerin, grupların davranışlarına nasıl yön verilebileceği ile de ilgilidir. İktidar bireyin dışında ve üzerinde değil, yaşamın her alanına ve düzeyine yayılmış durumdadır. İktidar, "bedenin, hareketlerin, söylemlerin, arzuların bireyler olarak kurulmasını" sağlamakta ve kurduğu, oluşturduğu birey üzerinden işlemektedir (Foucault, 2005b: 107). Toplumsal kontrol sadece ideolojiler üzerinden değil beden üzerinde ve bedenle de sağlanabilmektedir (Hardt-Negri, 2003: 52).

Üretimin beden gücüne dayalı olduğu toplumlarda sağlıklı beden güçlü ve güzel olan bedeni işaret ederken, üretim biçiminin ve toplumsal yapının değişmesine rağmen günümüz toplumlarında da sağlıklı ve ideal beden için benzer kriterlerin geçerli olduğu, genç, güzel, çekici olan bedenin sağlıklı beden

olarak algılandığını söyleyebiliriz. Ancak burada bedenın işlevine yönelik önemli bir dönüşüm söz konusudur. Geçmişin güçlü ve sağlıklı bedeni üretim süreci için gerekli ve önemli iken, günümüzde sağlıklı beden üretim değil tüketim üzerinden bir işlev görmekte bizzat kendisi tüketime malzemesi, mekânı olmaktadır (Demez, 2012a: 517).

Toplumsal farklılığın veya benzerliğin izlerini taşıdığı için, kapitalist toplumlarda beden hiçbir zaman kendi haline bırakılmamıştır. Beden, sağlık, gençlik, güzellik, yaşlılık gibi kavramların görünür olduğu bir alandır. Beden üzerinde uygulanan kontrolün kaynağı içinde yaşanan toplumun ideolojisi ve değerleridir. Günümüz toplumlarının ideal bedeni “genç, güzel, zayıf, bakımlı ve alımlı beden” ona sahip olandan çok kapitalist ekonomiyi yönlendirenlerin isteği gibi görünmektedir (Cirhinlioğlu, 2001: 96).

Tüketim kültürünün egemen olduğu bir toplumda beden öne çıkan bir alandır. Bu toplumlarda bedeni düzenlemek ve dönüştürmek önemli bir uğraş ve endüstriye dönüşmüş durumdadır. Işık (1998: 15), bedenın daha güzel görünmesinin, sağlığının ve kontrolünün modern tüketim toplumunun temel hedefi olduğunu söylemektedir. Turner’ın (2001: 109) da ifade ettiği gibi kapitalist sistemde bedenle ilgili sağlık, hastalık, güzellik, gibi durumlar birer meta haline gelmiştir ve beden de tüketim için elverişli bir alan sunmaktadır.

Tarihsel süreçte, “verili” beden anlayışı yerini dikkat edilip, çaba sarf edildiğinde “düzenlenen” beden anlayışına bırakmıştır. Bu süreç bedenın denetimi için uygun bir altyapı

oluşturmuştur. Şişman (2013: 19), modern toplumun düzenlemek istediği bedenin erkek bedeninden ziyade kadın bedeni olduğunu söylemektedir. Çabuklu (2006: 55) da modern toplumlarda kadın bedeninin bir nesne olarak kurulduğunu ifade etmektedir. Ona göre erkek bedeni, erkekliğin akıl bağlamında kurulmasından dolayı kendiliğinden olumlu ve nötr bir beden olarak, kadın bedeni ise toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin getirdiği kalıp yargılar nedeniyle kusurlu bir beden olarak kurulmaktadır. Bilgin, modern toplumlarda kadının kendi bedenine yönelik artan ilgisinin bu kusurluluk iddiası ile ilişkili olabileceğini öne sürmektedir. Kadınlar, bedenlerinin sağlıklı işleyişinden öte görünümünü daha çok önemsemekte ve bu durum onlar için kaygı konusu dahi olabilmektedir (2016: 227-228).

Tüketim kültürü ile birlikte güzelliğin dış görünüme odaklı olarak tanımlanması ile, bedenin görünümüne yönelik yapılan müdahaleler kimliğin dışavurumunun bir uzantısı haline dönüşmüştür. Bakımlı, zayıf, ince, zarif bir bedene sahip olmak “toplumsalın bedende cisimleşmesi” anlamına gelmektedir. Böyle bir beden birey için diğerlerinin gözünde kendini görünür kılmamanın önemli aracı olmakta ve bu ideal beden sürekli olarak tüketim kültürü pratikleriyle yeniden yaratılmaktadır. Haz almanın, anlam arayışının önüne geçtiği tüketim kültüründe bireyler, kendi içlerinde derinleşmeye değil dış görünüşlerine yatırım yapmaya yönelmektedirler. Bedeni görünür kılmak uğruna öznellik ve bireysellik yok edilirken, tüketim kültürünün bedene yönelik sunduğu pratikler, bireye arzu edilen bir varlık olmanın zorunlu koşullarını oluşturmaktadır. Bu koşullar ortadan kalktığı anda ise bireyin artık arzu edilebilir bir varlık olma durumu da ortadan

kalkmış olacaktır (Köse, 2011: 78-81).

Tüketim toplumunda ideal kadın figürü özellikle reklamlar dolayısıyla tanımlanırken, aynı zamanda bu ideal bedene nasıl ulaşılabileceği de belirtilmektedir. Tüketim kültürü içerisinde kadın bedeni -hem sağlıklı işleyişi hem de dış görünüşü- Turner'ın ifadesiyle iç ve dış beden bakımından söylemlerle kuşatılmış vaziyettedir. Sağlıklı olmak, genç ve güzel görünmek, yaşlanmayı geciktirmek için kadınlara, beslenme biçiminden uyku düzenine, egzersiz yapmaktan cerrahi müdahalelere kadar pek çok farklı yaklaşım sunulurken tüm bu süreçlerden, yapılacak seçimlerden de kendisi sorumlu tutulmaktadır. Tüketim kültüründe beden işleyişinden çok dış görünümüyle ele alınmaktadır. Ciltte yaşa bağlı olarak ortaya çıkan sarkma, kırışıklık, leke gibi değişiklikler, kadınlar için korkular, manipüle edilerek yaşlanmayla ilgili algısal bir değişim yaratılmaktadır. Bu algısal değişim bireyleri, özellikle de kadınları tüketime yönlendiren "sağlıklı yaşlanma", "başarılı yaşlanma" anlayışını gündeme getirmiştir. Yaşlanmanın getireceği zihinsel olgunluk, deneyim, birikim gibi bireye zevk veren unsurlar yerini güzel ve genç görünmenin hazzına bırakmış gözükmektedir. Kızılçelik'in de vurguladığı gibi beden haz aracına dönüşmüştür (2003). Yaşlanmak, değerden düşmek, "tedavülden ve vitrinden kaldırılmakla ilgili ölümcül bir kaygıyı dışa vurmaktadır...burada da asıl sorunun etrafında örülen endişe, ölümsüzlük arayışı, sonsuza dek sevilme, ilgi duyulma ve ihtiyaç olarak görülme ve hissedilme isteğidir". Bu istekler ise tüketim toplumunun varlığı için elzem olan gereksinimlerdir (Köse, 2011: 86).

Yaşlılık özellikle kadın bedeni üzerinden yeniden anlamlandırılmakta, “belirti, semptom” gibi birtakım tıbbi terimler kullanılarak bir hastalık anlatısı ile kuşatılmakta ve önlem alınması, geciktirilmesi, müdahale edilmesi gereken bir durum tanımı yapılarak tıbbileştirilmektedir. Kadın bedenine yönelik yaşlanma karşıtlığı gençlik, güzellik ile özdeşleştirilerek yeni tüketim alanları ortaya çıkarılmaktadır. Kadınların yaşlanmaya ilişkin algıları, medyada yer alan yaşlanma karşıtı söylemlerle oluşturulmakta ve pekiştirilmektedir.

Medyada Yaşlılık Karşıtı Söylemler

Anlam, toplumsal, kültürel yapı ve ilişkiler içinde oluşan, değişen, dinamik bir kavramdır. Medya da anlamın oluşturulduğu, değişime uğrattığı bir alan olarak anlamlandırma sürecinde etkin bir konumdadır. Günümüz toplumsal yaşamında medya, belli anlamların hâkim kılınmasında – ürettiği imgeler, sözlerle diğer bir ifade ile göstergelerle- temel bir konum teşkil etmektedir.

Medyada anlamın nasıl oluştuğunun kavranmasında, medya içeriklerinin bir üretim sürecinin sonucunda ortaya çıkan çıktılar olduğunun ve bu üretim sürecinde pek çok unsurun etkili olduğunun vurgulanması önemlidir. Gündelik yaşamda yer alan olaylar kümesi içinden hangilerinin medyada yer alacağı, hangi konuların sunulacağı, bu konuların içeriklerinin ne olacağı kararı bir seçim sürecini içermektedir. Bu seçim süreci ile üretim sürecinin daha en başında bazı olay ve konular öne çıkarılırken bazıları da ele almama, yok sayma stratejileriyle gündem dışı bırakılmaktadır (Erdoğan, 2002: 420-424). Medya bireylere ne

düşüneceklerini değil ne hakkında düşüneceklerini göstermede oldukça etkili bir konumda bulunmaktadır. Anlamın oluşumuna yönelik bir başka önemli nokta ise, medyada yer alan olayların, konuların nasıl çerçevelendiğidir. Çerçeveleme bir olayın, bir konunun belirli bir yönünün belirli bir bakış açısı ile ele alınıp önemliliğinin bu bakış açısı ile vurgulanmasını ifade etmektedir. Medyada yer alan konuların nasıl çerçevelendiği, o konunun değerliliğinin algılanmasını etkilemektedir. Çerçeveleme, nelerin veya kimlerin konunun birincil sorumlusu olduğunu da belirlemektedir. Sözcük seçimleri, klişe kavramların kullanılması, konuyu bireysel çerçevelerle sunma stratejileri ile konunun asıl kısmı tartışma dışı bırakılabilmektedir.

Tıbbileştirme olgusu, insan yaşamına içkin olan doğal yönlerinin sağlık-hastalık söylemi çerçevesinde tıp disiplininin konusu haline getirilme sürecini ifade etmektedir. Ergenlik, hamilelik, doğum, menapoz, kellik, yaşlılık gibi doğal süreçler tıbbın ilgi alanı içinde tanımlandıkça, tıp disiplininin müdahale edeceği alanların sınırları da giderek genişlemektedir. Tıbbileştirme süreci yukarıda da belirtildiği gibi farklı aşamalarda gerçekleşmektedir. İlk olarak konunun tıbbi kavramlarla çerçevelenmesi ve bir sorun tanımının yapılması ardından sorunun kurumsal düzeyde yürütülebilmesi için diğer sektörlerle iş birliği ve son olarak tıbbi müdahale aşaması gelmektedir. Medya bu sürece ürettiği içeriklerle dahil olmaktadır.

Tıbbileştirmenin, ağırlıklı olarak kadın bedenine yönelik olduğu görülmektedir. Kadın bedeni üzerinden gerçekleştirilen tıbbileştirme sürecinde öne çıkan konulardan birisi de yaşlılık

olgusudur. Yaşlanma sürecinin son dönemini ifade eden yaşlılık, tıbbileştirme pratiklerinin en çok görünür olduğu alanların başında gelmektedir (Karakuş Umar, 2019: 540). Günümüzde insan ömrünün uzaması ve yaşlı nüfusun artması sonucunda yaşlılık daha da önem kazanmış gözükmektedir.

Yaşlılığın medya içeriklerinde-özellikle reklamlarda- bireyin dış görünüşünü üzerinden ve genellikle yüze odaklanarak yaşlanma karşıtı söylemlerle sunulduğu görülmektedir. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde ana akım medyada yaşlanma karşıtı söylemlerin güzellik- çirkinlik, gençlik- yaşlılık ve yaşam-ölüm karşıtlığı üzerine kurulduğu görülmektedir. Medyada yaşlanma karşıtı söylemlerde öne çıkarılan ideal kadın bedeni, “genç ve güzel” olarak sunulmakta ve bu eşleştirme yaşlılığın güzelliğinin kaybı olarak algılanmasına yol açmaktadır (Gök-türk, vd., 2021: 218). “Genç Görünme Arzusu Bağımlılık Yaratıyor” (28.04.2002/ Hürriyet- & “Bıçak Altına Yatmadan Güzellik” (16.02.2005/ Hürriyet- Arslantürk, 2021).

Demez (2012b), yaşlanma karşıtı (anti-aging) uygulamaların ve değişen yaşlılık algılarının medyada temsilini incelediği çalışmasında bu uygulamaların; gençliği yitirmeme, genç ve dinamik görünmeye devam etme, yaşını göstermeme, uzun ömür, vb. temalar etrafında sunulduğunu söylemektedir. Bununla birlikte çalışmada, yaşlılığa dair ekonomik, sosyal, psikolojik, vb. sorunların medyada yok denecek kadar az sayıda yer aldığı belirtilmektedir. Demez, yaşlanmanın tıbbi bakım, barınma, rehabilitasyon gibi temel sosyal ve sağlık sorunlarının yerine tüketim ilişkilerini teşvik eden yaşlanma karşıtı temalarla, uzmanların

önerileri eşliğinde ele alındığını ifade etmektedir.

Yaşlılık sınıfsal boyutu olan bir olgudur. Bu nedenle ait olunan sınıfa göre de yaşlanma ve yaşlılık algısı değişecektir. Diğer yandan tüketim kültürünün yaşlanma karşıtı olarak sunduğu pratikleri bireyin arzu etmesi, bunlara erişebilmesi kültürel ve ekonomik bir sermayeyi gerektirmektedir. Medyada yer alan yaşlanma karşıtı söylemler ile yaşlılık olgusu tektipleştirilmektedir. Nitekim, Mortaş (2009) tarafından yapılan çalışma, yaşlanma karşıtı söylemlerin genç görünen, aktif, üretken, çekici ve sağlıklı bir yaşlılık biçimini idealize ettiğini ortaya koyarak bu görüşü destekler niteliktedir. Bu söylemler yaşlılığa yönelik disipline edici pratikler önermekte ve idealize edilen yaşlılık görüntüsüne ulaşmak için bireyin kendi bedeni üzerinde birtakım uygulamalara yönelmesini sağlamaktadır.

Kadınlara yönelik yaşlanma karşıtı olarak sunulan önerilere bakıldığında sıklıkla, yaşam tarzı değişikliği, kozmetik ürün önerisi, tıbbi ve cerrahi uygulamalar, vitamin ve besin destek önerisi yapılmaktadır (Ataseven Bulun, 2018: 130). "E vitamini deposu olan badem yaşlanma *belirtilerinin* (vurgu yazara ait) azalmasına yardımcı olarak, cildin beslenmesini sağlar." (09.01.2017/ Hürriyet & "Yüz gençleştirme operasyonlarında *so-runlu* (vurgu yazara ait) olan yerler düzeltiliyor." 16.10.2017- Sabah, Bilişli, 2019).

Medyada yaşlanma genellikle olumsuz olarak ele alınmaktadır. Ciltteki çizgiler, kırışıklıklar, sarkmalar, lekeler, kuruluk, solgun renk, vb. yaşlanmanın işaretleri olarak gösterilmektedir. Bu işaretler adlandırılırken "belirti/semptom" gibi tıbbi terimler

kullanılmakta ve konu tıbbın alanına çekilmektedir. “Hastalıklardan korunmak ve yaşlanma *belirtilerini* (vurgu yazara ait) geciktirmek için soframızı renk cümbüşüne çevirmeliyiz.” (17.12.2017/Yeni Şafak- Bilişli, 2019). Toplumda yaşlanmaya, yaşlılığa yüklenen anlamların oluşmasında ve var olan anlamların pekiştirilmesinde medya ideolojik bir işleve sahiptir. Yaşlanmaya yüklenen olumsuz anlam, yaşlanma karşıtı davranışları normalleştirmekte ve yaygınlaştırmada etkili olmaktadır.

Medya içeriklerinde yaşlanmanın birtakım pratiklerle engellenebilir olduğu vurgulanmaktadır. Yapılan çalışmalar (Sezgin, 2011; Bilişli, 2019; Ataseven Bulun 2018; Ülker, 2021) yaşlanmanın ve yaşlılığın medyada engellenebilir, geciktirilebilir bir durum olarak sunulduğunu göstermektedir. Bununla birlikte daha az sayıda da olsa Turner’in ifadesiyle “iç bedene” yönelik ve onun sağlıklı işleyişi ile ilgili uygulamalar da önerilmektedir. Bu nedenle de bireylere beslenme önerilerinden başlayarak cerrahi müdahalelere dek uzanan geniş bir öneriler listesi sunulmaktadır. Kişi bu önerileri gerçekleştirdiğinde sadece genç ve güzel görünmekle kalmayacak aynı zamanda kendisini iyi de hissedecektir.

Medyada sıklıkla vurgulanan ideal güzellik algısına ulaşabilmek için, yaşlanma belirtileri gözlenmeden önce 30’lu yaşlarda bu uygulamalara başlanması gerektiği vurgulanmaktadır (Gök-türk vd., 2021: 219). Örneğin Fox TV’de yayımlanan Çağla ile Yeni Bir Gün Programı’na konuk olarak katılan tıp hekimi «30 yaşından sonra her yıl vücuttaki total kolajenin %1’ni kaybediyoruz. Bir şekilde bunu dışarıdan yerine koymak zorundayız

...70 yaşına geldiğimiz zaman 70 gibi görünmek istemiyorsak biz müdahaleye ta 30 yaşında başlamak zorundayız.” önerisinde bulunmaktadır (Op. Dr. Evren Işık / 6 Mayıs 2022/ Fox TV-Çağla İle Yeni Bir Gün).

Literatürdeki çalışmalar, genç görünmek için kadınların üzerindeki baskının erkeklere göre daha fazla olduğunu ve yaşlanma karşıtı ürünlerin hedef kitesinin genellikle kadınlar olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle reklamlarda yaşlılığın fiziksel çekiciliğin kaybolması ile eşdeğer sunumu, kadın bedenini ve özellikle dış görünümünü yaşlanma karşıtı söylemlerin ilk hedefi yapmaktadır.

Yaşam-ölüm karşıtlığı, yaşlılığın sunumunda öne çıkan bir diğer başlık olmuştur. “Uzun Yaşamın Sırrı Genlerde” (11.06.2020/ Hürriyet & “İnsan Yüzlerce Yıl Yaşayabilir” (04.03.2004/ Hürriyet & İnsan Hayatı 130’a dayandı” (26.04.2005/ Hürriyet- Arslantürk, 2021)

Yaşlanmanın ana akım medyada sunumunda öne çıkan bir diğer tema ise, yaşlanmanın bir hastalık olarak veya bir hastalıkla ilişkili olarak sunulmasıdır. “Yaşlanma Hastalığının Geni Bulundu” (17.04.2003- Hürriyet & “Dünyanın geleceğini bekleyen sorun: Yaşlılık” 17.10.2010-Hürriyet & “Bunama 65’ten Sonra Artıyor” (04.10.2010/ Hürriyet- Arslantürk, 2021). Birçok hastalık yaşamın farklı dönemlerinde ortaya çıkabilmektedir. Ancak hastalıkların belirli bir yaş grubu ile ilişkili olarak sunulması, yaş grubu ve hastalık arasında bir neden-sonuç ilişkisi kurulmasına yol açabilecektir. Medya içeriklerinde Alzheimer, demans, vb. hastalıkların yaşlı hastalığı olarak sunulduğu

görülmektedir.

Ana akım medya ile alternatif medyada yaşlanma temsillerini incelediği çalışmasında Arslantürk (2021), alternatif medyada da yaşlanmanın bir sorun olarak tanımlandığını belirtmekte ancak ana akımdan farklı olarak sorunun ele alınışında tematik ve söylemsel farklılıklar bulunduğunu ifade etmektedir. Ana akım medya yaşlılığı, yaşlanma karşıtı söylemlerle, biyo-medikal model temel alarak bedensel göstergeler üzerinden sunmaktadır. Alternatif medya ise biyo-psikososyal modele yakın durarak yaşlılığı, sosyal politikalar ve yaşlı hakları çerçevesinde sunmaktadır. “Yaşlıların Hakla Var!” (18.03.2006/ bianet.org & “Yaşlanma Ulusal Eylem Planı Hayata Geçirilmeli” (01.01.2008/ bianet.org. & “Yaşlılıkta Gölgesi, Güvenli, Emniyetli, Bir Bahçe Gerektirir” (24.03.2009/ bianet.org- Arslantürk, 2021)

Ağırlıklı olarak kadın bedenine odaklı ve bedenin kontrol altına alınması yönündeki içerikler, yaşlılığın tıbbileştirilmesi sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Medya içeriklerinde yaşlanma karşıtı söylemler normalleştirilmekte ve bilimsel söylem ile doğallaştırılmaktadır. Bu süreçte bireyden beklenen kendine ve bedenine bakmasıdır. Yaşamın olağan bir dönemi olan “yaşlılık” tıbbileştirilerek olağandışı hale getirilmektedir.

Sonuç

Günümüzün yeni sağlık paradigması kapsamında, sağlık ve sağlıklı olma bir başarı olarak görülmeye başlanmıştır. Bu başarıyı yakalayabilmek için bireylerin kendilerine önerilerin sağlıklı yaşam tarzı için çaba sarf etmeleri gerekmektedir. Aksi takdirde ya kronik bir hastalığa yakalanacaklar ya da erken ölümlerle karşı

karşıya geleceklerdir. Cockerham'ın, Giddens (1991) ve Turner'dan (1992) aktardığı gibi sağlıklı yaşam tarzı önerileri, bedensel düzenlemelerle bütünleşmiş ve bireyler kendi bedenlerinin hem sağlığından hem de düzenlenmesinden daha fazla sorumlu hale gelmişlerdir (2005: 52).

Tarihsel süreç içerisinde tıp disiplininin hastalıkları iyileştirme ile başlayan işlevi hastalıkları önlemeyi, sağlığı koruma ve geliştirmeyi de içine alacak bir şekilde genişlemiştir. Tıp kurumu, kapitalist üretim sistemi, üretim ilişkileri ve bu ilişkilerin yeniden üretiminde önemli bir kurumsal yapı ve denetim aracı haline gelmiştir.

Sağlığa getirilen bu yeni anlamlandırma çerçevesi doğal olarak kabul edilen yaşama dair unsurların artık tıp disiplininin ilgi alanına girmesini daha da kolaylaştırmıştır. Tıbbileştirme olarak adlandırılan bu süreç, daha önce tıbbi olarak görülmeyen bir durumun, tıbbi bir problem veya hastalıkmiş gibi ele alınmasını, tedavi edilmesi gereken bir durum olarak görülmesini ifade etmektedir. Yapılan çalışmalar tıbbileştirmenin daha çok kadın bedenine yönelik gerçekleştiğini göstermektedir.

Tıbbileştirmenin en yoğun işlediği alanlardan birisi olan yaşlanma, yaşamın doğal akışı içerisinde her bireyin karşı karşıya kalabileceği ve başa çıkabileceği bir süreçtir. Yaşlılık ise bu sürecin sonunda yaşanan ve sadece fizyolojik olmayıp, toplumsal, kültürel, psikolojik, sosyo-ekonomik boyutları da olan doğal bir olgudur. Diğer faktörlerin yanı sıra tüketim kültürünün kodlarıyla birlikte yaşlanmayla ilgili yaratılan algısal değişim "sağlıklı yaşlanma", "başarılı yaşlanma" anlayışını gündeme getirmiştir.

Yaşlanmanın getireceği zihinsel olgunluk, deneyim, birikim gibi bireye zevk veren unsurlar yerini güzel ve genç görünmenin hazzına bırakmış gözükmektedir. Günümüzde beden haz aracına dönüşmüş vaziyettedir. Bu süreçte yaşlılık olgusu özellikle kadın bedeni üzerinden yeniden anlamlandırılmakta, “belirti, semptom” gibi birtakım tıbbi terimler kullanılarak bir hastalık anlatisı ile kuşatılmakta ve önlem alınması, geciktirilmesi, müdahale edilmesi gereken bir durum tanımı yapılarak tıbbileştirilmektedir.

Yaşlılığın, kadın bedeni üzerinden tıbbileştirilmesinin medyada yer alan yaşlanma karşıtı söylemler çerçevesinde ele alındığı bu çalışmada, medyanın sunduğu içeriklerle tıbbileştirme sürecinde ideolojik bir işlev gerçekleştirdiği görülmüştür. Medya içeriklerinde yaşlılık kendi bağlamından çıkartılmakta, yaşlılığa dair durum tanımları yapılmakta, yeni anlamsal çerçevelerle sunulmakta ve bu kapsamda yeni sorunlarla ilişkilendirilip bunlara yönelik yeni çözüm yolları önerilmektedir.

Kadın bedenine yönelik olarak yaşlılık olgusu ana akım medyada, güzellik- çirkinlik, gençlik- yaşlılık ve yaşam-ölüm karşıtlıkları üzerine kurulan yaşlanma karşıtı söylemlerle çerçevelenmiştir. Medyada yer alan bu söylemler, bireylerin yaşlılığa ilişkin algılarının oluşumunda ve/veya pekiştirilmesinde etkili olmaktadır. Yaşlanma karşıtlığı söylemi ile yeni tüketim alanları ortaya çıkarılmaktadır. Kadınlar yaşlanmadan kaçınmak, yaşlılığa bağlı hastalıklara yakalanmamak için orta yaş dönemlerinden itibaren önlem almaya ve sürekli yaşam tarzlarını düzenlemeye yönlendirilmektedirler. Yaşlılığın tıbbileştirilmesi

tüketime yönelik bir işlev kazanmaktadır.

Alternatif medyanın yaşlılığı ana akım medyadan farklı olarak, sosyal politikalar ve yaşlı hakları çerçevesinde sunduğu görülmektedir. Yaşlılığın bir sorun olarak sunumunda alternatif medya ana akım ile benzer bir rol oynamakla birlikte, bu sorunun çerçevelenmesi sürecinde farklılaşmak olduğu görülmektedir.

Tibbileştirme sürecinin yol açtığı en büyük tehlike, yaşamın olağan yanlarının indirgemeci bir biçimde ele alınması, onun toplumsal bağlamının görünmez kılınmasını sağlayarak çözümünü tıbbi seçeneklere yöneltmesinden kaynaklanmaktadır. Medyada yer alan yaşlanma karşıtı söylemlerin, kökenlerini modernlikten alan normalleştirici, düzenleyici pratikleri içeren sağlığın biyo-medikal modeli üzerine temellendiğini söyleyebiliriz. Bedeni bir makine olarak gören bu modelde yaşlılık, düzenlenmesi, kontrol altına alınması ve iyilik halinin sürdürülmesi söylemleri ile kuşatılmış gözükmektedir. Bu noktada yaşamın doğal bir dönemi olan yaşlılığın iyilik hali olup olmadığı sorusunun sorulması gerekmektedir. Kanımızca sağlığın tanımında bulunan “iyilik hali” ifadesi günümüzde “haz almaya” dönüşmüş gözükmektedir. Ancak bu haz, temel ihtiyaçların giderilmesi sonucu ulaşılabilecek bir hazdan ziyade, bedene yönelik yaratılan ihtiyaçların tatmininden kaynaklı bir hazdır. Sağlığın tanımlanma biçiminin tibbileştirme sürecinde belirleyici olduğu düşünülmektedir. Illich’in vurguladığı gibi sağlık bir uyum meselesi olarak ele alındığında ve sağlığın toplumsal örgütlenmesi bu doğrultuda gerçekleştiğinde, bireyin yaşamın doğal akışında yer alan yaşlılığı da

kabullenebilmesi söz konusu olabilecektir.

Medyanın tıbbileştirme sürecindeki rolünün, kadın bedeni ve yaşlılık olgusu üzerinden ele alındığı bu çalışmanın temel bir bakış açısı sunarak gelecekte konuyla ilgili yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu konuyla ilgili olarak gelecekte yapılacak çalışmalarda alternatif medya ve ana akım medyaya yönelik karşılaştırılmalı çalışmaların yapılmasının; medyadaki yaşlanma ve yaşlılık temsillerine yönelik alımlama analizlerinin yapılmasının alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Arslantürk, G. (2021). Yaşlanma sürecinin biyopolitikası: Alternatif medya ve ana akım medyada yaşlanma temsilleri. Ankara: Nobel
- Ataseven Bulun, M. (2018). Beden paradigmasında ve yaşlanmanın tıbbileştirilmesinde yazılı basınının rolü. İstanbul Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2004). Tüketim toplumu. (Çev. H. Deliceçaylı ve F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2001). Parçalanmış Hayat Postmodern Ahlak Denemeleri (Çev. İ. Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ballard, K. D. & Elston, M. A. (2005). Medicalisation: A multi-dimensional concept. *Social Theory & Health*, 3, 228-241.
- Beğzer, T. & Yavuzer, H. (2012). Yaşlılık ve yaşlılık epidemiyolojisi. *Klinik Gelişim*, 25, 1-3.
- Bilgin, R. (2016). Geleneksel ve modern toplumda kadın bedeni ve cinselliği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 219-243.
- Bilişli, Y. (2019). İnternet sağlık haberlerinde tıbbileştirmenin inşası: Sağlık haber söylemine eleştirel bir bakış. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(4), 3608-3629.
- Bury, M. (1998). Postmodernity and health. *Modernity, Medicine and Health: Medical sociology towards 2000 (1-29)* içinde. G. Scambler, P. Higgs (Ed), NY: Routledge. pp:1-29.
- Bocock, R. (1997). Tüketim. Ankara: Dost Kitabevi.
- Cirhinlioğlu, Z. (2001). Sağlık sosyolojisi. Ankara: Nobel yayınları.
- Cederström, C. & Spicer, A. (2017). Sağlık hastalığı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Cockerham, WC. (2005). Health lifestyle theory and the convergence of agency and structure. *J Health Soc Behav. Mar*; 46(1), 51-67.
- Conrad, P. (1992). Medicalization and Social Control. *Annual Review of Sociology*, 18, 209-232.
- Çabuklu, Y. (2004). Toplumsalın sınırında beden. İstanbul: Kanat Yayınları.

- Çabuklu, Y. (2006). Bedenin farklı halleri. İstanbul: Kanat Yayınları
- Çınarlı, İ. (2016). "Stratejik" sağlık iletişiminin sağlığın tıbbileştirilmesindeki rolü. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Güz 43, 203-216. E-ISSN:2147-4524
- Demez, G. (2012a). Medyada yeni sağlık anlayışları ve kadın bedeninin temsili. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 9(1), 512-532.
- Demez, G. (2012b). Gençlik ideali: Anti-aging uygulamaları ve değişen yaşlılık algılarının medyada temsili. Ethos: Felsefe ve Toplum Bilim Diyaloglar, 5(1), 94-120.
- Elias, N. (2004). Uygarlık süreci cilt 2: Toplumun değişimleri bir uygarlaşma teorisi için taslak. (Çev. E. Özberk). İstanbul: İletişim.
- Erbaydar, T. (2002). "Sağlık; kimin için?". Toplum ve Hekim, 17(4), 304-313.
- Erdoğan, İ. (2002). Tekelleşme, medya ve medya pratikleri. Toplum ve Hekim, 17(6), 417-424.
- Foucault, M. (2005a). Özne ve iktidar. İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Foucault, M. (2005b). Entelektüelin siyasi işlevi. İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Göktürk, M., Okuyan, B. & Yaşayan, G. (2021). Yetişkinlerde yaşlanma karşıtı ürün kullanımının ve yaşlanma kaygısının değerlendirilmesi. Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 11(2), 214-220.
- Görgün Baran, A. (2003). Yaşlılık sosyolojisi. V. Kalıncara (ed.). Yaşlılık: Disiplinlerarası Yaklaşım, sorunlar, çözümler (35-57) içinde. Ankara: Nobel Yayınları.
- Hardt, M. & Negri, A. (2003). İmparatorluk. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Illich, I. (1995). Sağlığın Gaspi (Çev. S. Sertabiboğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Işık, E. (1998). Beden ve toplum kuramı. İstanbul: Bağlam yayınları.
- Kalıncara, V. (2016). Yaşlılık: Disiplinlerarası yaklaşım, sorunlar, çözümler. Ankara: Nobel.
- Karakuş Umar, E. (2019). Kadın forum sitelerinde tıbbileştirme.. Sosyal Bilimler Alanında Araştırma Makaleleri-1 (527-543) içinde. İ.

- Elagöz, G. Erdoğan, A. Gezen, A. Yılmaz (Ed.), Ankara: Gece Yayınevi.
- Kızılcılık, S. (2003). Küreselleşme, beden ve şizofreni. C.Ü. Tıp Fakültesi Dergisi, 25(4), 89-94.
- Konak, A. & Çiğdem, Y. (2005). Yaşlılık olgusu: Sivas huzurevi örneği. C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 29(1), 23-63.
- Köse, H. (2011). Tüketim toplumunda bir "sosyal beden" kurgusu olarak kadın. Selçuk İletişim, 6(4), 76-89.
- Mortaş, N. (2009). Bedenle mücadelede dönüşen bir yaşlanma pratiği. Doğu-Batı, 48, 173-182.
- Nazlı, A. (2004). Beden ve tüketim. Tüketim kültürü içinde kadın bedene bir bakış. Sivil Toplum, 2(8), 25-34.
- Öztimur, N. (2007). Feminist teoride Pierre Bourdieu tartışmaları. Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu derlemesi (581-604) içinde. Çeğin, G., Göker, E., Arlı, A., Tatlıcan Ü., (Der.). İstanbul: İletişim.
- Öztürk, A. (2006). İktidar olarak tıpçı gelenek: Tıbbın erk tarihi. Ankara: Toplum ve Hekim, 21(1), 7-16.
- Parsons, T. (1978). "Health and Disease: A Sociological and Action Perspective". Action Human Condition. New York: The Free Press, p: 66-81
- Russell, B. (1990). Din ile Bilim. (Çev. A. Göktürk). İstanbul: Say Yayınları.
- Rosenfeld, D. & Faircloth, C. A. (2006). Medicalized Masculinities: The Missing Link., D. Rosenfeld ve C. A. Faircloth (Ed.). Medicalized Masculinities (1-20) içinde. Philadelphia: Temple University Press.
- Scott, S. (2006). The medicalisation of syhness: from social misfits to social fitness. Sociology of Health & Illness, 28(2), 133-153.
- Sezgin, D. (2011). Tıbbileştirilen yaşam bireyselleştirilen sağlık. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sezgin, D. (2015). Toplumsal cinsiyet perspektifinde sağlık ve tıbbileştirme. Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, 18(1), 153-186.
- Şişman, N. (2013). Emanetten mülke: Kadın-Beden-Siyaset. İstanbul: İz Yayıncılık.

- Tuna, M. & Tenlik, Ö. (2017). Türkiye’de ve dünyada yaşlanma. İ. Tufan ve M. Durak, (ed.). Gerontoloji (3-26) içinde. Ankara: Nobel.
- Turner, B. S. (2001). Kapitalizm, sınıf ve hastalık. (Çev. A. Dikmen) *Toplumbilim*, 13, 109-118.
- Ülker, Y. (2021). Değişen yaşlılık kavramının reklamlara yansımaları. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 12(2), 404-418.
- Zola, I. K. (1983). *Socio-Medical Inquiries*. Philadelphia: Temple University Press:

Göç ve Toplumsal Cinsiyet Çerçevesinde Medyada Göçmen Kadın Temsili

*Osman ARASLI**

Giriş

Göç, günümüzde birçok ülkeyi ulusal ve küresel açıdan etkileyen bir olgudur. Fakat daha ötesi uluslararası ve zorunlu göçü deneyimleyen insanların yaşamın her anı ve alanında duyumsadıkları sorunlar ve zorlukları içerir. Göçmen kimliği altında mülteci, sığınmacı vb. statüdekiler veya yerleşik toplumun bir unsuru olmasına rağmen “azınlık”, “yabancı” olarak işaret edilenlerin simgelediği dezavantajlı bir grupta kadın olmak ise göçün tüm süreçlerinde daha çok problemle karşılaşmak demektir. Çünkü çeşitli göçmen kimlikleriyle etkileşim halinde ve aynı alanda yaşayan toplumların “farklı” ve “yabancı” olana karşı tutumları ile toplumsal cinsiyet ideolojisi bu sorunların kaynaklarından biridir. Bu süreçte medyanın göçmenlere ve göçmen kadınlara yönelik çeşitli temsil ve söylemleri dolayısıyla söz konusu sorunlar yeniden üretilerek katmerlenir. Diğer yandan “bilinmeyenden korkan” ve hatta “yalnızca hayatta kalmak için güvenli bir yaşam arayanlara karşı ayrıcalıklarını kısıpca bir

* Dr. Öğr. Üyesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, osman.arasli@gop.edu.tr,
ORCID: 0000-0001-9235-3724.

şekilde koruyan” türde modellenen toplumlar (Johnson, 2011: 1034) “demokratik ve eşitlikçi ilkeler üzerine kurulu” olsa da göçmenler ve kadınlara dair medyanın yetersiz ve sorunlu tutumuyla gelişim sağlayamaz (Martínez Lirola ve Zammit, 2017: 75).

Bu bağlamda medya dolayısıyla toplumun göçmenler ve kadınlara yaklaşımını etkileyebilen temsil ve söylemler (Liu, 2022: 975) göç ve toplumsal cinsiyet bakımından analiz edilebilir. Nitekim göçmen kadınların günümüzdeki göç olgusu içerisindeki rolleriyle birlikte seslerini ve gerçekliklerini daha iyi temsil edebilmek için medyadaki göçmen kadın imajlarının yeniden düşünülmesi gerekir (Martínez Lirola ve Zammit, 2017: 75).

Bu yüzden çalışma, çeşitli kimlikler ve statülerdeki kadın göçmenleri kamusal ve toplumsal alanda konumlandıran medya temsillerini dış göç ve toplumsal cinsiyet açısından değerlendirmeyi amaçlamıştır.

Çalışmanın öncelikli önemi göç ve toplumsal cinsiyet olgusunun kadınlar açısından yarattığı sorunlar ve zorluklar çerçevesinde medyanın temsil politikalarını sorgulamasıdır. Diğer bir önemi ise medyanın göçmen politikalarındaki rolü ve toplumsal işlevinin sorunlu boyutlar barındırdığını göstermesidir. Son yıllarda özellikle Suriyeli mültecilerin Türkiye’deki temsilleri üzerine çeşitli çalışmaların genellikle Türk medyası örnekleminde yapılmasına karşın bu çalışma çeşitli kültürlerdeki ana akım medyanın göçmen kadınlara dair temsil stratejilerini uluslararası açıdan değerlendirmiştir.

“Göçmen kadın kimliği” adlandırmasına şemsiye kavram olarak başvuran çalışma, zorunlu ve dış türde göç ile toplumsal cinsiyet bağlamında çeşitli ülkelerdeki ana akım medya kaynaklı temsilleri kapsamına almıştır. Diğer yandan iç göçle bağlantılı

medya, gazetecilik ve iletişim literatüründe herhangi bir veriye rastlanmaması ve göçün küresel bir boyut kazanması çalışmanın sınırlılığıdır.

Amaçlı örnekleme tekniğinin kullanıldığı çalışmada literatür taraması yapılarak dünyanın çeşitli bölgeleri ve ülkelerinde gerçekleştirilen farklı araştırmaların bulgu ve sonuçları nitel yönden incelenmiştir. Bu bağlamda göçmen kadın kimliğine dair öne çıkan temsiller analitik ayrıma tabi tutularak uluslararası yönden karşılaştırılmıştır. Göçmen kadınların medyada genellikle “mağdur ya da kurban”, “biz’e benzeyen ‘iyi-ideal’ yabancı”, “bizim için ‘olumsuz’ yahut ‘çelişkili’ yabancı”, “cinsel obje”, “tehdit ve yük” temalarıyla temsil edildiği ortaya konmuştur. Ardından özellikle haberler başta olmak üzere çeşitli medya ortamı ve formatına özgü değerlendirmeler yapılmıştır. Ayrıca temsillerin toplumsal işlevine dair tespitler ile alternatif önerilere değinilmiştir. Genel sonuçlara ulaşılarak çıkarımlarda bulunulmuş ve katkı sağlayıcı ek öneriler sunulmuştur.

Medyada Göç ve Toplumsal Cinsiyet Olgusu

Göç olgusu, çeşitli bireyler ve toplulukların yaşadığı yerden istemli veya istemsiz bir şekilde başka bir yere geçmesi/yer değiştirmesidir (Seber, 2013: 31). Göç, kuraldan ziyade norm ve bir ayrılık belirtisinden öte toplumların ayrılmaz bir parçası olarak görülebilir. Öte yandan göç, ağırlıklı olarak doğrudan ve dolaylı iktisadi nedenlerle birlikte (geçim sıkıntısı, eğitim ve sağlık olanaklarının yetersizliği gibi) insanların geçim kaynaklarının temel bir unsuru olarak değerlendirilirken aynı zamanda zorunlu haller, can güvenliği gereksinimi, evlilik ya da topluluk ağlarının teşviki (akrabalık veya yakınlık ilişkileri) gibi sebeplerle de açıklanır (De Haan, 1999: 30; Adaman ve Keyder, 2006: 92).

Mevcut çağı niteler hale gelen göçün dünyada artarak sürdüğü ve gelecekte daha ciddi toplumsal değişim ve problemlere yol açacağı vurgulanır (Ayhan, 2019: 100). Bu yüzden göç, başlayan ve sonlanan bir süreç ve sadece bir “sorun”, “kriz” veya “iktisadi” özellikler taşıyan bir olgu değildir. Göç, çeşitli topluluk kimliklerinin toplumsal ilişkileri, karmaşık koşulları ve deneyimleri bağlamında etnik köken gibi toplumsal cinsiyetle bağlantılı sorun hatlarına sahiptir (Lünenborg ve Fürsich, 2014: 973). Ataerkil toplumsal ilişkilerin etkisiyle özel ve kamusal alanda erkek egemen baskı/şiddet ilişkisinin kadınların göçünü tetikleyebilmesi veya neoliberal kapitalist sömürünün cinsiyet kimliklerine göre işlemesine kadar bir dizi durum içerir. Bu yüzden göçmen toplulukların dezavantajlı konumu toplumsal cinsiyet ilişkileri ve kimliklere göre farklı eşitsizlikleri de ihtiva eder. Göç ve toplumsal cinsiyet etkisiyle kadınlar erkeklere nazaran daha farklı sorunlar içindedir. Kadınlar, ataerkil ilişkilere karşı geldiği ve kendi ülkeleri/partnerlerinden sistematik şiddet gördüğü için başka ülkelere gider ve yeni yaşam arayışlarına girer. Bu süreçte kadınların örneğin “toplumsal cinsiyete dayalı zulümüm en ağır biçimlerinden taciz ve tecavüze” maruz kaldığı, “çoğu kez yaşam hakkının” ellerinden alındığı ve “sınır dışı edilme korkusu” yüzünde şikâyetçi olamadığı ileri sürülür (Buz, 2009: 314; Seber, 2013: 31). Öte yandan herhangi bir bölge/ülkeye yerleşmiş göçmen kadınların esnek kapitalizm koşullarında “kazanç ve maddi güvenlik” ile birlikte haysiyetlerini kurtarma, refaha ulaşma ve geleneksel otoriteden kurtulma çabasının kapitalist sermaye tarafından itici bir güç olarak kullanıldığı iddia edilir (Fraser, 2009: 69).

Göç ve toplumsal cinsiyet olgusu kadının kültürel kimliği ve toplumsal temsil biçimlerini ilgilendirebilecek düzeydedir.

Genellikle topluluk içinde muğlak bir konum içindeki kadınlar çoğunlukla “belli milli ve etnik projelerin varoluş nedenlerini” simgelese de egemen toplumun “beden siyasetinin kolektif” “biz” kategorisinden dışlanır ve “özmeden ziyade nesne” olarak mevcudiyet gösterir. “Ötekilik” özelliğine sahip bir kadınlık kurgusunun (Yuval Davis, 2010: 97) göç süreci ve göçmenlik kimliğiyle beraber daha karmaşık bir sorunsala dönüştüğü aşîkârdır. Kadınlar genellikle uluslararası göçün merkezindedir. Ancak göçe dair bilimsel çalışmalarda ve politika üretiminde uzun yıllar boyunca “kadına yer” verilmemiştir. 2. Dünya Savaşının ardından Avrupa’ya giden klasik işçi göçündeki gibi erkekler, ailenin karar vericisi ve geçim sağlayıcısı kabulüyle “asıl aktör” ve “prototip göçmen” yerine konmuştur (Biehl ve Danış, 2020: 8; Dedeoğlu ve Ekiz Gökmen, 2020: 18). Sosyo-politik ve ekonomik hayatın yanı sıra popüler imgelemi de büyük ölçüde meşgul eden bir süreç ve deneyim olarak göçün toplumsal cinsiyetle bağlantılı yönleri ve temsilleri genellikle görmezden gelinmiş veya gözden kaçırılmıştır. Göç sürecinde kadın deneyimlerinin temsili üzerine tartışmalar bu yüzden sınırlı kalmıştır (Silva ve Mendes, 2009: 243).

Medya, göç üzerine içerik üretimi sürecinde konu, aktör ve kaynak seçiminden yayın sırasında okur/izleyicilerin bazı tartışmalı görüşlerini aktarmaya değin göçmenler ve kadınlara dair ideolojik söylemlerin meşrulaştırıcısıdır (Garcia Blanco ve Wahl-Jorgensen, 2009: 257). Zaman zaman toplumun mülteci karşıtlığını ideolojik yönden (Uzun ve Şeker, 2023: 79) yeniden üretebilen medyadaki hegemonik söylemler ve göçmen temsilleri, göçmenleri görünmez ve sessiz kılan nitelikte bir anlam alanı üreten veya onların varlığını en aza indiren bir kamuoyu akımı yaratırken medyanın kadınların göç süreci ve deneyimiyle

ilgilenmesini beklemek zorlaşır (Nash, 2006: 58; Martínez Lirola ve Zammit, 2017: 74). Medyanın çeşitli devletlerin ulusal çıkarları ve uluslararası politik söylemlerine uygun bir şekilde göçmenlerin görünürlüklerini aşırı hale getirme, yok etme veya yanlış tasvir etmeyi teşvik ettiği ve cinsiyetçi güce sahip olduğu iddia edilir (Mattosco ve MacDonald, 2018: 1119). Toplumsal cinsiyet ve etnik kimlikler medyadaki ana akım ideoloji ve bu ideolojinin hegemonik gücüyle birlikte kültürel ve tarihsel olarak inşa edilirken medyanın bir “öteki” anlatısı üretecek boyutta söz konusu kimlikleri modern toplumlara dâhil etme ve dışlama kriterleri ortaya koymadaki rolü ağırlıklıdır (Lünenborg ve Bach 2009: 251).

Medyada Göçmen Kadın Kimliği

Geleneksel olarak kadınlar sosyal, politik ve ekonomik alanda ikincil ve önemsiz bir role itilse de özellikle Batı ülkelerinde son yıllarda kamusal alanda daha etkili konumdadır. Cinsiyetler arası eşitlik tam sağlanamasa da kadınların örneğin yükseköğrenim görme, çeşitli sektörlerde çalışma, büyük şirketlerin yönetim kurullarında yer alma, ulusal ve uluslararası kurum ve yönetim kademelerinde bulunma olasılıkları artmıştır. Fakat kadınlar medyada hala düşük oranda yer alır ve yetersiz düzeyde temsil edilir (Amores vd., 2020: 296). Diğer bir sorun ise kadınların medyada hangi tür söylem, stereotipi ve klişeler aracılığıyla anlamlandırıldığıdır.

Sosyal gerçeklikleri temsil eden göstergelerin merkezindeki medya (Brooks ve Hébert, 2006: 297; Sadowski, 2015) a) ulusal kimliğin inşasında önemli kamusal bir hakem olduğu kadar b) toplumlardaki “Biz” ve “Onlar” biçimindeki kategorik grupların kültürel sınırlarını aktarmada belirleyici bir rol oynar (Lünenborg ve Fürsich, 2014: 959). Lakin medya, kültürün bir parçası ve

toplumsal bir kurum olduğundan göçe ilişkin söylemleri topluma ve farklılıkları dışlayıcı çıkarılara göre tanımlanmış eksenlerdedir (Garcia Blanco ve Wahl-Jorgensen, 2009: 257). Böylelikle c) medya çeşitli politik aktörler, topluluklar, sosyal ağ platformlarındaki kullanıcıların söylem ve temsillerini yeniden üreterek özellikle zorunlu göç etmiş yabancı göçmen/sığınmacı kimlikleri ötekileştirme veya düşmanlaştırmada pay sahibi olduğu kadar (Körükmez, 2021: 56) aynı zamanda genel olarak göçmenler ve özellikle kadın göçmenlerin sorunlarını göz ardı eder (Yıldırım, 2018: 854; Çambay, 2019: 178). Göçmenleri kültürel bir öteki şeklinde tasavvur eden ve toplumsal cinsiyete özgü koşulları görmezden gelen medya kadınları yetersiz temsil eder ve göç gerçeğini basitleştirir (Garcia Blanco ve Wahl-Jorgensen, 2009: 256; Romero vd., 2022: 1-12). Medyada görünür olmamanın göçmen kadınların toplumsal cinsiyet eşitliği bakımından güçlenmesine katkı sunmayacağı belirtilir. Kadınların hem bireysel hem de kolektif yaşamlarının bu süreçten etkilendiği ifade edilir (Martínez Lirola ve Zammit, 2017: 74).

Medyanın göçmen kadınlara yönelik yaklaşımında, geleneksel toplumsal cinsiyet söyleminin yer aldığı karmaşık bir maduniyet repertuarı mevcuttur. Medya “ev hayatı” gibi yaygın parametreler üzerinden göçmen kadınları sürekli tanımlayan cinsiyetçi söylemleri (Nash, 2004’ten aktaran Nash, 2006: 58) sözgelemi haber yazımının dilsel kalıplarıyla mümkün kılar (Sadowski, 2015). Oysaki kadın göçmenlerin sadece cinsiyet özellikleri ve kimliklerine indirgenmesi yerine ana akımlaşan söylemde daha karmaşık bir temsili gerektirdiği varsayılır (Liu, 2022: 976). Bu yüzden problem sadece kadınlara yönelik cinsiyetçi bir düşmanlık veya sorunların ihmalıyla sınırlı değildir. Medyanın mülteci, sığınmacı veya yabancı olarak anılan göçmen kadınlara dair

çeşitli temsil ve söylemleri, toplumsal cinsiyet ilişkisi ve göçmen kadın kimliğine dair politik, kültürel ve sosyal algıya etkisi bakımından tartışmalıdır.

Çeşitli toplumsal rol ve statülerin karakteristik özelliklerinin karmaşıklığına rağmen kitle iletişim formatlarında göçmen kadınlar mağdur, kurban, yoksul, çaresiz, mahrumiyet içinde, sıradan kimse, cinsel obje gibi temsillerle edilgen kılınır veya tehdit, tekinsiz, cinselliği ön plana koyan, edepsiz, güvenilirmez, menfaatçi gibi olumsuz bir faile dönüştürülür. Diğer yandan olumlu ve etkili kişilikler olarak iyi eğitilmiş, rol model, mücadeleci, kahraman, cesur, özgür, modern veya toplumsal beklentilere uyumlu makbul ve erdemli imajı az da olsa üretilir. Ancak tüm temsiller birbirinden farklı bağlam ve temalara sahiptir ve bunlar kimi zaman iç içe geçebilir. Bu temsillerin birçoğu toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve göçün dezavantajlarını normalleştiren türdendir. Temsillerin bileşeni birtakım temalar, çoğunlukla haber medyasında üretilir.

Başta Batı ülkeleri olmak üzere dünyanın çeşitli yerlerinde yapılan araştırmaların ulaşılabilen sonuçlarına dayanarak medyada göçmen kadın kimliğine dair ana temalar yaygınlık hiyerarşisine göre aşağıda analitik olarak değerlendirilmiştir. Medyadaki ana temalar sırasıyla şu şekildedir:

Mağdur ya da Kurban

Mağduriyet teması, ülkeler-devletlerin göç politikaları ve kapitalist sermaye uygulamaları (kayıtdışı, sağlıksız, düşük maaşlı, vasıfsız işlerin yaptırılması) tarafından istismara ve sömürüye (Hennebry vd., 2017: 15-16; Martínez Lirola ve Zammit, 2017: 58-74) veya savaşla birlikte (Certel ve Atasü Topçuoğlu, 2022: 553) uluslararası düzen ve kapitalist toplumsal formasyona dayandırılabilir. Yahut kadınları “çocuklu, yoksul ve çaresiz anne”

(Erdoğan, 2019: 107) kimliğiyle “saldırgan olmayan, savunmasız ve boyun eğen” bir role indirger (Neziroğlu, 2018: 91; Amores vd., 2020: 291-308). Kadınlara hakları korunacak birer birey değil de “zarardan korunmaya muhtaç kurbanlar” olarak yaklaşılar (Anderson, 2012’den aktaran Hennebry vd., 2017: 6). Cinsel istismara uğrayan, ikinci eş yapılan veya erken yaşta evlendirilen, zorla fuhuş yaptırılan, üreme sağlığında sorunlar yaşayan, eş-töre şiddetine/saldırıya maruz kalan kadınların kimlikleri (Değirmenci, 2014: 51; Narlı vd., 2020: 1-16) özellikle bu tip bir temayla medyada tanımlanır. Batıdaki ideolojik söylemler de örneğin Müslüman gruplara mensup kadınları kendi kültürü veya sosyo-kültürel sisteminin bir kurbanı (Navarro, 2010: 110; Mustafa-Awad vd., 2021: 202) olduğunu kast ederek Hollywood filmlerindeki “siyah giysileriyle baskı altındaki Arap kadın” temsilindeki gibi tek tipleştirici/ötekileştirici oryantalist bir yaklaşım sergilenir (Eissa vd., 2022: 2-3).

Kadınları güçsüz, zayıf, korunmaya ve yardıma muhtaç, ezilen, yoksul, aciz, zavallı birer kurban (Sadowski, 2015; Efe vd., 2017: 64; Neziroğlu, 2018: 91; Bayram, 2020: 152) kodlarıyla anlamlandıran bu tip temsiller çeşitli klişeler ve cinsiyetçi söylemlerle çelişkili veya zıt anlamlara uğrayabilir. Edilgenlik/pasiflik ön varsayımı içeren bu tür bir temsil “erkeksiz yaşamayan”, “erkeksiz”, eşini savaşta kaybettiği için “kötü yola düşen”, “aç” ve “perişan” kadınlar şeklinde karmaşık bir söylemi üretebilir (Keskin Köşkeroğlu, 2018: 85; Erdoğan, 2019: 120). Hatta kadını mağduriyetinden sorumlu tutan anlamda “erkek şiddetine açık naifler” veya “erkeği cinsel yönden kıskırtarak kendisini mağdur ettirenler” tarzında klişeler sunulur (Meyers, 2004: 96). Mağdur ve kurban temasına dayanan temsiller kadınların sadece “sembolik imhası”na yol açmaz (Amores vd., 2020: 308). Cinsiyetçi kalıplar

üzerinden problemleri kimlikler inşa eder. Diğer yandan ayrımcı nitelikteki mağdur-kurban temalarıyla birlikte temsiller kadınları “kötü, değersiz ve en alt tabakaya ait ölümler” olarak konumlandırır (Gilchrist, 2010: 384).

“Biz”e Benzeyen “İyi-İdeal” Yabancı

Çeşitli ülkelerde göçmen kadınlar tarafından yerleşik toplumun eğilim ve değerlerinin benimsenmesi halinde ortaya çıkan ana temalardandır. Buna göre medya tarafından kadınlar sosyal, dini, kültürel ve ulusal konularda olumlu kodlarla tanımlanır.

Örneğin çeşitli ülkelerden Türkiye’ye gelip tatil yapan veya yerleşen yabancı kadınların bir kısmı medyada iyi-turizm gönüllüleri olarak işi ve evliliği için ülkemize yerleşen yahut evlendikten sonra İslamiyet’i seçerek “iyi” bir Müslüman ev hanımı, anne ve eş haline gelen göçmenler şeklinde (Uçar İlbuğa ve Sepetçi, 2010: 49-50) tanımlanır. Batı’da ise mücadeleci Arap kadınlar (Mustafa-Awad vd., 2021: 202), ABD’de “iyi”, eğitilmiş, heteronormatif ve kabul edilebilir bir sosyo-ekonomik sınıftan model bir azınlık ve vatandaş olabilen Güney Asya kökenli kadınlar gibi temsiller üretilir (Panjabi, 2010: 64). İtalya ve İspanya’da kadınların bir bölümü “Batı tarzı giysileri” ya da batının ekonomik başarısıyla yakından ilişkilendirilerek “özgürleşmiş ve Batılılaşmış Müslümanlar” şeklinde (Navarro, 2010: 110; Giorgi, 2012: 86) anlaşılmaktadır.

Batı’da kamusal alandaki “iyi-vatandaş” göçmen temsilleri “özgürlük” ve “seçim” retoriğiyle paralel olarak göçmen öznenin fikirleri ve idealize edilmiş imgelerini pekiştirse de göçmen kadınların birbirinden farklı geçmişlerinin göz ardı edildiği ve sosyal gerçekliklerinin bilinmediği belirtilir. Diğer göçmenler (örneğin beyaz olmayanlar/siyahiler, asimile olmamışlar) ise bu

temsil alanının dışında kaldığından hiyerarşik ve etnik bir tabakalaşma ihtimali ortaya çıkar (Panjabi, 2010: 64).

“Bizim İçin Olumsuz” Yahut “Çelişkili” Yabancı

“Biz” kategorisine dâhil olmayan veya “iç gruba” benzemeyen göçmen kadınlar olumsuz veya çelişkili temsillerle de sunulmaktadır. Kadınların Kanada’da çoğunlukla “yabancı, egzotik, ezilen, tehdit edici öteki, korkutucu” Müslümanlar (Bullock ve Jafri, 2000: 37-39), Almanya’da “kapalı ve geleneksel” ile “modern karşıtlığını” simgelediği söylemiyle giyimi ve faaliyetleri modern veya başörtüsüyle geleneksel Müslüman kadın temsilleri olumsuz ya da karşıt anlamlar içerir (Özcan, 2013: 437). Türkiye’de Suriyeli kadınlar hakkındaki haberlerde ise mülteci göçmen kadınlar geleneksel rollerde ve kurban, cinsel nesne, tehdit unsuru ve erkeklerle eşit özne gibi çelişkili anlamlarla temsil edilir.

Bu tür temsil ve söylemler genellikle ana akım medya dolayısıyla ortaya çıkan yapıntılardır. Kadın kimliği mevcut toplumda kadın olmanın makbul sınırlarını aşabileceği için kimi zaman bir tehdit, yerleşik toplumun yardımseverlik yapması ve itibar kazanmasını sağlayacak denli “mağdur/kurban”, “erkekliğin” kanıtlanmasını sağlayacak şekilde “çoğu zaman sadece bedeni” ve “cinselliğiyle özdeşleştirilen bir nesne”, gerekli hallerde ise “özgür”, “isyankâr” ve “sözü olan” “aktif bir politik özne” olabilir (Akkaya ve Kam, 2017).

Cinsel Objeler

Turist, göçmen öğrenci veya geldiği ülkeye yerleşen yabancı yahut önceki göçmen jenerasyonun devam eden nesli olarak kadınlar, toplumdaki beden ve güzellik paradigmasını ölçüt alan cinsel temsillerle kodlanır. Sözgelimi Türkiye’de tatil yapan yabancı

kadın turist haberlerinin örneklediği şekilde eğlenen, dans eden, alkol-içki ve uyuşturucu kullanan, birçoğu “kolay ulaşılabilen” turistler yahut fuhuş ve AIDS gibi sorunlara yol açan Doğu Avrupalılar (Uçar İlbuğa ve Sepetçi, 2010: 48-49) şeklindeki cinsiyetçi temsiller cinsel obje temasını (Tuncel, 2011: 162) içerir. ABD’deki televizyon haberlerinde “bahar tatili” gibi ritüellere katılan Afro-Amerikan kadınların “erkekleri tahrik edenler” şeklinde temsil edilmesi (Meyers, 2004: 95-111) ile İtalya’daki çeşitli gazetelerin evlerde çalışan emekçi kadınları “hizmetçi” statüsüyle birlikte “kötü kadın” (Giorgi, 2012: 86) olarak damgalaması yine aynı cinsiyetçi bakışın belirtisidir.

Tehdit ve Yük

Göçmenlerin özellikle mülteci/sığınmacı kimliğiyle yaşadıkları ülkelerde yaygın bir şekilde “sorun” olarak algılanması birçok toplumsal süreç yanında medyatik temsillerle yakından ilişkilidir (Göker ve Keskin, 2015: 254). Medyada göçmen kadınlar toplumda huzur bozucu (Keskin Köşkeroğlu, 2018: 86), ulusal ve kültürel bir risk (Bullock ve Jafri, 2000: 37; Navarro, 2010: 98; Lonergan, 2012: 40; Türkkol, 2019: 211-212) olarak kamu güvenliği, göç sistemi ve ekonomiyi tehdit edici temsilleriyle sunulur. Diğer yandan “gayriahlakilik ve dişilik” söylemi aracılığıyla (Fryberg vd., 2012: 96-97; Hennebry vd., 2017: 9-16), aile birliği/evliliğe tehdit oluşturan, yuva yıkan, boşanmaları arttıran (Narlı vd., 2020: 16-20; Certel ve Atasü Topçuoğlu, 2022: 551-553) temalarıyla cinsiyetçi yaklaşımın hedefi olur.

Göçmenlerin “tehdit” olarak kodlanması yanında egemen toplum tarafından bir “yük” olarak algılandığı ve nitelendiği belirtilebilir. Sözelimi ulusal kimlik gibi söylemlerle göçmen kadınlar ve hatta çocuklar, Britanya gibi toplumlarda “kültürel bir tehdit” olarak inşa edilirken ekonomik büyümeye katkıda

bulunduğu kabul edilen yüksek vasıflı göçmen nüfus haricindeki azınlıklar genellikle politik aktörler ve popüler medya tarafından ekonomi gibi alanların bir “yükü” şeklinde tasvir edilir (Lonergan, 2012: 40).

Medyada Göçmen Kadın Temsilinde Uluslararası Kesişimler

Medyadaki temsillerin uluslararası alanda farklılık ve ortak yönleri tartışılabilir. Bir görüşe göre, örneğin Batı medyası göçmenleri “kararsız figürler” tanımıyla birlikte klişeleştirirken aksine Türk medyası 2013-2015 yılları arasında Türkiye’ye gelen sığınmacıların içinde yer aldığı belirli problemlere ve yaşadığı zorluklara dikkat çekmiştir (Narlı ve Özaşçılar, 2021: 176). Fakat bu örnek karşılaştırmalar üzerinden temsillerin farklı olduğu iddiası sosyal yaşam ve medyaya dair başka çalışmaların sonuçlarıyla değerlendirilebilir.

Araştırmalara göre günlük hayatta mevcut toplum ve basın tarafından göçmenleri suçlayan ifadeler (Türkiye’deki “Suriyeliler yüzünden” klişesi gibi) (Tekten Aksürmeli, 2019: 263) ve göçmen kadınları açıkça “ötekileştirmese” de birçok kez dolaylı/örtülü olarak olumsuz sunan haberler, Türk medyası dâhil uluslararası stereotiplerin benzer şekilde üretilebildiğini gösterir (Elmas ve Paksoy, 2020: 202-204). Ayrıca göç süreci ve sonrasında kadınların zorla evlendirilme veya çok eşli hale getirilme gibi örnek güncel sorunları toplumsal cinsiyet bazlı şiddet ve insan hakları ihlali açısından ele alınmadan bu tür problemlerin üstünü örten veya muğlaklaştıran söylemsel manevralar sergilenir (Certel ve Atasü Topçuoğlu, 2022: 542). Uluslararası temsil biçimlerinin keşşebildiği (örneğin Türkiye’de Suriyelilere dair haberler) ve “tekrar görevi gördüğü” (Elmas ve Paksoy, 2020: 204) bellidir.

Gazetecilik Ürünü Haber ve Diğer Formatlarda Göçmen Kadın Temsilinin Üretimi

Uluslararası/dış göç bağlamında kadın göçmenlere yönelik medyadaki çeşitli format ve ortamlara özgü üretilen temsil ve söylemlerin durumu göç ve toplumsal cinsiyet ilişkisi bakımından değerlendirilmiştir.

Kamusal Haberler

Haberlerdeki göçmen kadın temsilleri tek boyut ve tek anlam içermediğinden haber çerçeveleri ve temaları birbirine karışabilen durumdadır (Akkaya ve Kam, 2017). Buna karşın haberlerin birçoğunda göç ve kadın çerçevesindeki sorunlar toplumsal cinsiyet eşitsizliği meselesinden soyutlanmış bir kapsamdadır. Özellikle nüfusa veya ekonomiye dair istatistikler, göçmenleri etkileyen düzenlemeler veya göçün kamu hizmetlerine getirdiği ek maliyetler hakkındaki haberler bu konuda önde gelir (Garcia Blanco ve Wahl-Jorgensen, 2009: 256).

Profesyonel haber üreticilerinin haber değerine göre olayların önem derecesine dair varsayımları kültürel bağlam tarafından şekillendikçe (Gilchrist, 2010: 384) göç içerikli haberlerde kadınlar daha az oranda yer alır ve anılır (Lind ve Meltzer, 2021: 923). Mültecilerle ilgili haber örneklerinde ise kadınlar neredeyse görünmez kılınan ve basmakalıp görsellerde dahi yer verilmeyen veya yetersiz temsil edilen konumdadır. Son kertede kişiliksizleştirilme aracılığıyla göçmen kadınların özellikle ana akım haber medyasında sesi ve sözüne yer verilmediği açıktır. Haberlerde “ölü, yaralı ve kaçak göçmen” sayılarının ardından “kadınlar ve çocukların da bulunduğu” notlarıyla “vicdani sorumluluk” izlenimi oluşturulur. Böylelikle okur/izleyicide empatiden yoksun bir panik ve acıma duygusu harekete geçirilirken haber metinleri göçmen kadın adına konuşan bir söyleme dönüşür. Bir

anlamda göçmen kadınlar sembolik olarak yok sayılır ve söylem-
den dışlanır (Gilchrist, 2010: 373; Akkaya ve Kam, 2017; Pandır,
2022: 280).

Kadınların toplumsal cinsiyet eşitsizliğiyle bağlantılı deza-
vantajlı koşulları ve problemlerini konu edinen haber dili eril bir
karaktere sahiptir. Haber dilinin erilliği aracılığıyla ataerkil bir
söylem ve temsil üretilir. Örneğin Suriyeli mülteci kadınların
medyadaki temsiline dair Certel ve Atasü Topçuoğlu tarafından
gerçekleştirilen çalışmanın sonuçlarına göre kadınlara yapılan
hak ihlallerinde fail erkeğin doğrudan işaret edilmemesi ve bu
ihlallerin adının konmayarak “evlilik” gibi torba kavramların
kullanımı şeklindeki manevralar yoluyla haberlerde eril bir ta-
raflılık işler haldedir (2022: 556).

Erkek egemen söylem ve temsilleri üreten haberlerde göçmen
kadın ötekileştirilir. Erkek perspektifli haberlerde kadını “kur-
ban/mağdur” şeklinde pasif kılan söylemler veya “dolandırıcı
kadın” gibi suçlayan tanımlar yer alır (Elmas ve Paksoy, 2020:
203; Certel ve Atasü Topçuoğlu, 2022: 550). ABD’de yapılan bir
çalışmaya göre siyahi kadınlara yönelik şiddet haberlerinde si-
yahi kadınların kendi mağduriyetinden sorumlu tutulması (‘far-
kında olmadan kendini riske atması’ ya da ‘ahlaksız davranarak
erkekleri kıskırtması’ iması) ve şiddet olayının ciddiyetinin dü-
şürülmesi aynı yaklaşımın dünyadaki örneklerinden biridir.
Batı’da görüldüğü üzere kimi zaman orta sınıfın davranış ve de-
ğerlerini yansıtmak kadınların mağduriyetinin ve diğer durum-
larının temsiline bir şart haline gelir. Toplumsal cinsiyet med-
yada etnisite ve sınıf hiyerarşisiyle kesiştiğinde bir haber değeri
taşır. Nitekim haber, kadınlar için uygun kamusal davranış pa-
rametrelerini kuran ve pekiştiren bir formattır (Meyers, 2004:
111-113).

Haberde göç olgusuna dair çerçeveler ırk ayrımcılığı ile ekonomik ve kültürel meseleleri kapsadığında kadın temsili toplumsal cinsiyet farklılığına göre tek bir çerçeveye indirgenir. Hong Kong, Tayvan, Birleşik Krallık ve ABD'deki gazetelere yönelik karşılaştırmalı bir analize göre göç ve ekonomik sorunlara dair haberlerde erkekler öne çıkarılırken kültürel problemleri içeren çerçevelerde kadınlar daha çok ön plandadır. Ancak farklı cinsiyetler klişeler ve çeşitli verilere dayalı olarak kategorize edilir. Feminist teoriyi ampirik olarak destekleyebilecek türdeki bulgulara göre erkekler ekonomik varlığın kaynağı, kadınlar ise kültür ve ulusun üreticisi varsayılır. Bu yüzden erkeksilik ekonominin, dişillik ise kültürün anlamı haline getirilir. Erkekleri 'ekmek kazanlar', kadınları ise 'yeniden üreticiler' şeklinde konumlandıran toplumsal cinsiyet beklentileri aynı zamanda homojen ve uyumlu bir kimlikteki toplum modelinin medyadaki sürdürücüsüdür (Liu, 2022: 965-975). Fakat olumlu temsiller içeren haberlerde bile kültürün bileşenleri olarak din ve inanç gibi değerler kadın üzerinden etkili kılınarak ekonomi ve politika alanlarında kadınların pasif ve ikincil rollere indirgenmesine yol açılır. Erkekler ise olumsuz temsillerde dahi aktif kılınır. Avrupa'daki Mülteci Krizi sırasındaki göç dalgasından en çok etkilenen Fransa, Almanya, İtalya, İspanya ve Birleşik Krallık ülkelerinde 2013 ile 2017 yılları arasında yayınlanan haber fotoğraflarında daha az yer bulan kadınların temsilde dini semboller ağırlıktadır. Ayrıca fotoğraflarda kadınlar olumlu anlamda mağdur fakat pasif konumdadır. Erkekler ise olumsuz (yük ve tehdit) çerçevelere rağmen aktif temsil edilen kimliktedir (Amores vd., 2020: 291-308). Kısacası kadınlar kültürel anlamlarla yüklü bir öteki olarak kategorize edilir (Giorgi, 2012: 87).

Göçmen kadınları aktif, hatta ilham verici başarılarıyla rol model temsilleriyle içeren haberler de vardır (Martínez Lirola ve Zammit, 2017: 58, 74; Elmas ve Paksoy, 2020: 203). Fakat bu tür haberler alternatif anlatıları dışlayıcı kamusal bir alanda yer alan kadın temsilleri üzerinden kişisel başarı söylemlerinin bireyci ideolojisini sunar (Meyers, 2004: 96; Lünenborg ve Fürsich, 2014: 972). Bazense biz-onlar kutuplaşmasının birer uzantısı ve aracına dönüşür. Örneğin Türk göçmen kadınları eş şiddeti, namus cinayeti, zorunlu evlilik gibi konularda haber yapan Alman medyası karşısında Türk medyasında gazeteler (Hürriyet Gazetesi gibi) tarafından “Türklerin gururu” şeklinde kadınları övücü haberler yayınlanır (Değirmenci, 2014: 51).

Göç gerçeğinin bu şekilde basitleştirilmesi karşısında alternatif arayışların devam ettiği söylenebilir. Göç haberlerinde toplumsal cinsiyet konusu dikkate alındığında göçmenlerin ana bilgi kaynağı olabildiği (Romero vd., 2022: 1) ve alternatif platformlarda mülteci kimlikli kadınlara “kendi hikâyelerinin anlatıcılığı” olanağının sunulabildiği ifade edilir (Erdoğan, 2019: 120). Böylelikle ana akım medyanın basmakalıp temsilleri ve toplumdaki sorunlu yaklaşımın göreliliği de olsa değişebileceği iddia edilir. Nitekim bir araştırmaya göre Arap Baharı sürecinde Almanya, İngiltere ve Amerika medyasında Arap kadınların aktif birer aktör şeklinde konumlandırıldığı, “sosyo-kültürel sistemlerin pasif kurbanı” klişesi yerine yeni imajların gelişebildiği ve bu hususun toplumda etki yaratabileceği değerlendirilir (Mustafa-Awad vd., 2021: 202). Ancak ana akım medya belirli dönemler içinde kendi merkezi ve ulusal çıkarları odağında bu tür olaylara yaklaştığında alternatiflik potansiyeli sorgulanabilir. Nitekim Alman yazılı basınına dair bir araştırmaya göre Müslüman kadın göçmen görselleri ev sahibi topluma entegrasyon

eksikliği, kamusal alanda karşıt yaşam tarzları ve kadın bednine dair imgelerle geleneksel ve modern tanımlarını içerirken haberlerde kadınların koşulları hakkında herhangi bir bilgi yoktur. Bundan ziyade göçmenler ve çoğunluğun sosyal yapısı arasına hayali bir mesafe koyarak önemli alanlar haline gelen kalıp yargılar ve klişeler mevcuttur (Özcan, 2013: 427-437).

Diğer Ortam/Formatlar

Göçmen kadınların dizi filmler, Reality Show-yarışma programı ve çevrimiçi ortamdaki temsil biçimleri çeşitli ülkelerden örneklerle değerlendirilebilir.

Dizi Filmler: Diziler sadece hikâye aktarım aracı değildir. Hâkim ideolojik yapı ve belli davranış modelleri sunar. “Öteki” olan hakkında cinsiyet kalıpları oluşturur (Küçük ve Koçak, 2022: 12). Bu yüzden göçmen kadınların televizyonda konumu ile temsil biçimlerinin niteliği nicel verilerle anlaşılmaya uygun değildir. Örneğin göçmen kadınlar Almanya’da televizyonda sayısal yönden fazladır. Ancak içeriklerde düşük konum ve pasif rollere hapsedilmiş durumdadır. Aynı zamanda “sıradan insanlar/sokaktaki kişiler” kategorisinde ve kurgusal programlarda olumsuz rollerdedir (Lünenborg ve Fürsich, 2014: 959-963).

Temsiller kötü karakterle münferit değildir. ABD’de Prime Time televizyon dizilerinde siyahi kadın karakterler “beyaz iyi eşler” ve siyah anaerkil klişelerle temsil edilir. Frank’s Place gibi dizilerde ise bariz bir erillik vardır. Erkekler ve kadın karakterler arasındaki eşitsizlik temsil dağılımına yansır. Dizilerde Afro-Amerikalılar arasında erkekler daha geniş, kadınlar ise daha dar bir temsil alanı içindedir (Byers ve Dell, 1992’den aktaran Brooks ve Hébert, 2006: 300). Öte yandan asimile olan ve normlara uyan kadınlar olumlu, bunun dışındakiler ise basmakalıp ve olumsuz imgelerle temsil edilir (Panjabi, 2010: 7). Rusya’daki “Na krayu”

("Kıyısında") adlı dizide, eşlerinin kötü muamelesini ve çok eşliliği kabul eden Müslüman kadın karakterlerin "itaatkârlığı" (Koç ve Yaşar, 2022: 341-358) veya Türkiye'deki "Öyle bir Geçer Zaman Ki" dizisindeki sahne ve diyaloglarda hakaret-aşağılama ifadeleriyle nitelenen yabancı kadın karakterin "kötülüğü" (Küçük ve Koçak, 2022: 12) diğer misallerdir.

Reality Show-Yarışma: Göçmen kadınlar özellikle güzellik ve moda temalı program formatlarında görünürlük elde eder. Yarışmacılar ve jüriler arasında eşitsiz iktidar ilişkileri ve asimetrik iletişim biçiminin gözlemlendiği bu tür programlara katılım ve temsil biçimleri ana akım egemen yorumlardan bağımsız değildir. Almanya'da Germany's next Topmodel (GNTM) Reality Show programında gözlemlendiği gibi göçmenler kadınlık, makyaj ve vücut hareketleri konusunda yargılanır. Kadınlar, erkek jürilerin küçümsemesine maruz kalır. Göçmen olmayan jüriler, kadınların makbul yabancılik sınırını tanımlama ve yönetme gücündedir. Ayrıca kadınlara etnik temelli "modern" ve "geri" şeklinde ayrımcılık yapılır. Programda karakterlerin basmakalıplaşmış ve kutuplaşmış profildeki davranışları formata katkı sağlarken aynı zamanda cinsiyetlendirilmiş ötekiliğin temsilleri kullanılır (Lünenborg ve Fürsich, 2014: 963-965).

Çevrim içi Ortam: Çevrim içi ortamda sosyal ağ platformları, blog ve forumlarda göçmenlerin (mülteciler/sığınmacılar) toplumsal cinsiyet ve güçle bağlantılı problemleri, ötekileştirme ve düşmanlaştırmanın aracına dönüştürülür.

Göçmenlerin homojen gruplar olarak tasvir edildiği çevrim içi alanda erkekler "baskıcı", kadınlar ise "kızlarını parayla satan, güçsüz, mağdur" söylemiyle damgalanır. Kadınların sorunları gönülsüz evliliklerle sınırlandırılır. Kadın deneyiminin karmaşıklığı ve çeşitliliğini vurgulayan görüşler oryantalist biçim

alan çevrimiçi temsiller arasında marjinal kalır. Sosyal ve küresel baskınlıktaki bu tür temsiller örneğin Suriyeli mülteciler ve Arapları genelleyip toplumdan ayırıştırırken kadınların anavatanları ve ev sahibi ülkelerdeki yaşamlarını etkileyen daha geniş güç ilişkilerini göz ardı eder. Özellikle kadınların çevrimiçi temsilleri ile toplumsal gerçeklikleri arasında kopukluk yaratır (Al-hayek, 2014: 698-699; Solmaz, 2021: 127).

Çevrim içi platformlar, “ideolojik ve politik ön kabullerin” etkisiyle ev sahibi toplumda bazı duygularla “sahte haberlere” inanma ve davranış geliştirmeye yol açtığından (Keskinkaya, 2021: 203) kadınların toplumsal sorunlarına karşı duyarsız kalır.

Medyada Göçmen Kadın Temsillerinin Toplumsal İşlevi

Medyada göçmen kadın temsillerinin sosyal boyutta fonksiyonları mevcuttur. Göç ve kadın konusuna karşı sistematik bir dikkat eksikliği ve kadınların kültürel bir yaklaşımla “ötekileştirilmesi” (Giorgi, 2012: 67) kamusal alan ve toplumsal yaşamda riskli sonuçlar doğurabilir.

İlk sorun kadınların görünmezliğiyle bağlantılıdır. Sosyal yaşamda var olmaya çalışan kadınların (mülteciler) günlük sorunlarla başa çıkma mekanizmaları ile hayatta kalma becerileri, kendisi ve aileleri için yeni yaşamlar kurmadaki olumlu rolleri, “uyum ve bütünleşme için gösterdikleri çaba” ve bireysel hikâyelerinin kamuoyu tarafından bilinmediği söylenebilir. Aktif yurttaşlıktan bahsetmeyi imkânsız kılan görünür olmama hali kadınların güçlenmesine katkıda bulunmazken bireysel ve toplumsal yaşamlarındaki tüm yön ve alanlarını etkiler. Söz konusu durumun sosyal adaletin sağlanması adına olumlu bir etki yaratmayacağı öngörülebilir.

İkinci problem kadınları eşdeğer bir grup kategorisi içinde (“Suriyeliler” ifadesi gibi) algılamaya yol açarak “kişisel” ve “insani” yönden hayat mücadelesinin değerini göstermekten aciz temsil pratikleridir.

Üçüncü husus medya tarafından erkekleri kararlı ve cesur bir şekilde kendi yaşamının sahibi, kadınları ise pasif, boyun eğen ve sorunlarını çözemeyen masumlar olarak temsil edilmesinin kamu algısında oluşturduğu yanılısamadır. Bu tür imajlar yüzünden kadınların kamusal alandaki üretken ve aktif rolleri görünmez kalır. Kadınların hikâyeleri ve bakış açılarının göz ardı edilmesi nedeniyle toplumsal farkındalık ve sempati uyandırma olanağı kaçırlır. Özdeşleşememe, empati veya bağ kuramama, sosyal kabulü oluşturmama ve duyarsızlaşma gibi durumlar pekiştirilir. Ayrıca kadınlara yönelik cinsiyetçi çerçeveler ve söylemlerle birlikte bu engeller klişeleştirme ve sosyal damgalamanın yeniden üretilmesi ve normalleştirilmesine yol açar (Lünenborg ve Fürsich, 2014: 971; Martínez Lirola ve Zammit, 2017: 74-75; Amores vd., 2020: 308; Pandır, 2022: 280-281; Liu, 2022: 975).

Dördüncü sorun tek boyutlu, olumsuz ve kategorik göstergelere dayalıdır. Örneğin Almanya’daki “tipik” kadın göçmene dair görsel temsil egemen toplumdaki farklı bir dini/etnik grup odaklıysa (örneğin Müslümanlar ve Araplar), kadın göçmenler arasında kaba bir kategorik ayırım (Müslümanlar ve Müslüman olmayan diğerleri) yapılır. Bedenleri ve kıyafetleri üzerinden farklılık ve aidiyetsizlik söylemi üretilir (Lünenborg ve Fürsich, 2014: 964). Kanada’da ise popüler medyadaki bu minvaldeki temsiller aracılığıyla kadınlara karşı (başörtülü ve genellikle örtünmeyi seçen Müslüman kadınlar) düşmanlık beslemek veya şüphayle bakmak gibi aşırı tutumlara yol açılabilir. Temsiller hedef kişilerde özgüven krizi, kimlikleriyle ilgili kafa karışıklığı ve

kendi inançları hakkında şüpheye düşme gibi tutumlara sebebiyet verebilir (Bullock ve Jafri, 2000: 38-39).

Yerli toplum üyeleri ise bu tür imaj doğrultusunda göçmen kadın kimliğini “alt tabaka, eğitim seviyesi düşük, entegrasyona gönülsüz/uyum sağlayamayan” gibi söylemlerle yeniden inşa edebilirken bunun dışında kalan diğer göçmen kadınları “başarılı ve profesyonel” ve “tam yerleşmiş” (“Almanlaşmış” nitelmesi gibi) şeklinde telakki eder (Lünenborg ve Fürsich, 2014: 972).

Bu temsiller sonucunda söz gelimi Avrupa’daki cinsiyet, ırk veya etnik köken, milliyet, sosyal sınıf ve din gibi unsurlara karşıt ideolojiler aracılığıyla kadınların yapısal şiddet ve ayrımcılığın hedefi ve hatta kurbanına dönüştürülmesi çözümsüz kalan bir sorundur. Nitekim kendi ülkelerindeki şiddetten kaçmak için göç eden, ancak vardıkları ülkelerde yeni şiddet türleriyle karşılaşan kadınlar zor bir yaşam içinde yapısal şiddete daha fazla uğrar (Gilchrist, 2010: 384; Amores vd., 2020: 309).

Medyada Göçmen Kadın Temsiline Dair Alternatifler

Medyadaki olumsuz tasvirlerin giderilmesi yoluyla kadınların günlük yaşamının onarılacağı önerisi (Bullock ve Jafri, 2000: 39) mevcut yayıncılık formasyonu, anlayışı, pratikleri ve politikaları dâhilinde yeterli değildir. Göçmenler ve göçmen kadınları yalnızca söylemsel olarak değil aynı zamanda fiilen kapsayan bir yaklaşımı paylaşacak bir medya, toplumu bir arada tutma ve dezavantajlı grupların gerçekliklerini doğru temsil ederek farklı sesleri duyurma yönündeki normatif rolleri yerine getirebilir (Garcia Blanco ve Wahl-Jorgensen, 2009: 257-258). Bunun için çeşitli alternatif öneriler dile getirilir.

Öncelikle medya tarafından göçmenler ve özellikle kadınların karmaşık göçmenlik deneyimlerine daha fazla odaklanması zaruridir (Lünenborg ve Fürsich, 2014: 972). Medyada göçmenlere karşı örtük cinsiyetçi önyargılar üzerinden toplumsal cinsiyet kimliği bazında bir yaklaşım sergilenmemesi (Liu, 2022: 976) için sektör çalışanlarına bu konudaki doğru ve etik uygulamalar hakkında bilgi ve önerilerin sunulması gerekir. Ayrıca profesyonellere göç hareketleri kapsamında önyargılı ve cinsiyetçi haber yapmanın sonuçları hakkında eğitim verilmesi önerilir. Sözgelimi kadın mülteciler gibi dezavantajlı grupları “öteki” olarak konumlandıran ve “biz”den farklılıklarını vurgulayan içeriklerden vazgeçilmesi, bunun yerine kadınların içinde buldukları koşullar ve hikâyeleri hakkında farkındalık yaratacak düzeyde etik ve olumlu temsillerin arttırılması ve eş anlı şekilde bu grupların sesini duyuran işbirlikçi yeni projeleri destekleyen ve yaygınlaştıran stratejiler ve kampanyaların üretilmesi (Amores vd., 2020: 310; Pandır, 2022: 281) elzemdir.

Kadın göçmenlerin kamusal görünürlüğüünün sağlanabilmesi ve genel olarak göçmen grupları içerecek şekilde kadınların kendi sorunlarını tanımlayarak kamusal ve siyasi gündeme getirebilmesi açısından bu arayışlar değerlidir (Lind ve Meltzer, 2021: 936). Toplumsal gruplar arasındaki sosyal anlayış ve barışın sağlanması için de bu önerilerin uygulanabilir kılınması önemlidir (Pandır, 2022: 281).

Sonuç

Göçmenler, göç olgusunun oluşum koşulları ve niteliğiyle birlikte gittikleri yerlerde çeşitli zorluklar ve sorunlar içindeki dezavantajlı sosyal grupları oluştururken kadınlar toplumsal cinsiyet normları ve değerleriyle bağlantılı problemler yaşar. Kadınlar zorunlu ve uluslararası göç deneyimiyle birlikte daha

dezavantajlı bir kesimi meydana getirir. Göçmen kadınların toplumsal kimliği ile medyanın yaklaşımı ise kamusal algı ve tutumu ilgilendiren boyut kazanır.

Bu çalışmada Batı ülkeleri başta olmak üzere dünyanın çeşitli yerlerinde mülteci, sığınmacı, yabancı kimlikleriyle ya da farklı etnik köken ve kültüre dayalı sınıflarla yaşayan kadınların özellikle ana akım medyada görünür olmadığı, yetersiz temsil edildiği veya çoğunlukla "Mağdur ya da kurban", "Biz"e benzeyen 'iyi-ideal' yabancı", "Bizim için 'olumsuz' yahut 'çelişkili", "Cinsel obje", "Tehdit ve yük" şeklindeki ana temalarla öne çıkarıldığı saptanmıştır. Çelişik kodlar ve temalar içeren temsillere Batı ülkeleri başta olmak üzere Türkiye dâhil birçok ülkede rastlanır. Kadınlara dair temsil politikaları uluslararası ortaklıklar gösterir.

Ağırlıklı ana akım medyadaki format ve ortamlar kapsamında göçmen kadın kimliği ve temsili konusunda en fazla araştırma gazetecilik ürünü haberler örneğindedir. Haberlerde göç olgusunun toplumsal cinsiyet eşitsizliği bakımından soruşturulmadığı vurgulanabilir. Göçmen kadınlar görünmez kılınan, yok sayılan veya yetersiz/yanlış temsil edilen bir gruptur. Kadınların görüşleri, tanıklıkları ve bilgilerine yer verilmediği düşünülür. Erkek egemen bir perspektife sahip haberlerde ise eril bir üslup, dil ve çeşitli ifadeler ile çerçeveler aracılığıyla yanlış/eksik değerlendirmeler yapılır. Haberlerde kadınlar ötekileştirilir ve pasif bir özne olarak konumlandırılır.

Televizyon dizileri ve Reality Show programlarında ise göçmen kadınlar görünmez durumdadır. Görünür olduğunda ise olumsuz veya toplumdaki egemen değerleri/normları taşıyan "olumlu roller veya karakterler" üzerinden temsil edilir. Reality Show-Yarışma programlarında göçmen kadınlar fiziksel

görünümü ve bedeniyle egemen değerleri yansıtabildiği ölçüde öne çıkarılır. Kadınlar için “kabul edilebilir” bir yabancılık ölçütü oluşturulur.

Çevrim içi ortamda sosyal medya, blog ve forum sitelerinde ana akım medyanın cinsiyetçi kodlarıyla paralel söylenti ve içeriklerle göçmenler ve kadınlar basmakalıp yargılarla ötekileştirilir. Göçmen kadınların yaşamını etkileyebilen iktidar ve tahakküm ilişkileri unutulurak göçmenlerin kendisi ve kültürel ortamı hedef haline getirilir. Böylece kadınların çevrimiçi temsilleri ile çevrimdışı sosyal gerçeklikleri arasında bağlantısızlık mevcuttur.

Medya temsilleri kadınların bireysel ve sosyal mücadeleleri, kazanımları, mevcut topluma uyum çabaları ve hikâyelerinin kamuoyu tarafından bilinmemesine yol açabilir. Toplumsal farkındalığa ve farklı gruplar arasında olumlu ilişkilerin kurulmasına engel oluşturabilecek bu durum aynı zamanda kadınların yaşadıkları zorlu yapısal şartları ve sorunları çözümsüz bırakır.

Medyanın göçmenler ve kadınların sorunlarını doğru ve derinlikli bir şekilde ele alması önerilir. Onların bakış açısı ve sözüne yer verecek etik standartlara uygun temsiller sunması gerekir. Bunun için medya profesyonellerinin göç, toplumsal cinsiyet ve toplumsal eşitsizlikler konusunda bilgilendirilmesi ve eğitim alması gerektiği belirtilir. Ayrıca mülteci-sığınmacı gibi gruplar açısından hayati derecede önemli stratejiler ve kampanyalar için iş birliği tavsiye edilir. Söz konusu alternatif yaklaşımlara ek olarak bu çalışmanın önerisi ise iletişim bilimleri ve medya eğitimi alanında göç, toplumsal cinsiyet ve kadın sorunlarına dair eğitim süreçlerinin geliştirilmesidir. Öte yandan bu tür problemlere karşı toplumsal bilincin artması için eleştirel medya okur-yazarlığı eğitiminin yaygınlaştırılması gerekir.

Elbette tüm önerilerin, birçok sorun barındıran zorunlu göç olgusu karşısında yetersiz kalabileceği düşünülebilir. Ancak yine de göç, toplumsal cinsiyet ve medya temsillerinin birlikte oluşturduğu sorun alanlarının anlaşılması ve çözüm çabası adına öneriler dikkate alınabilir.

Kaynakça

- Adaman, F. & Keyder, Ç. (2006). Türkiye’de büyük kentlerin gecekondu ve çöküntü mahallelerinde yaşanan yoksulluk ve sosyal dışlanma (Avrupa Komisyonu/Türkiye Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı 2005-2006 Araştırma Raporu). Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Politika Forumu web sayfasından erişildi: https://spf.boun.edu.tr/sites/spf.boun.edu.tr/files/1439211320_study_turkey_tr.pdf
- Akkaya, Ö. & Kam, Y. (2017). Sınır bekçisi medya ve sınırların eşigindeki kadınlar: anaakım gazetelerin online platformlarında Suriyeli kadınların temsili. Onur Yamaner (Ed.), Savaş söylemlerinde kadın imgesi içinde. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Alhayek, K. (2014). Double marginalization: The invisibility of Syrian refugee women’s perspectives in mainstream online activism and global media. *Feminist Media Studies*, 14(4), 696-700.
- Amores, J. J., Arcila-Calderón, C. & González-de-Garay, B. (2020). The gendered representation of refugees using visual frames in the main Western European media. *Gender Issues*, 37(4), 291-314.
- Ayhan, B. (2019). Göç, göçmen ve yerel basın. Alaattin Aköz, Doğan Yörük ve Haşim Karpuz (Ed.), Konya kitabı XVII Geçmişten Günümüze Göçler (s. 91 -103) içinde. Konya: Konya Ticaret Odası.
- Bayram, P. (2020). Sosyal medyada Suriyeli mülteci krizine ilişkin sosyal gerçeklik: Türkiye’deki politik gençlik üzerinden bir analiz, Ege Üniversitesi (Doktora tezi).
- Biehl, K. & Danış, D. (2020). Toplumsal cinsiyet perspektifinden Türkiye’de göç araştırmaları. Kristen Biehl ve Didem Danış (Der.), Toplumsal cinsiyet perspektifinden Türkiye’de göç araştırmaları (s. 8- 17) içinde. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Mükemmeliyet Merkezi (SU Gender) ve Göç Araştırmaları Derneği (GAR). Erişim <https://dspace.ceid.org.tr/xmlui/bitstream/handle/1/1642/Toplumsal%20Cinsiyet%20Perspektifinden%20T%C3%BCrkiye%E2%80%99de%20G%C3%B6%C3%A7%20Ara%C5%9Ft%C4%B1rmalar%C4%B1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Brooks, D. & Hébert, L. P. (2006). Gender, race, and media representation. Bonnie J. Dow and Julia T. Wood (Ed.), In the SAGE handbook of gender and communication (p.297-318). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Bullock, K. & Jafri, G. (2000). Media (mis) representations: Muslim women in the canadian nation. *Canadian Woman Studies/Les Cahiers de la Femme*, 20(2), 35-40. Erişim: <https://cws.journals.yorku.ca/index.php/cws/article/download/7607/6738>
- Buz, S. (2009). Köken ülke - sığınılan ülke hattında kadın sığınmacılar ve "geçicilik". Ayten Alkan (Der.), *Cins cins mekân* (s. 303-327) içinde. İstanbul: Varlık.
- Certel, N. & Atasü Topçuoğlu, R. (2022). Suriyeli kadınlarla yapılan evliliklerin medyadaki görünümü: Sosyal hizmette savunuculuk için bir çağrı. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 33(2), 537-562.
- Çambay, S. (2019). Türkiye'deki Suriyeli mültecilerin dijital gazetelerdeki temsil sorunu. *Electronic Turkish Studies*, 14(1), 157-180.
- De Haan, A. (1999). Livelihoods and poverty: The role of migration - a critical review of the migration literature. *The Journal of Development Studies*, 36(2), 1-47.
- Dedeoğlu, S. & Ekiz Gökmen, Ç. (2020). Göç teorileri, göçmen emeği ve entegrasyon: kadınların yeri. Kristen Biehl ve Didem Danış (Der.), *Toplumsal cinsiyet perspektifinden Türkiye'de göç araştırmaları* (s. 18-37) içinde. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Mükemmeliyet Merkezi (SU Gender) ve Göç Araştırmaları Derneği (GAR). Erişim <https://dspace.ceid.org.tr/xmlui/bitstream/handle/1/1642/Toplumsal%20Cinsiyet%20Perspektifinden%20T%C3%BCrkiye%E2%80%99de%20G%C3%B6%C3%A7%20Ara%C5%9Ft%C4%B1rmalar%C4%B1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Değirmenci, N. (2014). Almanya'da Türk ve Alman medyasında Türk kökenli göçmen kadınların temsili, Akdeniz Üniversitesi (Yüksek Lisans tezi).
- Efe, İ., Paksoy, A. F. & Pandır, M. (2017). Türk basınında Suriyeli sığınmacı temsillerinin eleştirel söylem analizi (Proje No. SOBAG 115K268). TÜBİTAK, ULAKBİM web sitesinden erişilen adres:

- <https://search.trdizin.gov.tr/yayin/detay/617485/turk-basiniinda-suriyeli-siginmaci-temsillerinin-elestirel-soylem-analizi>
- Eissa, E. A., Guta, H. A. & Hassan, R. S. (2022). Representations of arab women in Hollywood pre-and post-9/11. *Journal of International Women's Studies*, 24(5), 1-20.
- Elmas, Ş. & Paksoy, A. F. (2020). Türk basınında Suriyeli Sığınmacı Kadınların Temsili. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (35), 184-210.
- Erdoğan, C. (2019). Türkiye basınında Suriyeli mülteci kadın İmgesi: Farklı yaklaşımlar, Marmara Üniversitesi (Yüksek Lisans tezi).
- Fraser, N. (2009). Feminizm, kapitalizm ve tarihin oyunu. (Çev. G. Kurtsoy). *Kültür ve Siyasette Feminist Yaklaşımlar* 9, 58-75.
- Fryberg, S. A., Stephens, N. M., Covarrubias, R., Markus, H. R., Carter, E. D., Laiduc, G. A. & Salido, A. J. (2012). How the media frames the immigration debate: The critical role of location and politics. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 12(1), 96-112.
- Garcia Blanco, I. & Wahl-Jorgensen, K. (2009). Migrant women and the representation of immigration. *Feminist Media Studies*, 9(2), 256-259.
- Gilchrist, K. (2010). Newsworthy victims? Exploring differences in Canadian local press coverage of missing/murdered aboriginal and white women. *Feminist Media Studies*, 10(4), 373-390.
- Giorgi, A. (2012). The cultural construction of migrant women in the Italian press. *E-cadernos Ces*, 16. 66-91.
- Göker, G. & Keskin, S. (2015). Haber medyası ve mülteciler: Suriyeli mültecilerin Türk yazılı basınındaki temsili. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 41, 229-256.
- Hennebry, J., Williams, K., Celis-Parra, D. & Daley, R. (2017). Mis/representations of women migrant workers in the media: A critical analysis (Proje). United Nations for gender equality and the empowerment of women (UN Women) web sitesinden erişilen adres: <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2017/Mis-representation-of-women-migrant-workers-in-the-media-en.pdf>

- Johnson, H. L. (2011). Click to donate: visual images, constructing victims and imagining the female refugee. *Third World Quarterly*, 32(6), 1015-1037.
- Keskin Köşkeroğlu, İ. R. (2018). Ötekilik bağlamında Suriyeli kadınlar: Yerel ve ulusal basında Suriyeli kadın temsillerinin incelenmesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi (Yüksek Lisans tezi).
- Keskinkaya, E. (2021). Hakikat ötesi çağda sosyal medya ve Suriyeliler: Ankara'da göçmen yoğun bir atölyede etnografik saha çalışması, Ankara Üniversitesi (Doktora tezi).
- Koç, Ç. T. & Yaşar, Y. (2022). Rusça İslamofobi: "Na Krayu" dizisinin islamofobik temsillerinin incelenmesi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 341-366.
- Körükmez, L. (2021). Piyasa, politika ve toplumsal cinsiyet kıskacında kadın emeği (Kırkayak Kültür Raporu). *Cinsiyet Eşitliği İzleme Derneği* web sitesinden erişildi: <https://dspace.ceid.org.tr/xmlui/handle/1/1901>
- Küçük, O. & Koçak, M. C. (2022). "Öyle Bir Geçer Zaman Ki" dizisi örneğinde yabancı kadının temsili. *Injocmer*, 2(1), 12-27.
- Lind, F. & Meltzer, C. E. (2021). Now you see me, now you don't: Applying automated content analysis to track migrant women's salience in German news. *Feminist Media Studies*, 21(6), 923-940.
- Liu, S. J. S. (2022). Gendering immigration: media framings of the economic and cultural consequences of immigration. *Feminist Media Studies*, 22(4), 965-982.
- Loneragan, G. (2012). Reproductive justice and migrant women in Great Britain. *Women: A Cultural Review*, 23(1), 26-45.
- Lünenborg, M. & Bach, A. (2009). Gender and ethnicity in the German mass media: current research on the representation of female migrants. *Feminist Media Studies*, 9(2), 250-256.
- Lünenborg, M. & Fürsich, E. (2014). Media and the intersectional other: The complex negotiation of migration, gender, and class on German television. *Feminist Media Studies*, 14(6), 959-975.
- Martínez Lirola, M. & Zammit, K. (2017). Disempowerment and inspiration: A multimodal discourse analysis of immigrant women in

- the spanish and Australian online press. *Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines*, 8(2), 58-79.
- Mattoscio, M. & MacDonald, M. C. (2018). Introduction: gender, migration, and the media. *Feminist Media Studies*, 18(6), 1117-1120.
- Meyers, M. (2004). African American women and violence: Gender, race, and class in the news. *Critical Studies in Media Communication*, 21(2), 95-118.
- Mustafa-Awad, Z., Kirner-Ludwig, M. & Sawalha, M. (2021). "Arab women's Spring" revisited: media attitudes and public opinion in Germany. *Feminist Media Studies*, 21(2), 189-210.
- Narlı, A. N., Özaşçılar Öztürk, M. & Turkan İpek, I. Z. (2020). Turkish Daily press framing and representation of Syrian women refugees and gender-based problems: Implications for social integration. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 18(1), 1-21.
- Narlı, N. & Özaşçılar, M. (2021). Representation of Syrian women and children refugees' health in Turkish daily newspapers. *Journal of International Migration & Integration*, (22), 167-181.
- Nash, M. (2006). Rethinking media representations of immigrant women. *Quaderns de la Mediterrània*, 7, 57-60.
- Navarro, L. (2010). Islamophobia and sexism: Muslim women in the western mass media. *Human Architecture: Journal of the Sociology of Self-Knowledge*, 8(2), 95-114.
- Neziroğlu, S. (2018). Toplumsal cinsiyet bağlamında turizm haberleri üzerine bir inceleme, Akdeniz Üniversitesi (Yüksek Lisans tezi).
- Özcan, E. (2013). Lingerie, bikinis and the headscarf: Visual depictions of Muslim female migrants in German news media. *Feminist Media Studies*, 13(3), 427-442.
- Pandır, M. (2022). Social exclusion of women refugees in public imagination: underrepresentation and depersonalisation. *Ortadoğu ve Göç*, 12(2), 260-284.
- Panjabi, C. (2010). Real and imagined immigrant identities in the public sphere: Representations of South Asian women in literary and television media (Doktora tezi). The George Washington University ProQuest Dissertations Publishing veri tabanından erişildi. (UMI No. 1480011)

- Romero, C. F., Prieto-Andrés, A. & Julve, E. U. (2022). The representation of immigration in the Spanish press from a gender perspective (2008-2019). *Tripodos*, (53), 1-17.
- Sadowski, H. (2015). Depiction of female migrants in German mass media: Insights into the status quo according to Lünenborg and colleagues' findings in migrantinnen in den Medien. *Critical Sociology*, 41(6), 951-957.
- Seber, G. (2013). Kadın çalışmalarında yapamadıklarımız. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27-33. Erişim: <https://ear-siv.anadolu.edu.tr/xmlui/handle/11421/196>
- Silva, K. & Mendes, K. (2009). Commentary and criticism: women, migration and the media. *Feminist Media Studies*, 9(2), 243-245.
- Solmaz, F. (2021). Kentte risk olgusu: İstanbul'da sosyolojik bir inceleme, İstanbul Üniversitesi (Doktora tezi).
- Tekten Aksürmeli, Z. S. (2019). Suriye'den gerçekleşen göç sonrasında Gaziantep'te yerli ve göçmen yoksulluğu, Gazi Üniversitesi (Doktora tezi).
- Tuncel, I. (2011). Turizmin cinsiyeti ya da kadın gölgesinde turizm. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(2).
- Türkkol, F. (2019). Alternatif haber dili arayışları Barış gazeteciliği ve hak haberciliği perspektifinden Türkiye'deki Suriyeli mülteci haberleri, Maltepe Üniversitesi (Doktora tezi).
- Uçar İlbuğa, E. & Sepetçi, T. (2010). Türk medyasında yabancı kadın temsilleri: ulusal gazetelerin bölgesel ekleri ve Antalya'daki yerel gazeteler üzerine bir çalışma. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (13), 29-53.
- Uzun, B. & Şeker, H. (2023). Sosyal medyada Milliyetçilik ve mülteci karşıtlığının yemek kültürüne yansması. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (58), 75-88.
- Yıldırım, M. (2018). Türkiye'deki "uluslararası göç ve göçmen" algısında medyanın rolü ve toplumsal uyuma etkileri. *Route Education and Social Science Journal*, 5(14), 846-856.
- Yuval Davis, N. (2010). Cinsiyet ve millet. (Çev. A. Bektaş). İstanbul: İletişim.

Hegemonik Erkekliğin Çemberinde: Kadın Spor Haberleri

*Yavuz DEMİR**

Giriş

Sanayi Devrimi'yle birlikte spor toplumsal bir etkinlik halini almaya başlamış (Kaya ve Ata, 2023) ve spor ile toplumsal güç, kimlik ve statü gibi önemli noktalar arasındaki ilişki güçlenmiştir. Farklı türdeki spor etkinliklerinin sınıf, cinsiyet ve ırk ayrımıyla bağlantıları, sporun eğitimdeki ve modern tüketim kültüründeki rolü her zaman tartışma konusu olmuştur (Hargreaves, 1986). Batı ülkelerinde modern sporun toplumsal gelişimi, geleneksel tarım toplumlarından modern sanayi toplumlarına geçişin tezahürleri olarak değerlendirilmektedir. Toplumsal güç, kimlik, statü, sınıf, modernleşme, cinsiyet ve hegemonya gibi ideolojik ilişkiler, sporun toplumsal gelişimin belirli noktalarını oluşturmaktadır (Gruneau, 1988).

Toplumdaki erkeklerin özellikle spor gibi aktivitelerle sahip olduğu kültürel güç, kültürel yaşamın da bir öznesi olarak cinsiyetçiliğin ve hegemonik erkekliğin spor sayesinde yayılmasına

* Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, yavuz.demir@usak.edu.tr.

neden olmuştur (Hargreaves, 1989). Gramsci'nin (1971) hegemonya kavramından yola çıkarak toplumdaki eşit olmayan cinsiyet ilişkilerini açıklamak için Connell (1987) tarafından ortaya atılan "hegemonik erkeklik" kavramı, toplumdaki birtakım erkeklerin, kadınlara ve diğer erkeklere karşı kurduğu üstünlük ve tabiiyet ilişkisinin meşrulaştırılmasına dayanmaktadır. Toplumsal cinsiyet dinamik bir süreçtir ve toplumsal cinsiyet düzenleri gündelik pratikler ve ilişkiler içinde bunlar aracılığıyla ortaya çıkmaktadır (Connell, 1987). Toplumsal cinsiyet ilişkilerinde hegemonyaya yapılan vurgu, hegemonik erkekliğin büyük ölçüde kültürel üstünlük (söylemsel ikna) yoluyla elde edildiğinin altını çizmektedir (Messerschmidt, 2019). Fikir birliği ve tahakküm arasında kurulan söylemsel ikna yoluyla, sporun cinsiyetleştirilmesi, kimin bu oyunu oynayıp oynamayacağına karar verilmesi, "cinsiyet uygun" sporların yapılandırılması gibi birçok nokta sporun çizdiği çizgilerin aynı zamanda ulusal birliğin simgeleri haline gelmesine yol açmıştır (Burnett, 2001).

Hegemonik erkekliğin, "medya araçları ile olan ilişkisi hem yapısal hem de üretilen ürünler aracılığıyla toplum içerisinde meşruiyet kazanmasına ve fikirlerin benimsetilmesine yardımcı olmaktadır" (Demir ve Öztürk, 2023: 49). Bu ilişkiler içerisinde spor medyası da toplumsal güç ilişkilerini ve özellikle de hegemonik erkeklik normlarını yükselten bir yapı içerisine bürünmüştür. Uzun yıllar boyunca "oyuncak departmanı" olarak önemsizleştirilen spor gazeteciliği, tüm önemsizleştirmelere rağmen elinde tuttuğu toplumsal güç nedeniyle kalıcı ve hayati bir alanı temsil etmeye devam etmektedir (Perreault ve Bell, 2022). Sporun elinde tuttuğu toplumsal güç nedeniyle spor medyası da sembolik bir alan olarak gücünü korumuş ve geniş toplumsal

yapıda dönüşümlere öncülük etmiştir (Cooky ve Antunovic, 2020). Bu dönüşümlerin merkezinde yer alan spor medyası, yaptığı haberlerle ve kurduğu güç ilişkileriyle hegemonik tahakkümün sürdürülmesinde başat rol oynamış ve oynamaya da devam etmektedir.

Gazeteciliğin birçok alanında olduğu gibi spor gazeteciliğinin de teknolojik yeniliklerden kaynaklanan değişikliklere uyum sağlaması gerekmiştir. Özellikle dijital spor gazeteciliği, tarihsel olarak spor gazeteciliğine atfedilen görevlerin çoğunu yerine getiren, takım ve oyuncuları temsil eden bitişik alanların baskısıyla karşı karşıya kalmıştır (Perreault ve Bell, 2022). İnternet, sosyal medya ağları ve bu ağlarda yayın yapan kuruluşlar, geleneksel medyanın hegemonik gücünü aşmak için bir fırsat olarak görülse de bu yapılar geleneksel hegemonik rolleri temsil etmeye ve erkek sporlarına/ sporcularına daha fazla yer vermeye devam etmektedir (Shifflett vd., 2016). Bu ağlarda hem geleneksel hem de dijital spor içeriği üreticileri kullandıkları dil, haber miktarı ve görsellerle spor medyasında egemen olan ataerkil ve hegemonik yapıyı beslemeye devam etmektedir (Ayhan ve Demir, 2022). Bu ağlarda spor medyası tarafından sporcu kadınların başarısızlıkları ve başarılarının küçümsenmesi gibi stereotipler sıkça kullanılırken, cinselleştirme ve nesnelleştirmeye de maruz kalmaktadır (Adá Lameiras ve Rodríguez-Castro, 2021; Ayhan ve Demir, 2022).

Bu çalışma, spordaki hegemonik güç ilişkilerinin spor medyası aracılığıyla inşa süreçlerini incelemektedir. Sporun doğasında yer alan ve toplumsallığın temelinde yer alan yapılar, sporun önemli bir toplumsal kurum haline gelmesine yol açmıştır. Sporun cinsiyet üzerinden oluşturduğu hegemonik güç

ilişkilerinin bir yansıması olarak ulus ve kimlik inşasında oynadığı roller önemli bir yapıyı işaret etmektedir. Sporun elinde bulunan güçlerin bir taşıyıcısı olarak spor medyası da cinsiyet üzerinden tahakküm ilişkilerinin kurulmasında başat rol oynamaktadır. Bu çalışmada, sporun hegemonik güç ilişkileri üzerinden oluşturduğu ulus ve kimlik inşasına değinildikten sonra geleneksel ve dijital spor medyasının hegemonik erkeklik normlarını nasıl yansıttığına ilişkin bir değerlendirme yapılacaktır.

Sporla Toplumsal Cinsiyet ve İnşa Süreçleri

İtalyan Marksist filozof Antonio Gramsci'nin (1891-1937) spora ilgisi görünüşte 'sıfır'a yakın olmasına rağmen (Guttman, 1994) özellikle kapitalist elitlerin incelikli bir ideoloji dayatması yoluyla egemen statülerini nasıl sürdürdüklerini açıklamak için kullanmış olduğu "hegemonya" kavramı, günümüzde spordaki hegemonik güç ilişkilerini açıklamak için kullanılan önemli bir kavram haline gelmiştir. Gramsci'ye (1971) göre yönetici sınıfların, egemen ideolojilerini kabul ettirmesi için bir "fikir birliği" yaratması gerekmektedir. Bu fikir birliği ise zorlamayla değil, entelektüellerin ve spor gibi kurumların etkisiyle yaratılmaktadır (Ann ve Rodriguez, 2000). Yani hegemonya her zaman fikir birliği ile zorlama arasında bir denge olarak görülmektedir. Hegemonyada, liderlik tahakkümünden önce gelmesine rağmen tahakküm olmadan da işleyemez (Gramsci, 1971).

Spor, erkekliğin, erkek kimliklerinin ve heteroseksüelliğin inşası için güçlü bir alan olarak görülmektedir (Mean ve Kassing, 2008). Spor, erkek ayrıcalık ve tahakküm ideolojisini ve uygulamasını inşa etmek ve sürdürmek için güçlü bir kültürel alan olarak hizmet etmekte ve erkek hegemonyasının üretiminde ve sürdürülmesinde derin bir rol üstlenmektedir (Segrave vd., 2006).

Tarihsel süreçte erkeklikle neredeyse eş anlamlı olarak anılmaya başlayan spor, erkek hegemonyasına sürekli meydan okunduğu ve karşı çıkıldığı dönemlerde, erkeklere kendi egemenlikleri savunma fırsatı sağlamaktadır (Messner, 1988; Messner, 1992; Duncan ve Messner, 2002).

Spor aracılığıyla erkeksi hegemonya, inşa ve yeniden inşa edilmektedir. Sporun erkek egemenliğini doğrudan desteklediği süreçler, erkekleri ve erkekliği değerli becerilerle ve onaylanmış saldırganlık/güç/şiddet kullanımıyla ilişkilendiren süreçler olarak öne çıkmaktadır. Spor, erkekliğin baskın biçimini yüceltmesine rağmen kadınları olduğu gibi bazı erkekleri de dışlayabilmektedir (Bryson, 1987; Connell, 1987). Cinsiyet rolü teorisine tepki olarak Connell (1987; 1995) tarafından ortaya atılan "hegemonik erkeklik" kavramı, spordaki hegemonik ilişkileri tanımlamak için kullanılmaktadır. Hegemonik erkeklik, cinsiyet teorisinin statik, cinsiyetler arasındaki güç farklılıklarına dikkat etmeyen, direnişi ve toplumsal değişimi açıklayamaması gibi noktalara tepki olarak ortaya çıkmıştır (Connell ve Messerschmidt, 2005; Messerschmidt, 2019). Hegemonik erkeklik, belirli bir tarihsel ve toplumsal ortamda, erkeklerle kadınlar, erkeklik ile kadınlık ve erkeklikler arasındaki eşitsiz toplumsal cinsiyet ilişkilerini meşrulaştıran belirli bir erkeklik biçimi olarak tanımlanmaktadır (Connell, 1987).

Hegemonya, ırk ve sınıf toplumsal cinsiyet düzenine ilişkin içsel ilişkileri tanımlamaktadır. Cinsiyetin ırk ve sınıf gibi diğer eşitsizlik yapılarıyla etkileşimi yoluyla ek erkeklikler inşa edilmektedir. Irk, sınıf ve toplumsal cinsiyetin kesişimleri, hem ötekileştirme ilişkilerini hem de tahakküm ilişkilerini ortaya çıkarmaktadır (Grindstaff ve West, 2011). Hegemonya, ırk ve sınıf gibi

yapıların spor aracılığıyla birleştiği noktada spor ulusun temsilinde, inşasında ve kimliğin yaratılmasında önemli bir aracı olarak dikkat çekmektedir (Von der Lippe, 2002). Fiziksel performans merkezi bir yer verilen ve erkeklerin egemen olduğu bir aktivite olarak ulusal sporun inşası, erkek ayrıcalığının yaratılması ve erkek bağlarının desteklenmesi için önemli küresel bir alan haline gelmiştir (Knoppers ve Anthonissen, 2003). Bu küresel alanda, spor aracılığıyla cinsiyetleştirilmiş modern kimlikler yaratılmaktadır. Bu da sporda cinsiyet ve ulusal kimlik arasında örüntülü bir ilişki olduğunu ve bu iki kimliğin bireysel veya kolektif bir kimliğin izole edilmiş parçaları olmaktan çok ötesini ifade ettiğini göstermektedir. Sporda yaratılan bu özel modern kimlik aracılığıyla, geleneksel olarak erkeklerin ulusal topluluk kültürüyle özdeşleşmesi ve bu kültüre erişimi ve kadınların yabancılaşması ve bu kültürden dışlanmasıyla karakterize edilmektedir. Bu bakımdan hem ulus hem de ulusal kimlik, ataerkil ideolojileri devreye sokan ve nüfusun erkek kesimlerinin egemenliğini ve kadın kesimlerinin bağılılığını güçlendiren sosyo-kültürel yapılar olarak görev yapmaktadır (Andrews, 1996). Bu bakımdan spor hem kişisel hem de ulusal cinsiyet kimliklerinin inşasının tartışıldığı bir alan olarak ortaya çıkmaktadır (Wood, 2018).

Oluşturulan ataerkil ulus ve ulus inşasında sporun hegemonik alanlarına karşı gelen "herkes" dışlanmaktadır. Connell'in (1995) marjinalleşme olarak açıkladığı bu durum, egemen ve ikincil sınıftaki veya ırksal/etnik gruplardaki erkeklikler arasındaki ilişkileri ifade etmektedir. Burada sporun hegemonik ilişkilerine ve yapısına müdahale eden herkes egemen grubun hegemonik erkekliğin verdiği yetkilendirmeye ötekileştirilmektedir

(Connell, 1995). Bu yüzden erkekler ve kadınlara kendilerine “ait” görülen sporları yapmalıdır. Sporun içerisindeki bu katı güçlü kültür, gücünü doğadan almakta ve cinsel farklılığın ve erkek üstünlüğünün “doğal” bir ifadesi olarak kabul edilmektedir. Bu durum sporun hegemonik gücü içerisinde heteroseksüel egemenliğin yanı sıra sınıf ve ırk eşitsizliği gibi kalıpları da vurgulamaktadır (Messner 1992).

Hegemonik Bir Dünyada Kadın Olmak: Spor Haberlerinde Hegemonik İmgeler

Kadınların, sporda eşitlik ve saygı kazanma yönündeki çabalarına rağmen kadınlar erkek egemen ideolojinin dayattığı çok sayıda engelle karşılaşmaya devam etmektedir (Ann ve Rodriguez, 2000). Bu engellerin ortaya çıkmasında ve desteklenmesinde etkili araçların başında ise spor medyası gelmektedir. Tarihsel olarak spor medyası geleneksel olarak kadınları ve kadın sporlarını ötekileştirmiştir (Pedersen, 2002; Hardin vd., 2006). Geleneksel ve dijital spor medyası üzerine uzun süredir yapılan toplumsal cinsiyet araştırmalarında da (Shifflett ve Revelle, 1994; Koivula, 1999; Eastman ve Billings, 2000; Cooky vd., 2013; Coche, 2015; Sainz-de-Baranda vd., 2020; Adá Lameiras ve Rodríguez-Castro, 2021; Ayhan ve Demir, 2022) spor medyasının kadınlara ve kadın sporlarına yeterince yer ve önem vermediği belirlenmiştir. Son yıllarda kadınların spor organizasyonlarına bireysel ve takım halinde katılımı ve seyircilerin kadın spora olan ilgisi artmasına rağmen spor medyası kadınları yeterince temsil etmeye devam etmektedir (Capranica vd., 2005). Spor medyası kadın sporlarına ve sporcularına ilişkin düşük ilginin yanı sıra anlatılara odaklanma, dilsel seçimler ve kadınların cinsel meta olarak kullanıldığı görsellerle temsil etmektedir (Sherry vd., 2016).

Kadın sporcuların spor haberlerinde dışlanması ya da geleksel, cinselleştirilmiş kadınlık ve heteroseksüellik söylemleri çerçevesinde çerçevelenmesiyle, kadınların spor arenasına artan girişine aktif olarak direniş gösterilmektedir (Mean ve Kassing, 2008). Bu çerçevelerin yanı sıra kadın sporlarına ilişkin haber miktarı ve kalitesi düşürülmektedir. Böylece spor medyası kadın sporunu susturup, ötekileştirmekte ve erkek sporlarına olan ilgiyi arttırmaktadır. Kadınların spora katılımı artmasına rağmen spor medyasında yer bulamaması, izleyicilere sporun erkekler tarafından, erkekler için ve erkeklerle ilgili olmaya devam ettiği mesajını vermektedir (Cooky vd., 2013). Spor medyasında yer alan kadın sporu haberlerinde kadın bedenini önemsizleştirme eğiliminde olan söylemsel bir çerçeve oluşturulmaktadır. Bu söylemsel stratejiler arasında kadın bedeni hem erotikleştirilmekte hem de kadınlar çocuksu bir şekilde sunulmaktadır. Bu da sporda hegemonik erkekliğin ideolojik çıkarlarıyla ilişkili kalıplaşmış cinsiyetçi yargılardan kaynaklanmaktadır (Ponterotto, 2014). Ayrıca söylemsel stratejilerin yanında görsel stratejilerle de kadın sporcular, erkek sporculara göre müstehcen pozlarla cinselleştirilmektedir (Wasike, 2020). Bunun yanı sıra spor haberlerinde yer alan kadın sporları önemli olmayan sporlardan ve kadınların sportif başarılarının erkeklere kıyasla daha sönük bir şekilde çerçevelendiği içeriklerden oluşmakta (Musto vd., 2017) ve içeriklerde mizahi bir tutum sergilenmektedir. Bunun yanı sıra kadın spor haberlerinde “sporcu olmayan” kadınların cinsel olarak nesneleştirilmesine de sıkça başvurulmaktadır (Messner vd., 2003).

Spor medyasında “erkek” sporu olarak kabul edilen özellikle futbol, basketbol ve beyzbol ister sezon içi olsun ister sezon sonu

olsun haberlerde en fazla alanı kaplamaktadır (Cooky vd., 2021). Cinsiyete “uygun” olarak kabul edilen yüzme, jimnastik, tenis ve dalış sporlarında yarışan kadın sporcular, cinsiyete “uygun olmayan” futbol gibi spor dallarında yarışan kadın sporculara göre spor medyasında kendisine daha fazla yer bulmaktadır (Vincent, vd., 2003). Bu haberlerden yer kalan durumlarda ise kadın sporları tek boyutta sunulmaktadır. Yer verilen kadın spor haberleri, kendisinden önce ve sonra gelen erkek spor haberlerinin arasına sıkıştırılmış ve gizlenmiş durumdadır (Cooky vd., 2021). Kadınların spor yoluyla başarı elde ettiği durumlarda hegemonik erkekliğin baskısından kısmen de olsa kurtularak medyada yer alabilmektedir. Ancak kısmen aşılın bu dışlama durumlarında da medya araçları başarıyı en aza indirgeyerek hegemonyayı sürdürmeye devam etmektedir (Bryson, 1987).

Geleneksel spor medyasının kadın sporlarını ve kadın sporcuları yansıttığı ve yansıtmadığı birçok nokta eleştirilmektedir. Ancak sosyal medya ağlarının ortaya çıkışı, sporcular ve kadın sporcular için doğrudan kendini ifade etme ve hayranlarla aracı-sız iletişime geçme fırsatı yaratmıştır (Hardin ve Whiteside, 2012; Coche, 2017). Sosyal medya eski ve yeni medya araçlarını seyirciler için yeniden tanımlanmış ve çok boyutlu bir deneyimde birleştiren modern spor yayıncılığının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bu yakınlaşma nedeniyle sosyal medyanın popüleritesinin profesyonel kadın sporları üzerinde özel etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler arasında özellikle geleneksel spor medyasında kendisine yer bulamayan kadın sporu ve sporcular, sosyal medya ağlarında yer alan haberlerde daha fazla yer bulabileceği beklenmektedir (Vann, 2014; Chen vd., 2016; Litchfield ve Kavanagh, 2019).

Sosyal medya, dünya çapında dikkat çekmede, tartışma yaratmada ve kadın sporlarının medyada yer almasındaki değişiklikleri sergilemede önemli bir rol oynamıştır. Sosyal medya, spor haberlerini kişilerarası, kültürlerarası ve uluslararası bir kamusal alan haline getirmiştir. Ancak haber medyası için kadın sporcuları ve kadın sporlarını kapsamak ve temsil etmek için kullanılan değerler değişmemiştir. Medyanın kadın sporlarına ilişkin yayınlarına tarihsel bir bakış, günümüzün dijitalleştirilmiş, çeşitlendirilmiş ve küreselleşmiş spor yayınlarıyla devam etmektedir (Creedon, 2014). Yapılan araştırmalarda (Sheffer, 2020; Ayhan ve Demir, 2022; Ramon ve Rojas-Torrijos, 2022) sosyal medya ağlarında kadın sporu ve sporcular hala kendilerine erkek sporcu ve sporlarına göre daha az yer bulmakta ve sosyal medya ağları spordaki hegemonik erkeklik ilişkilerini güçlendirmeye devam etmektedir.

Çağdaş spor kültürü, kadın sporcuların geleneksel medyada sürekli olarak marjinalleştirildiği, son derece erkeksileştirilmiş bir kültür olarak içerisinde değerlendirmektedir. Sosyal medya ağlarında da erkek ve kadın sporcuların temsiline ilişkin cinsiyet farklılıklarını ortaya koyan söylemler üretilmektedir. Görünüşte tarafsız gibi görünen “adanmış”, “yetenekli” ve “çalışkan” gibi kelimelerle cinsiyete dayalı çağrışımlar yapılabildiği gibi (Yang, vd., 2020) sosyal medya ağlarında yer alan kadın spor haberlerinde başarısızlığı, cinsiyetçiliği ve kadın sporcuların kişisel yaşamını ön plana çıkaran bir dil de kullanılmaktadır (Ayhan ve Demir, 2022). Ayrıca geleneksel spor medyasında olduğu gibi sosyal medya ağlarında da kadın sporcular, cinsiyete uygun olarak kabul edilen spor dallarında yer aldığı taktirde, bu ağlarda oluşturulan haberlerde kendilerine daha sık yer bulmaktadır

(Sainz-de-Baranda vd., 2020). Görüldüğü gibi hem geleneksel kitle iletişim araçları hem de yeni iletişim araçlarında kadın sporcu ve sporları hegemonik erkekliğin çeşitli noktalarıyla baş etmesi gerekmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarında hegemonik erkekliğin göstergeleri “editoryal” seçimlerden kaynaklanmasına rağmen sosyal medya ağlarıyla birlikte sürece “kullanıcılar” da dahil olmuştur. Kadın sporcu ve sporları editoryal kısıtlamaları aşsa bile bu sefer kullanıcıların hegemonik söylemlerine maruz kalabilmektedir.

Sonuç

Sporun hegemonik erkekliği yaydığı ve koruduğu görüşü uzun zamandır kabul edilmektedir. Sporun içerisinde barındığı saldırganlık, rekabetçilik, güç, hız ve takım çalışması gibi birçok nitelik aynı zamanda erkeklerle özdeşleştirilmiş ve erkeklerin sadece oyun sahasına değil dilsel söylemlerle kültürel yaşama da hâkim olması sağlanmıştır. Bu da erkekliğin bir göstergesi olarak sporun yapılmasına, içerisinde barındırdığı dinamiklere uyum sağlanmasına ve bu alanın erkeksi niteliklerinin toplumsal yaşamda da karşılık bulmasına yol açmıştır (Cahn, 1994).

Erkeklerin üstünlüğünü ve tahakkümünü sağladığı bir alan olan spor, tribünlerde ve sosyal hayatta taraftarlar için özel bir kültürel alan olarak varlığını devam ettirmekte ve korumaktadır (Tiryaki ve Uzun, 2023). Bir kadının spor sahasına adım atması ya da spor hakkında konuşması, toplumsal cinsiyet ilişkileri politikalarına verilen tepkiden çok daha fazlasını içermekte ve aktif bir rahatsızlık olarak görünümünü korumaktadır (Crawford, 2023). Spor aracılığıyla yayılan hegemonik erkeklik ve kültürel gücün en önemli yordayıcısı ise spor medyası ve haberleridir. Spor medyası yaptığı haberlerle kadın sporlarını ve sporcularını

toplumsal cinsiyet normlarını güçlendirecek şekilde sunmaktadır (Poniatowski ve Hardin, 2012). Sporun bir kimlik ve aidiyet alanı olarak işlev gördüğü noktada (Whiteside, 2022) spor medyası yaptığı haberlerle cinsiyetçi kimlik ve ulus inşasında rol oynamakta ve sürdürdüğü cinsiyetçi politikalarla hegemonik erkekliği güçlendirmeye devam etmektedir. Spor medyasının uyguladığı bu cinsiyetçi politikalar bir süre sonra yaşamın olağan bir akışı haline gelerek normalleştirilmektedir.

Sporadaki hegemonik güç ve toplumsal baskı, spordaki kadınları ikincilleştirdiği gibi kabul edilen toplumsal ve kültürel normların yansıtılmasını da istemektedir. Özellikle kimlik ve ulus gibi kültürel, politik ve toplumsal alanların birleştiği noktalarda sporculardan bağlılık, dil, din ve gelenek gibi toplumsal normları sergilemesi beklenmektedir (Shor ve Yonay, 2010). Örneğin, 2023 Avrupa Kadınlar Voleybol Şampiyonası'nda şampiyon olan Türkiye Kadın Voleybol Takımı'nın başarısı oyuncuların cinsel tercihleri yüzünden gölgelenmeye çalışılmıştır. Bu sporcu(lar), cinsel tercihlerinin ötesinde kabul görmek için bayrak ve İstiklal Marşı gibi ulus ve kimlik inşasının önemli bileşenleri olan kültürel değerleri benimsedikleri ifade ve görselleri ön plana çıkarmıştır.

Geleneksel kitle iletişim araçlarında olduğu gibi sosyal medya ağları ve dijital spor haberleri de aynı şekildeki cinsiyet asimetrisini yansıtmaktadır (Everbach, 2018; Cooky vd., 2021; Demir ve Ayhan, 2022). Sosyal medya ağları içerisinde barındığı birçok farklı ilişki ağına rağmen geleneksel kitle iletişim araçlarında var olan hegemonik gücü sürdürmeye devam etmektedir. Bu ağlarda, spor medyası tarafından kadın sporları ve sporcular görmezden gelinmeye devam edildiği gibi bireysel kullanıcıların

yaptığı yorumlarla toplumsal cinsiyet eşitsizliği daha da artmaktadır. Günümüzde sosyal medya ağlarının da iletişimin önemli bir aracı haline gelmesiyle birlikte spor ve spor medyası toplumdaki hegemonik güç ilişkilerini ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini arttıran kültürel bir güç olmaya devam etmektedir.

Kaynakça

- Adá Lameiras, A. & Rodríguez-Castro, Y. (2021). The presence of female athletes and non-athletes on sports media Twitter. *Feminist Media Studies*, 21(6), 941-958.
- Andrews, D. (1996). Sport and the masculine hegemony of the modern nation: Welsh rugby, culture and society, 1890-1914. In *Making men: Rugby and masculine identity* (pp.142-151). London: Routledge.
- Ann, L. & Rodriguez, S. (2000). Our sporting sisters: How male hegemony stratifies women in sport. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 9(1), 15-34.
- Ayhan, B. & Demir, Y. (2022). Systematic sexism: Women's sports news in a circle of gatekeepers and users on Twitter. *Communication & Sport*, 0(0), doi: 10.1177/21674795221147644.
- Bryson, L. (1987). Sport and the maintenance of masculine hegemony. *Women's Studies International Forum*, 10(4), 349-360.
- Burnett, C. (2001). Whose game is it anyway? Power, play and sport. *Agenda*, 16(49), 71-78.
- Cahn, S. K. (1994). Sports talk: Oral history and its uses, problems, and possibilities for sport history. *The Journal of American History*, 81(2), 594-609.
- Capranica, L., Minganti, C., Billat, V., Hanghoj, S., Piacentini, M. F., Cumps, E. & Meeusen, R. (2005). Newspaper coverage of women's sports during the 2000 Sydney Olympic Games: Belgium, Denmark, France, and Italy. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 76(2), 212-223.
- Chen, S., Duncan, T., Street, E. & Hesterberg, B. (2016). Differences in official athletic website coverage and social media use between men's and women's basketball teams. *The Sport Journal*, Erişim: <http://thesportjournal.org/article/differences-in-official-athletic-website-coverage-and-social-media-use-between-mens-and-womens-basketball-teams/>
- Coche, R. (2015). The amount of women's sports coverage on international sports news websites' home pages: Content analysis of the

- top two sites from Canada, France, Great Britain, and the United States. *Electronic News*, 9(4), 223-241.
- Coche, R. (2017). How athletes frame themselves on social media: An analysis of Twitter profiles. *Journal of Sports Media*, 12(1), 89-112.
- Connell, R. & Messerschmidt J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19, 829-859.
- Connell, R. (1987). *Gender and power*. Sydney: Allen and Unwin.
- Connell, R. (1995). *Masculinities*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Cooky, C. & Antunovic, D. (2020). "This isn't just about us": Articulations of feminism in media narratives of athlete activism. *Communication & Sport*, 8(4-5), 692-711.
- Cooky, C., Council, L. D., Mears, M. A. & Messner, M. A. (2021). One and done: The long eclipse of women's televised sports, 1989-2019. *Communication & Sport*, 9(3), 347-371.
- Cooky, C., Messner, M. A. & Hextrum, R. H. (2013). Women play sport, but not on TV: A longitudinal study of televised news media. *Communication & Sport*, 1(3), 203-230.
- Crawford, M. (2023). Speaking up and speaking out: Collective voice in women's sports media. *Communication & Sport*, 11(4), 688-705.
- Creedon, P. (2014). Women, social media, and sport: Global digital communication weaves a web. *Television & New Media*, 15(8), 711-716.
- Demir, Y. & Öztürk, M. (2023). Hegemonik erkeklik ve medya: Bibliyometrik bir analiz. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10, 49-67.
- Demir, Y. & Ayhan, B. (2022). Being a female sports journalist on Twitter: Online harassment, sexualization, and hegemony. *International Journal of Sport Communication*, 15(3), 207-217.
- Duncan, M. C. & Messner, M. A. (2002). The media image of sport and gender. In *Media Sport* (pp. 170-185). London: Routledge.
- Eastman, S. T. & Billings, A. C. (2000). Sportscasting and sports reporting: The power of gender bias. *Journal of Sport and Social Issues*, 24(2), 192-213.

- Everbach, T. (2018). "I realized it was about them... not me": Women sports journalists and harassment. In *Mediating misogyny: Gender, technology, and harassment* (pp. 131-149). Cham: Palgrave Macmillan.
- Gramsci, A. (1971). *Prison notebooks*. London: Lawrence and Wishart.
- Grindstaff, L. & West, E. (2011). Hegemonic masculinity on the sidelines of sport. *Sociology Compass*, 5(10), 859-881.
- Gruneau, R. S. (1988). Modernization or hegemony: Two views on sport and social development. In *Not just a game: Essays in Canadian sport sociology* (pp. 9-32). Ottawa: University of Ottawa Press.
- Guttman, A. (1994). *Games and empire*. New York: Columbia University Press.
- Hardin, M. & Whiteside, E. (2012). How do women talk sports?: Women sports fans in a blog community. In *Sport and its female fans* (pp. 152-168). New York: Routledge.
- Hardin, M., Dodd, J. E. & Lauffer, K. (2006). Passing it on: The reinforcement of male hegemony in sports journalism textbooks. *Mass Communication & Society*, 9(4), 429-446.
- Hargreaves, J. (1986). *Sport, power and culture. A social and historical analysis of popular sports in Britain*. Cambridge: Polity Press.
- Hargreaves, J. (1989). The promise and problems of women's leisure and sport. In *Leisure for leisure: Critical essays* (pp. 130-149). London: Palgrave Macmillan.
- Kaya, A. Y. & Ata, F. (2023). Covid-19 salgını sürecinde ev içi spor haberlerine yönelik bir içerik analizi. *İNİF E- Dergi*, 8(1), 154-171.
- Knoppers, A. & Anthonissen, A. (2003). Women's soccer in the United States and the Netherlands: Differences and similarities in regimes of inequalities. *Sociology of Sport Journal*, 20(4), 351-70.
- Koivula, N. (1999). Gender stereotyping in televised media sport coverage. *Sex Roles*, 41(7-8), 589-604.
- Litchfield, C. & Kavanagh, E. (2019). Twitter, team GB and the Australian Olympic team: Representations of gender in social media spaces. *Sport in Society*, 22(7), 1148-1164.

- Mean, L. J. & Kassing, J. W. (2008). "I would just like to be known as an athlete": Managing hegemony, femininity, and heterosexuality in female sport. *Western Journal of Communication*, 72(2), 126-144.
- Messerschmidt, J. W. (2019). The salience of "hegemonic masculinity." *Men and Masculinities*, 22(1), 85-91.
- Messner, M. A. (1988). Sports and male domination: The female athlete as contested ideological terrain. *Sociology of Sport Journal*, 5(3), 197-211.
- Messner, M. A. (1992). *Power at play: Sports and the problem of masculinity*. Boston, MA: Beacon Press.
- Messner, M. A., Duncan, M. C. & Cooky, C. (2003). Silence, sports bras, and wrestling porn: Women in televised sports news and highlights shows. *Journal of Sport and Social Issues*, 27(1), 38-51.
- Musto, M., Cooky, C. & Messner, M. A. (2017). "From fizzle to sizzle!" Televised sports news and the production of gender-bland sexism. *Gender & Society*, 31(5), 573-596.
- Pedersen, P. M. (2002). Examining equity in newspaper photographs: A content analysis of the print media photographic coverage of interscholastic athletics. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), 303-318.
- Perreault, G. & Bell, T. R. (2022). Towards a "digital" sports journalism: Field theory, changing boundaries and evolving technologies. *Communication & Sport*, 10(3), 398-416.
- Poniatowski, K. & Hardin, M. (2012). "The more things change, the more they ...": Commentary during women's ice hockey at the 2010 Olympic Games. *Mass Communication and Society*, 15(4), 622-641.
- Ponterotto, D. (2014). Trivializing the female body: A cross-cultural analysis of the representation of women in sports journalism. *Journal of International Women's Studies*, 15(2), 94-111.
- Ramon, X. & Rojas-Torrijos, J. L. (2022). Public service media, sports and cultural citizenship in the age of social media: An analysis of BBC Sport agenda diversity on Twitter. *International Review for the Sociology of Sport*, 57(6), 918-939.

- Sainz-de-Baranda, C., Adá-Lameiras, A. & Blanco-Ruiz, M. (2020). Gender differences in sports news coverage on Twitter. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(14), 1-13.
- Segrave, J. O., McDowell, K. L. & King III, J. G. (2006). Language, gender, and sport: A review of the research literature. In *Sport, rhetoric, and gender: Historical perspectives and media representations* (pp. 31-41). New York: Palgrave Macmillan.
- Sheffer, M. L. (2020). New media, old ways: An analysis of sports media's depiction of female athletes on Instagram and Snapchat. *Journal of Sports Media*, 15(2), 31-50.
- Sherry, E., Osborne, A. & Nicholson, M. (2016). Images of sports women: A review. *Sex Roles*, 74, 299-309.
- Shifflett, B. & Revelle, R. (1994). Gender equity in sports media coverage: A review of the NCAA news. *Journal of Sport and Social Issues*, 18(2), 144-150.
- Shifflett, B., Murphy, D., Ghiasvand, F., Carlton, M. & Cuevas, M. (2016). Gender bias in sports-media analytics. *Journal of Sports Media*, 11(2), 111-128.
- Shor, E. & Yonay, Y. (2010). Sport, national identity, and media discourse over foreign athletes in Israel. *Nationalism and Ethnic Politics*, 16(3-4), 483-503.
- Tiryaki, S. & Uzun, B. (2023). Fanatic or ultras: Tribune culture in Turkey. *Communication & Sport*, 0(0) 1-20.
- Vann, P. (2014). Changing the game: The role of social media in overcoming old media's attention deficit toward women's sport. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(3), 438-455.
- Vincent, J., Imwold, C., Johnson, J. T. & Massey, D. (2003). Newspaper coverage of female athletes competing in selected sports in the 1996 centennial Olympic Games: The more things change the more they stay the same. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 12(1), 1-21.
- Von der Lippe, G. (2002). Media image: Sport, gender and national identities in five European countries. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), 371-395.

- Wasike, B. (2020). Jocks versus jockettes: An analysis of the visual portrayal of male and female cover models on sports magazines. *Journalism*, 21(10), 1432-1449.
- Whiteside, E. (2022). Women in sports news: Challenges posed by the emergence of popular feminism. In *The Routledge companion to news and journalism* (pp. 325-333). Oxon: Routledge.
- Wood, D. (2018). The beautiful game? Hegemonic masculinity, women and football in Brazil and Argentina. *Bulletin of Latin American Research*, 37(5), 567-581.
- Yang, E. C. L., Hayes, M., Chen, J., Riot, C. & Khoo-Lattimore, C. (2020). A social media analysis of the gendered representations of female and male athletes during the 2018 Commonwealth Games. *International Journal of Sport Communication*, 13(4), 670-695.

Spor, Siber Zorbalık ve Toplumsal Cinsiyet

Bünyamin Uzun¹

Giriş

Toplumun ürettiği cinsiyet rolleri yaşamın her alanında olduğu gibi spor alanında da kendini göstermektedir. Spor toplumsal yaşamın bir parçası olması nedeniyle hem spor yapanlar hem de spor habercileri için toplumsal cinsiyet rollerini ortaya çıkarmakta ve yeniden üretmektedir. Bu anlamda toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde kadınlar spor alanında ötekileştirilmektedir.

Toplumu oluşturan bireyler biyolojik olarak erkek ve kadın olarak dünyaya gelmekte ve biyolojik işlevleri doğrultusunda yaşamlarını sürdürmektedir. Bu anlamda biyolojik olarak kadın ve erkek olmak doğal ve doğuştan gelmektedir. Her iki cinsiyetin de biyolojik olarak farklı özellikleri vardır ve insan yaşamının devamlılığı için hem erkek hem de kadın farklı roller üstlenmektedir. Ancak toplumsal yaşamda kadın ve erkeklerin rolleri biyolojik işlevler doğrultusunda belirlenmemektedir. Toplumsal normlar ve iktidar ilişkileri cinsiyet rollerini belirleyerek toplumsal yaşamı şekillendirmektedir. Toplumsal yaşamın şekillenmesi noktasında ortaya çıkan kadınlık ve erkeklik kavramları sonradan oluşturulan rolleri işaret etmektedir (Bingöl, 2014: 108). Bu durum toplumsal adaletsizliklere neden olmakta ve cinsiyetlerin toplumsal yaşamdaki rollerini eşitsiz hale getirmektedir. Elbette bu da toplumsal uzlaşmayı ege-menlik ve hâkimiyet bağlamında sorunlu hale getirmektedir.

¹ Dr, Bağımsız Araştırmacı, uzunbnyamin17@gmail.com

Toplumsal hâkimiyeti elinde bulunduran eril iktidar kadınlık rollerini toplumsal yaşamın dışına iterek tahakküm kurmaktadır.

Spor, toplumsal yaşamın bir parçasıdır ve sporun çerçevesi toplumsal normlar doğrultusunda belirlenmektedir. Geçmişten günümüze ataerkil toplumların egemen olması sporu da eril bir alan şeklinde kurgulamıştır. Spor ile ilgili neredeyse bütün kavramlar erkeklik üzerine oluşturulmuş ve yarışma rekabeti erkeklik kavramları ile şekillendirilmiştir. Bu anlamda kadınlar bedensel özellikleri de öne sürülerek spor için uygun olmayan ya da rekabet için zayıf görülmüştür. Kadınların rekabetçi spor alanının dışında kadınlık görevlerini yerine getirerek spor alanında kısıtlı bir çerçeve sunan anlayış tamamen toplumsal cinsiyet ideolojilerinin bir ürünüdür (Koca ve Bulgu, 2005; Akkaya ve Kaplan, 2014: 179). Öte yandan spor uygulamalarında olduğu gibi spor medyasında da kadınlar ötekileştirilmekte ve toplumsal cinsiyet rollerine zorlanmaktadır. Spor medyası sporun kendisi gibi erkek egemenliğinde kalan bir alan olmuştur. Nitekim spor haberlerini yapan muhabirler ya da spor yorumcularının büyük bir çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır (Özsoy, 2008: 203; Kadioğlu ve Abdukaya, 2023). Bu anlamda spor dünyasında keskin toplumsal cinsiyet rollerinin olduğu ve kadınların ötekileştirildiği söylenebilir. Elbette durum yaşamın her alanında kadın sporculara ve kadın spor yorumcularına çeşitli sorunlar yaratmaktadır. Günümüzde en etkin alanlardan olan sosyal medyada kadın sporcular ve spor yorumcuları çeşitli siber zorbalıklar ve online tacizlere maruz kalmaktadır. Söz konusu siber zorbalıkların büyük oranda toplumsal cinsiyet rolleri ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Nitekim kadın sporcuların ve spor medyasında çalışan kadınların karşı karşıya kaldığı zorbalıkların başında bu alanın erkeklere ait olduğu ve kadınların bu konuda bir bilgisi olmayacağı gibi konulardır. Elbette bunlara göre çok daha sert zorbalık örnekleri de görülmektedir.

Siber zorbalık, en kısa olarak dijital dünyada bir bireyin kasıtlı olarak kokutmak, utandırmak, taciz etmek ya da sindirmek için saldırıya uğramasıdır. Siber zorbalık dijital dünyada gerçekleşen bir zorbalık türüdür ve bunun da diğer zorbalıklar gibi kasıtlı olarak zarar verme

amacına dayanması ile tekrar etmesi gerekmektedir. Siber zorbalık çoğunlukla dijital dünyada kurbanı uzak olma ve yaptığı şeyden dolayı bir yaptırım görmeyeceği düşüncesinden ortaya çıkmaktadır. Nitekim sosyal medya anonim olarak var olma olanağı sunması nedeniyle kullanıcılar bunu bir avantaj olarak görmekte ve topluma mâl olmuş bireylere bile zorbalık yapabilmektedir (Akça ve Sayımer, 2017). Zorbalığın birçok çeşidi vardır ve neredeyse herkesin bir şekilde özellikle dijital dünyada buna maruz kaldığı söylenebilir. Ancak bu çalışmada toplumsal cinsiyet algıları nedeniyle kadınlara yapılan siber zorbalık incelenecektir. Bu anlamda kadın sporculara ve spor medyasında çalışan kadınlara yönelik siber zorbalıklar ele alınacaktır.

Toplumsal cinsiyet algıları ve kadınları bu algılar içerisinde hapsedme isteği sosyal medya ile birlikte çok üst seviyelere ulaşmaktadır. Kadınlara biçilen rol çerçevesinde kısıtlı bir alanda yaşama katılma rolü spor alanında da etkin bir şekilde görülmektedir. Bu durum çalışmada yalnızca spor bağlamında incelenmiştir. Kadın sporcular sıkça ötekileştirme ile karşılaşmaktadır. Buna ek olarak spor medyasında var olmaya çalışan kadın haberciler ya da yorumcular da sık sık zorbalıklarla karşılaşmakta ve alanda varlık göstermelerinin önüne geçilmeye çalışılmaktadır. Bu çalışmada, kadın sporcuların ve spor medyasında yer alan kadınların sosyal medyada siber zorbalığa maruz kalması toplumsal cinsiyet bağlamında incelenmektedir. Çalışmada bu durumun sosyal medyaya yansımaları ve sosyal medyada kadın sporcular ile kadın spor habercilerine uygulanan siber zorbalık ele alınmıştır.

Toplumsal Cinsiyet ve Medya

Toplumsal cinsiyet (gender) kavramı, 1970'li yıllarda Ann Oakley tarafından sosyoloji alanında tartışma konusu haline getirilmiştir (Marshall, 1999). Öte yandan toplumsal cinsiyet kavramını da kapsayan kadının toplumsal yaşamdaki rolünü sorgulayan çalışmalar feminist hareketin yükselişe geçtiği 1940'lı yıllarda görülmüştür. Kadının toplumsal yaşamdaki ikincil konumunu eleştiren feminist hareketler toplumsal iktidar ilişkilerini sorunsallaştırmıştır (Baştürk Akca ve Ergül, 2016: 17).

Toplumsal cinsiyet kavramının ilk olarak kullanan Oakley'e göre cinsiyet kavramı biyolojik olarak erkek ve kadın ayrımını anlatmaktadır. Ancak toplumsal cinsiyet (gender) kavramı ise toplum tarafından belirlenen verili rollere gönderme yaparak eşitsiz bölünmeyi anlatmaktadır. Burada kadın olmak ya da erkek olmak bir anlam ifade etmemektedir. Başka bir deyişle cinsiyet bireysel bir bağlamdan çıkarak toplumsal temelde konumlandırılmakta ve toplumsal iş bölümü çerçevesinde kadınlık ve erkeklik ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda toplumsal cinsiyet toplumsal iktidar ve tahakküm yaratma aracı olarak işlev görmektedir (Marshall, 1999: 98-99).

Toplumsal cinsiyet kavramı, toplumsal yaşamın biyoloji tarafından belirlenmediği ve toplumsal normların cinsiyet rollerini ürettiği savunu üzerinden şekillenmiştir. Toplumsal cinsiyete dayalı olarak inşa edilen düzen, kadınlık ve erkeklik rollerinin toplumsal yaşam içerisinde belirlenmesi ve yeniden inşa edilmesidir. Toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden inşa edilmesiyle birlikte bu roller süreklilik kazanmaktadır. Bu anlamda toplumsal cinsiyet rolleri kuşaktan kuşağa aktararak toplumsal yaşamın sürekli bir parçası haline getirilmektedir (Keller, 2016: 15). Toplumsal cinsiyet kavramının ve toplumsal cinsiyet çalışmalarının kadınlık ve erkeklik rollerini merkeze aldığı söylenebilir. Elbette burada toplumsal yapının inşa ettiği ve toplumsal yaşama etki eden roller olduğu unutulmamalıdır. Bu anlamda toplumsal cinsiyet kavramı ataerkil toplumlarda kadının erkeklerden daha düşük bir yerde konumlandırılması anlamına gelmektedir. Bu durum toplumsal cinsiyet rolleri ve kalıpları ile belirginlik kazanmaktadır (Şahin ve Birincioğlu, 2020; Köseoğlu, 2023: 15).

Toplumsal cinsiyet (gender) toplumun yaşayışı ile oluşturduğu rolere dayanmaktadır. Bu roller cinsiyetler arası bir ayrım ile ortaya çıkmakta ve cinsiyet ayrımcılığı toplumsal rolleri oluşturmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri biyolojik temele dayanarak toplumsal ve kültürel bağlamda inşa edilmektedir. Bu bakımdan toplumsal cinsiyet kavramı ve toplumsal cinsiyet rolleri toplumdaki topluma ve kültürden kültüre farklılık göstermektedir. Ancak bu farklılıklar kadınlık ve erkeklik

stereotipleri üzerinden oluşturulmaktadır. Söz konusu stereotipler kadınların zayıf ve güçsüz olduğu savunusuna dayanmakta ve kadınlara toplumsal yaşamda alanları sınırlayan bir bağlamda olmaktadır. Öte yandan yaşamın her alanında erkeklik ve kadınlık üzerinden roller oluşmakta ve bunların tamamı ötekileştiren bağlamda da olmamaktadır. Bir anlamda toplumsal yaşamın bütün rolleri toplumsal cinsiyete göre toplumsal normlar ve kültüre göre oluşturulmaktadır (Marshall, 1999; Özdemir, 2010; Yumlu, 2014).

Toplumsal cinsiyet rollerinin inşası henüz birey doğmadan önce başlamaktadır. Nitekim çocuk doğmadan önce anne ve babalar çocuğun biyolojik cinsiyetine göre eşyalar almakta, elbiseler hazırlamakta ve bu bağlamda bir toplumsal rol ile büyümesi için hazırlık yapmaktadır. Elbette bu durum çocuk doğduktan sonra da devam etmekte ve birey toplumsal cinsiyet rollerine göre yetiştirilmektedir. Başka bir deyişle biyolojik etkenler bir kenara bırakılarak cinsiyetin temeli toplumsal normlar çerçevesinde oluşturulmaktadır (Vatandaş, 2007: 30; Baştürk Akca ve Kaya, 2017). Bu rolleri toplumun bireyleri oluşturmakta ve aktarmaktadır. Başka bir deyişle toplumsal cinsiyet rolleri nedeniyle toplumsal yaşamda sınırlandırılan bireyler de (özellikle kadınlar) bu rollerin üretimine katkı vermektedir.

Toplumsal cinsiyet (gender), toplumun yaşayış pratikleri içerisinde inşa edilmekte ve aktarılmaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerinin aktarılmasında kuşaklar arası aktarım önemlidir. Nitekim bireyler toplumsallaşma süreci içerisinde öğrenirler ve yaşamda bunları deneyimlerler. Bu anlamda toplumsal cinsiyet algısı da çocuklara öğretilmektedir. Bu anlamda ilk olarak anne ve baba toplumsal cinsiyeti öğretmekte ve çocukların da bu rollere göre davranmasını sağlamaktadır. Ancak ebeveynler kadar toplumsal çevre ve medya gibi diğer toplumsallaşma araçları da toplumsal cinsiyet rollerini öğretmektedir. Bütün bu toplumsallaşma araçları kültürel farklılıklar içermekte ve yeniden üretim ile toplumsal cinsiyet rollerinin kendi kültürleri bağlamında yeniden üretimini içermektedir (Pehlivan, 2017; Ökten, 2009: 303). Bu anlamda medya toplumsal cinsiyetin ve toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden inşası ve

aktarımında önemli bir rol oynamaktadır. Toplumsallaşma aracı olmasının yanı sıra geniş kitlelerin rahatça erişebildiği medya araçları kültürel bağlamın aktarıcısı rolündedir. Bu bakımdan medya toplumun kültürüne paralel toplumsal cinsiyet söylemlerinin üretilmesi ve kuşaktan kuşağa aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Radyo, televizyon ve gazete gibi medya araçları içerikleri ile toplumsal cinsiyetin üretilmesine ve aktarılmasına önemli katkılar sunmaktadır. Özellikle televizyon gibi geniş kitleler tarafından takip edilen ve görsel ve işitsel temelli olmaları nedeniyle doğrudan örnekler üreten medya araçları bu rolü çok daha etkin olarak yapmaktadır. Türkiye örneğinde değerlendirilirse diziler ve filmler toplumsal cinsiyet rollerini belirgin bir şekilde ortaya koymaktadır. Nitekim yapımların büyük çoğunluğunda kadına şiddet, tecavüz, kadını ötekileştiren ve stereotip kalıplar çerçevesinde bir yaşam öneren yapımlar görülmektedir. Bu anlamda medya kadının yaşamdaki konumunu ve toplumsal cinsiyet rollerini normalleştirme işlevi görmektedir. Türk toplumsal yapısının standartlarında ve bu yapı çerçevesinde kadınlara çizilen alanda bir kadınlık sınırlandırılmaktadır. Öte yandan erkeklerin egemen, etkin ve güçlü yapıları ile her işi yapabilecekleri mesajı merkeze alınmaktadır. Bu durum ataerkil bir toplum göstergesi olarak görülebilir (Bozer ve Erden, 2023; Dursun, 2008; Şahin ve Birincioğlu, 2020; Şakrak, 2020; Köseoğlu ve Arslan, 2023). Elbette bu durum yalnızca dizi ya da filmlerle sınırlı değildir ve reklamlar, animasyonlar ya da kamu spotları gibi içerikler de toplumsal cinsiyet rollerinin inşası ve aktarımında kullanılmaktadır (Özdemir, 2010). Bu anlamda medyanın bir kültür aktarıcısı olarak toplumsal cinsiyet algılarının yaygınlaşmasında ve normalleşmesinde etkili bir rolü olduğu söylenebilir.

Geleneksel medyaya benzer bir şekilde sosyal medya ağları da toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden inşası ve aktarımında rol oynamaktadır. Nitekim sosyal medya ağları kullanıcıların ürettiği mecralar olarak varlık göstermektedir. Bu bağlamda toplumsal ilişkiler içerisinde yetişen ve diğer alanlarda öğrenilen toplumsal cinsiyet algılarının sosyal medyaya da yansdığı görülmektedir. Sosyal medya ağlarında cinsiyet

algısı biyolojik temelden ziyade toplumsal bağlamla değerlendirilmektedir. Bu anlamda erkeklik ve kadınlık algısı sosyal medya paylaşımlarında kendini göstermektedir. Belirli stereotipler doğrultusunda belirlenen alanlarda erkeklerin ya da kadınların hareket etmesi gerektiği alt mesajı içeren paylaşımlar ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya ağlarında anonim olmanın verdiği güvenle bireylerin toplumsal cinsiyet dayatmasını zorbalık şeklinde ortaya koyduğu da görülmektedir. Bu durum topluma mâl olmuş kişilere özellikle kadınlara bile yapılmaktadır. Elbette bunun altında kültürel roller ve toplumun belirlediği roller yatmaktadır (Çalışır ve Okur Çakıcı, 2015; Ergeç ve Zateri, 2020; Delal ve Abanoz). Bu anlamda sosyal medya ağlarının toplumsal cinsiyet algısının yeniden üreticisi ve aktarıcısı olduğunu söylemek mümkündür. Sosyal medya ağlarının toplumda kapladığı alan düşünüldüğünde toplumsal cinsiyet algılarının yaygınlaşmasında etkin bir rol oynadığı söylenebilir. Buna ek olarak sosyal medya ağlarında bu algının daha sık dolaşıma sokulması ve insan yaşamını daha etkileyebilecek bağlamda olması sorunlu bir durumdur.

Siber Zorbalık

Siber zorbalık kavramının ne olduğunu açıklamadan önce onun temelini oluşturan zorbalık kavramının ne olduğuna bakmakta yarar vardır. Zorbalık, en genel olarak bir kişinin bilinçli olarak başkalarına sözlü saldırı, fiziksel taciz veya manipülasyon yaparak zarar vermesidir. Siber zorbalık ise söz konusu zorbalığın sanal ortamlarda gerçekleştirilmesi anlamına gelmektedir. Başka bir deyişle siber zorbalık dijital iletişim ağlarında gerçekleştirilen zorbalıklar olarak tanımlanabilir. Siber zorbalık kavramı ilk olarak 2003 yılında Bill Belsey'nin Kanada'da siber zorbalığı inceleyen bir web sitesi yayınlamasıyla ortaya çıkmıştır. Belsey, sanal ortamlarda yaşanan zorbalıkları aktarmak için (<http://www.cyberbullying.ca/>) adlı internet sitesini yayınlamıştır (Bauman ve Bellmore, 2015).

Literatürde siber zorbalık kavramına yönelik yapılan tanımlara bakıldığında Bhat (2008: 58) siber zorbalığın utandırmak, tehdit etmek, incitmek ya da dışlamak için yapılan davranışlar olduğunu

belirtmektedir. Bir diğer tanım da ise birinin dışlandığı, utandırıldığı, taciz edildiği veya aşağılandığı hatta işkence gördüğü durumları çerçeveleyen sanal saldırılardır. Siber zorbalık temel olarak bu durumların dijital ortamlarda bir kişiye yöneltilmesi ile ortaya çıkmaktadır (Betts, 2016). Burada yapılan siber zorbalık tanımlarına bakıldığında fiziki dünyada karşılaşılan zorbalıklardan hareketle bir tanımlama yapıldığı anlaşılmaktadır. Nitekim yazarlar gerçek dünyada yaşanan durumların dijital dünyaya da aktarıldığını saptamıştır. Elbette dijital dünyanın getirdiği şartlar çerçevesinde siber zorbalık daha geniş bir alanı kapsamaktadır.

Öte yandan siber zorbalık kavramını ilk olarak ortaya atan kişi olan Belsey kavramın en geniş kapsamlı tanımını yapanlardan birisi olmuştur. Belsey (2006) siber zorbalığı, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak bir birey ya da grup tarafından diğer birey ya da gruplara zarar vermek için kasıtlı olarak tasarlanan, tekrar edilen ve düşmanca davranış içeren zorbalıklar olarak tanımlamıştır. Burada yapılan zorbalığın türü ya da şekli bakımından bir kısıtlamaya gidilmeksizin dijital ortamlarda yapılan bütün zorba davranışların siber zorbalık olarak kabul edildiği görülmektedir.

Zorbalık davranışının altında yatan etkenlere bakıldığında aslında hepsinin aynı temele dayanarak ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Nitekim zorbalık davranışları kendini güçlü hisseden birinin daha aciz ve güçsüz gördüğü birine karşı yaptığı kötü eylemler olarak değerlendirilmektedir. Bu hareketlerin kasıtlı olarak yapılması, tekrarlanması ve kişinin üzerinde bir etkisinin olması durumunda zorbalık ortaya çıkmaktadır. Burada zorba, kurbandan daha güçlü bir konumda yer almaktadır. Ancak siber zorbalık bu bakımdan fiziki zorbalıktan ayrılmaktadır. Bu anlamda siber zorbalık yapan bir kişi daha güçlü bir konumda olmamasına karşın zorba olarak eylemlerini yapabilmektedir. Dijital dünyada görülen zorbalık hareketleri ve zorbalar gerçek dünya ile karşılaştırıldığında bu bakımdan farklı olmakta ve kendi iç dinamikleri ile şekillenmektedir (Englander, 2020). Bu durum doğrudan dijital dünyanın sağladığı olanaklarla ilgilidir. Dijital dünyada herkes herkese

ulaşabilmektedir ve anonim olarak bu dünyada var olmanın verdiği avantaj ile daha güçsüz konumda olan insanlar zorba davranışlar gerçekleştirebilmektedir. Bu anlamda bir sanatçı, sporcuya da gazeteci hatta bir siyasetçi herhangi bir insanın siber zorbalığına maruz kalabilmektedir.

Bu çalışmada kadın sporcuların ve spor gazetecilerinin maruz kaldığı siber zorbalık ele alınmıştır. Spor dünyasında yaşanan siber zorbalık sürekli artan ve yaygınlaşan bir durumdur. Sosyal medya kullanan neredeyse bütün sporcular ve spor medyasında çalışanlar siber zorbalığa maruz kalmaktadır. Bakıldığında spor dünyasında yer alan insanların yaşamında siber zorbalık normalleşmekte ve herkesin yaşadığı bir sorun haline gelmeye başlamaktadır. Öte yandan buna karşı sporcular bireysel olarak tepki vermekte ancak kolektif bir mücadele ise nadiren görülmektedir (Çavuş ve Ayhan, 2017; Yüçetürk ve Ağın, 2022: 160; Kaya ve Ata, 2023). Bu durum zorbalar için bir güç kaynağı olmakta ve zorbalık eylemi kronik olarak görülmeye başlanmaktadır. Öte yandan kadınlara yapılan siber zorbalıkların çok daha fazla olduğu belirtilmektedir. Toplumun gözü önünde olan ünlü kadın sporcular zaman zaman siber zorbalıklara maruz kalmaktadır. Kadınlara daha fazla yapılması toplumsal cinsiyet algıları ile doğrudan ilişkilidir. Nitekim kadını konumlandırma bağlamında kendinde böyle bir hak gören zorbalar, kadınlara siber zorbalık ve çevrimiçi istismarı sık sık gerçekleştirmektedir.

Kadın sporcuların çevrimiçi istismar ve siber zorbalıklara maruz kalması dijital dünyada anonim olarak yer alabilmekten kaynaklandığı düşünülmektedir. Ancak bu eylemler kadınların dijital dünyada ciddi bir korku yaşamaları tacize maruz kalması ve psikolojik olarak gündelik yaşamının etkilenmesi anlamına gelmektedir (Lenhart, 2007). Bu nedenle bazı dijital ağlar özellikle de blog ve sözlük tarzı sayfalar siber zorbalık ve çevrimiçi istismarı engellemeye yönelik sözleşmeler geliştirmiştir. Söz konusu ağlarda buna benzer bir durum yaşandığında sayfa yöneticileri zorbayı engellemekte ve bunu içeren mesaj da ortadan kaldırılmaktadır. Ancak dünya genelinde daha yaygın olan sosyal medya ağlarında böyle bir durum söz konusu değildir. Facebook, Instagram, X

(Twitter) ve YouTube gibi sosyal medya platformlarında çevrimiçi zorbalığa karşı alınan doğrudan bir önlem yoktur. Bu ağlar denetimden uzak yapıları ve çok fazla kullanıcı sayıları ile siber zorbalığı engelleme açısından olanak bulunmayan bir yapıya dönüşmektedir (Akın, 2010: 206; Baştürk Akca ve Sayımer, 2017).

Siber zorbalığın sporcuları psikolojik ve fiziksel olarak nasıl etkilediği ve bununla nasıl mücadele edilmesi gerektiği önemlidir. Buna ek olarak siber zorbalığa maruz kalan ve bunun temel nedeni toplumsal cinsiyet algıları olan kadın sporcuların yaşadığı durumu saptamak ise daha gerekli bir durumdur. Nitekim ülkemizin tanıtılması ve başarılar kazanmasında kadın sporcuların ciddi katkıları olduğu göz önüne alındığında toplumsal cinsiyet temelli olarak kadın sporculara böylesi zorlukların yaşatılması ya da yok sayılmak istenmesi kabul edilemez bir durumdur. Bu anlamda ulusal ve uluslararası literatürde yer alan siber zorbalık örnekleri tartışılacaktır.

Spor Camiasındaki Kadınların Maruz Kaldığı Siber Zorbalıklar

Bu çalışmada spor camiasında bulunan kadınların yani kadın sporcuların ve spor medyasından çalışan kadın gazetecilerin maruz kaldığı siber zorbalık örnekleri incelenmiştir. Siber zorbalık birçok nedenle ve farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda çevrimiçi istismar, taciz, psikolojik şiddet ve tehdit gibi birçok formda siber zorbalık örneği görülmektedir. Yaşanan siber zorbalıkların büyük bir çoğunluğunun kamuoyunun bilgisine açık bir şekilde paylaşılmadığı düşünüldüğünde sporcuların ciddi sorunlar yaşadığını söylemek mümkündür. Nitekim siber zorbalık ile mücadele büyük bir çoğunlukla bireysel düzeyde gerçekleşmektedir. Buna ek olarak toplumsal baskılar nedeniyle bazı zorbalıkların konuşulup açıklanamadığı da unutulmamalıdır. Söz konusu siber zorbalığa maruz kalan kadınlar olduğunda toplumda hâkim olan toplumsal cinsiyet algıları ve hegemonik erkeklik formları nedeniyle bu durum daha fazla olmaktadır. Bu anlamda Connell (2001) toplumsal cinsiyet algısının ve hegemonik erkeklik anlayışının birbirini beslediğini ve ataerkil toplumlarda belirgin bir şekilde görüldüğünü belirtmektedir. Türkiye'nin toplumsal yapısının da ataerkil bir bağlamda olduğuna

söylemek mümkündür. Bu anlamda hegemonik erkeklik anlayışı ve toplumsal cinsiyet kalıpları kadınları dezavantajlı bir konuma itmektedir. Bu bakımdan kadınların maruz kalacağı zorbalıklara ve siber zorbalıklara kaynaklık edeceği de söylenebilir.

Kadın sporcuların siber zorbalığa maruz kalması yalnızca bir saldırı ve rahatsız etme şeklinde de olmamaktadır. Toplumsal cinsiyet algıları doğrultusunda yaptıkları işlerin bağlamından kopartılarak sunulması önemli bir zorbalık örneğidir. Buna ek olarak dijital ağlarda da kadınların yaptığı işin görmezden gelinmesi söz konusudur. Kadınların spor ile ilişkisi aktarılırken haberlerde, reklamlarda ve sosyal medya paylaşımlarında cinsel obje göndermesi ön plana çıkmaktadır. Kadınların gündelik yaşamı içerisinde spor yapması arka plana itilerek spor sırasında giyilen ürün ya da spor esnasında vücudun aldığı şekil ön plana çıkartılarak cinsel boyutu vurgulanmaktadır. Bu anlamda kadınlar birer cinsel obje olarak gösterilmektedir. Bu durum haber yapılırken ve özellikle de reklam filmlerinde daha belirgin olmaktadır (Turan, vd., 2022). Bu anlamda kadın sporcuların belirli kalıplara göre yansıtıldığı ve o kalıp içerisinde kalmalarının beklendiği görülmektedir. Öte yandan özellikle X (Twitter) paylaşımlarında haber içeriği olanlarda bile kadın sporcuların cinsel obje olarak değerlendirilmesi belirgindir. Bu durum da doğrudan toplumsal cinsiyet algılarının bir sonucudur.

Öte yandan kadın sporcuların siber zorbalığa maruz kaldığı bir diğer nokta ise sosyal medya paylaşımları olmaktadır. Kadın sporcuların ve spor basınında çalışan kadın gazetecilerin paylaşımlarına yapılan yorumlar ya da paylaşımlarla ilgili atılan mesajlar da zorbalık içermektedir (Demir ve Ayhan, 2020). Kadın sporcuların kendisini nasıl paylaştığı ve benlik sunumu gerçekleştirdiğine bakıldığında; güzellik miti ön plana çıkmaktadır. Güzellik vurgusunun ardından ise adanmış kadın sporcu mesajı gelmektedir. Burada toplumsal cinsiyet bağlamında Türkiye’de egemen olan toplumsal cinsiyet anlayışına karşıt bir tutum görülmektedir. Öte yandan heteroseksüellik göstergesi ve geleneksel kadınlık göstergesi içeren paylaşımlar da görülmektedir. (Kavasoglu ve Koca, 2019; Tiryaki, 2014). Kadın sporcuların çoğu paylaşımında kendini

toplumsal cinsiyet algıları içerisinde paylaştığı anlaşılmaktadır. Buna ek olarak bu yargıları yıkan sporcu paylaşımları da oldukça fazladır. Tir-yaki'nin (2014) çalışmasında gösterdiği kaslı ve spor yapan kadın imaj-ları toplumsal cinsiyet algıları bakımından kabul edilmeyen yapılar sunmakta ve siber zorbalığı ortaya çıkarmaktadır. Elbette bunun siber zorbalığı meşrulaştırmayacağı ve nedeni olarak kabul edilemeyeceğini unutmamak gerekmektedir.

Kadın sporculara yapılan siber zorbalıkların bir kısmı ise yaptıkları sporun alanı ile ilgili olmasıdır. Alpay ve Orta (2022: 5) yaptıkları çalış-mada spor haberlerinde kullanılan cinsiyetçi dili açık bir şekilde ortaya koymuştur. İncelenen haberlerden birinde kadın sporculara güreşin er-keklerle ait bir spor olduğu mesajının verildiği saptanmıştır. Bu mesajın başta söz konusu kurumların dijital ağlarında olmak üzere çeşitli sosyal ağlarda dolaşıma sokulduğu görülmüştür. Güreş sporunun bir erkek sporu olduğu vurgusu ile toplumsal cinsiyete dayanarak siber zorbalık yapıldığı ve kadın sporcuların yok sayılarak aşağılandığı görülmekte-dir. Buna ek olarak kadın sporcular için "rezalet" ve "çirkin" gibi keli-meler de kullanılmıştır. Bu durum sporun toplumsal cinsiyet kalıpları çerçevesinde bölünmesi ve toplumsal cinsiyetin güç merkezli dağılımın bir göstergesidir (Büyükaşar, 2016: 71). Kadın sporculara bu anlamda yapılan siber zorbalıklar doğrudan toplumsal cinsiyet kalıplarının ürü-nüdür. Öte yandan bu tarz siber zorbalıklar sporcuların yaşamında önemli etkiler de yaratabilmektedir. Bu anlamda bazı örnekleri ince-le-mekte yarar vardır.

Sosyal medyada siber zorbalığa maruz kalan kadın sporcular yaşa-dığı psikolojik baskı sonrasında sporu bırakmak zorunda bile kalabil-mektedir. Türkiye'yi henüz 16 yaşındayken olimpiyat oyunlarında tem-sil eden millî jimnastikçi Tutya Yılmaz siber zorbalık mesajları sonra-sında sporu bırakmıştır. Burada sporcunun gündelik yaşamını etkileyen ve ağır bir psikolojik travma yaşamasına neden olan yorum ve mesajlar etkili olmuştur. Başka bir deyişle Yılmaz, maruz kaldığı siber zorbalık sonrasında sporu bırakmıştır. Bunun daha kötü örneği ise Japonya'da yaşanmıştır. Japon güreşçi Kimura sosyal medyadan fiziksel görünüşü

ile ilgili yapılan yorumlar sonrasında intihar etmiştir. Sporcu kimliğinin yanı sıra Netflix yapımı bir dizide de oyunculuk yapan Kimura ulaştığı şöhretle birlikte olumsuz yorumlar almaya da başlamış ve bunlara dayanamamıştır (Yüçetürk ve Ağın, 2022: 165-167). Yaşanan bu iki örnek özellikle sosyal medyada ortaya çıkan siber zorbalığın çok ileri boyutlarda sorunlara yol açtığını göstermektedir. Burada oluşan sorunların temelinde de toplumsal cinsiyet algıları yatmaktadır. Toplumsal cinsiyet bağlamında bir kadının nasıl olacağı ya da olması gerektiği düşüncesi zorbalık kaynağı olmaktadır.

Öte yandan siber zorbalığın bir diğer formu ise yok sayma bağlamında olmaktadır. Kadın sporcuların yaptığı işlerin hiçbir şekilde görülmemesi erkek egemen bir dünyanın yaratılması da siber zorbalık olarak değerlendirilebilir. Kantar ve arkadaşları (2023) spor basınının eril bir alan olduğunu ve erkek spor olaylarının daha çok haber olduğunu saptamıştır. Bu anlamda, TRT Spor, A Spor ve NTV Spor haber sitelerinde ve Twitter hesaplarında kadın sporunun ve kadın sporcuların oldukça az gösterildiği görülmektedir. Burada kadınların başarıları ve spor müsabakaları ya hiç görülmemiş ya da çok az yer verilmiştir. Bu anlamda incelenen kurumların tamamında neredeyse bütün içeriklerin %95 ve daha fazlasını erkeklerin spor aktivite haberleri oluşturmaktadır. Nitekim bunun içerisinde de futbol çok büyük bir orana sahiptir. Futbolun toplumda çok büyük bir karşılığının olması elbette önemli bir etkidir. Ancak birçok önemli başarının elde edildiği tarihlerde bile kadın organizasyonları ikinci, üçüncü hatta dördüncü sıralara kadar düşmüştür. Bu durum spor medyasının editörlerinin kâr elde etmek için seçici davranması ile açıklanabileceği gibi toplumsal cinsiyet bağlamı ile de açıklanabilir. Nitekim daha geniş kitlelerin ilgisini çeken özellikle spor medyasını takip eden çoğunluk olan erkeklerin takip edeceği futbol (erkek futbolu) gibi konulara öncelik verilmekte ve kâr elde etme öncelenmektedir. Bu toplumsal cinsiyet ile de ilişkili olmaktadır. Aslında bu iki durum birbiri ile ilişkili ve birbirini ortaya çıkartan etkenlerdir.

Spor basınında kadınların konumuna bakıldığında geleneksel basında oldukça düşük oranlarda kadın gazetecinin yer aldığı görülmektedir. Sosyal medya ağları olarak da kabul edilen YouTube gibi dijital medya ağlarında spor haberciliği yapan kadın sayısı azdır. Geleneksel basına göre daha çok olmakla birlikte spor medyası erkek egemen bir alan konumundadır. Bu durum toplumsal cinsiyet rolleri ile ortaya çıkmıştır. Bu durum kadınların spor medyası olarak işlev gören sosyal ağlarda da ötekileştirildiği anlamına da gelmektedir. Nitekim alanın büyük bir çoğunluğunun erkeklerden oluşması kadınların dışlandığını göstermektedir. Buna ek olarak sosyal ağlarda spor içerikli yayınlarda kadınların spordan anlamayacağı ya da yaptıkları yorumların boş olduğu gibi tepkiler de birer siber zorbalık örneği olarak karşımıza çıkmaktadır (Buyrukoğlu vd., 2023).

Kadınların spor medyasındaki konumunu değerlendiren Dinç (2019: 102), çalışmasında kadın spor gazetecilerinin mesleğe başlangıç aşamasında birçok zorluk ile karşılaştıklarını saptamıştır. Burada en fazla ön plana çıkan durum ise kadınların futboldan anlamayacağı söylenebilir. Spor medyası futbolun egemen olduğu bir alandır ve futbol eril bir spor olarak hegemonik erkekliğim alanlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Ayhan ve Demir, 2022). Bu anlamda toplumsal cinsiyet rollerine uygun hareket etmesi beklenen kadınların spor medyasından uzak durmaları beklenmektedir. Dinç'in (2019) çalışmasında görüşme yaptığı gazetecilerin bazılarının kurumları hem geleneksel hem de sosyal medya ağlarında yayın yapıyor olması nedeniyle sosyal medyada spor haberciliği ya da yorumculuğu hakkında da fikir vermektedir. Sosyal medyada da kadınların futboldan anlamayacağı düşüncesi sıkça görülmektedir. Bu durum kadınları bu alana sokmama düşüncesini içermesinin yanı sıra kadınları küçümseme ve hakaret etmeyi de barındırmaktadır.

Spor medyasında çalışan kadınlar işlerini yaparken tacizle karşı karşıya kalabilmektedir. Bu anlamda maçları takip ederken sözlü ya da fiziksel tacizlerin sıkça yaşandığı saptanmıştır. Buna ek olarak kadın gazetecileri bazı sporcular ve kulüp yöneticileri de taciz etmiş ya da

rahatsız etmiştir (Dinç, 2019: 105-106). Bu durum sosyal medyada çok daha ileri boyutlarda yaşanmaktadır. Sosyal medyada izleyiciler de olaya dahil olmakta ve onların da tacizi görülmektedir. Sosyal medyada yaşanan durum çok daha uzun sürelerle yayılmaktadır. Bu anlamda Yavuz Demir ve Bünyamin Ayhan'ın (2020) çalışması oldukça önemli veriler sunmaktadır. Bu anlamda çalışmada kadın gazetecilerin sosyal medyada taciz edildiği ve aşağılandığı görülmektedir.

Sonuç

Toplumsal cinsiyet, cinsiyetin biyolojik olarak belirlenmesi yani doğal olarak ortaya çıkmasına karşı çıkan bir yaklaşımdır. Bu anlamda cinsiyet olguları ve cinsiyet rolleri toplumsal yaşamın belirlediği bir bağlamda şekillenmektedir. Başka bir deyişle cinsiyet rolleri ve cinsiyetlerin toplumsal yaşamda kapladığı alan doğal etmenlerin dışında belirlenmektedir. Toplumsal yaşamın güç ilişkileri cinsiyetlere bir rol belirlemede ve iktidar ilişkileri doğrultusunda yaşam formu şekillenmektedir. Bugün toplumların bir kısmı ataerkil bir yapıda şekillenmekte ve bu durumda kadının toplumsal yaşamdaki konumunu kısıtlamaktadır. Türk toplumunun da ataerkil sisteme yakın bir toplumsal norm oluşturduğu söylenebilir. Söz konusu normlar toplumu oluşturan ve sosyalleşmeyi sağlayan etkenler aracılığıyla aktarılmakta ve sürekliliği sağlanmaktadır. Medya bu bakımdan toplumsal cinsiyet normlarının aktarılmasında önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplumsal cinsiyet normları yaşamın her alanında kendini göstermektedir. İnsan yaşamının önemli bir parçası olan spor da toplumsal cinsiyet normlarından etkilenmekte ve sporun da buna göre şekillenmesi beklenmektedir. Bu anlamda kadınların toplumsal cinsiyet normları çerçevesinde spor alanında yer alması beklenmekte ve kadınlar sporun bazı noktalarından dışlanmaya çalışılmaktadır. Bu durum çeşitli bağlamlarda kendini göstermektedir. İlk olarak bazı spor dallarının güç gerektiren işler olduğu ve kadınlara uygun olmadığı savunusu ile kadınlar spor alanlarından çıkarılmaya çalışılmakta ya da dışlanarak aşağılanmaktadır. Buna ek olarak toplumsal cinsiyet algılarının yarattığı durum ile kadınların bazı spor dallarından anlamadığı algısı ön plana

çıkartılmaktadır. Bu da benzer şekilde kadınları sosyal yaşamdan dışlama ve toplumsal cinsiyet normlarına itme çabası olarak görülebilmektedir. Ancak bütün bu söylemler ve yaklaşımlar kadınlara karşı bir zorbalığı da beraberinde getirmektedir. Elbette toplumsal cinsiyet temelli bir zorbalık söz konusudur.

Toplumsal cinsiyet temelli zorbalıkların kadınlara tarih boyunca uygulandığı düşünülmektedir. Ancak günümüzde teknolojik gelişmelerle birlikte bu zorbalıkların alanının genişlediğini söylemek mümkündür. Teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan dijital ağlar siber zorbalığı ortaya çıkarmıştır. Dijital iletişim ağlarıyla yapılan bütün zorbalık türleri siber zorbalık olarak değerlendirilebilir. Nitekim siber zorbalık çok daha geniş kesimlerden insanların birbirine zorbalık yapabilmesine de olanak vermiştir. Fiziki zorbalık eylemlerinde zorbanın kurbandan daha güçlü olması gerekirken siber zorbalık gerçekleştiren zorbalar daha güçlü olmamasına karşın dijital ağların sunduğu avantajlarla bunu gerçekleştirdiği saptanmıştır. Bu çalışmada toplumun gözü önünde olan sporcu ve spor basınında çalışan kadın gazetecilere uygulanan siber zorbalık incelenmiştir. Özellikle toplumsal cinsiyet normları çerçevesinde gerçekleştirilen siber zorbalıklar ele alınmıştır.

Çalışmada incelenen siber zorbalıklara bakıldığında kadın sporculara özellikle fiziki özellikleri ve yaptıkları sporun kadın sporu olması bağlamında birçok siber zorbalık yapıldığı görülmüştür. Burada görülen iki siber zorbalık türü de toplumsal cinsiyet normlarından kaynaklı olarak gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Nitekim kadın sporcuların fiziki özellikleri toplumsal cinsiyet algısı üzerinden kurulmuştur. Bir kadının nasıl olacağı, nasıl giyineceği ya da bir erkek için nasıl çekici kabul edileceği gibi olgular toplumsal sistem içerisinde belirlenmektedir. Bu algılar çerçevesinde siber zorbalık yapılması nedeniyle toplumsal cinsiyet normları ile siber zorbalık yapıldığı söylenebilir. Öte yandan kadın sporcuların yaptığı sporun kadın sporu olmadığı algısı da toplumsal cinsiyet normları ile doğrudan ilişkilidir. Bu anlamda güç gerektiren güreş gibi sporlar yapan kadınlar erkek sporu yapıyorsun ya da erkek gibi

fiziğin var tarzında yorumlar yapılması toplumsal cinsiyet temelli siber zorbalık olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kadın sporcuların medyada konumlandırılması da bir diğer siber zorbalık olarak karşımıza çıkmıştır. Hem geleneksel medya hem de dijital medya ağlarında kadın sporcuların çok az haber yapıldığı ve gösteriliği saptanmıştır. Kadın sporcuların önemli başarılar elde ettiği günlerde bile erkek sporcuların %95'leri bulan oranlarda içeriklerde yer aldığı görülmüştür. Bu anlamda kadın sporcuların görmezden gelinmesi toplumsal cinsiyet algıları ile doğrudan ilişkilidir. Buna ek olarak kadın sporcuların medya içeriklerinde sunumu ağırlıklı olarak cinsel obje konumundadır. Bu anlamda kadın sporcular birer cinsel obje olarak sunulmakta ve yaptıkları spor arka plana itilmektedir. Bu durum da toplumsal cinsiyet normları içerisinde kadınlara verilen rol ile ilişkilidir. Kadınların belirli bir alana hapsedilmek istenmesi medya eliyle kendini göstermekte ve medya toplumsal cinsiyet normlarının yeniden inşasını gerçekleştirmektedir.

Spor medyasında çalışan kadın gazeteciler de benzer şekilde siber zorbalıklara maruz kalmaktadır. Geleneksel basında olduğu gibi dijital medyada da kadın spor gazetecileri oldukça azınlıktadır. Kadınların spor gazeteciliğine başlamak istemeleri durumunda birçok engelle karşılaştıkları saptanmış ve bu engellerin büyük çoğunluğunun toplumsal algılardan kaynaklandığı görülmüştür. Söz konusu engellerin toplumsal cinsiyet algısı ile ortaya çıktığı görülmektedir. Spor medyasında çalışan kadın gazeteciler, spordan ya da futboldan anlamadığı, ekranda vitrin olmak için çıkarıldığı ya da sosyal ağlarda izlenmeyi artırmak için orada bulunduğu gibi yorumlarla siber zorbalığa maruz kalmaktadır. Bunun yanı sıra kadın spor gazetecilerine taciz içerikli yorumlar ve mesajlar da sık sık gelmektedir. Bu anlamda sporcular, yöneticiler ve izleyicilerin taciz mesajları olduğu belirtilmektedir.

Çalışmada incelenen siber zorbalık örneklerinin kadın sporculara ve kadın spor gazetecilerine yoğun bir şekilde uygulandığı görülmüştür. Bu durumun kadın sporcuların ve gazetecilerin yaşamını etkilediği saptanmıştır. Kadın sporcular ve gazeteciler bu siber zorbalıklar nedeniyle

psikolojik sorunlar yaşadığını belirtmektedir. Öte yandan oldukça geniş bir kesimi etkileyen bu durumla bireysel mücadele edilmesi ve kolektif bir mücadelenin görülmemesi önemlidir. Bunun önlenmesi için başta hukuki düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Buna ek olarak spor federasyonlarının ve sporcu derneklerinin kolektif bir karşı duruş sergilemesi bu anlamda başarılı sonuçlar verebilir. Öte yandan sosyal medya ağlarının da bu siber zorbalıkları engellemek için çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Kaynakça

- Akça, E. B. & Sayımer, İ. (2017). Siber zorbalık kavramı, türleri ve ilişkili olduğu faktörler: Mevcut araştırmalar üzerinden bir değerlendirme. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 8(30), 7-19.
- Akın, A. (2010). Çevrim içi spor ortamlarında nefret söylemi: Bir topun peşinde koşan yirmi iki adam, taraftarlar ve medya. Altuğ Akın, Ayşe Kaymak, Eser Aygül, Günseli Bayraktutan Sütcü, İlden Dirini, Mutlu Binark, Tuğrul Çomu (Der.), *Yeni Medyada Nefret Söylemi*. (s. 193-222) içinde. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Akkaya, C. & Kaplan, Y. (2014). Toplumsal cinsiyet bağlamında spor medyasında kadın. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2 (Special Issue 2), 177-182.
- Alpay, S. & Orta, L. (2022). Spor medyasında kadının cinsiyetçilik bağlamında incelenmesi. İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 9(2), 1-14.
- Ayhan, B. & Demir, Y. (2022). Systematic sexism: Women's sports news in a circle of gatekeepers and users on Twitter. *Communication & Sport*, 0(0), 1-20.
- Baştürk Akca, E. & Ergül, S. (2016). Kitle iletişim çalışmaları alanında toplumsal cinsiyet çalışmalarının gelişimi: Temel yaklaşımlar ve çalışmalar üzerinden bir çerçeve çizme çabası. Şahinde Yavuz (Der.), *Toplumsal Cinsiyet & Medya Temsilleri* (s. 17-40). İçinde. İstanbul: Heyamola Yayınları.
- Baştürk Akca, E. & Kaya, B. (2017). Toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifinden dijital bölünme ve farklı yaklaşımlar. *Intermedia International e-Journal*, 3(5), 301-319.
- Baştürk Akca, E. & Sayımer, İ. (2017). Siber zorbalık kavramı, türleri ve ilişkili olduğu faktörler: Mevcut araştırmalar üzerinden bir değerlendirme. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 8(30), 7-19.
- Bauman, S. & Bellmore, A. (2015). New directions in cyberbullying research. *Journal of School Violence*, 14(1), 1-10.
- Belsey, B. (2006). Cyberbullying: An emerging threat to the always on generation. [http:// www.cyberbullying.ca](http://www.cyberbullying.ca). (Erişim Tarihi: 06.07.2021)

- Betts, L. R. & Betts, L. R. (2016). What can be done about cyberbullying. *Cyberbullying: Approaches, Consequences and Interventions*, 103-131.
- Bhat, C. S. (2008). Cyberbullying: Overview and strategies for school counsellors, guidance officers, and all school personnel. *Australian Journal of Guidance & Counselling*, 18, 53-66.
- Bingöl, O. (2014). Toplumsal cinsiyet olgusu ve Türkiye'de kadınlık. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (3), 108-114.
- Bozer, C. & Erden, S. (2023). Yeni nesil dadı: Medya! çocukların toplumsal cinsiyet algılarındaki medyanın rolüne ilişkin ebeveynlerinin ve öğretmenlerinin bakış açıları. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(2), 604-624.
- Buyrukoğlu, E., Coşkun, F., Bayındır, M. & Karagöz, S. (2023). Spor medyasında kadının rolü ve medya spor ilişkisi. *Kafkas Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 3(1), 56-64.
- Büyükaşar, M. (2016). Türk spor basınında cinsiyet ayrımcılığı: Fotorğraf ve Fanatik gazeteleri örneği. *İnsan ve İnsan*, 3(9), 53-76.
- Connell, R. W. (2001). Understanding men: Gender sociology and thene winter national research on masculinities. *Social Thought & Research*, 24(2), 13-31.
- Çalışır, G. & Okur Çakıcı, F. (2015). Toplumsal cinsiyet bağlamında sosyal medyada kurulan benlik inşasının temsili. *Turkish Studies (Elektronik)*, 10(10), 267-290.
- Çavuş, S. & Ayhan, B. (2017). Cyberbullying and victimization experiences of university Students. Hasan Arslan, Mehmet Ali İçbay ve Christian Ruggiero (Ed.), *Communication & Media Researches* (s. 159-168). İçinde. International Association of Social Science Research (IASSR)
- Delal, Ö. & Abanoz, E. (2022). Toplumsal cinsiyet rollerinin sosyal medyada yansıması: Sokağa çıkma yasağı örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (37), 80-95.
- Demir, Y. & Ayhan, B. (2022). Being a female sports journalist on Twitter: Online harassment, sexualization, and hegemony. *International Journal of Sport Communication*, 15(3), 207-217.

- Dinç, E. S. (2019). Türk spor medyasında kadın gazetecilere yönelik cinsiyet ayrımcılığı. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 97-112.
- Dursun, Ç. (2008). *Kadına yönelik aile içi şiddet ve haber medyası: Alternatif bir habercilik*. Ankara: Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü.
- Englander, E. K. (2020). 25 myths about bullying and cyberbullying. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Ergeç, N. E. & Zateri, İ. (2020). Toplumsal cinsiyet ve sosyal ağların şiddeti çoğaltan etkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29(1), 102-117.
- Kadioğlu, A. & Abdukaya, F. (2023). Bireylerin sosyal medyada habere ulaşımı ve kullanımı, 8. Uluslararası Sosyal Bilimler ve İnovasyon Kongresi, 14/15 Ekim, Ankara
- Kaya, A. Y. & Ata, F. (2023). Covid-19 salgını sürecinde ev içi spor haberlerine yönelik bir içerik analizi. *İNİF E- Dergi*, 8(1), 154-171.
- Kantar, G., Ersöz, G., Yenilmez, M. I., Çetinkaya, D. & Sıvış, E. (2023). Kadın sporcuların Twitter ve haber kanallarındaki toplumsal cinsiyet analizi. *Ekev Akademi Dergisi*, (94), 77-93.
- Kavasoglu, İ. & Koca, C. (2019). Fotoğrafların Söyledikleri: Kadın Sporcuların Instagramdaki Benlik Sunumlarının Toplumsal Cinsiyet Analizi. 2. *Uluslararası Rekreasyon ve Spor Yönetimi Kongresi Bildiriler Kitabı*, 265-269.
- Keller, E. F. (2016). *Toplumsal cinsiyet ve bilim üzerine düşünceler*. (Çev. F. B. Aydar). İstanbul: Metis Yayınları.
- Koca, C. & Bulgu, N. (2005). Spor ve toplumsal cinsiyet: Genel bir bakış. *Toplum ve Bilim*, 103, 163-184.
- Köseoğlu, A. & Arslan, T. (2023). Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Televizyon Dizilerine Yansımaları: Kızılılık Şerbeti Dizisindeki Kadın Karakterlerin Analizi. *Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırma ve İncelemeler IV*. (Ed. Neslihan Coşkun Karadağ ve Abdullah Balcıoğulları). Ankara: Akademi Yayinevi. ss.195-216.
- Köseoğlu, A. (2023). Yerel Medyada Kadın Gazeteci Olmak: Ağrı, Erzurum, Hakkâri ve Van İlleri Özelinde Bir Araştırma. *Communicata*, (25), 15-21.

- Lenhart, A., Madden, M., Smith, A. & Macgill, A. R. (2007). Teens and social media. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2007/12/19/teens-and-social-media/>. Erişim Tarihi: 09.09.23
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü*. (Çev. O. Akınhay ve D. Kömürcü). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Ökten, Ş. 2009, Toplumsal cinsiyet ve iktidar: Güneydoğu Anadolu Bölgesinin toplumsal cinsiyet düzeni. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(8 Yaz), 303-312.
- Özdemir, M. (2010). Türkiye'deki reklâmlarda toplumsal cinsiyet ve sunumu. Millî Folklor, 22(88), 101-111.
- Özsoy, S. (2008). Türk spor medyasında kadın. Spor Bilimleri Dergisi Hacettepe Journal of Sport Sciences, 19(4), 201-219.
- Pehlivan, V. P. (2017). Toplumsal cinsiyet bağlamında kuramsal yaklaşımlar: Bir literatür taraması. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(31), 497-521.
- Şahin, Z. B. ve Birincioğlu, Y. D. (2020). Toplumsal cinsiyet ve medya: Şule Çet'in şüpheli ölümü üzerine haberlerin eleştirel söylem analizi. Erciyes İletişim Dergisi, 7(1), 189-216.
- Şakrak, B. E. (2020). Dizi filmlerde toplumsal cinsiyet bağlamında kadının temsili örnek inceleme: "Kadın" dizisi. Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, 8(22), 420-434.
- Tiryaki, S. (2014). Kadın sporcu fotoğraflarıyla bedeninin pazarla(N)ması. Selçuk İletişim Dergisi, 8(2), 218-237.
- Turan, M., Tatlısu, B. & Uçan, İ. (2022). Kadın sporcuların spor pazarlamasında ve spor medyasında cinsel obje olarak sunulması üzerine bir derleme çalışması. International Journal of ExercisePsychology, 4(1), 08-17.
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı. İstanbul Journal of Sociological Studies, (35), 29-56.
- Yumlu, K. (2014). Toplumsal cinsiyet ve medya. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (21), 151-155.
- Yüçetürk, C. & Ağin, B. (2022). Sporcuların perspektifinden sosyal medyada siber zorbalık. TRT Akademi, 7(14), 154-181.

Sosyal Medyada Mahremiyet

Özlem BARIŞ*

Giriş

Mahrem sözcüğü Arapça kökenli olup “haram” kelimesini işaret eden bir kavramdır. Kişinin aile, akraba, arkadaş çevresi ile ilgili iletişimi, davranışları mahremiyet alanları içerisine girmekte ve bu alanlarda gerçekleşen faktörlerin topluma sunumu yine kişinin kontrolüne bırakılmaktadır. Böylece bireyler mahremiyet alanlarını ilişki düzeylerine göre sınırlandırıp esnetebilmektedir. Mahrem alanı kişinin bireysel hak ve özgürlükleri arasında bulunmakta ve yasal çerçeve ile de korunmaktadır.

Yeni medya teknolojileri neticesinde geçmişte yoğun ve kapalı bir nitelik bulunduran mahremiyet alanı gün geçtikçe esnemiş ve gönüllü bir ifşa meydana getirmiştir. Özellikle sosyal medyada popülerliğin bir göstergesi olarak nitelendirilen beğenilme, yorumlanma, izlenme, paylaşılma faktörleri ve bu sayede elde edilen ekonomik kazanç bireylerin mahrem alanlarının gözetime açılmasına imkân tanımıştır. Kişinin mahremiyeti, mahremiyetin korunması ve yayılması gibi farklı şekillerde yasal zemine oturtulmaktadır. Özel hayatın gizliliği Avrupa İnsan

* Doktora Öğrencisi, Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, ozlem.baris@hbv.edu.tr. ORCID ID: 0000-0002-5010-7776

Hakları Sözleşmesi benzeri uluslararası yasal çerçevelerde yer aldığı gibi Türk Ceza Kanunu'nda da kendine yer bulmuştur. Diğer taraftan bireyin özel hayatına müdahale edilemeyeceği gibi kişinin mahrem bilgilerini yayması da yasal olarak sınırlandırılmaktadır. Mahremiyet yayımının müstehcenlik ve pornografik boyutu cezai hüküm ve yaptırımlarla kısıtlanmaktadır.

Bu çalışma mahremiyet kavramının köken, boyut ve sınırlar bakımından açıklanması ile birlikte sosyal medyada yer alan mahremiyetin dönüşümüne ve yasal çerçevesine ışık tutmayı amaçlamaktadır. Bu sebeple öncelikle kavramın kökenine değinilmiş ve genel olarak boyut ve sınırları açıklanmıştır. Daha sonra dijital teknolojilerin gelişmesi ile birlikte sosyal medya pratikleri çerçevesinde meydana gelen mahremiyet dönüşümü açıklanarak bu mahremiyetin yasal sınırları betimlenmiştir. Son olarak Web of Science çerçevesinde sosyal medyada mahremiyet anahtar kelimesi ile yapılan aramalarda ortaya çıkan ve en fazla referans gösterilen ilk 15 uluslararası çalışma incelenmiştir. Böylece sosyal medyada mahremiyet başlığı bulunduran; sektörel, yaş ve cinsiyete dayalı farklılaşmalar içeren çalışmaların her alanda mahremiyetin önemini vurguladığı görülmüştür.

Mahremiyet Kavramı

Mahrem kavramı Arapça kökenle türemiş olup Türk Dil Kurumu tarafından "gizlilik" olarak tanımlanmıştır. En genel anlamıyla mahrem kelimesi "herkes tarafından bilinmesi gerekmeyen, söylenmeyen ve gizli olan, aile hayatı, yasaklı şey" anlamı barındırmaktadır. Mahremiyet bu nedenle kişinin kendine ait olan özerk bölgesi olarak da nitelendirilmektedir. Mahremiyet kavramı 1948 yılında kabul edilen Birleşmiş Milletler Evrensel İnsan Hakları Bildirisi'nde kişinin özel hayatını ilgilendiren, özel

hükümler bulunduran maddeler içerisinde yer almıştır. Aynı zamanda mahremiyete yönelik hak çerçevesi Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi içerisinde de kendine yer bulmuştur. Ulusal ve uluslararası kanunların koruduğu mahremiyet hakkı bireylerin dünyanın herhangi bir yerinde, diledikleri zaman, nasıl düşünüp davranabileceklerini şekillendirdikleri bir temel hakkı işaret etmektedir. Mahremiyetin kişinin bir hakkı olarak nitelendirilmesi ve özel yaşam alanına sahip olmasına ilişkin konu ilk defa Samuel Warren ile Louis Brandeis'in 1890'da birlikte hazırladıkları ve "Mahremiyet Hakkı" adıyla kaleme aldıkları makale çalışmasında açıklanmıştır (Brandeis ve Warren, 1890: 195).

Mahremiyet kavramı Conklin'e (1976: 263) göre ihlal edilme-
yen yaşamın içerisinde kişinin sahip olduğu hareket özerkliğini belirtmektedir. Jourard (1966: 307) ise mahremiyeti toplumdaki diğer bireylere karşı bir muamma olarak kalabilme ve kendi haklarını kontrol edebilme, gizleme olarak tanımlamaktadır. Wacks'a (2010: 30) göre de özgür olma, yalnız bırakılma, başkalarının merakının engellenmiş olması olarak ifade edilmektedir. Mahremiyet kavramına ilişkin bir diğer tanım ise Westin (1967: 158) tarafından "birey, grup ya da kurumların iletişime girmeleri neticesinde sahip oldukları bilgiyi ne kadar, ne zaman ve nasıl verebileceklerini kontrol edebilme yetkisi" şeklinde yapılmaktadır.

Tarihsel gelişimi göz önünde bulundurulduğunda mahremiyet kavramı 16 ve 17. yüzyılda felsefe ve bilim içerisinde etkilenen bir alan olmuştur. Ancak geleneksel toplumdan modern topluma doğru yaşanan dönüşümde kapitalizmin yaygınlaşmasında ve bireyin kentleşmesi sonrasında mahremiyet kavramı çeşitli boyutlar kazanmıştır (Öztekin ve Öztekin, 2010: 530).

Temelde doğal bir güdü ve gizli kalma ihtiyacı olarak modern öncesi toplumlarda yaygın görülen mahremiyet kavramı kendi içerisinde çeşitli boyutlar ve sınırlandırmalar da barındırmaktadır.

Mahremiyetin Boyutu ve Sınırları

Mahremiyetin kendi içerisinde yer alan çeşitli boyutları bulunmaktadır. Bu boyutlar fiziksel etkileşimsel psikolojik ve bilgilendirici boyutlar olarak bilinmektedir. Fiziksel boyut kişinin fiziksel ulaşılabilirliğinin derecesinin tasvir edildiği boyut olmaktadır. Dolayısıyla bu boyutta kişinin fiziksel anlamda ulaşılacak temasları yer almaktadır. Bir diğer boyut olan etkileşimsel boyut ise bireyin kontrol altına alınan sosyal sözleşmesi ve iletişim mahremiyeti olarak tanımlanmaktadır. Psikolojik boyut kişinin duygusal anlamda bulundurduğu davranışlarının sınırlarının ve geliştirme gücünün mahremiyetini işaret etmektedir. Bilgilendirici boyutta birey kendisi hakkındaki kişisel bilgilerini ne zaman ve hangi koşullarda ne miktarda başkasına yansıtılabileceğini kontrol etmektedir. Böylece kişisel bilgilerini kendi istediği ölçüde ve kendi kontrolünde yaymaktadır (Sarı, 2012: 55-56).

Mahremiyet kavramı her bireye özgü olduğundan kişinin yaşam alanı içerisinde bir gizlilik bulunmaktadır. Kavram kişiden kişiye göre değiştiğinden mahremiyet sınırları da pek çok kez muğlak ve belirsiz olarak görülmüştür. Özel hayata dair bilgilerin yayılma sınırı, kişinin kendi özel hayatına dair bilgilerin yayılması arzusunun dayandığından mahremiyet kavramındaki sınırlar net olarak çizilememektedir (Yılmaz, 2011: 138).

Mahrem ve özel alan kişinin aile, arkadaş, akraba gibi yakın ilişkiler kurduğu ve dışarıdaki insanlara karşı sınırlandırılmış bir

alanı ifade etmektedir. Bu alan yasalarla çerçeveselendirilmiş ve ihlali kişilik haklarının tecavüzü olarak belirtilmiştir (Sırabaşı, 2007: 37, 38). Özel hayat bireyin mekânsal, zamansal ve fiziksel müdahalelere kapalı bir alanı barındırmaktadır. Özel hayatın ihlali kişinin mahremiyetine karışma; özel hayatın açığa vurulması, kişiden izinsiz olarak ismini ve onun sahip olduğu imgelelerin kullanılması, bireyin özel hayatında gerçekleştirdiği davranış, ses, görüntü faktörlerinin ticari amaçla kullanılması çerçevesinde gerçekleşmektedir (Yıldız, 2007: 177).

Mahremiyet sınırları Altman'a (1976: 8) göre de kişinin belirlediği çerçevede şekillenmektedir. Bu yüzden genellikle birey başkasının kendine erişimin seçici kontrolünü gerçekleştirerek mahremiyet seviyesini belirlemektedir. Mahremiyet sınırlarında gizlilik seviyeleri bulunmaktadır. Kişinin istediği gizlilik seviyesi optimum seviyede veya minimum seviyede olabilmektedir. Optimum mahremiyet seviyesi kişinin istediği çok fazla izolasyon ve gizli kalma isteği içermektedir. Bunun yanında minimum seviyede bulunan mahremiyet gizliliğinde ise kişinin gizli bilgi düzeyi en aza inmektedir. Bu seviyeler birey ve grup bakımından farklılık göstermektedir. Aynı zamanda kültürel ve bölgesel normlar da bu gizliliği şekillendirmektedir. Milne (2015: 33) ise kişinin mahremiyet içeren özel hayatın sınırlarının ikili bir sınır modeli ile oluşturduğunu belirtmektedir. Ona göre kişi özel hayatında güvenilir bir ortam hazırlamaktadır. Bu ortamda özel bilgiler korunmaktadır. Ancak bireyler diğer kişilerin karşısında arzuladığı etkiyi yaratmak amacıyla bu sınırları düzenlemektedir. Böylece bilgilerde açıklık ve kapalılık dereceleri değişmektedir. Baudrillard (2014: 132) da dünya üzerinde var olan aşırı maruz kalma sebebiyle bireyin şeffaf bir dünya içerisinde sınırlarını

kendi belirleyemez hale geldiğini belirtmektedir. Mahremiyetin sınırlarını kaldırma mecburiyeti kişinin zorunlu olarak katıldığı her alanda var olmakla birlikte pek çok alanda da bu mahremiyet sınırları doğrudan ve dolaylı olmak üzere aşınmaya uğramıştır.

Mahremiyetin kişiye özgü bir çerçeve bulundurması sebebiyle sınırları net olarak bilinmemektedir. Ayrıca kanuni olarak da bireyin kadın erkek ilişkisi, aile hayatı, inanç ve görüş, iş ortamı gibi alanlarda mahrem bilgilerinin kontrolünü bireye sunan çerçeve sınırlandırmalar bulunmaktadır. Kişinin bedeni onun mahremiyeti olarak sayıldığından kişisel görüntünün ve bu görüntünün sunumunun kontrolü de yine bireye atfedilmektedir. Beden mahremiyeti farklı dönem ve farklı olaylardan etkilenen bireylerin toplumun ve kültürün şekillenme biçimi etrafında farklılık göstermektedir. Ancak kişinin izin verdiği biçimde beden mahremiyeti topluma açılabilir (Kalaman, 2016: 38).

Bir diğer önemli mahremiyet alanı da kadın ve erkeğin ilişkileri ve cinsel mahremiyet olmaktadır. İnsanların birbirleriyle aralarındaki cinsel yakınlık ilişkisi, bu ilişkinin topluma izinsizce yansıtılması, cinsel yakınlaşmaların mahremiyetinin ifşa edilmesi, ayrıca bireyin cinsel tercihin izinsizce açıklanması hususları da bireyin cinsel mahremiyetine ihlal olarak nitelendirilmektedir. Aile hayatı ve ev içerisinde bulunan davranışların mahremiyeti de cezai yaptırım ve yasal sınırlandırmalar bulunduran mahremiyet biçimi içerisinde yer almaktadır. Aile içerisinde yaşanan olayların, aile ilişkilerinin, ailenin özel bilgilerinin topluma sızdırılması da cezai yaptırımlar içeren durumlardandır (Canatan ve Yıldırım, 2016: 123-124).

Yasal çerçeveler ile sınırlandırılan bir diğer mahremiyet biçimi inanç ve dini görüş hakkında gerçekleştirilmektedir. Kişinin

inancı ve dini görüşü kendi mahremiyeti kontrolünde bulunduğundan kişinin izni olmadan bu bilginin yayılması mahremiyet ihlali olarak nitelendirilmektedir. Bu mahremiyetin ihlal edilmesi kişinin çeşitli olumsuz durumlara maruz kalmasına sebebiyet verebileceğinden kişiden izinsiz olarak bu bilgilerin yayılması yasaklanmaktadır. Ayrıca kişisel bilgiler çerçevesinde yine bireyin sağlık problemleri, psikolojik rahatsızlık gibi durumları da başkaları tarafından bilinmesi çerçevesinde rahatsızlık oluşturabileceğinden dolayı mahrem bilgi olarak tanımlanmaktadır. Bireyin iş ortamında, çalışma alanındaki davranışları, düşünceleri, inançları da saygı duyulması beklenen mahrem bilgiler kategorisinde yer almaktadır (Bowie ve Duska, 1990: 86). Bu sebeple herhangi bir otorite tarafından da davranış kontrolünün istenme ihtimalinden dolayı kişinin iş ortamında gerçekleştiğini davranışların mahrem kalması beklenmektedir. Ancak teknolojik gelişmeler ve elektronik küreselleşme sebebiyle bireylerin davranışları kameralar ve e-postalar aracılığıyla sıklıkla gözlenmektedir. Öte yandan bu gözetim davranışı çalışanlar tarafından rahatsızlıkla karşılanabilmektedir (Esen, 2005: 23). Gündelik yaşamda mahremiyet sınırları daha yoğun bulursa da dijital teknolojiler neticesinde yeni bir mahremiyet anlayışı ortaya çıkmıştır.

Mahremiyetin Dönüşümü

Gündelik hayatta bireylerin kendi kontrolünde ve dışarıdan müdahaleye izin bulundurmeyen bilgilerin topluma sınırsızca yayılması kendileri için bir mahremiyet sorunu tanımlaması içerdiğinde, kişiler mahremiyetlerini koruma konusunda daha hassas ve gizlilik taraftarı olmuştur. Kişisel bilgilerin hal ve davranışların gizlenmesi ilk dönemlerde kişinin mahremiyet hakkını

yoğun bir biçimde koruması sebebi ile mahrem bilgiler toplum ile paylaşılmamıştır. Değer yargıların katı bir biçimde korunduğu toplumlarda bireyler mahremiyet muhafazasına büyük önem vermiştir. Toplumda meydana gelen değer yargı ve gizlilik esnekliği özellikle yeni teknolojiler ve farklı kültürlerle bulunan yoğun temaslar sonucunda oluşmuştur. Aynı şekilde sıradan bir birey ve ünlü olma çabası bulunan bireylerin de mahremiyet anlayışında farklılıklar bulunmaktadır. Şöhret, servet ve kariyer bireylerin mahremiyetini metalaştırmasına neden olabilmektedir (Şenyüz ve Ünal, 2019: 126). Televizyon programlarında yer alan konseptler ve sahneler bireylerin mahrem anlayışının yeniden şekillenmesine neden olmuştur. Yatak kıyafetleri ile insan karşısına çıkmanın önemi yarışma kuralları çerçevesinde değişen televizyon programları mahremiyet kavramının esnekleşmesine sebebiyet vermiştir (Kalaman, 2016: 98). Dijital teknolojilerle birlikte kişinin özel ve kamusal alanında bulunan mahremiyet kavramı etik ve özgürleştirici söylem çerçevesinde yeniden tasarlanmış ve ahlaki değerler yasal koruma ile birlikte esnekleşmiştir. Bu duruma neden olabilen bir diğer sebep liberal etik kodların kabul edilmesi de olabilmektedir. Kitle iletişim araçları yaydığı bilgilerle zaman zaman kişisel bilgilerin gizliliği yasasını ihlal edebilmektedir (Emre Kaya, 2020: 295).

Yeni medya aracılığıyla gerçekleşen mahremiyet dönüşümünde en önemli noktalardan biri kişinin özel ve kamuya açık olarak ürettiği her içeriğin özel hayatın gizlilik ihlalini gerçekleştirmemesi çerçevesinde sunması olmaktadır. Birey kendi özel hayatını diğer kullanıcılara istediği çerçevede yansıtırken bu alanlarda geleneksel anlamdaki mahremiyet çerçevesinin dışında bir mahremiyet algısı meydana gelmektedir. Özel hayatın

ihlali ifşa edilebilir çerçevede olduğunda topluluk kuralları içerisinde bulunan her türlü özel hayat mahremiyetinin yayılmasında sakınca bulunmamaktadır (Jurgenson ve Rey, 2012: 191).

Sosyal medyada mahremiyet dönüşümü genellikle teşhir etme, ifşalanma ve gözetlenme kavramları ile paralel bir seyir göstermektedir. Bu kavramlar bireyin mahremiyetini gönüllü bir biçimde sergilemesi, gizemli olanı açığa çıkarması anlamı taşımaktadır. Gözetimin mahremiyeti ise insanın özel hayatının en temel ihtiyaçlarına işaret etmektedir (Korkmaz, 2011: 570). Sosyal medyada üretken bir yapı genellikle teşhir dünyasına açık olma zorunluluğu barındırmaktadır. İzlenmeye dair olan kolektif dürtü kişinin sınırlarını genişletmesinde en önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir (Niedzviecki, 2010: 140). Özellikle tüketici olan ve sanal ağları kullanan bireylerde mahremiyet aşınması meydana gelmiştir. Bileyin yeni teknolojik araçlara ayak uydurarak sosyal medyaya katılması kişinin sosyal medya hesaplarında yer alan mahremiyet kuralları çerçevesinde bu alanlarda bulunmasına imkân tanımaktadır. Sosyal medyanın kendi kuralları bireyin mahremiyet sınırlarını belirlemektedir. Böylece birey sosyal medya platformlarının kurallarını kabul ederek önceden gönüllü olarak mahremiyet sınırlarını aşındırmaktadır (Goodfellow, 2014: 37).

Sosyal medyada mahremiyetin dönüşmesinin en büyük etkilerinden biri de sanal sosyalleşmenin gündelik hayattaki sosyalleşmeden büyük oranda farklılık göstermesi olmaktadır (Karakoç ve Taydaş, 2013: 220). Günlük yaşamda bilgilerinin gizli tutulmasını ve özel hayatının gözetlenmemesini isteyen bireyler sanal ağlarda tersi bir biçimde mahrem bilgilerinin yayarak beğeni, yorum alma, izlenme ve paylaşılma gibi faktörlere daha

çok katılım sağlamayı isteyebilmektedir. Bu durum günlük hayatın mahremiyeti ile sanal hayatın mahremiyetini birbirinden ayırmaktadır.

Sosyal Medyada Mahremiyet Var Mı?

Sosyal medya platformlarında kişinin mahremiyeti kişinin hesap tercihleri çerçevesinde şekillenmektedir. Gizli hesap kategorisinde yer alan hesapların sahipleri kendi ürettikleri içeriklerini ve paylaştıkları mahrem bilgilerini kimlerin görüp göremeyeceğini yönetme hakkı edinmektedir. Diğer taraftan herkese açık olarak içerikler üretilip paylaşan hesap sahipleri ürettikleri mahrem içeriklerdeki bilgilere erişebilecek kişiler için herhangi bir sınır bulundurmamaktadır. Ancak sosyal medyada yer alan mahremiyet tanımı geleneksel hayatın mahremiyet kavramından daha esnek ve farklılık barındırdığından kişisel bilgilerin ve mahremiyetin yayılması gönüllülük esasına dayanır bir biçimde sanal topluluklara yansıtılmaktadır (Martos, 2013: 6). Sosyal medya platformlarının topluluk standartlarının kabul edilmesi ve bu standartlarla sosyal medya hesaplarının kontrol edilmesi yeni bir sosyal medya mahremiyeti kavramının oluşmasına da imkân tanımaktadır. Herkese açık bir biçimde küresel anlamda yayın yapan içerik oluşturucular dahi sosyal medya platformlarının topluluk kuralları çerçevesinde sınırlandırılmaktadır ve bu nedenle içerik oluşturucular gönüllü mahremiyet paylaşımında da sınırlara maruz kalmaktadır (Serttaş, 2017). Sosyal medya platformlarındaki topluluk kuralları genellikle platformlar geliştirilmeden önce hazırlanmış çerçeveleri içermektedir. Bununla birlikte sosyal medya platformu geliştiricilerin de devasa bilgiler bulunduran sosyal medya içerisindeki bilgileri kendi çıkarları doğrultusunda ifşa ettiği ve bu bilgileri ticari kurumlara sattığı

görülmüştür. Dolayısıyla sosyal medya platformlarında topluluk kuralları çerçevesinde oluşturulan sınırlamalarını dahi zaman zaman geliştiriciler tarafından ihlal edildiği görülmektedir (Trthaber, 2022).

Teknolojik gelişmelerle birlikte ortaya çıkan sosyal medya platformları kullanıcılar için beğenilme, görülme, izlenme, yorumlanma, paylaşılma gibi yeni etkileşim türleri ortaya çıkarmıştır. Çeşitli popülerleşme ve trendleşme göstergesi olarak tanımlanan bu etkileşimler sosyal medya kullanıcılarının mümkün olduğunca mahremiyet ihlali gerçekleştirdikleri görüntüleri sunmasına neden olmaktadır. Kullanıcılar ürettikleri özel hayatlarını yansıtan video, fotoğraf ve müzikli klipler eşliğinde sunarak çok sayıda insan kitlesine bu içerikleri erişirmektedir. Ayrıca bu iletişim ulusal olduğu kadar uluslararası bir erişim imkânına sahip olmalarına imkân tanımaktadır. Böylece daha fazla kişiye seslenebilen bireyler trend hale gelirken aynı zamanda yeni sosyal medya platformları aracılığıyla izlenme, beğenilme boyutları ile birlikte gelir kazanılan bir konuma ulaşmaktadır. Küresel hale gelen bu içerik üretimi tüm dünyada yaygınlaşan sosyal medya akımları içinde bireyi teşvik etmektedir. Çeşitli görüntü ve efektlerin kullanıldığı sosyal medya akımlarında bireyler sesli video klipler çekerek trend olan akıma katılmaktadır. Bu popülerleşme arzusu bireyin mahremiyet endişesinde esneklik meydana getirmektedir. Dolayısıyla da mahremiyet endişesi ile gönüllü ifşa etme ilişkisi ters bir oranda konumlanmaktadır (Grudz ve Garcia, 2018: 420).

Sosyal medya platformlarında kullanıcıların kendi içeriklerini görebilecek kişileri belirlemesi beğeni, yorum ve mesaj iletme etkileşimlerini sınırlandırmaları son dönem gelişmeleri

içerisinde yer almaktadır. Kullanıcılar diledikleri zaman belirledikleri kişilere kapalı içerikler üretebilmekte, kendilerine mesaj gönderecek kişileri sınırlayabilmekte ve gönderilerini beğenen kişilerin görüntülenmesini engelleyebilmektedir. Yorum yapma sınırlandırması da bulunan sosyal medya platformları bu sayede kişinin mahrem bilgilerini paylaşmak isteyip istemedikleri kişileri seçmesine imkân tanımaktadır (Such ve Criado, 2018: 76-78). Sosyal medyada mahremiyetin ifşası kişisel kontrole bağlı kalmasına rağmen bu ifşa topluma zarar veren boyutlara ulaştığı takdirde çeşitli sınırlandırmalar içermektedir. Sosyal medya platformlarında pornografik ve müstehcen içeriklerin yayılması toplumsal bir tehdit yaratabildiğinden gerek topluluk kuralları gerekse yasal zeminle bu yayılmayı önleyici hükümler bulunmaktadır (Barış ve Yeşilyurt, 2023: 465). Mahremiyetin korunması ve müstehcenliğin önlenmesi adına bu yasal çerçevelerin incelenmesi gerekmektedir.

Sosyal Medyada Mahremiyet ve Kadın

Sosyal medyada katılım kadın veya erkek fark etmeksizin eşit olarak gerçekleştirilmektedir. Özellikle Türkiye’de Gezi Hareketleri sonrasında sosyal medyada kadın katılımcı sayısında bir artış meydana gelmiştir. Sosyal medya gerek erkeklerin gerekse kadınların kendilerine özgü faaliyetler gerçekleştirebileceği alanlar yaratmaktadır. Bununla birlikte sosyal medyanın geniş kitlesi içerisine kadın ve erkek olarak katılmak çeşitli farklılaşmalarında meydana gelmesine neden olmaktadır (Kaya, 2018: 569). Ayrıca sosyal medyada yer almayı kabul eden bireyler doğrudan bir dijital gözetimin parçası olmayı da kabul etmektedir. Sosyal medyada kadınların feminist hareketleri desteklediği ve kendi ilgi alanlarına göre çeşitli gruplara ve düşünce birlikleri

katıldıkları görülmektedir. Ayrıca aynı düşünceyi aynı eylemi bulunduran bireylerin yer aldığı sosyal medya platformları kadınlar için ilgi çekici görünmektedir (Barker Plummer ve Barker Plummer, 2017: 91). Sosyal medya kadın ve erkek için her ne kadar özgür bir alan olarak nitelendirilse de kadın ve erkek faaliyetlerinin sınırlandırıldığı alanlarda bulunmaktadır. Bireyin mahremiyetinin söz konusu olduğu ve güvenlik açıklarının bireye zarar verebildiği alanlarda kadınlar erkeklere nazaran daha fazla mahremiyeti dikkate alan içerikler oluşturmakta ve faaliyetlerini sınırlandırmaktadır. Sosyal medyada kadınlar hak arama, düşüncelerin paylaşılması ve feminist faaliyetlerin yaygınlaştırılması bakımından oldukça özgür ve aktif hareketler sergilese de mahremiyet paylaşımı söz konusu olduğunda gündelik hayatın mahremiyet sınırları çerçevesinde içerikler oluşturmaya ve bu içerikleri sınırlandırmaya devam etmektedir. Bu durumun temel sebebi içinde buldukları sosyal medya kitlesinin bilginin paylaşımı ve ifşasında bir tehdit oluşturduğu düşüncesi olmaktadır (Yüksel, 2021: 91).

Sosyal medyada içerik üretme ve paylaşma konusunda kadınlar erkeklere nazaran daha fazla endişe duymakta ve kişisel bilgilerinin yayılacağını düşünmektedir. Bununla birlikte sosyal medya kadın bedeninin ve bilgilerinin teşhiri neticesinde yoğun ilgi ve alakanın açığa çıktığı bir alan olmaktadır. Sosyal medya platformlarında bireysel profiller de bir sergi salonu haline gelmektedir (Han, 2017: 27-28). Bu sebeple sosyal medyada kadın bedenini paylaşmak etkileşim seviyesini artırıcı özellikler gösterebilmektedir. Bireye statü, gelir, ünlenme, şöhret gibi çeşitli ayırt edici özellikler kazandırabilen etkileşim faktörü bireyin onu kullandığı ve tahrip ettiği bir alan olabilmektedir. Büyük

oranda beğenilme, onaylanma, gösterme isteği bu durumu tetiklemektedir. Yüksek oranda izlenebilirlik ve etkileşimlilik özelliğine ulaşmak isteyen bireyler kadın bedenini ve kadına özel cinsel nitelikleri topluma sunarak sosyal medyada kadın bedenini görünür olmak ve popülerliğe erişmek için kullanabilmektedir (Ünsal, 2021: 557).

Kadın bedeninin cinsel bir unsur olarak gerek pazarlama gerekse reklam şirketleri faaliyetlerinde yoğun olarak kullanılması kadın bedeninin mahremiyetinin tahrip edilmesine ve mahremiyetin yok sayılmasına sebebiyet vermektedir. Sosyal medyada vücudun sürekli yayılarak metalaşması medyada görünürlüğü artırdığından doğrudan gözetim de normalleşmektedir. Bedenin sunularak mahremiyetin tahrip edilmesi zamanla önemsiz hale gelmektedir (Lyon ve Bauman, 2017: 14). Sosyal medyada tıpkı geleneksel medya platformlarında olduğu gibi kadın bedenini ön plana çıkararak cinsel obje olarak nitelendirmeyi sürdürmektedir. Bu durum sosyal medya platformlarında kadın bedeninin ve mahremiyetinin ihlallerinin büyük oranda gözle görülür hale gelmesine neden olmaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının kendisi hakkındaki yargılarını yoğun olarak önemseyen bireylerde mahremiyet ifşası daha yoğun görülmektedir (Goffman, 2014: 17).

Dijital medyada başlayan ve sosyal medyada yoğun olarak gözlemlenen görünürlük ve fenomenlik sunumları bireyin mahremiyetini ifşa ederek popüler hale gelmeye doğru evrilmektedir. Bu durum kadınların ve erkeklerin mahrem bilgilerini, görüntülerini gönüllü olarak toplumla paylaşma faaliyetini ortaya çıkarmaktadır. Kadın bedeninin görünürlüğünün sağladığı ün bireylerde kendini gösterme ve ifşa etme davranışlarını

artırmaktadır (Alanka ve Cezik, 2016: 551). Takipçi sayısı, beğenme, izlenme, görüntülenme faaliyetlerinin ekonomik kazanç sağlayan unsurlar haline gelmesi hem kadınların kendi mahremiyetlerini daha fazla yaymalarına hem de bu mahremiyetin büyük bir tehlikeye girmesine neden olmuştur. Özellikle sosyal medya platformlarının değişen işlevleri yoğun biçimde kadın kullanıcıların bedenleri ve mahremiyetlerini ifşa ederek para kazanmalarını sağlayan uygulamalar ortaya çıkarmıştır.

Sosyal Medyada Mahremiyetin Yasal Çerçevesi

Sosyal medyada yayılan mahremiyetin yasal çerçevesi kişinin kendi mahremiyetini yayması ve kullanıcıların bireyin mahremiyetine müdahale etmesi çerçevesinde ele alınabilmektedir. Kişinin mahrem bilgilerinin yayılması özel hayatın ihlali çerçevesinde değerlendirilmektedir. Sosyal medyada mahremiyet ihlali genel anlamda kişisel bilgilerin yayılması, gizli bilgilerin ifşalanması, izinsiz görüntü video paylaşımı, kişisel bilgilerin kopyalanması, sahte hesaplar ile kişisel bilgilerin çarpıtılması gibi durumlarda ortaya çıkmaktadır.

Özel hayat ve mahremiyet gizliliği anayasalara, evrensel sözleşmelere konu olmuş önemli noktalar içerisinde yer almaktadır. Özel hayatın gizliliğine ve mahrem bilgilerin korunmasına yönelik olan suç unsurlarına ilişkin cezai yaptırımlar Türk Ceza Kanunu'nun 9 bölümünde açıklanmaktadır (Hira, 2004: 75). Ayrıca Anayasanın 20. maddesi özel hayatın korunmasını ve onun ifşasının suç sayılmasını içeren hükümler bulundurmaktadır. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi 8. madde ve Medeni ve Siyasi Haklara İlişkin Milletlerarası Sözleşme'nin 17/1. maddesi de özel hayatın gizliliğine yönelik hükümler barındırmaktadır (Kalamın, 2011: 32). Ancak bireylerin gerek özel hayatlarını gerekse

bedenlerini gönüllü popülerlik ve gelir kaynaklı ifşa etmeleri daha çok yeni medyada dijital çıplaklığın yayılması çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu noktada her ne kadar gönüllü bir mahremiyet ifşası bulunsa da bu mahremiyetin yayılması da çeşitli yasal çerçevelerde sınırlandırılmaktadır. 20. yüzyılda bedenin teşhir edilmesi, çıplak bedeni meşrulaştırarak iffet duygusunu zayıflatma anlayışı çeşitli organizasyonlarla daha da yaygınlaşabilmektedir. Dijital ortamlarda başkasının gözünden alınan referanslar (beğeniler...), güzel bedenin tıpkı Antik Yunan'daki gibi kutsandığının ve kurumsallaştırıldığının bir göstergesi olmuştur.

20. yüzyılda mahremiyet alanı medyada giderek büyüyen bir rol üstlenmiş ve ticari bir mesele haline gelmiştir (Sohn, 2013: 75). Associated Press fotoğrafçısı Nick U' un 1972 Pulitzer Ödüllü fotoğrafı, Savaşın Terörü başlıklı ancak daha yaygın olarak "Napalm Kızı" olarak bilinmektedir. Norveçli gazeteci Tom Egeland'ın savaş tarihini değiştiren fotoğraflarını yansıtan Eylül 2016 tarihli fotoğrafı ikonik bir savaş görüntüsü oluşturmuştur. Bu görüntüde yer alan çıplaklık durumu kişinin mahremiyetini ifşa ettiğinden sosyal medyada bir tartışma meydana gelmiştir. Facebook yöneticilerinin Egeland'ın gönderisini silmeye sevk eden de kuşkusuz bu görsel ıstırap ve reşit olmayanların çıplaklığının bir kombinasyonu olmuştur. Reşit olmayan bir bireyin mahremiyet görüntüsünün yayılması sosyal medya platformunun kendi topluluk kuralları çerçevesinde sınırlandırılmış ayrıca Facebook yöneticileri daha sonra gazeteye fotoğrafı kaldırması veya flulaştırılması talimatını vermiştir (Jhonson ve Kelling, 2018: 817). İnsan mahremiyetinin yayımı yakın bir yüzyılda bu kadar geniş kapsamlı bir dönüşüm yaşamamıştır. 20. yüzyılda beden tam olarak

bir maddi beden haline gelmiştir. Dijitalleşen toplumların küresel etkileşimleri, küresel evrene daha çok dâhil oluşlarının göstergesidir. İnsanların mahremiyeti yaymaları üzerinden beğenilme referanslarını almaları güzel beden, şeffaf aile yaşamı vb. imgeler için ne kadar güçlü bir algı yarattığına işaret etmektedir.

Sosyal medyada bireyin izni dışında mahrem bilgilerinin ve görüntülerinin yayılması suç unsuru barındırırken aynı zamanda kişinin kendi mahremini gönüllü bir biçimde yayması da suç unsuru boyutuna ulaşabilmektedir. Pornografik görüntüleri dijital platformlara yükleyen failer ile bu görüntüleri paylaşan platform yöneticileri, “Müstehcenlik” (TCK m. 226) suçundan yargılanabilmektedir (Dülger, 2004: 25). Müstehcenlik, 5237 sayılı TCK’nın 226. maddesinde suç olarak düzenlenmekle birlikte madde içerisinde müstehcenliğin tanımı yapılmamış, yalnızca hangi hareketlerin müstehcenlik suçuna sebebiyet vereceği açıklanmıştır. TCK madde 226’nın atıfta bulunduğu hayâsızca hareketler suçunun “toplumun sahip olduğu ortak edep (ar ve hayâ) duygularının, edep törelerinin ihlali, incitilmesi ve her ne suretle olursa olsun edep ve ahlak temizliğine saldırı niteliği taşıyan söz ve davranışlar” olduğu ortaya çıkmaktadır (Öztürk ve Sözüer, 2021: 127).

Görüntülerin elde edilmesinin ve yayınlanmasının, kişilerin özel alanlarına ilişkin görüntüleri içermesi bakımından “Özel hayatın gizliliğini ihlal” (TCK m. 134) suçu meydana gelmektedir. Özel hayatın gizliliğinin ihlal edilmesi toplumun genel değerleri karşısında kabul edilmeyen bir durum ortaya çıktığında yasak olarak değerlendirilmektedir. Özel hayatın ihlali kişinin bilgisinin dışında özel hayatının inşası olurken müstehcenlik faktörü kişinin kendi mahremiyetini yayması boyutunu cinselliğe kadar

ulaştırması neticesinde meydana gelmektedir. Mahremiyetin inşasının cinselliğe kadar erişmesi de anayasanın maddeleri ile sınırlandırılmaktadır (Ketizmen ve Kart, 2021: 256). Mahremiyetin önemi gibi pornografi, çıplaklık ve müstehcenlikten de korunması adına kullanıcıların sosyal medya platformlarını doğru kullanması ve kendilerine karşı yönelebilecek tehlikelerden korunmayı sağlayan dijital medya okuryazarlığı alanına yoğunlaşması gerekmektedir (Bilici, 2014: 3). Böylelikle kullanıcılar daha bilinçli hale gelirken tehlikeli içeriklerden de korunabilmektedir.

Sosyal Medyada Mahremiyet Çalışmaları

Web Of Science üzerinden sosyal medya ve mahremiyet anahtar kelimeleri ile gerçekleştirilen inceleme neticesinde başlık içerisinde sosyal medya ve mahremiyet kelimeleri bulunan toplamda 82 adet çalışmaya erişilmiştir. Bu çerçevede atıf yoğunluğuna göre en fazla referans gösterilen 15 çalışma tarihsel olarak en eskiden en yeniye doğru sıralanarak incelenmiştir.

Konuyu ele alan çalışmalardan biri olan “Privacy preserving actions of older adults on social media: Exploring the behavior of opting out of information sharing” adlı eser Rajarshi Chakraborty, Claire Vishik ve H. Raghav Rao tarafından 2013’de hazırlanmıştır. Çalışma yaşlı bireylerin sosyal medya platformlarında yayılan bilgilerini Facebook çerçevesinde gözlem yöntemi ile incelemiştir. Daha sonra ise kullanıcıların verileri doğrultusunda bir analiz hazırlanmıştır. Bu analiz anket yöntemi ile gerçekleştirilmiş ve 55 yaş üstü bireylerin Facebook’taki veriyi paylaşımında çevresinden etkilendiğini saptamıştır. Çalışma mahremiyetin yetişkinler için de ne kadar önemli olduğunu açıklamaktadır. Yuan Elaine, Feng, J. Miao ve James A. Danowski’nin 2013’de kaleme aldığı “Privacy” in Semantic Networks on

Chinese Social Media: The Case of Sina Weibo Get access Arrow” adlı eser, Çin’in sosyal medya mahremiyet anlamı ve sınırlarını bir ağ analizi çerçevesinde incelemiştir. Mahremiyeti temsil eden 11 farklı organik küme oluşturulmuş bulgular yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda genç kuşakların interneti daha iyi deneyimler için kullandıkları, mahremiyet kavramına yoğun bir önem verdikleri görülmüştür.

Babajide Osatuyi’nin 2015’de kaleme aldığı “Is lurking an anxiety-masking strategy on social media sites? The effects of lurking and computer anxiety on explaining information privacy concern on social media platforms” aldı çalışma sosyal medyada kişisel bilgi yayılmasını ve gizlilik endişelerini konu edinmiştir. Bu çerçevede bir ölçek geliştirmeyi amaçlamıştır. Çalışmada iki aşamalı modelleme yaklaşımı kullanılarak bir ölçüm modeli hazırlanmıştır. Aynı yıl “Personality Traits and Information Privacy Concern on Social Media Platforms” adını verdiği eserinde Babajide Osatuyi lisans öğrencilerinin sosyal medya platformlarında yer verdikleri bilgilerin gizliliğine yönelik endişelerini anket yöntemi ile incelemiş ve bilgisayar kaygısının davranışsal niyetleri negatif bir yönde etkilediğini saptamıştır.

2016 yılında Senthil Kumar N, Saravanakumar ve Deepa tarafından hazırlanan “On Privacy and Security in Social Media – A Comprehensive Study” adlı çalışmada kantitatif sistem ile sosyal medya kullanıcılarının demografik bilgileri ve mahremiyet yönetimi saptanmaya çalışılmıştır. Çevrim içi anket yöntemi ile gerçekleştirilen araştırmada sosyal medyada bilgi paylaşımının güvenlik ve mahremiyet anlayışı içerisinde gerçekleştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Jung, A-Reum tarafından 2017 yılında hazırlanan ve "The influence of perceived ad relevance on social media advertising: An empirical examination of a mediating role of privacy concern" olarak adlandırılan çalışma reklam vericilerin tüketiciler için kişiselleştirilmiş reklam etkinliğini kişinin mahremiyet endişesi çerçevesinde incelemektedir. Anket yöntemi ile gerçekleştirilen araştırmaya göre reklam üzerinde kişiselleştirmenin artması bireylerin mahremiyet endişesini aynı derecede artıran bir etki oluşturmuştur.

2018'de ise Tae Rang Choi ve Yongjun Sung "Instagram versus Snapchat: Self-expression and privacy concern on social media" başlıklı çalışmayı hazırlamışlardır. Bu çalışma Instagram ve Snapchat gibi sosyal medya platformlarının kullanıcı mahremiyeti konusundaki endişelerini anket yöntemi ile saptamayı amaçlamıştır. Snapchat kullanıcıları sosyal medyada kendi benliklerini Instagram kullanıcılarına göre daha az yansıtmış ve mahremlelerini daha gizli tutmuştur. Aynı yıl Hsuan-Ting Chen, Revisiting the privacy paradox on social media with an extended privacy calculus model "The effect of privacy concerns, privacy self-efficacy, and social capital on privacy management" adını verdiği makalede sosyal medyada yer alan mahremiyet paradoksunu mahremiyet hesabı modeli çerçevesinde ele almıştır. Çalışma kişinin sosyal medyadaki mahremiyet yönetimini ve profil görünürlüğünü inceleme üzerine hazırlanmıştır. Hong Kong'da yaşayan kişilerin profilinin görünürlük sınırlaması çerçevesinde mahremiyet endişelerini azalttığını saptamıştır.

2019'da Emmanuel Ayaburi ile Daniel Treku'nin hazırladığı "Effect of penitence on social media trust and privacy concerns: The case of Facebook" adlı çalışma sosyal medya kuruluşlarına

emanet edilen kişisel bilgilerin marka tarafından gizliliğinin korunma ve güvenilirlik endişelerini giderme faktörlerini Facebook kullanıcıları çerçevesinde anket hazırlanarak incelemiştir. Sosyal medyada markaların kullanıcı güvenilirliğini sağlamasını kuruluşların ikna edici bir özelliği olarak yansıtmış, mahremiyet kaygısının en aza indirildiği üyeliklerde kullanıcıların güveninin arttığı saptanmıştır. Bu durum markaların mahremiyet koruma faktörünün müşteri güveni için önemli olduğunu göstermektedir. Ralf De Wolf da "Contextualizing how teens manage personal and interpersonal privacy on social media" adlı çalışmasında 2019 yılında gençlerin sosyal medyada mahremiyetlerini nasıl yönettiklerine ilişkin bir çalışma hazırlamıştır. Anket çalışması ile gerçekleştirilen araştırmada sosyal çevrenin bireysel kontrolü neticesinde bir mahremiyet yönetimi ortaya çıkardığı bu mahremiyet yönetiminin cinsel anlamda uzak ve yakın ilişkileri koordine ettiği saptanmıştır. James G. Bittner ve diğerleri tarafından aynı yıl hazırlanan "A Society of Gastrointestinal and Endoscopic Surgeons statement on closed social media (Facebook) groups for clinical education and consultation: issues of informed consent, patient privacy, and surgeon protection" adlı çalışmada doktorların hastalara ilişkin bilgileri yaydığı kapalı Facebook gruplarında mahremiyeti etkileyen faktörler incelenmiştir. Bittner ve diğerleri literatür taraması ile hastaların bilgi onam sürecini açıklayan çalışma hastanın gizli ve şeffaf olmayan bilgilerinin etik çerçevesinde korunup korunmadığını formüle etmiştir. Le Wang, Hai-Hua Hu, Jie Yan ve Maggie Qiu-zhu Mei 2019'da kaleme aldıkları "Privacy calculus or heuristic cues? The dual process of privacy decision making on Chinese social media" adlı eserde mobil sosyal uygulamaların bireysel bilgileri ifşa ve mahremiyet kararı ile ilgili modelini açıklamaya

çalışmıştır. Anket hazırlanarak gerçekleştirilen araştırmada gizlilik paradoksu fenomeni için alternatif bir açıklama ortaya konmuştur.

Nazanin Andalibi 2020’de “Disclosure, Privacy, and Stigma on Social Media: Examining Non-Disclosure of Distressing Experiences” adını verdiği makalesinde sosyal medyada mahremiyetin ifşasını deneyimleyen kullanıcıların bu deneyimlerini yansıtmak amacıyla görüşmeler gerçekleştirmiştir. Araştırmada kadın kullanıcılarla görüşen Andalibi, gizlilik teorilerini açıklamış ve gizliliğe yönelik yararlı açıklamaları kolaylaştırıp ifşa sonrası damgalanmayı azaltmak için tasarım ortaya koymuştur.

IYu-Qian Zhu ve Kritsapas Kanjanamekanant 2021’de hazırladığı “No trespassing: exploring privacy boundaries in personalized advertisement and its effects on ad attitude and purchase intentions on social media” adlı çalışmada iletişim gizliliği yöntemi teorisi çerçevesinde kişiselleştirilmiş reklam ve mahremiyet algısını incelemiş, anket yöntemi ile gerçekleştirilen araştırmada kişiselleştirilmiş reklamların mahremiyet algısını olumlu şekilde etkilediği görülmüştür. Jameson L. Hayes, Nancy H. Brinson, Gregory J. Bott ve Claire M. Moeller 2022’de kaleme aldıkları “The Influence of Consumer Brand Relationship on the Personalized Advertising Privacy Calculus in Social Media” adlı çalışmalarında reklamcılarının kişisel bilgileri toplamada ve kişiselleştirilmiş reklamları oluşturmada tüketici marka ilişkisini çevrim içi deney yöntemi ile gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada marka ve tüketici ilişkileri mahremiyet riskleri dikkate alınmadığında zayıf olarak gözlemlenmiştir.

Web of Science’da en fazla atıf alan ilk 15 çalışmanın genel olarak anket kullanılarak gerçekleştirdikleri görülmektedir.

Çalışmalar gerek tüketici, üretici gerekse sosyal medya kullanıcıları olan her yaş grubu ve cinsiyetten örneklemin mahremiyet gizliliği ve ifşası üzerine durmaktadır. Bu durum sanal mahremiyetin her alanda önemli bir konu olduğunu göstermektedir.

Sonuç

Mahremiyet kavramı en eski çağlardan beri var olan ve kişinin özel hayatına ilişkin gizliliğin korunmasını sağlayan bir hak olarak meydana gelmiştir. Kavram her alanda bulunduğu gibi sosyal medyada da yer almaktadır. Ancak bu kavram şehirleşme, teknoloji ve küreselleşme gibi faktörler neticesinde zaman zaman değişime uğramış ve esneklik göstermiştir. Sınırları net olarak çizilemeyen mahremiyet kavramı yasal çerçeve ile de korunmuş bireyin kendi kontrolüne bırakılmış bir sınırlandırmayı içermiştir. Bu yasalar ile bireyler toplumsal ilişkileri düzeyinde mahremiyet seviyesini belirleyerek topluma bilgilerini yansıtmaya hakkına sahip olmuştur. Yeni medya teknolojileri iletilerin geniş kesimlere kolayca ve en ucuz şekilde yayılmasını sağlayan özellikler barındırmaktadır. Klasik iletişimde bulunan yüz yüze iletişim faktörleri sosyal medya platformları ile daha çok sanal mecraların görünürlüğü üzerine evrilmiştir. Kişiler daha geniş çevrelere ulaşabilmek adına tutum ve davranış üzerinde dönüşüm yaşamaya başlamıştır. Böylece gerek gündelik hayatta gerekse sanal yaşamda mahremiyet anlayışında gönüllü teşhir ortaya çıkmıştır. İlk çağlarda özel hayatın ihlali anlamına gelen mahremiyetin gözetimi, sosyal medyada teşhir sürecini doğal olarak meşrulaştıran bir öge haline dönüştürmüştür.

Dijital teknolojiler, bilgisayar, akıllı cep telefonları ve internet gibi gelişmeler neticesinde sosyal medya platformlarında beğenilme, takip edilme, yorumlanma ve görüntülenme faktörlerinin

etkisi sebebiyle çoğu zaman bireyler mahremiyet sınırlarını genişleterek özel hayatlarını paylaşma faaliyetine girişmiştir. Bu durum kapitalist sistemi ve modern çağın kural dönüşümü ile ortaya çıkmıştır. Böylece kişinin mahremi olan özel hayatı kamusal alana taşınmış, mahremiyet ifşası normalleşmeye başlamıştır. Uluslararası yasal çevreler ve haklarla birlikte ulusal yasalarla da korunan mahremiyet kavramı benzer şekilde ulusal ve uluslararası alanda da pek çok çalışmaya konu olmuştur. Bu çalışmalar mahremiyetin ifşası ve korunması çerçevesinde her sektörü, her yaştan ve cinsiyetten bireyler için mahremiyetin boyutlarını ve bilgi gizliliğini büyük bir alana taşımıştır. Böylece mahremiyetin sınırları ve önemi çalışmalar ile vurgulanmıştır.

Kaynakça

- Alanka, Ö. & Cezik, A. (2016). Dijital kibir: Sosyal medyadaki narsistik ritüellere ilişkin bir inceleme. TRT Akademi, 1(2), 548-569.
- Altman, I., Vinsel A. & Brown, B. B. (1981). Dialectic conceptions in social psychology: an application to social penetration and privacy regulation. *Advances in Experimental Social Psychology*, 14, 107-160.
- Altman, I. (1975). *The environment and social behavior*. Monterey, CA: Brooks.
- Andalibi, N. (2020). Disclosure, privacy, and stigma on social media: Examining non-disclosure of distressing experiences. *ACM Transactions On Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 27(3), 1-43.
- Ayaburi, E. W. & Treku, D. N. (2020). Effect of penitence on social media trust and privacy concerns: The case of Facebook. *International Journal of Information Management*, 50, 171-181.
- Barış, Ö. & Yeşilyurt, S. (2023). Yeni medyada beden teşhiri ve vücudun metalaşması üzerine inceleme: Onlyfans ve Only Feetfinder uygulamaları. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3(5), 444-475.
- Barker-Plummer, B. & D. Barker-Plummer. (2017). Twitter as a feminist resource: #YesAllWomen, digital platforms, and discursive social change. *Studies in Media and Communications*, Bingley, Uk: Emerald Publishing Limited.
- Baudrillard, J. (2014). *Simülarklar ve simülasyon*. (Çev. O. Adanır). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Bauman, Z. & Lyon, D. (2017). *Akışkan gözetim*. (Çev. E. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bilici, I. (2014). *Medya okuryazarlığı ve eğitimi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Bittner, J. G., Logghe, H. J., Kane, E. D., Goldberg, R. F., Alseidi, A., Aggarwal, R., Bowie, N. & Duska, E. R. F. (1990). *Business ethics*. Englewood cliffs, N. J.: Prentice Hall.

- Brandeis, L. & Warren, S. D. (1890). The Right to Privacy. *Harvard Law Review*, (4), 193-220.
- Canatan, K. & Yıldırım, E. (2016). *Aile sosyolojisi*. İstanbul: Açılım Yayınları.
- Chakraborty, R., Vishik, C. & Rao, H. R. (2013). Privacy preserving actions of older adults on social media: Exploring the behavior of opting out of information sharing. *Decision Support Systems*, 55(4), 948-956.
- Chen, H. T. (2018). Revisiting the privacy paradox on social media with an extended privacy calculus model: The effect of privacy concerns, privacy self-efficacy, and social capital on privacy management. *American Behavioral Scientist*, 62(10), 1392-1412.
- Choi, T. R. & Sung, Y. (2018). Instagram versus Snapchat: Self-expression and privacy concern on social media. *Telematics And Informatics*, 35(8), 2289-2298.
- Conklin, K. R. (1976). Privacy: Should there be a right to it? *Educational Theory*, 26(3), 263-270.
- De Wolf, R. (2020). Contextualizing how teens manage personal and interpersonal privacy on social media. *New Media & Society*, 22(6), 1058-1075.
- Dülger, M. V. (2004) *Bilişim suçları*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Hayes, J. L., Brinson, N. H., Bott, G. J. & Moeller, C. M. (2021). The influence of consumer-brand relationship on the personalized advertising privacy calculus in social media. *Journal of Interactive Marketing*, 55(1), 16-30.
- Esen, E. (2005). Workplace privacy poll finding. Society for Human Resource Management,147.<http://www.shrm.org/research/survey-findings/documents/workplace%20privacy%20poll%20finding%20%20a%20study%20by%20shrm%20and%20careerjournal.com.pdf>. Erişim Tarihi: 09.08.2023.

- Han, B. C. (2017). Şeffaflık toplumu. (Çev. H. Barışcan) İstanbul: Metis Yayınları
- Hira, A. (2014). Özel hayatın korunması: Türk ceza kanununda özel hayata ve hayatın gizli alanına karşı işlenen suçlarla ilgili düzenlemenin İslam hukuku ile mukayesesi. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (13), 75-102.
- Goffman, E. (2014). Günlük yaşamda benliğin sunumu. (Çev. B. Cezar). İstanbul: Metis Yayınları.
- Goodfellow, S. R. (2014). Kanıt olarak sosyal medya: Mahremiyetin sınırlarında gezinmek. *Dostum Avukat*, 37, 32.
- Gruzd, A. & Hernández-García, Á. (2018). Privacy concerns and self-disclosure in private and public uses of social media. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 418-428.
- Jacob, B. P. (2019). A society of gastrointestinal and endoscopic surgeons (SAGES) statement on closed social media (Facebook®) groups for clinical education and consultation: issues of informed consent, patient privacy, and surgeon protection. *Surgical Endoscopy*, 33, 1-7.
- Johnson, B. G. & Kelling, K. (2018). Placing Facebook: Trending, Napalm Girl, fake news and journalistic boundary work. *Journalism Practice*, 12(7), 817-833.
- Jourard, S. M. (1966). Some psychological aspects of privacy. *Law and Contemporary Problems*, 31(2), 307.
- Jung, A. R. (2017). The influence of perceived ad relevance on social media advertising: An empirical examination of a mediating role of privacy concern. *Computers In Human Behavior*, 70, 303-309.
- Jurgenson, N. & Rey, P. (2012). Comment on Sarah Ford's 'reconceptualization of privacy and publicity'. *Information, Communication & Society*, 15(2), 287-293.
- Kaya, Ş. (2018). Kadın ve sosyal medya. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(2), 563-576.

- Kaya, E. E. (2020). Liberal medya etiğinin sorgulanması ve alternatif medya etiğinin türkiye haberciliği üzerinden değerlendirilmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(01), 283-299.
- Kalaman, S. (2011). İnternette özel hayatın gizliliğinin ihlal edilmesi: Facebook, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Kalaman, S. (2016). Sosyokültürel, ekonomik ve siyasi boyutlarıyla yeni medyada mahremiyetin dönüşümü: Facebook örneği, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- Karakoç, E. & Taydaş, O. (2013). Toplumsal dönüşüm bağlamında sosyal medya ve değişen aile kavramı. *Sosyal Medya Araştırmaları*, 1, 207-224.
- Korkmaz, A. (2011). Medyada bir etik sorun olarak mahremiyet hakkı. II. Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu Bildirileri, 565-575, Elazığ.
- Martos, C. M. (2013). The Transformation of intimacy and privacy through social networking sites. Cristina Miguel Martos (University of Leeds), 03, 3.
- Niedzviecki, H. (2010). Dikizleme günlüğü, (Çev. G. Gündüç). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Osatuyi, B. (2015). Is lurking an anxiety-masking strategy on social media sites? The effects of lurking and computer anxiety on explaining information privacy concern on social media platforms. *Computers in Human Behavior*, 49, 324-332.
- Öztekin, H. & Öztekin A. (2010). Modernleşme-mahremiyet ilişkisi ve siber mekânda mahremiyetin aleniyete dönüşmesi, *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 526-540.
- Öztürk, G. A. & Sözüer, A. (2021). Türk Ceza Kanunu'nda müstehcenlik suçu. Ankara: Seçkin Yayınları.

- Rachels, J. (1975). Why privacy is important. In: F. D. Schoeman (Ed.). *Philosophical dimensions of privacy: An antology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ketizmen, M. & Kart, A. (2021). Kişisel Verilerin Korunması Kanununun 17. Maddesi ve Yargıtay Kararları Doğrultusunda, Kişisel Verilerin Korunmasına İlişkin Suç Teşkil Eden Fiiller Açısından Uygulanacak Norm Hakkında Değerlendirme. *Kırkkale Hukuk Mecmuası*, 1(2), 256-268.
- Serttaş, A. (2017). Türk televizyonlarında yayınlanan gündüz kuşağı programlarında mahremiyetin dönüşümü. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (27), 9-27.
- Sırabası, V. (2007). İnternet ve radyo - televizyon aracılığıyla kişilik haklarına tecavüz, Ankara: Adalet Yayınları.
- Sohn, A, M. (2013). Cinsiyetli beden, bedenin tarihi 3: Bakıştaki değişim: 20. Yüzyıl, (Çev. S. Özen). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Saravanakumar, K. & Deepa, K. (2016). On privacy and security in social media—a comprehensive study. *Procedia Computer Science*, 78, 114-119.
- Such, J. M. & Criado, N. (2018). Multiparty privacy in social media. *Communications of the ACM*, 61(8), 74-81.
- Şenyüz, B. & Ünal, S. (2019). Ünlü fotoğraflarının sızdırılmasındaki etik sorunlar: Türkiye medyası örneği. *İletişim Hakkı ve Yeni Medya-Tehditler ve Olanaklar*, 119-138.
- TDK, (2023). <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi:17.08.2023.
- TRT haber, (2022). <https://www.trthaber.com/haber/dunya/mark-zuckerberge-cambridge-analytica-skandaliyla-ilgili-suclama-682389.html#:~:text=Facebook'un%20kurucusu%20Mark%20Zuckerberg,rol%20oynad%C4%B1%C4%9F%C4%B1%20ger%C3%A7esiyle%20dava%20edildi.Erişim Tarihi:07.08.2023>.

- Ünsal, R. (2021). Teşhir toplumunda genç olmak: Üniversiteli gençlerin sosyal medya kullanım biçimleri. Hacettepe University Journal of Faculty of Letters Aralık/December, 39(2), 548-569.
- Yılmaz, S. (2011). Her iletişim bir mahremiyet ihlalidir ve her mahremiyet ihlalinin bir haber değeri vardır. Hüseyin Köse (Ed.), *Medya mahrem* (s. 129-149) içinde. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Yıldız, S. (2007). Suçta araç olarak internetin teknik ve hukuki yönden incelenmesi, Ankara: Nobel Yayınları.
- Yuan, E. J., Feng, M. & Danowski, J. A. (2013). Privacy in semantic networks on Chinese social media: The case of Sina Weibo. *Journal of Communication*, 63(6), 1011-1031.
- Wacks, R. (2010). *Privacy: A very short introduction*. ABD: Oxford University Press.
- Yüksel, H. (2021). Sosyal medya ortamında mahremiyet sorunu: Facebook ve WhatsApp platformları. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (7), 86-108.
- Wang, L., Hu, H. H., Yan, J. & Mei, M. Q. (2020). Privacy calculus or heuristic cues? The dual process of privacy decision making on Chinese social media. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(2), 353-380.
- Westin, A. (1967). *Privacy and freedom*. New York: Atheneum.
- Zhu, Y. Q. & Kanjanamekanant, K. (2021). No trespassing: Exploring privacy boundaries in personalized advertisement and its effects on ad attitude and purchase intentions on social media. *Information & Management*, 58(2), 103314.

Sosyal Medyada Beden

*Segâh YEŞİLYURT**

Giriş

Sosyal medya, çağımızın önemli bir sosyal etkileşim aracıdır. Fikir ve düşüncelerin hızlı bir şekilde yayılımını ve geri bildirimini destekleyen güçlü platformlardır. Sosyal medyada ideal beden imgesi için sınırsız içerikler oluşturulmaktadır. Phang ve Schaefer'e (2009: 156-172) göre sosyal medyada öncelik bilgi üretimi ve paylaşımıdır. Bilgi tüketmek geri plandadır. Haber almak, olaylara ve durumlara yorum yapmak, beğeni almak ne giydiğini ne yediğini takip etmek sosyal medyanın popüler kullanım amacını ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medyada ideal beden görüntüleri özgüven sorunlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bireylerde beğenilme arzusu ile kaygılar tetiklenmektedir. Görece daha iyi görünmek ve izlenim yaratmak için çaba gösterilmektedir. Lee ve diğerlerine (2015: 84-93) göre sosyal medyadaki paylaşımlar günlük hayatın sıradan bir eylemi haline dönüşmektedir. Özellikle sosyal medyada “#” (hashtag)li fotoğraflar etkileşimi hızlandırmaktadır. Influencerların #fitnesspiration (fitnessinspiration) etiketleri ile paylaştıkları ideal beden

* Öğretim Görevlisi, Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Alaçam Meslek Yüksekokulu, segah.yesilyurt@omu.edu.tr. ORCID ID: 0000-0002-8781-7472

sunumu, ince ve kaslı bir vücut görselinden meydana gelmektedir. Tiggemann ve Slater'a (2013: 630) göre sosyal medyada kaslı ve ince beden görüntülerine maruz kalma süresi arttıkça ideal beden içselleştirilmektedir. Livingstone'a (2008: 101) göre sosyal medyada kaslı ve ince beden görüntüleri beden görünümüyle ilgili sosyal karşılaştırma yapma davranışını ortaya çıkarmaktadır. Wiederman ve Pryor'e (2000: 90-95) göre sosyal medyada kaslı ve ince beden görüntüleri üzerinden yapılan karşılaştırma, kullanıcıda olumsuz beden imajı ortaya çıkarmaktadır. Böylece sosyal medyada ideal beden ile ilgili açık etkilere maruz kalan bireyler, görünüş kaygısı yaşayarak, yeme bozuklukları gibi pek çok problemlerle karşı karşıya kalmaktadır.

Dünyadaki örneklerine bakıldığında, sosyal medyada Viti-ligo hastalığı ile mücadele eden Winnie Harlow adındaki influencer, kişinin kendi bedeninin nasıl görmesi gerektiği ile ilgili farkındalık oluşturmaktadır. Yine internet fenomeni Jessamyn Stanley büyük beden yoga eğitmenidir. Yoga yapmak için sadece standart beden ölçülerine sahip olma gerekliliği olmadığını savunmaktadır. Türkiye'de standart beden kalıplarını yıkmak için binlerce takipçi sayısına ulaşan büyük beden fenomeni Aydın Göksin'den bahsetmek mümkündür. Dolayısıyla beden fenomenlerinin sosyal medyayı kullanma amaçları takipçi kazanmaktır. Bunun yerine sosyal medyada bilinçli içeriklerin yerinin sağlanlaştırılması daha çok önemli olabilmektedir. Sosyal beden standart beden algılarının yayılabildiği gibi bu kalıpların da kırılabileceği bir alan haline dönüşmektedir. Bu çalışma son zamanlarda görünüş kaygısı taşımayan ve ideal beden kaygısını yıkmak isteyen fenomenlere ışık tutmayı amaçlamaktadır.

Sosyal medya platformlarda ideal beden algılarını alt üst eden bir etkinin ortaya çıktığını söylemek mümkündür.

Beden İmgesi

Beden, eski çağlardan günümüze kadar düşünürlerin ve araştırmacıların merak ettiği bir konu olmuştur. Eski düşünür ve felsefeci Platon insan bedenini, istiridyenin kabuğu ile arasındaki bağa benzetmektedir (Cash, 2004: 5). Beden imgesi Grogan'a (2017: 78) göre zihnimizin bedenimizle ilişkili kurduğu bir görüntüdür. Beden imgesi Wiederman ve Pryor'e (2000: 94-95) göre, bireyin bedeni ile kurduğu ilişkinin sonucudur. Bireyin bedeni ile arasındaki davranış, duygu, tutum ve algılar bu ilişkinin içinde yer almaktadır. Bailey ve Ricciardelli'ye (2010: 107-112) göre beden imgesi, bireyin kendi bedeni için kurduğu zihinsel resimdir.

Wood ve diğerlerine (2010: 106) göre bireyin bedeni ile kurduğu duygu, tutum, algı, güven, beğeni sevgi ve kabul olarak geliştiğinde olumlu beden imgesi ortaya çıkmaktadır. Grogan'a (2017: 78-79) göre bireyin görünümüne ilişkin çirkin, kilolu, orantısız gibi birçok konuda kabul geliştiğinde olumsuz beden imgesi oluşmaktadır. Buna göre beden imgesini olumlu beden ve olumsuz beden imgesi olarak iki başlıkta değerlendirmek mümkündür.

Bireylerin biyolojik ve psikolojik beden algısı üzerindeki sonuçlar sosyokültürel çevre ile etkileşime girerek oluşabilmektedir. Wiederman ve Pryor'e (2000: 90-95) göre bireylerin beden imgesi, sosyokültürel ortamlarda bireyler arası kıyaslamalar sonucu ortaya çıkmaktadır. Bireylerin medya, aile ve akran etkileşimi sonucu ortaya çıkan kıyaslamalar ile ideal beden algısı içselleştirilmektedir.

Bireylerin tutumlarında akranlar rol model olmaktadır. Dohnt'a (2006: 135) göre bireylerin akran grupları arasında kilo verme, diyet yapma bedenlerine ilişkin kaygıların oluşmasında önemli bir etkidir. Aileler çocukların beden imgesi ile ilgili tutum ve düşüncelerini içselleştirmelerinde büyük rol oynamaktadır. Rodgers'e (2012: 219) göre aileler çocukların beden imgelerine doğrudan etkide bulunmasalar da kendi beklenti ve düşüncelerini örtük olarak iletmektedirler. Pesa ve diğerlerine (2000: 332) göre aile içinde kardeşler arası alay etme, küçümseme, dışlama gibi tutumların sergilenmesi beden imgesini doğrudan etkileyen önemli bir tutum olarak ortaya çıkmaktadır. Buna göre ailenin, beden imgesine ilişkin tutumları etkileyen önemli bir sosyokültürel olgu olduğu söylenebilmektedir. Bugün hayatın pek çok noktasında yer alan sosyal medya, çekicilik, ideal vücut ölçüsü, ideal kilo gibi pek çok konu ile bireylerin zihinlerini hızlıca etkilemektedir. Buna göre medya, ideal beden imgesinin güçlü bir taşıyıcısı olan sosyokültürel bir olgudur.

Sosyal Medyada Beden

Sosyal medyada ideal beden Sönmez ve Özgen'e (2017: 78) göre, algı ve davranış bileşenlerini kullanmaktadır. Bireyin algısı, kendi bedeni ile ilgili zihnindeki hayalidir. Düşünceleri ise içsel ve dışsal faktörler ile oluşmaktadır. Balcı ve diğerlerine (2019: 173) göre içsel faktörler biyolojik ve psikolojik faktörlerdir. Bireyin içsel faktörleri, kendisini biyolojik anlamda mutlu hissetmemesi ve toplumun beğenmeyeceğini düşünmesidir. Dışsal faktörler bireyin içinde yaşadığı kültürel ve sosyal ortamlardır.

Kitle iletişim araçları ile bireyin ideal bedene sürekli maruz kalması beden imgesini olumsuz etkilemektedir. Çünkü Allison ve diğerlerine (2005: 157) göre sosyal medya kusursuz ve zayıf

bedenin günlük ilişkilerde önemli bir değer olduğunu vurgulamaktadır. Tiggemann ve Slater'a (2013: 632) göre sosyal medya, ideal bedene kolay ulaşamayan bireylerin suçluluk ve utanç duygularını şiddetlendirmektedir. Özellikle kadınlara bedenlerini korumaları, iyi bakmaları ile ilgili çaba ve gayret özendirilmektedir. Buna göre kadının daha çok ideal bedene ulaşma çabası gösterdiği söylenebilmektedir. Aynı zamanda Heinberg ve Thopson'a (1995: 325) göre sosyal medya gündeminde yer alan ünlüleri sık sık izleyebilmektedirler. Bu izleme sıklığı bireyin kendi vücudunda bir memnuniyetsizlik ortaya çıkarmaktadır.

İdeal görünümlere ulaşmak doğal yollarla kolay olmadığı için sosyal medyada tasvir edilen bedenler ile gerçek beden arasında ortaya çıkan karşılaştırmalar hoşnutsuzluk ve olumsuz duygular ortaya çıkarmaktadır. Çünkü Taşdelen'e (2020: 176) göre sosyal medya içerikleri bireylerin önceliklerinin değişmesine neden olmaktadır. Aynı zamanda bu içerikler ideal bedeni ulaşılmaz, tek tip bir form olarak sunmaktadır. Tiggemann ve Slater'e (2013: 633) göre sosyal medyada geçirilen zaman ve ince ideal beden arzusu arasında ilişki bulunmaktadır. Buna göre sosyal medyada görünen ideal beden içeriklerine erişim kolay, imgenin yarattığı gerçekliğe ulaşmak daha zordur. Bu, çelişkileri yaşayan bireyin çözüm için farklı yollar denemesine ve araştırmasına neden olabilmektedir.

Bayköse ve Esin'e (2019: 67) göre medyada erişim kolaylığı ile sosyal etkileşim artırmaktadır. Bu kolay erişim kamusal ve özel alanı daha çok siliğe hale getirmektedir. Sosyal medya içeriklerini paylaşan bireylerin, çoğu zaman gerçeklik algıları düşmektedir. Dolayısıyla mahrem kabul edilen beden konulu içeriklerin normal kabul edilmesine neden olmuştur. Allen ve Walter'e (2016:

79) göre sosyal medyada popüler olmak, beğeni almak, bireyin sosyal etkileşiminde geri dönülmez gizli mahrem alanlarını yıkamaktadır.

Babacan'a (2015: 37-65) göre sosyal medyayı kullanmayanların toplumdan dışlanması sosyal mekanlarda kendini var edemeyen birey algısını ortaya çıkmaktadır. Bu kabul edilebilme çabası, üretilen bazı içeriklerin mahremiyetle olan ilişkisini kültürel yapısından uzaklaştırmaktadır. Çünkü Tiggemann ve Slater'a (2013: 634) göre mahremiyet ihlalleri zamanla bireylerin kendilerine olan saygınlığını ortadan kaldırmaktadır. Instagram mahremiyet ihlaline zemin hazırlamaktadır. Aktifleştirilen gizlilik butonu gözetime imkân sağladığı için kullanıcıların bireysel mahremiyet alanlarını yozlaştırmaktadır.

Yeni medyada kullanıcıların takip edildiğini, ne kadar zaman harcadıklarını, hangi görsele ilgi gösterdiklerini hesaplayan algoritmalar bulunmaktadır. Barış ve Yeşilyurt'a (2023: 447) göre algoritmalar kullanıcıların mahremiyetini savunmasız şekilde deşifre etmektedir. Buna göre sosyal medyanın pek çok yeni gözetim pratiklerini ortaya çıkardığı söylenebilmektedir. Rosenberg ve diğerlerine (1995: 141) göre sosyal medyanın aktifleşen gizlilik butonları yeni gözetim pratiklerini ortaya çıkarmıştır. Yeni gönüllü gözetime "omniptikon" adı verilmektedir. Herkesin herkesi gözetleyebildiği yeni dönemin adı omniptikon'dur. Böylece Castells'e (2005: 185) göre internetle küreselleşen yaşam pratikleri yeni teknoloji ağının içerisinde devam etmeye mahkûmdur. Yeni pratikler kişilerin yaşam alanlarını ele geçirmektedir. Böylece merak duyguları tetiklenen bireyler özel yaşamlarını daha çok deşifre etme eğilimi gösterebilmektedir.

Selfhout ve diğerlerine (2009: 819) göre sosyal medya platformları etkileşime girme olanağı sağlamaktadır. Sosyal medya platformları ideal beden için içselleştirilmesine ideal olmayan bedenlerin linç edilmesine neden olmaktadır. Kısa zamanda ideal bedene ulaşma arzusunun tetiklenmesi ve hatalı diyet uygulamaları kişinin kendine zarar verebileceği yollara sevk etmektedir. Sosyal medya yeme bozukluklarını tetiklemektedir. Allen ve Walter'e (2016: 79) göre de sosyal medyada takip edilen içerikler yeme bozuklukları, Anoreksiya ve Bulimiya Nervoza'ya neden olmaktadır. Tiggemann ve Slater'e (2013: 634) göre Anoreksiya Nervoza içerikli sosyal medya paylaşımları anoreksiyanın trend olan güzellik algısı olarak görülmesini sağlamaktadır. Yol ve yöntemleri için öneriler ve ipuçları sunmaktadır. Sosyal medyada açlığı yenmek başarı hikayesinin bir göstergesidir.

Aslan'a (2004: 326) göre yeni iletişim teknolojileri insan davranışlarını içten ve dıştan gelen uyarıcılarla değişime uğratmıştır. Sosyal medyada ideal beden imgesi, bireylerin kültürel ve sosyal ortamlarda oluşan beğenilerin ortak bir sonucudur. Heinberg ve diğerlerine (1995: 326) göre bugün modern güzellik anlayışının kaynağı meta değeri taşıyan beğenilerdir. Buna göre sosyal medya beğenileri, estetik ve güzellik mecburiyeti yönünde bir baskı yaratabilmektedir.

Giles'e (2002: 279) göre sosyal medya etkileşimleri beğen (me) tuşları ile gerçekleşmektedir. Sosyal medyada beğenilmek, like almak ile eşdeğerdir. Beğeni bireyin sosyal değerini taşıyan bir izdir. Tiggemann ve Slater'a (2013: 632) göre sosyal medya uygulamalarındaki beğeniler, bireylerin sosyal medya profilini daha görünür hale getirmektedir. Beğeniler bireyin onay

göstergesidir. Bu göstergeler bireyin onaylanmasını, takdir edilmesini sağlayan ideal görüntüsünü içselleştirmesine neden olmaktadır.

Festinger'e (1954: 117) göre bireyler kendilerini başkalarıyla karşılaştırmaktadırlar. Fardouly ve Vartanian'a (2016: 1-5) göre sosyal medya ünlülerin fotoğraflarına kolay ve hızlı şekilde erişim imkânı sağlamaktadır. Kullanıcılar ünlülerin bedenleri ile kendi bedenlerini karşılaştırmaktadırlar ve beden memnuniyetsizlikleri ortaya çıkmaktadır. Aslan'a (2004: 326) göre influencerlar bireylerin güzellik algılarını etkilemektedir. Beğenilme arzusu özgüven problemlerini tetiklemektedir. Bergstrom ve diğerlerine (2009: 264) göre influencerlar sosyal medya platformlarını kullanarak etkileşim kuracakları bireylere ulaşmaktadırlar.

Giles'e (2002: 279) göre sosyal medyada parasosyal bir etkileşim kurulmaktadır. Parasosyal etkileşim kişinin kendi rızası ile kendine yakın bulduğu karakterler ile ortaya çıkan bir iletişim şeklidir. Parasosyal bağlar bireylere özgür tercihleri vaat etmektedir. Aynı zamanda örtük bir manüplasyon ile de bağları bulunmaktadır. Çünkü Dibble ve diğerlerine (2016: 21-44) göre bireyler sosyal medyada sürekli takip ettikleri ünlüleri arkadaşları gibi görmeye başlamaktadırlar. Giles'e (2002: 279) göre sosyal medyadaki parasosyal bağlar günlük sosyal bağlar ile çoğunlukla benzerlik göstermektedir. Günlük sosyal bağları için kendi tercihlerini kendileri belirlemektedir. Wang ve Zhang'a (2018: 155) göre sosyal medyadaki ünlüler bireylerin değişim modellerini yaratmaktadır.

Sosyal Medya ve Beden Algısını İnşa Eden Kavramlar Fitspiration (Fitspirasyon)

İnternetin sunduğu yeni trendin adı Bayköse ve Esin'e (2020: 420) göre fitspiration (uygun ilham)'dır. Fitspiration kelimesi fitness ve ilham kelimelerinin birleşiminden ortaya çıkmıştır. Perloff'a (2014: 363) göre fitspiration motive etmek için tasarlanan görüntüler anlamına gelmektedir. Sağlıklı yemek ve egzersizi teşvik eden yeni bir trenddir. Aynı zamanda sağlıklı yaşam için tasarlanmış çevrim içi ilham kaynağıdır.

Bair ve diğerlerine (2012: 398) göre fitspiration içeriği, Facebook, Instagram, Twitter ve Tumblr gibi çok sayıda sosyal medya platformunda görülmektedir. Fitspiration diğer platformlarla karşılaştırıldığında Instagram'da daha popülerdir. Tiggemann'a (2011: 12-19) göre kadınların vücut şekli ve ağırlığı konusundaki beden memnuniyetsizliği yüksektir. Kadınların beden memnuniyetsizlikleri ile medyaya maruz kalmaları arasında bir ilişki vardır. Perloff'a (2014: 67) göre beden kaygıları yüksek olan kadınlar, ince beden görüntülerine maruz kaldıklarında olumsuz beden algıları oluşmaktadır.

Ghaznavi ve Taylor'a (2015: 54-61) göre bazı sosyal medya platformlarında fitspiration kelimesi ince ve ilham kelimeleri ile bir arada kullanılmaktadır. İnce olma trendi sağlığı tehdit eden bir panzehir olarak sunulmaktadır. Bir deri bir kemik olmak, yeme bozukluğunu desteklemek, kontrolsüzce kilo vermek için tasarlanmış platformlara ince ilham adı verilmektedir. Çünkü Harper ve diğerlerine (2008: 92) göre yapılan araştırmalar sonucunda ince ilham için tasarlanan platformlara mazur kalan bireylerin beden imajları zarar görmektedir.

Tiggemann ve Zaccardo'ya (2015: 61-67) göre fitspirationın asıl felsefesi gücü ve güçlendirmeyi vurgulamaktadır. Genelde sağlıklı beslenme, egzersiz ve kişisel bakımı teşvik etmektedir. İlham veren mesajlardan biri "güçlü yeni sıska" "yeni sıskanın adı güçlü". Bu nedenle fitspiration fiziksel ve zihinsel sağlık üzerinde önemli ve olumlu bir beden imgesi yaratan güçlü bir sosyal etkidir. Krane ve diğerlerine (2001: 247) göre ilham yaratan fitspiration bazı endişelere de yol açmaktadır. Bazı kadınlar bedenlerinin vücut şekillerini sergilemektedirler. Bunlar çoğunlukla ince ya da kaslı görüntülerdir. Bunlar moda dergilerindeki ünlü modellerden ya daha az incedir ya da daha fazla kaslıdır ve hâlen ulaşılmaz olundırı.

Harper ve diğerlerine (2008: 92) göre sosyal medyada tek vücut şekline tekrar tekrar maruz kalınması ince ve kaslı bedenlerin formda ve sağlıklı beden imgesini oluşturmaktadır. Öncelikle, sosyal medyada gündelik hayatı temsil eden fotoğraflar daha fazla sosyal karşılaştırmaya neden olmaktadır. Daha sonra birçok fitspiration, sağlıklı ve zinde kalmak için yaşam tarzına ilham vermektedir.

Bardone ve diğerlerine (2007: 537) göre bazı sağlık içerikli sosyal medya platformları yeme bozukluğu için tasarlanmamıştır. Fitspiration bireylere egzersiz yapma ve sağlıklı beslenme yöntemiyle güçlü bir beden imajı elde etme imkânı sunmaktadır. Tiggemann ve Zaccardo'ya (2015: 61-67) göre Instagram'da fitspiration, hashtagı pek çok sosyal medya platformunda etkileşim oluşturmaktadır. Fitspiration hashtagı 3,3 milyondan fazla görüntü sağlamaktadır. Fotoğraflı hashtag doğrudan bireylerin beslenme şekillerine etki etmektedir.

Strelan ve diğerlerine (2003: 89) göre Instagram hesabı Facebook hesabı ile bağlantılı olduğundan Instagram'da yayınlanan içerikler otomatik olarak Facebook'ta da yayınlanmaktadır. Kullanıcılar fitspiration hashtagı ile ilham veren fotoğraflara kolaylıkla ulaşip takip oluşturmaktadırlar. Beraberinde olumsuz beden imajı oluşturan fotoğraflara da maruz kalmaktadırlar. Harper ve diğerlerine (2008: 92) göre fitspiration hashtagı ile etiketlenen Instagram fotoğraflarının çoğunluğu egzersiz yapan ve spor kıyafetler giyen sağlıklı yiyecekler tercih eden kadınlara aittir. Bu fitspiration hashtaglarından "sıksa değil fit olmak için egzersiz yap", "kolay olan değil zor olan güçlendirir" etiketleri fitness ile ilgili ilham vermektedir. Strelan ve diğerlerine (2003:89) göre görüntüler ile motive olup yapılan egzersizler, sağlıklı olmak yerine olumsuz beden imgesini oluşturmaktadır. Fredrickson ve Roberts'a (1997: 173-206) göre görüntü ve pozlara maruz kalanlar, karın kaslarını nesneleştirmektedir. Nesneleştirilmiş görüntülere maruz kalanların beden memnuniyetsizlikleri artmaktadır.

Tiggemann'a (2011: 567) göre Instagram'da pek çok paylaşım kendi kendine nesneleşmektedir. Çünkü kullanıcılar paylaştıkları pek çok fotoğrafı başkalarının beğenisine sunmak için paylaşmaktadır. Bair ve diğerlerine (2012: 398) göre Instagram pek çok fitness fenomenine ev sahipliği yapmaktadır. Fenomenler çok sayıda etkileşimli takipçi elde etme potansiyeline sahiptir. Meier ve Gray'a (2014: 199) göre Instagram platformu kullanıcıları gençlerle İngiltere'de yapılan bir araştırmada Instagram vücut imajı için en olumsuz sosyal ağdır. Instagram kullanıcılarından genellikle kızlar ideal beden için fotoğraf ile etkileşim kurarak kendini iyi hissetmektedir. Tiggemann'a (2011: 567) göre bir

Instagram gönderisinin görsel imgesi, beden imajına eşlik eden bir metinden daha güçlü katkı sağlamaktadır.

Thinspiration (İncelme)

Thinspiration kelimesinin anlamı Ghaznavi ve Taylor'a (2015: 54-61) göre ince ilhamdır. İnce ve ilham kelimelerinin karışımı ile ortaya çıkmaktadır. İnce ilham, beden imajına zarar veren, standartlaşmış bir ideal beden görünümü için trend oluşturmaktadır. Bell ve Dittmar'a (2011: 478) göre thinspiration yeme bozukluklarını bir yaşam tarzı olarak teşvik etmektedir. Thinspiration, Anoreksiya Nervozalı bireyler için bir destek topluluğu sunarak yeme yanlısı (pro-ana) sosyal medya platformlarında yer almaktadır.

Sosyal medyada ince ilham, yeme bozukluklarını tehlikeli boyutlara taşıyan ve kasıtlı kilo vermeyi teşvik eden medya içerikleridir (Lewis ve Arbutnott, 2012: 200). Bair ve diğerlerine (2012: 398) göre Pinterest, Tumblr ve Twitter gibi sosyal ağlarda yayılımı artış gösteren bu görüntüler ince ilham olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda bu içerikler Lapinski'ye (2009: 243) göre kilo verme ve ince kalma konusunda açık teşvik ve tavsiyeler vermektedir.

İnce ideal beden içeriklerine maruz kalanlar beden memnuniyetsizliği, tutarsızlığı ve yeme bozukluğu semptomatolojisi yaşamaktadırlar. Bununla birlikte Lapinski'ye (2009: 245) göre ince beden, etiketlenen içerikler, yeme bozukluğunu teşvik eden platformlar (pro-ED) bulunsa da sosyal medya yayılımı ve paylaşımı daha çok hızlandırmaktadır. Kietzmann ve diğerlerine (2011: 241) göre sosyal medya platformları insanların kolayca etkileşim oluşturdukları, paylaşım yapabildikleri, düşüncelerini değişik edebildikleri sosyal ağlardır.

Fardouly ve Vartanian'a (2016: 1-5) göre sosyal medya platformları etkileşimli özellikleri ile inşa edilmektedir. Bu özellik, kullanıcılar için ince beden kaygısı açısından psikolojik sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Grabe ve diğerlerine (2008: 460) göre sosyal medyada ince ideal bedeninin zararları göz önünde bulundurulmalıdır. Çünkü Amichai-Hamburger'e (2007: 187) göre bu tür içeriklerin erişim kolaylığı platformlara benzer düşüncedeki kullanıcıları toplamaktadır. Buna göre sosyal medya platformları için benzer kullanıcıların kendi aralarında bütünleşme sağlayan koloniler oluşturduğu söylenebilmektedir. Bu kolonilerdeki erişim kolaylığı ile ortaya çıkan ince beden sokağın dışarıda bırakıldığı bir barikat olabilmektedir.

Bair ve diğerlerine (2012: 398) sosyal medya genç kitle tarafından yaygın kullanılmaktadır ve burada potansiyel sorunlu içerikler yer almaktadır. Borzekowski ve diğerlerine (2010: 1526) göre yeme bozukluğunu teşvik eden platformlarında (pro-ED) ünlü, ince model, futbolcu fotoğrafları yer almaktadır. Bu fotoğraflar ilham alınması için etiketlenmektedir. Lapinski'ye (2009: 246) göre bu etiketler düzensiz yeme davranışını teşvik etmektedir. Bu etiketlerde şarkı sözleri, alıntılar yer almaktadır. Lewis ve Arbutnott'a (2012: 200) göre tinspo ve ince ilham etiketlerinin en zararlı içerikler ile ilişkili eğilim göstermektedir. Öte yandan Grabe ve diğerlerine (2008: 460) göre Flickr'da Anoreksiya'dan kurtulmak isteyen kişiler paylaşımlarını ilham etiketleri ile yapmaktadırlar. Gençlerin, kadınların ve erkeklerin sosyal medya platformlarına güvenleri arttıkça ideal beden imgesi kaygıları da artmaktadır. Tiggemann ve Slater'e (2013: 630) göre ergen ve yetişkinlerin sosyal medyada geçirdikleri süre ile vücut memnuniyetsizlikleri, yemek yeme bozuklukları ilişkilidir.

Diğer bir ilişki fitspiration ve ince ilham tweetleri arasındaki ilişkidir. Fitspiration hashtagları, ince ilham hashtaglarından fazladır.

Instagram zamanla bireylerin vücut özelliklerini yayarak daha fazla popüler olduğu ve bu görüntülerin giderek yayıldığı bir alan haline gelmektedir. Scott ve diğerleri (2023: 138), Instagram'da vücudunu paylaşan kullanıcıların yüzünü paylaşan kullanıcılara nazaran daha fazla izlendiğini ve beğenildiğini tespit ederek idealize edilmiş bedenlerin gerek erkek gerekse kadın kullanıcılara göre fark oluşturmadığını göstermiştir. Thinspiration Instagram üzerinde yayılan zayıf beden algısının ideal hale getirilmesini işaret eden İngilizce zayıf anlamına gelen "thin" ile Instagram kelimelerinin birleşiminden oluşmuş bir kavramdır. Thinspiration sosyal medyada kullanıcıları tehlikeli bir döngü içerisine dâhil eden zayıflık vurgusunu ele almakta ve özellikle zayıf vücutlu kişilerin en çekici insan olarak nitelendirildiğini vurgulamaktadır. Buna göre idealleşen, fit ve zayıf bedenlerin paylaşıldığı Instagram karşı kişide suçluluk ve aşağılık duygusu oluştururken ayrıca kullanıcıların yeme bozuklukları ile sağlıksız sonuçlar ve psikolojik travmalar ile karşılaştığı bir alan olmasına sebebiyet vermektedir.

Instaspiration (İlham)

Instaspiration kavramı genellikle Instagram'da diğer kullanıcılara gezi, bakım önerileri, oyun, moda, güzellik, kıyafet ve benzeri alanlarda ilham veren ve deneyimlerini bu kullanıcılarla paylaşan fenomenlere işaret etmektedir. Inspiration, Insta ile ilham anlamına gelen kelimelerin birleşiminden meydana gelmektedir. Instaspiration fenomenleri gezi, moda, güzellik ve benzeri trendleri deneyerek kullanıcılarını bilgilendirmeye

odaklanmaktadır. Kısa sürede çok fazla takipçi sayısına erişebilen influencerler böylece büyük kitleleri yönetebilmekte, diğer kullanıcıları teşvik etmekte ve onlara ilham kaynağı olmaktadır. Instapiration kavramının öncüleri bireylerin yeme, içme, gezme, satın alma, görünme niyetlerini değiştirmekte ve pozitif yönde etkilemektedir. Oldukça basit bir deneyimi bir lüks ve akım haline getirme imkânı bulunan Instapiration fenomenleri ellerindeki imkanlar dâhilinde yaptıkları kurgu ve planlamalarla kullanıcılara zaman zaman ulaşamayacakları deneyimleri sunmaktadır (euronews.com, 2017).

Instapiration fenomenler sosyal medya platformlarında kullanıcılara verilen tavsiye neticesinde zaman zaman turizm, kozmetik vb. tüketim endüstrisini körükleyen etkiler de bulundurmaktadır. Bu noktada influencerların önderlik ettiği ve kullanıcılara öneride bulunduğu alanlar oldukça önemlidir. Instapiration fenomenleri tüketim endüstrisini körükleyebildiği gibi bu endüstriye karşı bir tepki akımı da yaratabilmektedir. Black Friday'dan idealleştirilmiş beden algısının dışına çıkma, vücut olumlama gibi farklı duruşlar ve öneriler de diğer kullanıcılara ilham verebilmektedir. Öneriler doğrultusunda akım haline gelen bu trendler bireylerin gerek beden gerekse farklı alanlarda diğer kullanıcılarla kendini kıyaslamasına ve onlar gibi olma çabasına girmesine neden olmaktadır. Ayrıca bu imkânlarla erişemeyen kullanıcılar için de çeşitli psikolojik tahriplerin meydana gelmesi muhtemel bir durumdur.

Thinterest

Thinterest kavramı sosyal medyada popüler mekanizmalar haline gelen zayıflayan ve fitness yapan kadın görüntülerinin birey üzerinde sosyal karşılaştırma ve yoğun olarak kilo verme

isteği oluşturma çerçevesinde değerlendirilmektedir. Pinterest gibi platformların kullanıcılar için sunduğu ve sürekli empoze ettiği zayıf bedenler kavram çerçevesinde eleştirilmiş ve bu içeriklerin kadınların aşırı kilo verme niyetlerinin artışını tetiklediği saptanmıştır. Twitter, Tumblr, Instagram gibi sosyal medya sitelerinde yeme bozukluklarının teşvik edildiği ve ideal beden çerçevesinin çizildiği bir eleştiri getirmek ve kişilerin kendine zarar vermesini teşvik eden sitelerin açığa çıkarılmasına odaklanan kavram özellikle bu alanlarda beden İmajını standart hale getiren içeriklerin engellenmesini amaçlamaktadır (Lewallen ve Behm-Morawitz, 2016: 1). Mittal ve diğerlerine (2013: 1307) göre, Pinterest ideal ve zayıf beden imajını görseller üzerinden sunmaktadır ve kişide benlik saygısında azalma, depresyon ve yeme bozukluğuna neden olmaktadır. Bu sosyal medya ağı bireylerin eğitilmesi, sosyal aktivitelere yönlendirilmesi gibi farklı çağrılarda bulunmaktadır. Fakat bu durum acımasız iyimserlik, içkin metalaştırma olarak görülmektedir.

Beden Pozitifliği #BoPo

Afful ve Ricciardelli'ye (2015: 453) göre beden pozitifliği ABD ve Kanada'da yağ karşıtı olan inançlara bir yanıttır. Hareketin temeli 1960'lı yıllarda şişmanlığın kabul edilmesi inancıdır. Şişmanlığı kabullenme hareketi, ideal beden ölçülerine ve ağırlığına karşı bir meydan okumadır. Wood ve diğerlerine (2010: 107) göre şişman kabul hareketi ideal beden ölçüleri olan ince, kaslı ölçülerin normalleştirilmesine karşı büyük bedenli bireylerin ideal beden inançlarına meydan okumadır.

Afful ve Ricciardelli'ye (2015: 454) göre pozitif beden sadece şişmanı teşvik etmeyip çeşitli beden ölçülerine de bakımı ve saygıyı teşvik eden çevrim içi etkinliktir. Beden pozitifliğinde aynı

zamanda kişi kendi beden kabulünü onaylamaktadır ve kendi beden imajı ile bağlantılar paylaşmaktadır. Tylka'a (2019: 22) göre beden imajını olumlayan bireyler bedenlerinin görünüşlerinden memnun olmasalar da bedenlerine saygı duyup özen göstermektedirler. Pozitif beden algısı şefkat, saygı, yaşam doyumu, öznel mutluluk, iyimserlik, olaylarla proaktif başa çıkma ve sezgisel yeme gibi birçok pozitif psikolojik sağlık ve esenlik endekslerinden oluşmaktadır. Wood ve diğerlerine (2010: 110) göre ideal beden olarak, #bopo içeriğindeki beden kabulü mesajları, kullanıcıların olumlu vücut imajını teşvik etmektedir ve desteklemektedir.

Tylka'a (2019: 22) göre ideal beden imajı olarak üretilen içeriklerin pozitif beden imajını yansıtmadığı sorgulanmaktadır. Lazuka ve diğerlerine (2020: 85) göre sosyal medyada pozitif beden algısı toplumsal güzellik ideallerine dar tanımlar yapmaktadır. Bu sayede kişisel bakıma yatırımı sağlamaktadır. Cwynar-Horta'ya (2016: 36) göre beden pozitifliği ulaşılmaz beden ideallerinin medya tarafından sürekli olarak desteklenmesidir. Tiggemann ve Zaccardo'ya (2015: 61) göre son yıllarda, vücut pozitifliği sosyal medya aracılığıyla popüler hale gelmektedir. 2020 yılının Ocak ayında Instagram'da #bodypositive etiketleme rakamları 11 milyondan fazla, #bodypositivity için 4 milyon ve #bopo için 1 milyondan fazla etiket yer almaktadır.

Sosyal Medyadaki İdeal Beden Algısının Etkileri

Sosyal medyada idealleştirilmiş zayıf kadınlar, kaslı erkekler, bakımlı vücutlar bireylerin kendi bedenlerini inşa etmek istedikleri vücutlar haline gelmektedir. Bu beden algısı sosyal medya kullanıcılarında çeşitli etkilere sebebiyet vermektedir. Sosyal medyanın ideal haline getirdiği beden algısı sosyal medya

içerikleri ile karşılaşan bireyler için beden memnuniyetsizliği yaratmaktadır. Shilling'e (2003: 1) göre idealleştirilmiş bedenlerin sosyal medya platformlarında sıklıkla yayılması aynı zamanda kullanıcıların bu bedenlere erişmek için sağlığına uygun olmayan perhizler yapması, yeme alışkanlıklarını değiştirmesi, kısıtlaması gibi durumları da açığa çıkarabilmektedir. Vücudun besin alımının azaltılması ve durdurulması gerek fiziksel gerekse psikolojik açıdan sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Bu sebeple devamlı olarak besin alımını durduran ve perhiz yapan bireyler hayatın kaybına kadar ulaşabilen tehlikeli sonuçlara maruz kalmaktadır. Depresyona neden olabilen bu durum ile birlikte sürekli ideal bedenlerle kendi bedenini kıyaslayan bireyler kendi bedenlerinin ideal bedenlere uymadığını düşündüğünde ortaya çeşitli yeme bozuklukları çıkabilmektedir (Mellowspring, 2023: 107). Yeme bozuklukları genellikle bireyin psikolojik destek alarak çözebildiği zihinsel bir problemdir.

Söz konusu yeme bozuklukları bireyin az yemesini, hiç yememesine ve yiyip çıkarmasına ve aşırı kilo kaybına neden olan çeşitli hastalıklar açığa çıkarmaktadır. Genellikle bireyin gıda alımında çeşitli sınırlandırmalar ve yalnızca belirli gıdaları yemesi kaçınan gıda alımı adıyla bilinmektedir (Demirer ve Yardımcı, 2020: 275). Ayrıca sosyal medyanın ideal beden algısına yoğun maruz kalan bireylerde geri çıkarma, çiğneyerek yutma ya da tükürme de büyük oranda kadın topluluklarında meydana gelen yeme bozuklukları arasında yer almaktadır (Reba vd., 2005: 287). Özellikle kadın bedeninin idealleştirilmesi ve topluma zayıf beden algısının yayılması kişinin tek tip beslenmesine ya da yediklerini geri çıkarmasına neden olmaktadır. Anoreksiya Nervosa aynı şekilde beden algısından dolayı ciddi tahriplerin ortaya

çıktığı bir hastalık olarak bilinmektedir. İdealleşmiş ince bedeni olmak isteyen kadınlarda sıklıkla görülen bu hastalık medyanın yaydığı beden standartlarını yakalamaya çalışan kadınlarda kilo almayı istememe ve kilo almak korkusu yaşama gibi psikolojik faktörler ortaya çıkarmaktadır (Sarı, 2020: 10-15). Kendisini devamlı olarak kilo vermeye zorlayan bireyler bir zaman sonra sağlıklı bir beden ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum kişinin yaşamını etkilediği gibi hayatını da riske atabilen tehditler açığa çıkarmaktadır. Sosyal medyanın idealleşmiş beden algısı sonucunda kullanıcılarda ortaya çıkabilecek bir diğer yeme bozukluğu ise Bulumiya Nervosa olarak tanımlanmaktadır. Kişi yediği besinleri ideal kilosunda kalabilmek ve zayıflamak amacıyla kusmakta, aşırı spor yapmakta ve yemek yememe kararı almaktadır. Bu hastalık kadınlarda erkeklere göre 10 kat daha fazla ortaya çıkmaktadır (Zandian vd., 2007: 283). Tüm bu yeme ve davranış bozuklukları kişinin yaşam kalitesini etkileyen sosyalleşmenin ötesinde psikolojik tahripler meydana getirebilen unsurlar olmaktadır.

Sosyal medya platformlarını kullanım sürelerinin uzaması ve bir bağımlılık seviyesine erişmesi kişilerin benlik saygısına doğrudan etki etmektedir. Bağımlılık düzeyleri yüksek olan kullanıcıların benlik saygısında ise düşük bir seyir gösterdiği görülmektedir. Sosyal medya platformlarını sıklıkla kullanan bireylerde kendi bedeninden memnuniyetsiz olma ve benlik saygısında düşme meydana gelmektedir (Malo vd., 2018: 101). Bu durum da sosyal medyanın ideal hale getirdiği beden tek tipleşmesi nedeniyle oluşmaktadır. Özellikle kadınlarda ve kızlarda sosyal medya bağımlılığının artması benlik saygısında erkeklere nazaran daha fazla düşüş meydana getirmektedir (Hawi ve Rupert,

2017: 576). Aynı zamanda sosyal medya platformlarının belirli vücut özelliklerinin devamlı olarak kullanıcılara ideal beden görünümü olarak sunması vücudun nesneleşmesine ve neden olmaktadır. Vücutlar idealize hale geldikçe sergilenme boyutu artmakta daha fazla mükemmelleştirilebilir beden ölçülerine erişme arzusu yaymaktadır (Thomas, 2003: 55).

Sosyal medya platformlarında idealleşmiş bedenın sunulması ve bu bedenın sıklıkla estetik beden yarattığı imajının sürdürülmesi bedenın beğenilme, izlenme, görüntülenme faktörlerini artırarak bir statü kazanmasına neden olmaktadır. Özellikle tüketim toplumlarında ideal bedenın medyada sunumu vücudun nesneleşmesine neden olurken beraberinde de diğer kullanıcıları bu ideal bedeni ulaşmaya sevk eden tutumlar yayılmaktadır. Genellikle bu tutumlar uluslararası bir estetik algının yayılması ve ulusötesileşmesi ile kullanıcıların tamamının benzeşmesine de neden olmaktadır (Şensoy, 2013: 2).

Sosyal medya platformlarında idealleşen bedenler sadece bir imge olarak yayılmamakta aynı zamanda bu ideal bedene erişmek için çeşitli yöntemlerle sunulmaktadır. Bu yöntemlerin yayıldığı bir araç haline gelen sosyal medya platformları ideal bedene ulaşmak amacıyla gösterdiği çabayı yine sosyal medya platformlarından öğrenmektedir (Featherstone, 1993: 170). Sürekli ideal beden imgesine maruz kalan bireylerin hızlı bir biçimde bu bedenlere erişme arzusu kişinin kolaylıkla hata yapmasına ve yanlış yöntemler kullanmasına sebep olmaktadır. İdeal bedene erişmek için kullanıcılar yoğun spor ve diyet yapmanın yanı sıra ilaç kullanma estetik operasyon geçirme, iğne kullanma, mide küçültme ameliyatı olma, bitki çayları tüketme, protein tozu kullanma gibi çeşitli faaliyetlere de yönelebilmektedir.

Söz konusu faaliyetler bireyin ruhsal ve fiziksel bedenine çeşitli tehditler ve tehlikeler yöneltirken aynı zamanda kişilerin ideal bedende tatminsizlik yaşamasına neden olmaktadır (Hollenbeck ve Kaikati, 2012: 395).

Sosyal Medyada Yeni İdeal Beden Algısı

Tiggemann ve Slater'a (2013: 633) göre Influencer, bireysel ikna yeteneği olan, sosyal medya platformlarında içerik üreterek, takipçi toplayan ve etkileşimi yüksek olan kişilerdir. Influencerların çevreleri tarafından onay alan güvenilir kişiler oldukları söylenebilmektedir. Çünkü, sahip oldukları tecrübelerini takipçileri ile paylaşmaktadırlar. Lapinski'ye (2009: 246) göre, Influencerlar takipçileri ile güven ve empati çerçevesinde etkileşim kurmaktadırlar. Çünkü onların duygu ve düşüncelerini önemsemektedirler. Bu sayede takipçileri için birer kanaat önderi olabildiklerini söylemek mümkündür. Bell ve Dittmar'a (2011: 478) göre influencerlar, güzellik, diyet, seyahat, eğlence gibi konulara ilgi duyan takipçileri etkileme gücüne sahiptirler. Etkileme güçleri arttığı için kanaat önderine dönüşmektedirler.

Influencerlar iyi algılanmak ve etki yaratmak için Grogan'a (2017: 78) göre kendi haklarında olumlu fikir ve düşünceler oluşmasını sağlamak için takipçiler ile net bir izlenim oluşturamabilirler. Buna göre influencerların iyi bir imaj bırakabilmek için konularına uygun paylaşımlar yaptıklarını söylemek mümkündür. Sosyal medyada ideal beden görüntüsü, standartlaşmış ideal beden tutkusu içinde kalmış kullanıcıların buluşma yeridir.

İdeal beden standartlarının dışında kalanlar, aynı ideali paylaşmak, bir araya gelmek amacıyla ideal bedeni dışlayan aidiyetlerinin göstergesi sayılan belirli bir platformda buluşmaktadırlar. Aynı ideali paylaşanlar için sosyal medya platformları bir

samimiyet yeridir. Bir araya geldikleri yer kişilerin kendiyle barışık oldukları büyüğü bir alandır. Son dönemler sosyal medyanın ideal beden algısını ortadan kaldırmayı amaçlayan yeni trendler, akımlar, fenomenler ortaya çıktığını göstermektedir. Öyle ki geleneksel medyada dahi standart beden algısının dışında yer alan bireylerin moda, bakım, eğlence ve birçok alanda ünlü ve görünür oldukları bir alan haline gelmektedir. Bedenin standart hale gelmesini onaylamayan kimi moda kuruluşları ideal bedene erişmemiş bireylerden model seçmeye başlamıştır. Kanadalı model Winnie Harlow Vitiligo hastalığı ile mücadele eden bir birey olmasının yanında bedensel olumlama akımında öncü bir ünlüdür (Hürriyet, 2021). Aynı zamanda standart beden algısının yaydığı düşünülen Barbie bebekler üreten Mattel firması bu algının yok edilmesi amacıyla farklı tip beden özellikleri bulunduran oyuncak bebekler üretmeye başlamıştır (Sözcü, 2016). Standart beden algısını yok etmeyi amaçlayan faaliyetler sosyal medyada da ortaya çıkmıştır.

Standart bedene erişmemiş ve çeşitli bireysel özellikleri bulunan influencerlar sosyal medyada fenomen haline gelmiş ve çok sayıda takipçiye erişmiştir.

Bir diğer fenomen büyük beden fenomeni Jessamyn Stanley, Jessamyn (@mynameisjessamyn) aynı zamanda Yoga eğitmenidir. İnce beden ideal beden olduğu ile ilgili ön yargıları yıkmak için Instagram'da güçlü mesajlarını paylaşmaktadır. Toplumda büyük beden yargılanmasını ve medyanın ince beden için arabuluculuk yapmasını eleştirmektedir. Büyük bedenlerin de Yoga'dan öğrenebilecekleri ve kendilerini keşfedecekleri bir öğreti olduğunu vurgulamaktadır. Instagram'da, 584 bin takipçisi bulunmaktadır (Instagram, 2023).

Winnie Harlow (@winnieharlow) Amerika'da yeni bir top model ve cilt durumu vitiligo formuna sahiptir. Dünya'da Vitiligo hastalığının sözcüsü durumundadır. Dergilerde konu ile ilgili röportajlar vermektedir. 10 milyon takipçisi bulunmaktadır (Instagram, 2023).

Ayşenur Sena Tarakçı (@pigmentsizinsan) albino çocuk olarak dünyaya gelmiştir. Albinizm doğumsal bir hastalıktır. Derideki bazı tıbbi pigmentlerin eksikliği sonucu ortaya çıkmaktadır. Tarakçı sosyal medyada farkındalık çalışmaları yürütmektedir. Sosyal medyayı bu yönde kullanan bir fenomendir. İçeriklerinde empatinin ötesinde bir yakınlıkla duygularını paylaşmaktadır. Farkındalık oluşturmak istediği konularla ilgili çözüm önerilerini sosyal medya içeriklerinde paylaşmaktadır (Instagram, 2023). Jeymie Nariyana Sthepffania (@jeymienariyana) pigment-siz sosyal medya fenomenidir. Bir fotoğrafçı keşfetmiştir ve ardından modellik ajanslardan teklif almıştır. Sibiryalı ailesi pigment-siz Nariya'nın yaşı nedeniyle modellik ajanslarında çalışmasını uygun görmemektedir. Ancak kısa zamanda sosyal medya fenomeni olmuştur (Instagram, 2023).

Medine Semanur Özgür (@medinesayan21) dış görünüşü normal insan boyutlarına göre kısa olan bir sosyal medya fenomenidir. İçerikleri hayata karşı isyanı vurgulamaktadır. Günlük komik ve güldüren videolar hazırlamaktadır. Hazırladığı içerikler ilk olarak TikTok'ta daha sonra ise Instagram'da ses getirmiştir (Instagram, 2023).

Sonuç

Sosyal medyada ince ve kaslı beden görüntülerine maruz kalma sonucu ideal beden algısına bağlı olarak beden tatminsizliği, yeme bozukluğu gibi pek çok olumsuz durumların ortaya

çıkacağı söylenebilmektedir. Instagram (#) hashtag etiketleri ince beden görüntülerinin etkileşimini artırmaktadır ve kullanıcılar da ince bedene ulaşma baskısını ortaya çıkarabilmektedir. İdeal bedene ulaşma arzusu ve hırsına neden olan görüntüler kullanıcılar da fit olmaya çalışmak, hızlı kilo almak ve vermek gibi davranışlar ortaya çıkmaktadır. Yeme bozuklukları ve kilo verme isteğinin nedeni, kullanıcıların kendi bedenlerine karşı oluşan olumsuz yargılardır. Kullanıcıların olumsuz yargılarını ortadan kaldırabilmek için influencerların sosyal medya paylaşımlarının içerik kalitesini, doğruluğunu analiz etmek için eleştirel düşünceye sahip olmaları önemli olabilmektedir. Çünkü influencerların kullandıkları (#) hashtag etiketler ile etkileşimleri ve sorumlulukları artmaktadır. Her geçen gün artan takipçi sayısı için ünlülerin kendini ifade etme yaratıcılıkları ve özgüvenleri kullanıcılar için rol model oluşturmaktadır. Kabul gören pek çok ince ve kaslı beden görüntüleri içerik açısından belirli yeterlilikleri barındırmaktadır. Ancak kullanıcıların özel deneyim ve yeterlilikleri rol model aldıkları kaslı ve ince bedenli görüntüler ile farklılık gösterebilmektedir. Böylece, kullanıcıların beden memnuniyetsizliği ve yeme bozukluğu beraberinde gelmektedir.

Son zamanlarda standart bedeninin dışında imaj sergileyen farklı fiziksel ve biyolojik özelliklerle fenomen olmuş çok sayıda kadın fenomen ortaya çıkmıştır. Kadın ve beden algısı üzerinden etkinliklerin başlatılması veya birleştirilmesi standart kadın bedeni algısının çürütülebilmesi için anlamlı adımlar atılmasını sağlayabilmektedir. Influencerların #fitspiration (fitnessinspiration) etiketleri ile paylaştıkları ince ve kaslı beden görsellerini, farkındalık oluşturma içerikleri üzerinden etkileşim kurarak

yapmaları önemli olabilmektedir. Standart beden dışında imaj sergileyen kadın bedeni örnekleri albino kadınlar, cilt durumu vitiligo formuna sahip kadınlar ve boyu normalden çok daha kısa kadınlar kişisel deneyim, değer ve tepkileri ile ilgili sosyal medya içerikleri hazırlamaktadırlar. Bu içerikler kullanıcılar açısından farklılıkları ortadan kaldırma ve farklılıkların yaşamdaki rollerini tespit etme noktasında farkındalık oluşturabilmektedir. Sosyal medyada #Bopo, #bodypositive #loveyourbody gibi hashtaglar ile akımların meydana geldiğini söylemek mümkündür.

Yurt dışında influencer Winnie Harlow ve yurt içinde influencer Ayşenur Sena Tarakçı pürüzsüz cilt formu yerine albino ve vitilligo cilt formlarının sözcüsü ve farkındalık akımlarının temsilcileridirler. Influencerların, kadın bedeninin idealize edilen formunun dışında, alternatif beden görüntülerini benimseme becerisini kullanıcılara kazandırabildiklerini söylemek mümkündür. Böylece gelecekte sosyal medyadaki standart kalıpların içeriğini anlamlı biçimde çözen yetenekli fenomenler platformlarda yer alabilir. Bu sayede idealize edilen kadın bedenlerinin güzellik kalıpları dışında bir beden algısının yayılması sağlanabilir.

Dolayısıyla sosyal medyada yer alan görseller ideal beden görünümünü tasvir etmektedir. Bu görseller kadın bedeninin sağlığından ziyade görünümüyle ilgilenilmesi gerektiğini öğretmektedir. Böylece yeme bozuklukları gibi ciddi sağlık riskleri ortaya çıkmaktadır. Güzel olmanın standartları sağlıksız zayıflığa, kusursuz ten rengine ve mükemmel fiziksel özelliklere katkıda bulunmaktadır. Böylece var olmayan yeni bir kadın bedeni imajı yaratılmaktadır.

Kaynakça

- Afful, A. A. & Ricciardelli, R. (2015). Shaping the online fat acceptance movement: Talking about body image and beauty standards. *Journal of Gender Studies*, 24(4), 453-472.
- Allen, M. S. & Walter, E. E. (2016). Personality and body image: A systematic review. *Body Image*, 19, 79-88.
- Allison, K. R., Dwyer, J. J., Goldenberg, E., Fein, A., Yoshida, K. K. & Boutilier, M. (2005). Male Adolescents' reasons For Participating In Physical Activity, Barriers To Participation, And Suggestions For Increasing Participation. *Adolescence*, 40(157).
- Amichai-Hamburger, Y. (2007). Personality, individual differences and Internet use. In A. N. Joinson, K. Y. A. Mc Kenna, T. Postmes ve U. D. Reips (Eds.), *The Oxford handbook of Internet Psychology*, 187-204.
- Aslan, D. (2004). Beden algısı ile ilgili sorunların yaratabileceği beslenme sorunları. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 13(9), 326-329.
- Bair, C. E., Kelly, N. R., Serdar, K. L. & Mazzeo, S. E. (2012). Does the Internet function like magazines? An exploration of image-focused media, eating pathology, and body dissatisfaction. *Eating Behaviours*, 13, 398-401.
- Bardone-Cone, A. M. & Cass, K. M. (2007). What does viewing a pro-anorexia website do? An experimental examination of website exposure and moderating effects. *International Journal of Eating Disorders*, 40(6), 537-548.
- Barış, Ö. & Yeşilyurt, S. (2023) Yeni medyada beden teşhiri ve vücudun metalaşması üzerine inceleme: OnlyFans ve OnlyFeetFinder uygulamaları. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3(5), 444-447.
- Bailey, S. D. & Ricciardelli, L. A. (2010). Social comparisons, appearance related comments, contingent self-esteem and their relationships with body dissatisfaction and eating disturbance among women. *Eating behaviors*, 11(2), 107-112.

- Balcı, Ş., Gölcü, A. & Gölcü, A. A. (2019). Sosyal medya kullanımı ile kendini gizleme ve yaşam doyumu arasında bir bağlantı var mı? Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21(1), 173-190.
- Babacan, M. E. (2015). Gençliğin sosyal medya kullanım pratikleri ve sosyal sermaye ilişkisi, T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı Gençlik Araştırmaları Dergisi, 3(2), 37-65.
- Bayköse, N. & Esin, İ. (2019). Sporda beden imajı ve sosyal medya etkisi: Sosyal karşılaştırma kuramı çerçevesinde Facebook kullanımının beden imajına etkileri üzerine bir derleme. Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi, 2(1), 67-80.
- Bayköse, N. & Esin, İ. (2020). Fit olmayı teşvik eden fotoğraflar ve paylaşımlar: beden tatminsizliği ve beden imajı arasındaki ilişkisi üzerine bir derleme. Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi, 3(2), 420-436
- Bell, B. T. & Dittmar, H. (2011). Does media type matter? The role of identification in adolescent girls' media consumption and the impact of different thin-ideal media on body image. Sex Roles, 65, 478-490.
- Borzekowski, D. L., Schenk, S., Wilson, J. L. & Peebles, R. (2010). e-Ana and e-Mia: A content analysis of pro-eating disorder web sites. American Journal of Public Health, 100(8), 1526-1534.
- Bergstrom, R. L., Neighbors, C. & Malheim, J. E. (2009). Media comparisons and threats to body image: Seeking evidence of self-affirmation. Journal of Social and Clinical Psychology, 28(2), 264-280.
- Cash, T. F. (2004). Body image: past, present, and future. Body Image, 1(1), 1-5.
- Castells, M. (2005). Enformasyon çağı: Ekonomi, kültür ve ağ toplumunun yükselişi. (Çev. E. Kılıç). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları

- Clark, L. & Tiggemann, M. (2006). Appearance culture in nine - to 12 - year - old girls: Media and peer influences on body dissatisfaction. *Social Development*, 15(4), 628-643.
- Cwynar-Horta, J. (2016). The commodification of the body positive movement on Instagram. *Stream: Culture/Politics/Technology*, 8, 36-56.
- Demirer, B. & Yardımcı, H. (2020). Güncel Dsm-V kılavuzuna göre yeme bozukluklarının incelenmesi, Sağlık Bilimlerinde Multidisipliner Araştırmalar, 275.
- Dibble, J. L., Hartmann, T. & Rosaen, S. F. (2016). Parasocial interaction and parasocial relationship: Conceptual clarification and a critical assessment of measures. *Human Communication Research*, 42(1), 21-44.
- Dohnt, H. K. & Tiggemann, M. (2006). Body image concerns in young girls: The role of peers and media prior to adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 35, 135-145.
- Fardouly, J. & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5.
- Featherstone, M. (1993). *The Body in consumer culture. The body, social process and the cultural theory*, Ed. Featherstone M., Hepworth M. & Turner S. B. London: Sage Publication.
- Feltman, C. E. & Szymanski, D. M. (2018). Instagram use and self-objectification: The roles of internalization, comparison, appearance commentary, and feminism. *Sex Roles*, 78, 311-324.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Fitzsimmons-Craft, E. E., Bardone-Cone, A. M., Bulik, C. M., Wonderlich, S. A., Crosby, R. D. & Engel, S. G. (2014). Examining an elaborated sociocultural model of disordered eating among

- college women: The roles of social comparison and body surveillance. *Body Image*, 11(4), 488-500.
- Fredrickson, B. L. & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206.
- Ghaznavi, J. & Taylor, L. D. (2015). Bones, body parts, and sex appeal: An analysis of #thinspiration images on popular social media. *Body Image*, 14, 54-61.
- Gibbs, M., Meese, J., Arnold, M., Nansen, B. & Carter, M. (2014). Funeral and Instagram: Death, social media and platform vernacular. *Information, Communication and Society*, 18(3), 255-268.
- Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media Psychology*, 4(3), 279-305.
- Grabe, S., Ward, L. M. & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460.
- Grogan, S. (2017). *Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. London: Routledge.
- Harper, K., Sperry, S. & Thompson, J. K. (2008). Viewership of pro-eating disorder websites: Association with body image and eating disturbances *International Journal of Eating Disorders*, 41, 92-95.
- Hawi, N. & Rupert, S. M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586.
- Heinberg, L. J. & Thompson, J. K. (1995). Body image and televised images of thinness and attractiveness: A controlled laboratory investigation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 14, 325-338.

- Hollenbeck, C. R. & Kaikati, A. M. (2012). Consumers' use of brands to reflect their actual and ideal selves on Facebook. *International Journal of Research in Marketing*, 29(4), 395-405.
- Hooker, A. M. & Cooper, K. E. (2022). Insta-spiration sweeping the nation: The influence of Instagram on intention to travel to Yellowstone National Park. *The Review of Socionetwork Strategies*, 1-24.
- Hwang, K. & Zhang, Q. (2018). Influence of parasocial relationship between digital celebrities and their followers on followers' purchase and electronic word-of-mouth intentions, and persuasion knowledge. *Computers in Human Behavior*, 87, 155-173.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Getserious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54, 241-251.
- Krane, V., Stiles-ShIPLEY, J. A., Waldron, J. & Michalenok, J. (2001). Relationships among body satisfaction, social physique anxiety, and eating behaviors in female athletes and exercisers. *Journal of Sport Behaviour*, 24, 247-264.
- Lapinski, M. K. (2009). StarvingforPerfect.com: A theoretically based content analysis of pro-eating disorder web sites. *Health Communication*, 20, 243-253.
- Lazuka, R. F., Wick, M. R., Keel, P. K. & Harriger, J. A. (2020). Are there yet? Progress in depicting diverse images of beauty in Instagram's body positivity movement. *Body Image*, 34, 85-93.
- Lewis, S. P. & Arbuthnott, A. E. (2012). Searching for thinspiration: the nature of internet searches for pro-eating disorder websites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 200-204.
- Lee, L., Chen, D. T., Li, J. Y. & Lin, T. B. (2015). Understanding new medialiteracy: The development of a measuring instrument. *Computers and Education*, 85, 84-93.

- Lewallen, J. & Behm-Morawitz, E. (2016). Pinterest or Thinterest?: Social comparison and body image on social media. *Social Media + Society*, 2(1), 1-5.
- Livingstone, S. (2008). Internet literacy: Young people's negotiation of new online opportunities (Ed.). Tara McPherson, *Digital Youth, Innovation, and the Unexpected*. Cambridge: MIT press.
- Mabe, A. G., Forney, K. J. & Keel, P. K. (2014). Do you "like" my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal of Eating Disorders*, 47(5), 516-523.
- Malo-Cerrato, S., Martín-Perpiñá, M. veViñas-Poch, F. (2018). Excessive use of social networks: Psychosocial profile of Spanish adolescents. *Comunicar*, 56(26), 101-109.
- Meier, E. P., ve Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17, 199-206.
- Mellowspring, A. (2023). Eating disorders in the primary care setting, *Primary Care: Clinics in Office Practice*, 50(1), 103-117
- Mittal, S., Gupta, N., Dewan, P. & Kumaraguru, P. (2013). The pin-bang theory: Discovering the pinterest world., 1307-4952.
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71, 363-377.
- Pesa, J. A., Syre T. R. & Jones E. (2000). Psychosocial differences associated with body weight among female adolescents: the importance of body image. *Journal of Adolescent Health*, 26(5), 330-337.
- Phang, A. & Schaefer, D. J. (2009). Is ignorance bliss? Assessing Singaporean media literacy awareness in the era of globalization. *Journalism & Mass Communication Educator*, 64(2), 156-172.
- Reba, L., Thornton, L., Tozzi, F., Klump, K. L., Brandt, H., Crawford, S. & Bulik, C. M. (2005). Relationships between features

- associated with vomiting in purging - type eating disorders. *International Journal of Eating Disorders*, 38(4), 287-294.
- Rodgers, R. (2012). Body image: Familial influences. T. F. Cash (Ed.). In *Encyclopedia of body image and human appearance*, Spain: Academic Press.
- Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C. & Rosenberg, F. (1995). Global self-esteem and specific self-esteem: Different concepts, different outcomes. *American Sociological Review*, 141-156.
- Sarı, S. A. (2020). Ergenlerde yeme bozukluğu yönetimi: Aile hekimliğinde güncel yaklaşımlar, Ankara: Akademisyen Yayınevi.
- Scott, G. G., Pinkosova, Z., Jardine, E. & Hand, C. J. (2023). "Thinstagram": Image content and observer body satisfaction influence the when and where of eye movements during instagram image viewing. *Computers in Human Behavior*, 138, 107464.
- Selfhout, M. H., Branje, S. J., Delsing, M., ter Bogt, T. F. & Meeus, W. H. (2009). Different types of Internet use, depression, and social anxiety: The role of perceived friendship quality. *Journal of adolescence*, 32(4), 819-833.
- Shilling, C. (2003). *The Body and Social Theory*. London: Sage.
- Sönmez, E. E. & Özgen, Ö. (2017). Medya kullanımı ve beden imajı: Türkiye ve İngiltere örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (27), 78-95.
- Strean, P., Mehaffey, S. J. & Tiggemann, M. (2003). Self objectification and esteem in young women: The mediating role of exercise. *Sex Roles*, 48, 33-42.
- Şahin, F. & Öztoprak, Ö. (2019). Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin benlik saygısına göre incelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 363-377.
- Şensoy, B. (2013). Medyada beden imajı: bazı televizyon programlarından örnekler, Afyonkarahisar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.

- Tylka, T. L. (2019). Body appreciation. *Handbook of Positive Body Image and Embodiment: Constructs, Protective Factors, and Interventions*, Oxford: University Press.
- Taşdelen, B. (2020). İdeal yaşam örneği: Sosyal medyanın mükemmel bedenleri. *The Journal of Social Science*, 4(7), 175-190.
- Thomas, H. (2003). *The Body, dance and cultural theory*. Basingstoke: Palgrave.
- Tiggemann, M. (2011). Sociocultural perspectives on human appearance and body image. *Body image: A handbook of science, practice, and prevention*, NewYork: Guilford.
- Tiggemann, M. & Slater, A. (2013). NetGirls: The internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633.
- Tiggemann, M. & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body image*, 15, 61-67.
- Wiederman, M. W. & Pryor, T. L. (2000). Body dissatisfaction, bulimia, and depression among women: The mediating role of drive for thinnes. *IntJ Eat Disord*, 27, 90-95.
- Wilson, J. A. & Yochim, E. C. (2015). Mothering through precarity: Becoming mamapreneurial. *Cultural Studies*, 29(5-6), 669-686.
- Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L. & Augustus-Horvath, C. L. (2010). But I like my body: Positive body image characteristics and a holistic model for young adultwomen. *Body Image*, 7(2), 106-116.
- Yağlı, Soner (2015). Bir anlatı mecrası olarak yeni medyanın söyleminde trans bireyler. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1): 267-284.
- Zandian, M., Loakimidis, I., Bergh, C. & Södersten, P. (2007). Cause and treatment of anorexianervosa. *Physiology and Behavior*, 92(1-2), 283-290.

İnternet Kaynakları

Euronevs, (2017). <https://www.euronews.com/green/2017/12/06/Instagram-inspiration-our-interview-with-katie-one>, By Camille Bello, Erişim Tarihi: 17.08.2023.

Sierraclub.org, (2018). <https://www.sierraclub.org/sierra/insta-spiration-optoutside-black-friday>, kaydeden Katie O'Reilly, Erişim Tarihi: 09.08.2023.

digit.fyi, (2022). <https://www.digit.fyi/new-thInstagram-study-exposes-social-media-related-insecurity/> New 'ThInstagram' Study Exposes Social Media-related Insecurity David Paul, Erişim Tarihi: 22.08.2023.

Çevrim İçi Taciz ve Kadın: Popüler İsimlerin Instagram'da Karşılaştığı Taciz Sorunu

*Duygucan BALOĞLU**

Giriş

Günümüzde teknolojinin hızlı gelişimi, teknolojik araçların geniş bir kullanım alanına sahip olmasına olanak tanımıştır. İnternet kullanımının dünya genelinde yaygınlık kazanması, akıllı telefonlar, bilgisayarlar ve diğer iletişim araçlarının hızla gelişip yaygınlaşması, insanların birbirleriyle herhangi bir zamanda ve yerde iletişim kurmasını kolaylaştırmıştır (Kıran, Bostancı ve Emre, 2020: 436). Dijital medya ve sosyal medya, iletişim ortamını kökten dönüştürerek fotoğraf, metin ile videoların kolay ve sorunsuz bir şekilde geniş ve farklı kitlelerle paylaşılmasını sağlamıştır. Aynı zamanda bu platformlar, içeriklerin hızlı bir şekilde daha geniş bir izleyici kitlesiyle etkileşimini ve erişimi kolaylaştırarak iletişimi yeni bir boyuta taşımıştır (Schrock, 2015).

Bu noktada internetin yaygın kullanımı ve popüler sosyal medya platformlarındaki etkileşimin artması, siber zorbalık ve cinsel taciz olaylarının da artmasına ve özellikle kadınlara yönelik cinsiyetçi yaklaşım ve cinsel tacizin daha yaygın bir sorun

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Yozgat Bozok Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

haline gelmesine neden olmuştur. Böylelikle çevrim içi internetin dünya çapında yaygınlaşması ve kişilerle iletişim kurmanın kolaylaşması ile birlikte çevrim içi cinsel taciz, ortaya çıkan toplumsal bir sorun olarak literatürde yerini almıştır.

Sosyal medya ağları, anonimlik nedeniyle bazı kişilerin cinsiyet, cinsellik veya diğer özelliklere dayalı olarak taciz, saldırı veya kötü niyetli davranışlar sergilemelerine olanak tanımaya başlamıştır. Bu durum, kadınların çevrim içi platformlarda güvende hissetmelerini zorlaştırabilir ve maalesef bu tür olumsuz deneyimler, dijital dünyada kadınların katılımını engelleyebilir duruma gelebilir. Bu nedenle çevrim içi platformlar, bu tür taciz biçimlerini önlemek ve cinsiyet eşitliğini desteklemek için daha fazla çaba sarf etmelidirler.

Dijital medya, kullanıcılar tarafından oldukça benimsenmiş bir medya türüdür, çünkü sosyal etkileşim, statü kazanma ve kişisel gelişim için yeni bir araç sunmaktadır. Ayrıca farklı üsluplar, yaklaşımlar, dil becerileri ve yeni temsiller oluşturma kapasitesine sahiptir. Özellikle sosyal dilin ve üslubun esnekliği, içeriğin dönüşüm gücünü artırırken hedef kitle üzerinde daha büyük bir etki yaratır (Mehrabi vd., 2009: 138). Ancak bu olumlu kullanımın yanı sıra yeni medya riskleri de bünyesinde barındırmaktadır. Örneğin kadınlar siber ortamda çevrim içi tacize sıklıkla maruz kalmaktadır.

Sosyal platformlar ile birlikte sosyal ilişkileri algılama ve gösterme biçimi de değişiklik göstermiştir. Çevrim içi alanlar günlük hayatta dikkat çekmek isteyen ve duygularını ifade edemeyen kimselerin içinde bulunduğu duygu durumunu da yansıtmaya yönelik paylaşımlara açık bir yer haline gelmiştir. Günlük hayatta kendini ifade etmekte zorlanan kişiler sosyal medya

aracılığıyla rahat olabildiklerini ve kendilerini ifade edebildiklerini düşünmeye başlamışlardır (Ünlü, 2018: 168). Artık görünür bir şekilde, sosyal medya platformlarında bireyler, kamusal figürleri açık ve rahat şekilde taciz edebilmekte, aşağılayıcı, cinsiyetçi yorumlarda bulunabilmektedirler.

Cinsiyet gruplarına göre bir inceleme yapıldığında, sosyal medyada yer alan paylaşımların kişiler üzerindeki etkilerinde farklılık bulunmaktadır. İstatiksel olarak da anlamlı bir sonuç ortaya koyan araştırma sonuçları kadınların, takipçi sayısı, paylaşımına gelen yorumlar, beğeniler ve özenme gibi faktörlerden daha çok etkilendiğini göstermektedir (Kıran, Bostancı ve Emre, 2020: 440).

Son yıllarda herkes tarafından görünür olmak popüler kültürün bir parçası haline gelirken, cinsiyete dayalı çevrim içi tacize uluslararası literatürde akademik ve kamusal tartışmalarda artan bir ilgi olduğu görülürken (Nadim ve Fladmoe, 2021) Türkçe literatürde bu konuda niceliksel eksiklik dikkat çekmektedir. Kadınların maruz kaldığı çevrim içi tacizin uluslararası çalışmalarda olduğu gibi Türkçe literatürde de incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu noktada çalışmanın önemi, çevrim içi taciz konusunda literatürdeki niceliksel eksikliği doldurmayı hedeflemesidir. Çalışmada çevrim içi taciz olgusunun türlerini ve boyutları ortaya çıkarmak adına netrografi yöntemi tercih edilmiştir.

Çevrim İçi Taciz Olgusu

Çevrim içi taciz, internetin yaygınlaştırdığı çevrim içi platformlarda karşımıza çıkan çeşitli saldırı biçimlerini içermektedir. Bu saldırılar, şiddet içeren tehditleri, kişisel itibarın zedelenmesine yol açacak yanlış bilgileri, kişisel bilgilerin izinsiz kullanımını, anonimlik altında hakaret ve tehdit içeren davranışları,

alay ve hakaret içerikli söylemleri ve hatta fiziksel tehlikeleri içermektedir (Citron, 2014). Kadınlara yönelik çevrim içi tacizi inceleyen araştırmacılar, ilgili davranışları tanımlamak için taciz, siber takip, cinsiyet trollüğü ve çevrim içi kadın düşmanlığı dâhil olmak üzere birden fazla kavram kullanmaktadır (Chadha vd., 2020: 240). Dolayısıyla taciz, günümüzde çevrim içi platformlarda da gerçekleşen ve mağdurlar üzerinde ciddi psikolojik ve fiziksel etkilere yol açabilen bir olgudur.

Ünlüler ve influencerlar/etkileyiciler her gün Instagram'da tacize uğramaktadır. Çevrim içi taciz, ünlüleri/etkileyicileri zihinsel olarak rahatsız etmekte ve toplumu olumsuz etkilemektedir (Takano vd., 2022). Bu anlamda çevrim içi taciz giderek büyüyen bir toplumsal sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar çevrim içi taciz veya siber saldırganlık ilgi görmeye başlasa da düşmanca mesajlarda bulunan ortak temaları sistematik olarak araştıran çok az araştırma bulunmaktadır (Francisco ve Felmlee, 2022: 1).

Dijital medyada maruz kalınan çevrim içi taciz olgusu cinsiyete dayalı siber nefret, teknoloji aracılığıyla kolaylaştırılan şiddet, dijital şiddet, çevrim içi nefret söylemi, siber zorbalık, kadınlara yönelik çevrim içi şiddet ve çevrim içi kadın düşmanlığı gibi farklı kavramlar ile tanımlanmaktadır. Örnek olarak, "kadınlara yönelik çevrim içi şiddet" terimi, toplumsal cinsiyete dayalı şiddeti ele almak için oluşturulmuş olan küresel feminist çerçevelerden gelişmiştir. Bunun yanında, "çevrim içi nefret söylemi" terimi, toplumsal cinsiyet ve çevrim içi mekânı içeren bir terim olmasına rağmen, çevrim içi ortamlarda kadınların maruz kaldığı durumların çeşitliliğini tam olarak kapsamamaktadır. Diğer yandan, "siber zorbalık" terimi, cinsiyetle sınırlı olmayan bir

kavramdır ve çoğunlukla bireysel psikolojik bakış açılarına dayalı belirli davranışlar ve zararlarla ilgilenir. Ging ve Siopera'ya (2018: 515-517) göre sonuç olarak her bir terim, suçla ilgili olmaksızın ziyade dava edilebilir ve zarar verici olan şiddet unsurlarının ne şekilde oluştuğunu ve ifade özgürlüğü noktasında da bir ihlal oluşturmadan hangi önlemlerin alınabileceğini değerlendiren etik, idari ve yasal çerçeveleri inceleyen karmaşık bir alanın parçalarını temsil etmektedir. Ancak bu terimler özünde farklı noktalara odaklansa da çevrim içi taciz ilgili başlıkların tümünü kapsamaktadır.

Dijital medya içerik üreticileri, genellikle kendi hesabını kullananlardan oluşmaktadır. Bu durum dijital medyadaki kullanıcıların, geleneksel medyadaki kullanıcılara göre toplumun genelini daha iyi temsil ettikleri konusunda daha ön planda oldukları anlamına gelmektedir. Çünkü dijital medya, farklı görüşlere ulaşmanın mümkün olması dışında aynı zamanda geleneksel medyanın yansıttığı egemen ideolojiye ait uç görüşlere erişmeyi de mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda nefret söyleminin yeni medyada ortaya çıkmadığı söylenebilir. Nefret söylemi direkt toplum tarafından, gelenek ve görenekler, tarihi, siyasi, kültürel ve sosyal yapı çerçevesinde üretilmektedir. Web 2.0, bu tür söylemlerin yayılmasına katkıda bulunan yeni platformların oluşturulmasına ve her geçen gün artan teknolojiyle bu tür içeriklerin üretilmesine ve devam etmesine olanak tanımaktadır (Vardal, 2015: 140-141).

Henry ve Powell (2018) tarafından gerçekleştirilen bir araştırma toplumsal cinsiyet ve cinsiyetlendirilmiş alan üzerinden cinsel tacizin inşa edildiğini göstermektedir. Cinsel taciz kadınları hem kapsam hem de etki açısından orantısız bir biçimde

etkilemektedir. Çalışma özellikle genç kadınların cinsel tacize daha fazla maruz kaldığını tespit etmektedir. Ayrıca farklı araştırmalar çevrim içi taciz biçimlerinin yalnızca mağdur tarafından bilinen kişiler kaynaklı değil bilinmeyen kişiler tarafından da gerçekleştirildiğini göstermektedir (Henry ve Powell, 2015; Powell ve Henry, 2016).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, kolay ulaşılabilir ve dünya genelinde erişilebilir olması, çevrim içi taciz için yeni imkanlar sunmaktadır (Vitak vd., 2017: 1231). İnternet, anonim kimliklere sahip olunabilme imkânı sunarak iletişim kurma ve eyleme geçme biçimlerinde önemli değişikliklere neden olmaktadır (Daniels, 2008: 136). Bu anlamda internet ve sosyal medya ağları, geleneksel medyanın eşik bekliliği rolünün önemini azaltarak eşi benzeri görülmemiş bir özgür ifade forumu yaratmıştır (Bruns, 2005). Fakat bu ifade özgürlüğü kadınların çevrim içi ortamda tacize uğramasının önünü açmıştır. Görünüşte sınırsız olduğu düşünülen söylemler, kamusal tartışmanın sınıflanması ve agresif iletişim tarzını da beraberinde getirmiştir. Kadınların dijital platformlarda görünür olması ve etkileşime açık paylaşımlarının olması çevrim içi ortamda görülen bu agresif iletişim tarzı ile kadınları siber mağdur konumuna getirmiştir.

Teknoloji destekli sembolik ve fiziksel şiddet, yeni formlar geliştirerek kadınlara zarar veren ve dijital platformlarda erkek şiddetini ve kadın baskısını kurumsallaştıran araçların çeşitliliğini ve etki alanını artırmaktadır (Hopton ve Langer, 2022: 17). Çevrim içi taciz, sosyal medya platformları, forumlar, mesajlaşma uygulamaları ve yine çevrim içi vb. alanlarda farklı şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Bu tür tacizler; tehditler, iftiralar,

kişisel bilgilerin ifşası, hakaretler, saldırgan yorumlar, cinsel içerikli mesajlar ve daha çok farklı şekillerde meydana gelmektedir.

Çevrim İçi Taciz ve Kadın

Medyanın kültürel diyalogları şekillendirmesi ve egemen ideolojilere katkıda bulunması zararlı ve köklü temsillere de zemin hazırladığını göstermektedir. Bu sebeple ırkçılık, cinsiyetçilik ve kadınların güçsüzleştirilmesinin medya üzerindeki hegemonek ideolojilere de katkı verdiği basit bir eleştiri olmaktan öteye geçmektedir. Medya, ataerkil normların ve uygulamaların pekiştirilmesine, kontrol edilmesine ve bu bağlamda kadın düşmanlığının yayılmasına katkı sağlayan bir rol oynamakta ve bu rolüne devam etmektedir. Medya, internetin yaygın kullanımı öncesinde dahi gazetecilik, reklamcılık, sinema, radyo, televizyon ve diğer medya endüstrileri, kadınların marjinalleştirilmesine, klişeleştirilmesine, küçümsenmesine katkıda bulunmuştur ve bu katkıyı sürdürmektedir (Öztunç ve Yıldırım, 2021: 482).

Kadınlar, özellikle sosyal medya gibi çevrim içi platformlar aracılığıyla, çeşitli çevrim içi taciz biçimlerine maruz kalma riski altındadır (Chadha, Steiner ve Guha 2017; Koirala 2020; Lewis, Zamith ve Coddington 2020). Kadınlar, dijital platformlarda cinsiyetlerine ve algılanan cinselliğe dayalı olarak maruz kaldıkları sözlü saldırılar, eleştiriler, ötekileştirme ve hatta karşı karşıya kaldıkları tehditler nedeniyle sorun yaşamaktadırlar. Bu tür olumsuz deneyimler, kadınların çevrim içi tacize maruz kalmasına sebep olurken aynı zamanda kadınların günlük yaşamlarını ve kişisel refahlarını uzun vadeli olarak da etkileyebilmektedir. Jane (2017), giderek artan sayıda kadının çevrim içi tacizin hedefi olduğunu ve toplumsal cinsiyete dayalı siber nefret deneyimlerinin artık kamusal alanda görünür olan kadınlarla sınırlı

olmadığını savunmaktadır. Jane'nin de belirttiği gibi kadınlar çevrim içi ortamda sadece ünlü isimler değil, sosyal medya kullanıcıları olan tüm kadınlar siber zorbalara hedef haline gelmektedir. Kadınların maruz kaldığı taciz, beden nesneleştirilmesi, cinsiyetçi yaklaşımı barındıran hakaretler, cinsel tehditleri içine alan durumları kapsamaktadır. Yapılan araştırmalar neticesinde çevrim içi tacizin gerçek hayata da yansıtılabileceğini gösteren örnekler söz konusudur. Bu örneklere göre çevrim içi taciz etkilerinin kadınların güvenliğine, fiziksel şiddete yönelik tehditleri de içeren sonuçlar doğurabileceği ve bu durumda tacizin yalnızca dijital mecralarda kalacağını düşünmenin masum bir yaklaşım olacağı şeklinde yorumlanmaktadır (Gümüş, 2022: 227).

Çevrim içi taciz kadınlar için toplumsal bir sorun haline gelmiştir fakat ön planda olan şarkıcı, oyuncu, model ve gazetecilik meslek üyesi kadınlar daha fazla çevrim içi tacize maruz kalmaktadır. Demir ve Ayhan'ın (2022: 207) araştırmasında elde edilen bulgulara göre, kadın spor gazetecilerinin Twitter'da en sık maruz kaldıkları yorumlar sırasıyla aşağılayıcı ve alaycı, kadınların fiziksel görünümüne odaklanan, hegemonik bir bakış açısıyla dışlayıcı, duygusal taciz, fiziksel tehdit ve küfür içermektedir. Holton ve diğerleri (2023) ise kadın gazetecilerin genel sözlü taciz gibi, zaman içinde ve genellikle aynı sosyal medya kullanıcılarından gelen kronik taciz ve daha kişiselleştirilmiş ve doğrudan tehdit edici olan tırmandırıcı taciz türlerine maruz kaldığını belirtmektedir. Baloğlu (2023) 7 kadın politika gazetecisini incelediği çalışmada, kadın gazetecilerin Twitter'da maruz kaldığı çevrim içi tacizin boyutlarını ortaya çıkarmaktadır. Araştırmanın sonuçları, kadın gazetecilere yönelik yapılan yorumların büyük bir bölümünün (%60,97) olumsuz ifadeler içerdiğini

göstermektedir. Bu olumsuz ifadelerin başında küfür (n=31.489) ve alay (n=29.078) gelmektedir.

Günümüzde sosyal medya platformları, ünlülerin sürekli olarak kamusal bir teşhir alanına konulduğu bir mecra haline gelmiştir. Bir zamanlar neredeyse erişilemez olan ünlüler, artık günlük etkileşime açık hale gelmişlerdir. Yorumlar, anketler, e-postalar ve hatta özel mesajlar aracılığıyla halk, ünlülerle sadece bir tıklama mesafesinde etkileşimde bulunabilmektedir. Bu etkileşim, ünlülere birçok avantaj sağlarken, aynı zamanda çevrim içi taciz ve sert eleştirilere karşı özellikle hassas hale gelmelerine neden olmaktadır (Valenzuela-García vd., 2023). Sosyal medya, medyanın toplumsal cinsiyet üzerindeki etkisini daha da artırırken, kadınlara yönelik cinsiyetçi çevrim içi saldırganlığı da yoğun bir şekilde devam ettirmektedir (Jagayat ve Choma, 2021).

Araştırmalara göre, özellikle de genç kadınlar çevrim içi tacize de dahil olmak üzere cinselleştirilmiş istismar biçimlerine orantısız bir şekilde hedef olmaktadır (Duggan, 2017; Smith ve Duggan, 2017). Kadınların internette orantısız bir şekilde hedef alınması, seslerini kamuya açık konuşmalardan çıkarmalarına neden olmaktadır (Gagliardone vd., 2015: 44). Jane (2014: 559) tarafından yürütülen araştırmada kadınların çevrim içi tacize karşı özellikle savunmasız olduğuna dair iddialar genellikle yüksek profilli kadınların deneyimlerine veya çevrim içi içerik analizlerine dayanmaktadır. Buradan yola çıkarak çalışmada Intagram'da en çok takipçisi olan 10 tanınmış kadın isimden üç profil içerik analizi yöntemiyle incelenecektir.

Yöntem

Bu çalışmada örneklem içerisinde yer alan 3 kadın ünlü ismin belirlenmesinde takipçi sayıları göz önünde bulundurularak en

az 5 milyon ve üzerinde takipçi sayısına sahip olan hesaplar seçilmiştir. Bu profillerde yer alan fotoğraflar arasından tesadüfi olarak 3 görsel belirlenerek gelen yorumlardan 1200 tane olmak üzere toplamda 3600 yorum incelenmiştir. Belirlenen profillerin ilgili fotoğraflarına gelen doğrudan yorumlar analiz edilmiştir. Yorumlar içerisinde emoji ile yapılan 405 yorum incelemeye dâhil edilmemiştir. Bu sınırlılıklar uygulandıktan sonra 3 görsele gelen yorumlar analiz edilmiştir. Nitel yöntemlerden biri olan netnografi deseni ile yapılan araştırmada, katılımlı gözlem yoluyla veriler toplanarak incelenmiştir.

Günümüzde belirleyici bir rol oynayan dijital kültürü incelemek için dijital etnografi, önemli bir araç olarak kabul edilmektedir. Kültürel çalışmaları düşündüğümüzde, antropoloji ve etnografi konuları ön plana çıkmaktadır. Dijital etnografi, bu geleneksel yaklaşımı dijital dünyaya taşıyarak hem akademik hem de endüstri alanlarında önemli bir araştırma alanı haline gelmiştir. Giderek artan popülerliği ile dikkat çeken bu yöntemi açıklamak için öncelikle etnografinin ne olduğuna kısaca bir bakmak yararlı olacaktır (Özbaş Anbarlı, 2020: 89).

Etnografi bir kültürün inançlarını, eylemlerini, dil ve değerlerini inceleyerek, paylaştığımız ve yorumladığımız nitel bir araştırma sürecidir. Süreci yürütmekle ilgilenen etnograflar, asıl anlamı keşfetmeye çalışırken bu toplulukların etkileşim biçimlerine, diline ve davranışlarına odaklanırlar (Creswell, 2013: 90). İletişim teknolojilerinin ilerlemesiyle, etnografik sürecin önemli bileşenleri olan gözlem ve katılım dijital ortama taşınmıştır (Glesne, 2012: 89). Netnografi, belirli çevrim içi toplulukları incelemek amacıyla çevrim içi diyalogları ve diğer çevrim içi içerikleri gözlemlenme ve analiz etme tekniklerini içerir (Kozinets,

2022). Bu yöntem, spesifik çevrim içi topluluklara odaklanarak netnografik araştırma tekniklerini uygular (Prior ve Miller, 2012: 503). Çalışma kapsamında kamusal alanda tanınan Instagram hesap sahiplerinin araştırmayla ilgili rızaları ya da bilgileri dahilinde olmadığı için yürütülen incelemede Instagram kullanıcılarını temsilen 'örnek 1, 2, 3, 4, 5" şeklinde bir adlandırma yapılmıştır. Çalışmada,

A.S.1. Sosyal medyada yüksek takipçili hesaplarda gelen yorumların içeriği nedir?

A.S.2. Çevrim içi tacizde cinsiyetçi kalıplar ön plana çıkmakta mıdır? şeklinde olmak üzere iki araştırma sorusuna yanıt aranmaktadır.

Bulgular

Bu çalışmada çevrim içi taciz Valenzuela-García ve diğerlerinin (2023) çalışmasında olduğu gibi failin davranışı bir kez veya tekrar tekrar gerçekleştirmesine bakılmaksızın, ünlülere yönelik her türlü kasıtlı davranış olarak geniş bir şekilde tanımlanmaktadır. Çalışmada incelenen 3600 yorumdan yola çıkılarak 5 temel kategori belirlenmiştir. İlk kategoride övgü ve hayranlık (840) ikinci kategoride hakaret (267) üçüncü kategoride cinsel taciz (1305) dördüncü kategoride nefret söylemi (309) beşinci kategoride alay (474) olmak üzere 5 temel kategori belirlenmiştir. Analiz edilen 3600 yorumdan 405 tanesinin emojilerden oluştuğu tespit edildi ve bu yorumlar inceleme dışında bırakılmıştır.

Övgü ve Hayranlık

Bu kategori içerisindeki övgü ve hayranlık içeren 840 yorumun, incelemeye alınan kadın profillerinin dış görünüşleri, mesleki başarıları hakkında özellikle kadın takipçiler tarafından iyi niyet belirten yorumların yapıldığı görülmektedir. İncelenen

profillerin daha çok kadın takipçiler tarafından rol-model alındıkları gözlenmektedir.

Örnek 1. Fotoğrafların her biri ayrı güzel, idolümsün

Örnek 2. Her zaman gururumuzsun

Örnek 3. Karakterini, duruşunu sevdiğim için sanatına saygı duyabilirim

Örnek 4. Sen benim çocukluğumsun, umarım ben de senin gibi olabilirim

Bu kategoride yer alan 840 yorum, diğer yorumlara nazaran kişiye karşı doğrudan ilgi belirtmektedir. Bu ilgi diğer görüşlerin dışında karşılıksız ve uzun süredir takip etmekten kaynaklı olarak bir sadakat göstergesidir. Hayranlık ve övgü kategorisinde yer alan yorumlar uzun yıllardır kitle iletişim araçlarında ön planda olan kadın ünlü profillerinin çevrim içi hayran etkileşiminin ve bağının kurulmasını sağlamıştır.

Hakaret

Çevrim içi tacizin failleri siyasi ve ideolojik bir amaçla, kadınları ve feminist ideolojileri kamusal alanlardan ve söylemlerden uzaklaştırmak için, çoğu kurumsallaşmış olan gizli ve açık cinsiyetçilik ve kadın düşmanlığı yapmaktadır (Gelms, 2019: 181).

Örnek 1. Yaşlanıyor böyle çıplak olmasa aç kalacak, bunlar para için her şeyi yapar

Örnek 2. Hayvanlar soyunuk gezer, F*hişe

Örnek 3. Bir insan şerefini, namusunu beş kuruş için satacak kadar ucuz olamaz

Örnek 4. Küfürlerimiz ...'nın namusundan daha temiz, çok ucuzsun

Yukarıdaki örneklerde de görüldüğü gibi kadın ünlülerin şahsına yönelik doğrudan hakaret edildiği dikkat çekmektedir. Hakaretlerin niteliği ve boyutu değişebilmekte, kadın ünlülerin kişiliğini zedeleyen, ailesini de kapsayacak nitelikte yorumlar geldiği belirlenmiştir.

Cinsel Taciz

Ataerkil kültürün yerleşik bir parçası olarak kadınların değersizleştirilmesi, cinsiyetçi çevrim içi taciz için temel bir emsal teşkil etmektedir (Gelms, 2019: 181). İncelenen yorumlar üzerinde en çok üretilen söylemlerin cinsel taciz odaklı olduğu belirlenmiştir. Cinsiyetçilik sosyal medyada çok yaygındır ve kadın kullanıcılar için özgürlük sınırlarını daha da daraltmaktadır (Sharifirad ve Matwin, 2019). Filipovic'e (2007) göre siber zorbalık hedefinde söz konusu kadınlar olduğunda, doğrudan cinsel içerikli saldırılara maruz kalmaktadır.

Örnek 1. Çıplak görmek istiyoruz

Örnek 2. Komple açsaydın halk fantezi kursaydı

Örnek 3. Kız aşırı seksi olmuşsun, 7 kocadan 70 çocukla gel-sen de olur

Örnek 4. Biraz daha soyunsaydın doya doya baksaydık

Örnek 5. 40 yıllık manavım böyle portakal görmedim

Bir kişinin kadınlık statüsüne yönelik istenmeyen müstehcen çevrim içi yorumlar cinsel taciz olarak adlandırılmaktadır (Patchedin ve Hinduja, 2015: 73). Yukarıdaki örneklerde görüldüğü gibi kadınların fiziksel özellikleri üzerinden sapkın yorumlar ile karşılaştıkları tespit edilmektedir.

Nefret Söylemi

Kadınlar, çevrim içi platformlarda nefret söylemine maruz kalmaktadır (Salian ve Ghosh, 2022). Citron'un, çok basit bir şekilde ifade ettiği gibi, "erkekler daha çok fikirleri ve eylemleri nedeniyle saldırıya uğrarken", kadınlar varlıklarından dolayı saldırıya uğramaktadır (Citron, 2014: 14-15). Kadına şiddetin ikinci boyutu olarak karşımıza çıkan, kadına yönelik aşağılama ve nefret söylemi, Türkiye'de ve dünya genelinde giderek artan bir eğilim göstermektedir (Vardal, 2015: 148).

Örnek 1. Ne kadar utanmazsın ya puh senin gibi insanlara

Örnek 2. Edepsiz haya diye bir şey kalmamış cehennem kü-tüğü

Örnek 3. Berbat sanatçısın, hayvanlar sizden daha edepli

Örnek 4. Türkiye'nin adını lekeliyorsunuz, yetenek olma-yınca soyunarak gündemde kalıyorsunuz

Yukarıdaki örneklere bakıldığında çeşitli kültür ve yaşam tarzlarına sahip insanların sosyal medyanın sağladığı ifade özgürlüğü düşüncesi ile yorum yapma hakkı buldukları ayırt edilmektedir. Lakin ifade özgürlüğü düşüncesi ile yapılan bu yorumların kapsamı geniş olsa da yorumlarda görüldüğü gibi sınırı aşmak boyutuna ulaşmıştır. Bu sebeple hak olduğu düşünülen bu özgürlük anlayışına dair kısıtlamaların gerekli olduğu araştırma içerisinde tespit edilmiştir.

Alay

İncelenen 474 tane alay ifadeleri içeren yorum değerlendirildiğinde, Instagram fotoğraflarının altındaki yorumlar, kadın ünlülerin paylaşımlarına verilen tepkileri yansıtmaktadır. Bu tür yorumlar, genellikle kişilerin bedenleri, kariyerleri veya bazen hataları hakkında iğneleyici, küçümseyici ifadeler içermekte

olup, ünlülerin bu tür yorumlara genellikle yanıt vermediği görülmektedir.

Örnek 1. 6.fotoda doğum yapıyor galiba

Örnek 2. Sanat için mi yoksa maddi sıkıntılar mı

Örnek 3. Sen artık şarkıcılığı bırak iç çamaşırını reklamlarında yer al

Örnek 4. Ben de hep Bozkır'da bikini giyerim

Yukarıdaki örneklerde de görüldüğü gibi kadın ünlülerin paylaşımları üzerinden özel hayatlarına, benliklerine ve sosyal kimliklerine alenen alay edici ifadeler kullanılmıştır. Bu yorumlar aynı zamanda küçümseyici bir yaklaşım sergilerken söz konusu isimlerin bu yorumlara bir cevap vermediği görülmektedir.

Sonuç

İfade özgürlüğü, temel bir hak olarak anayasalarca korunmaktadır. Ancak, tıpkı diğer haklar ve özgürlükler gibi, anayasalar ve yasalar tarafından çizilen hukuki sınırlamalara tabidir. Kamunun bilgi edinme hakkından kaynaklanan yarı-kamusal meslekler, gazetecilik gibi, farklı özdenetim mekanizmalarına ve zamanla geliştirilen etik kurallara bağlıdır. Fakat günümüzde internetin sunduğu sınırsız fırsatlar ile internet üzerinde gerçekleşmesi zor olan denetimin, özellikle mesleki anlamda profesyonel olmayanlar olarak adlandırdığımız kullanıcılar tarafından birçok sınırın aşılmasını kolaylaştırmıştır (Vardal, 2015: 133-134).

Dijital dünya, cinsiyete dayalı şiddeti ve çevrim içi tacizi durdurma girişimleri için uygun bir alan açarken, aynı zamanda bu tür şiddetin yeniden üretildiği bir alan haline gelebilmektedir. Dijital platformlar, suç faillerinin, çevrim içi alanlarda özellikle kadınlar ve kız çocuklarına yönelik şiddeti kolaylaştırma ve derinleştirme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Bu

durum çevrim içi tacizin önemini ve ciddiyetini vurgulamaktadır. (A.S.2)

Çalışmada takipçi sayısı 5 milyonu aşmış, tanınmış kadın profillerinin sosyal hayatlarını rahat bir şekilde paylaştıkları görülmüştür. Bu profillerin örneklem olarak seçilen fotoğraflarına büyük ölçekte olumsuz ve taciz içerikli yorumlar yapıldığı belirlenmiştir. Taciz içerikli yorumlar kişilerin doğrudan bedenine ve yaşamına yönelik yapılmıştır. En fazla yorumun olumsuz içerikli olduğu ve bu kategorideki yorumların çevrim içi taciz, hakaret, nefret söylemi ve alay odaklı olduğu belirlenmiştir. (A.S.1)

Bu çalışmanın sonucunda kadınlara yönelik siber zorbalığın toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadınların ilerlemesinin önünde büyük bir engel olarak durduğu dikkat çekmektedir. Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık ve bu tür şiddeti sürekli kılan sosyal normlar, toplumsal cinsiyet kalıp yargılarından kaynaklanmaktadır. Son yıllarda yapılan çalışmalar, dijital taciz ve şiddetin kadınlar için daha büyük bir tehdit oluşturduğunu göstermektedir. İnternet teknolojilerinin sunduğu imkânların, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda bir destek olarak kullanılmaması gibi çevrim içi risklerin de eşit olmadığını göstermektedir.

Çalışmada yorumların analiz edilmesinin beraberinde fotoğraf ve yorumlar ilişkisi üzerine gözlem de yapılmıştır. Söz konusu hesap sahiplerinin kendilerine gelen olumsuz yorumları görmezden gelirken, olumlu yorumların bir kısmına yanıt verildiği, meslektaşları veya yakın arkadaşları ile iletişimde oldukları gözlemlenmiştir. Kullanıcıların hesaplarını incelerken karşılaşılan diğer bir durum da insanlar tarafından tepki alacağı düşünülen bazı fotoğrafların yoruma kapatılmış olmasıdır. Buradan

çıkan sonuca göre ünlü kadın profillerinin yorumların sınırlandırılmasını tercih etmelerinin sebebi olarak, çevrim içi taciz ve şiddete yönelik olumsuz yorumlara karşı kendilerini korumak için geliştirdikleri bir strateji olarak düşünülebilir.

Bu çalışmanın en önemli sonuçları arasında, kadın profillerin paylaşmış oldukları fotoğraflardan dolayı “cinsel taciz ve cinsiyetçi yaklaşıma” maruz kaldıkları yer almıştır. Kadınları hedef alan bu yorumların hem erkekler hem de kadınlar tarafından gerçekleştirildiği gözlemlenmiştir. Benzer sonuca farklı çalışmalarda da ulaşılmıştır (Duggan, 2017; Smith ve Duggan, 2017). Aynı zamanda kadınların her gün ve her an sosyal medyada yoğun bir şekilde çevrim içi tacize maruz kalması bu sorunu normalleştirerek sıradan hale getirmektedir. Bu duruma en çok maruz kalan kesimin ünlü isimler olduğu görülmektedir.

Sosyal medya platformları, kullanıcıların içeriklerini paylaşmasına ve bu içeriklerin dijital ağlarda hızla yayılmasına olanak tanımaktadır. Ancak, bu platformlar sıklıkla kadınların objeleştirildiği ve cinsel saldırıya uğradığı içeriklere ev sahipliği yapmaktadır. Dijital medya, artık farklı sosyal medya ağlarını kullanarak, toplumsal cinsiyet yargılarının içselleştirilip, ataerkil yapının sürekliliğini sağlayacak şekilde işlevine devam etmektedir. Bu durumda kadınların medya araçları için yalnızca nesneleştirilmiş varlıklar olarak medyada sunulma ve algılanma biçimleri erkek egemen bir bakış açısıyla sınırlandırılmaktadır. Dolayısıyla ataerkil yapının sürdürülebilirliğine ve toplumsal cinsiyet yargılarının sindirilmesine katkıda bulunan sosyal medya ağları, erkek egemen bakış açısıyla kadınların dijital medyada sunulma ve algılanma biçimlerini sınırlandırmaya devam

etmektedir. Dijital medya araçları yoluyla bu sunma biçimi ile kadın, sosyal medyada nesneleştirilmektedir.

Instagram gibi sosyal medya ağları kamusal alanda yüksek görünürlüğe sahip kadınların geleneksel normların dışında olarak görünürlük kazanmasına sebep olmuştur. Nitekim bu çalışmada örneklem olarak belirlenen 3 kadın ünlü ismin Instagram'da 5 milyonun üzerinde takipçi sayısına erişmiş oldukları tespit edilmiştir. Oldukça fazla olan bu oran, seçilen ünlü isimlerin Instagram'ı aktif olarak kullandığını ve bu kullanımın da takipçi sayısına yansıdığını açıkça göstermektedir.

Bu çalışmada Instagram'da yer alan ünlü kadın profillerin çevrim içi tacize maruz kaldıkları tespit edilmiştir. Instagram'da milyonlarca kişi tarafından takip edilen ünlü kadın profillerinin, olumlu yorumlardan çok olumsuz yorumlara maruz kaldığı belirlenmiştir. Bu çalışma sınırlılıkları bakımından 3 ünlü ismin Instagram'da paylaşmış olduğu belirlenen fotoğraflara dahil olan yorumlar incelenmiştir. Bu bakımdan çalışma kendi sınırlılıkları içerisinde değerlendirilmelidir. Çalışmada Instagram'da milyonlarca kişi tarafından takip edilen ünlü kadın profillerinin bundan sonra yapılacak araştırmalarda, diğer ülkelerdeki ünlü kadın profilleri ile Türkiye'deki kadın ünlü kadın profillerine yönelik çevrim içi söylem karşılaştırılabilir. Bunun yanı sıra farklı sosyal medya platformları üzerinden ünlü kadın profillerine gelen yorumlar incelenerek kıyaslanabilir.

Kaynakça

- Baloğlu, E. (2023). Online harassment against women political journalists on Twitter. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32(2), 861-873.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative online news production*. New York: Peter Lang.
- Chadha, K., Steiner, L. & Guha, P. (2017). Indian women journalists' responses to sexism and sexual harassment. *International Communication Research Journal*, 52(1), 1-29.
- Chadha, K., Steiner, L., Vitak, J. & Ashktorab, Z. (2020). Women's responses to online harassment. *International Journal of Communication*, 14, 239-257.
- Citron, D. (2014). *Hate crimes in cyberspace*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Creswell, J. W. (2013). Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni. (Çev. Ed. M. Bütün & S. B. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Daniels, J. (2008). Race, civil rights, and hate speech in the digital era. A. Everett (Ed.), *Learning race and ethnicity: Youth and digital media* (s. 129-154). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Demir, Y. & Ayhan, B. (2022). Being a female sports journalist on Twitter: Online harassment, sexualization, and hegemony. *International Journal of Sport Communication*, 15(3), 207-217.
- Duggan, M. (2017). *Online harassment 2017*. Washington, DC: Pew Research Center. Erişim adresi: <https://www.pewresearch.org/internet/2017/07/11/online-harassment-2017/>
- Filipovic, J. (2007). Blogging while female: How internet misogyny parallels real-world harassment. *Yale JL & Feminism*, 19(1), 295-303.

- Francisco, S. C. & Felmlee, D. H. (2022). What did you call me? An analysis of online harassment towards black and latinx women. *Race and Social Problems*, 14(1), 1-13.
- Gagliardone I., Gal D., Alves T. & Martinez G. (2015). Countering online hate speech. Paris, France: UNESCO.
- Gelms, B. (2019). Volatile visibility: How online harassment makes women disappear. In *Digital Ethics* (pp. 179-194). New York: Routledge.
- Ging, D. & Siapera, E. (2018). Special issue on online misogyny. *Feminist Media Studies*, (18)4, 515-524.
- Glesne, C. (2012). Nitel Araştırmaya Giriş (Çev. A. Ersoy ve P. Yalçınoğlu). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gümüş, B. (2022). Reelden sanala çevrim içi taciz. *Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(11), 208-232.
- Henry, N. & Powell, A. (2015). Embodied harms: Gender, shame, and technology-facilitated sexual violence. *Violence Against Women*, 21(6), 758-779.
- Henry, N. & Powell, A. (2018). Technology-facilitated sexual violence: A literature review of empirical research. *Trauma, Violence, & Abuse*, 19(2), 195-208.
- Holton, A. E., Bélair-Gagnon, V., Bossio, D. & Molyneux, L. (2023). "Not their fault, but their problem": Organizational responses to the online harassment of journalists. *Journalism Practice*, 17(4), 859-874.
- Hopton, K. & Langer, S. (2022). "Kick the XX out of Your life": An Analysis of the Manosphere's Discursive Constructions of Gender on Twitter", *Feminism & Psychology*, 32(1), 3-22.
- Jagayat, A. & Choma, B. L. (2021). Cyber-aggression towards women: Measurement and psychological predictors in gaming communities. *Computers in Human Behavior*, 120, 106753.

- Jane, E. A. (2014). "Back to the kitchen, cunt": Speaking the unspeakable about online misogyny. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 28, 558-570.
- Jane, E. A. (2017). Feminist flight and fight responses to gendered cyberhate. In Segrave M., Vitis L. (Eds.), *Gender, technology and violence* (pp. 45-61). London: Routledge.
- Kıran, S., Küçükboşancı, H. & Emre, İ. E. (2020). Sosyal medya kullanımının kişiler üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(4), 435-441.
- Koirala, S. (2020). Female journalists' experience of online harassment: A case study of Nepal. *Media and Communication*, 8(1), 47-56.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of marketing research*, 39(1), 61-72.
- Lewis, S. C., Zamith, R. & Coddington, M. (2020). Online Harassment and Its Implications for the Journalist-Audience Relationship. *Digital Journalism*, 8(8), 1047-1067.
- Mehrabi, D., Abu Hassan, M. & Shahkat Ali, M. S. (2009). News media credibility of the internet and television. *European Journal of Scientific Research*, 11(1), 136-148.
- Nadim, M. & Fladmoe, A. (2021). Silencing women? Gender and online harassment. *Social Science Computer Review*, 39(2), 245-258.
- Özbaşı Anbarlı, Z. (2020). Dijital Etnografi: Dijital Uzamı Anlamak İçin Bir Yöntem. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 10(20), 87-113.
- Öztunç, M. & Yıldırım, G. (2021). Gender communication and leadership: A qualitative research in managerial level. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (38), 477-496.
- Patchin, J. W. & Hinduja, S. (2015). Measuring cyberbullying: Implications for research. *Aggression and Violent Behavior*, 23, 69-74.

- Powell, A. & Henry, N. (2019). Technology-facilitated sexual violence victimization: Results from an online survey of Australian adults. *Journal of Interpersonal Violence*, 34(17), 3637-3665.
- Prior, D. D. & Miller, L. M. (2012). Webethnography: towards a typology for quality inresearch design. *International Journal of Market Research*. 54 (4), 505-520.
- Salian, T. & Ghosh, M. (2022). Decoding the Internet Trolls and their implications on Female YouTubers. *Journal of International Women's Studies*, 24(1), 22.
- Schrock, A. R. (2015). Communicative affordances of mobile media: Portability, availability, locatability, and multimediality. *International Journal of Communication*, 9, 1229-1246.
- Sharifirad, S. & Matwin, S. (2019). When a tweet is actually sexist. A more comprehensive classification of different online harassment categories and the challenges in NLP. arXiv preprint arXiv:1902.10584.
- Takano, M., Taka, F., Ogiue, C. & Nagata, N. (2022). Online Harassment of Celebrities and Influencers. arXiv preprint arXiv:2210.07599.
- Ünlü, F. (2018). Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağlılığı ve Sosyal İzolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (1), 161-172.
- Valenzuela-García, N., Maldonado-Guzmán, D. J., García-Pérez, A. & Del-Real, C. (2023). Too Lucky to Be a Victim? An Exploratory Study of Online Harassment and Hate Messages Faced by Social Media Influencers. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 1-25.
- Vardal, Z. B. (2015). Nefret Söylemi ve Yeni Medya. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 132-156
- Vitak, J., Chadha, K., Steiner, L. & Ashktorab, Z. (2017, February). Identifying women's experiences with and strategies for mitigating negative effects of online harassment. In *Proceedings of the*

2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing (pp. 1231-1245).

***Dijital Dünyada Kadın ve Siber Zorbalık:
Cinsel Siber Taciz***

Enes BALOĞLU *

Giriş

İnternet ile iletişim ve bilişim teknolojisi araçlarına artan erişim bireylerin iletişim ve etkileşim kurma biçimini değiştirmiştir. Aracılı etkileşimler günlük deneyimlere giderek daha fazla yerleştikçe, teknoloji aracılığıyla birini incitme veya duygusal olarak zarar verme kapasitesine sahip bir şey söyleme veya yapma potansiyeli da artmaktadır (Brody ve Vangelisti, 2017: 739).

Facebook, Instagram ve Twitter Türkiye nüfusunun yarısından fazlası tarafından kullanılmasıyla birlikte sosyal ağ siteleri günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya ağlarında hem senkronize hem de senkronize olmayan, metin ve fotoğraf gibi genel ve özel mesajların gönderilmesine yönelik araçlar bulunmaktadır. Ayrıca sosyal medya ağları bireylere anonim

* Dr. Öğretim Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Bölümü, enes.baloglu@bozok.edu.tr ORCID: 0009-0001-1960-1688.

kalma ve takma isim ile hesap oluşturma gibi imkânlar sunarken direkt sahte hesap oluşturulmasına da izin vermektedir.

İnternet, özellikle de sosyal medya, nefret, taciz ve zararlı iletişimi teşvik etmek için verimli bir ortamdır (Valenzuela-García vd., 2023). Siber zorbalık -ya da teknoloji kullanımı yoluyla gerçekleşen zorbalık- bu tür davranışlardan biridir (Brody ve Vangelisti, 2017: 739). Dünyanın dört bir yanındaki kadınlar hakaret, takip, saldırganlık, tehdit ve cinsel içerikli fotoğrafların rıza dışı paylaşımı gibi yaygın bir şekilde siber zorbalığa maruz kalmaktadır (Im vd., 2022). Kadınlar, evrim içi oyunlar, özel mesajlaşma ve Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, YouTube ve Twitter dâhil olmak üzere sosyal medya uygulamaları aracılığıyla siber zorbalığa maruz kalmaktadır.

evrim içi platformlarda, herkese açık olarak yayınlanan herhangi bir şeyin başkaları tarafından paylaşılabileceği akılda tutulmalı ve genellikle içeriği ilk olarak yayınlayan kişi tarafından kontrol altında kalacağı (örneğin silinebileceği) düşüncesi hâkimdir (Reed, Wong ve Raj, 2020: 1736). Kadınların özellikle maruz kaldığı cinsel siber zorbalık kapsamında da a) cinsel içerikli fotoğraf/video göndermesi konusunda baskıya maruz kalmak, b) cinsel içerikli fotoğrafların izinsiz paylaşılması, c) istenmeyen cinsel fotoğraflar/mesajlar almak ve/veya d) internetten ya da mesaj yoluyla cinsel bir şey yapması istendiği durumlar söz konusudur (Reed vd., 2019: 61).

Bu alışma siber zorbalık ve kadın ile ilgili araştırmaları inceleyerek kadınların maruz kaldığı siber zorbalık eylemlerinin içeriğini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu anlamda kadınların

maruz kaldığı siber zorbalık ortaya çıkarılarak cinsel siber zorbalık olgusu üzerinden mevcut durum ortaya konmaktadır.

Toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin yeni ortaya çıkan bir biçimi olarak cinsel siber zorbalık, özellikle genç nüfus olmak üzere kız çocuklarını ve kadınları orantısız bir şekilde etkilemektedir (Reed vd., 2019: 54-55). Araştırmalar, kadınlardan kendi çektikleri cinsel içerikli fotoğrafları göndermeleri için başkaları tarafından sık sık talep, baskı veya zorlamaya maruz kaldıklarını ortaya koymuştur (Ringrose vd., 2012; Walker vd., 2013; Englander, 2015; Reed vd., 2016; Madigan vd., 2018).

Siber Zorbalık Kavramı

Siber zorbalık, sosyal medya gibi dijital iletişim yoluyla birisine karşı alay etme, vücudunu utandırma ve taciz etme amaçlı yorum yapma eylemiyle ilişkili giderek büyüyen bir sorundur (Muttaqin ve Ambarwati, 2020). Siber zorbalık, sosyal kontrol olmadan özgür ifadeye izin verilen sanal alanda meydana geldiğinden, geleneksel zorbalığa göre daha büyük bir kitleye ulaşabilir. Ayrıca bir web sitesinden bilgilerin kaldırılması zordur (Bottino vd., 2015). Siber zorbalık tehditler, yanlış suçlamalar, kimlik hırsızlığı, veri veya ekipman hasarı, bilgisayar izleme gibi çeşitli davranışları kapsamaktadır (Bocij ve McFarlane, 2002). Bilhassa hacklenen hesap ve kimlik hırsızlığı stratejileri -çevrim içi ortamların yapısının taciz ve zorbalığı şekillendirebileceği çeşitli yolları ortaya koymaktadır (Brody ve Vangelisti, 2017: 739).

Genel olarak siber zorbalık, taciz veya tehdit mesajları göndermeyi, aşağılayıcı yorumlar yayınlamayı veya birisini çevrim

içi olarak tehdit etmeyi içerir ve siber zorbalığın etkileri daha şiddetlidir çünkü internet aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşılabilir ve materyaller çevrim içi olarak depolanabilir, bu da mağdurların aşağılayıcı deneyimleri daha sık yaşamasına neden olur (Patchin ve Hinduja, 2006). Teknolojinin bu olumsuz kullanımı, insanların bu sorunun kurbanı olduğu siber zorbalığa yol açmakta ve teknolojik ilerlemenin sürdürülebilir atmosferinde rahat bir yaşam sürmeleri engellenmektedir (Dou vd., 2020).

Nocentini ve arkadaşları (2010) siber zorbalığı, saldırıların niteliğine göre sınıflandırmıştır: (1) telefon görüşmeleri, kısa mesajlar ve e-postaları içeren yazılı-sözlü; (2) utanç verici görüntü ve/veya fotoğrafların gönderilmesini içeren görsel; (3) temsil, daha sofistike saldırıları ifade eder, kişisel bilgileri ortaya çıkarmak için başkasının kimliğini kullanmak veya çalmak, hesabını kullanmak ve (4) çevrim içi grubun bir üyesi olan bir kişiyi kasıtlı olarak dışlamaktır.

Shariff (2008), bilgi ve iletişim teknolojilerinin sahte hesaplar oluşturarak kişilerin başka bir kişinin kimliğine bürünmesine olanak tanınmasının, bu teknolojileri zorbalar için cazip hale getirdiğini savunmaktadır. Bu bağlamda Raskauskas ve Stoltz (2007) siber zorbalıkta zorbanın kimliğini gizlemesinin çok kolay olduğunu ve böylece mağdurlar üzerindeki travmatik etkilerin arttığını belirtmektedir.

Siber zorbalık zaman içerisinde bir bireyin teknoloji (örneğin telefon, e-posta, web siteleri ve sosyal medya) aracılığıyla gerçekleştirilen olumsuz eylemlere tekrar tekrar maruz kaldığı bir durumdur (Farley vd., 2015). Söz konusu saldırgan davranışlar

şunları içerebilir: bir web sitesinde veya sosyal medyada bir kişi hakkında incitici yorumlar yayınlamak, bir kişiyi kasıtlı olarak çevrim içi bir gruptan dışlamak, aşağılayıcı veya tehdit edici mesajlar göndermek. Ayrıca utanç verici veya cinsel içerikli fotoğrafları veya diğer bilgileri kısa mesaj, cep telefonu uygulamaları veya çevrim içi olarak dağıtmak ve söylentiler, sırlar yaymak ya da başka bir şekilde akranları sosyal olarak zayıflatmaya çalışmak, GPS izleme, canlı yayın ve yapay zekâ destekli gibi siber zorbalık örnekleri bulunmaktadır (Hinduja ve Patchin, 2007; Smith vd., 2008; Ybarra ve Mitchell, 2008; Calvete vd., 2010; Tokunga, 2010; Bailey, Henry ve Flynn, 2021).

Fail, takma adlar veya geçici bir hesap kullandığında, gerçek kimliğini gizleyebilir (Kowalski, Limber ve Agatston, 2012). Dolayısıyla zorlayıcı mesajlar ve tehditler, büyük ölçüde anonim kalabilen failer tarafından nispeten kolaylıkla birden fazla ortam veya ağ üzerinden gönderilebilmektedir (Burton ve Muntongwizo, 2009). Fail, dijital cihazlar aracılığıyla iletişim kurarken kurbanın yüz veya bedensel tepkilerini göremez. Sonuç olarak, fail mesajların hedefte yarattığı tepkilerin daha az farkında olur ve bu da empati duygularının azalmasına yol açabilir (Slonje ve Smith, 2008).

Mesajlar ve fotoğraflar genellikle çevrim içi ortamda kalıcı olduğundan ve daha sonra görüntülenmek üzere kaydedilebildiğinden veya saklanabildiğinden, tek bir mesajın tekrarlanan etkileri olabilir (Brody ve Vangelisti, 2017: 739). Söz konusu tekrar tek bir gönderinin dahi çevrim içi ortamda başkaları tarafından görülebilir ve paylaşılabilir olmasıdır. Çünkü gönderiyi

herhangi bir şekilde (paylaşarak, yeniden tweetleyerek veya favorilere ekleyerek) destekleyen diğer kullanıcılar da siber zorbalığa katkıda bulunuyor olabilir. Bu anlamda hedef kişiyle ilgili gönderi başkaları tarafından her görüntülendiğinde mağduriyet devam eder (Patchin ve Hinduja, 2015: 70).

Çevrim içi zorbalık ve taciz, mağdurların hesaplarını silmek, sosyal medya platformundan kaçınmak, paylaşım sıklığını azaltmak ve gizlilik ayarlarını artırmak gibi savunmacı başa çıkma stratejileri benimseme eğiliminde olmaları nedeniyle kadınların çevrim içi katılımı üzerinde 'caydırıcı bir etkiye' sahiptir (Duggan, 2017; Alipan, Skues ve Theiler, 2018; Hassan vd., 2020; Byrne, 2021; Malanga, 2021). Ayrıca siber zorbalık mağdurları da teknolojiye erişimlerini kaybetme veya zorba tarafından cezalandırılma korkusuyla ya da zayıf olarak algılanmaktan utandıkları için eksik bildirimde bulunabilirler (Aboujaoude vd., 2015: 11). Amerika Birleşik Devletleri'nde ülke çapında yapılan bir araştırma, yetişkin internet kullanıcılarının %40'ının çevrim içi tacize maruz kaldığını ve 18-24 yaş grubunun hedef alınma olasılığının en yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Duggan, 2014).

Siber zorbalık ile başa çıkabilmek için iktidarlar da yasal düzenlemeleri gerçekleştirmekte ya da var olan düzenlemeleri güncellemektedir. Shadmanfaat ve diğerlerine (2021) göre, farklı ülkeler kendi bağlamlarına göre farklı ceza politikaları geliştirmektedir çünkü suç ülkeden ülkeye değişmektedir. Ahmed ve arkadaşlarına (2022) göre de bu sorumluluklar sadece sosyal değil, aynı zamanda siber zorbalığın kötülüğünü azaltmak için ceza

politikaları oluşturmak, uygulamak ve değerlendirmek için toplumun ahlaki sorumluluğudur.

Siber Zorbalık ve Kadın

Siber zorbalık, bireyler ya da gruplar tarafından elektronik veya dijital medya aracılığıyla gerçekleştirilen ve başkalarına zarar vermeyi veya rahatsızlık vermeyi amaçlayan düşmanca ya da saldırgan mesajlar ileten geniş bir davranış yelpazesi olarak düşünülmektedir (Brody ve Vangelisti, 2017: 739). Siber zorbalık, söylenti yayma, hakaret etme ve mağduru belirli gruplardan dışlama gibi bireylerin sosyal ilişkilerine zarar vermeyi amaçlayanlardan dolandırıcılık, interneti propaganda amaçlı kullanma ve insanları cinsel konularda yorum yapmaya zorlama gibi uygulamalara kadar uzanan geniş bir yelpazeyi içermektedir (Çetin, Yaman ve Peker, 2011: 2263). En uç noktada, siber zorbalık çok ciddi olabilir ve takip olaylarını, cinsel tacizi ve ölüm tehditlerini içerebilir (Katz, 2001; Spitzberg ve Hoobler, 2002; Li, 2005; Shariff, 2005; Önay Doğan, Ertürk ve Aslan, 2018).

Siber suç mağdurlarının çoğunluğunun kadın olması, bu olgunun benzersiz bir şekilde cinsiyete dayalı olduğunu göstermektedir (Olumide, Adams ve Amodu, 2015). Literatürdeki birçok çalışma kadınların zorbalığa maruz kalma oranlarının daha yüksek olduğunu tespit etmiştir (Björkqvist vd., 1994, O'Connell vd., 2007, Salin, 2003, Simpson ve Cohen, 2004; Kowalski ve Limber, 2007; Sourander vd., 2010; Martinez-Prather ve Vandiver, 2013; Duggan, 2014; Waasdorp ve Bradshaw, 2015; Henry ve Powell, 2018; Wang vd., 2019; Copp, Mumford ve Taylor, 2021; Şener & Abınık, 2021).

Sıklıkla kullanılan bir kalıp, kadınları daraltan olumsuz yorum ve nefret söylemi saldırıdır. Siber uzam böylece kadınların etkileşim alanını daraltmaktadır (Muttaqin ve Ambarwati, 2020: 548). Filipovic'e (2007) göre siber cinsel saldırı ve daha büyük ölçüde cinsel saldırı tehdidi, kadınları korkutmak ve kamusal katılımdan caydırmak için kullanılmaktadır. Dolayısıyla siber taciz, genellikle mağdurların kadınlar olduğu yaygın bir sorun haline gelmektedir (Shahid, 2014). En sık belirtilen konular arasında romantik ilişkiler, arkadaşlıklar, cinsel aktivite ve kişisel görünüm yer almaktadır (Brody ve Vangelisti, 2017: 739). Cinsel içerikli fotoğrafların/mesajların izinsiz olarak paylaşılması da söz konusudur (Madigan vd., 2018; Temur Şimşekcan, 2018). Örneğin, mağdura yönelik kamuya açık ve özel yorumlar, genellikle isim takma ve tehditler içermesi ve doğrudan mağdura gönderilmesi bakımından doğrudan sözlü saldırganlığa benzer (Brody ve Vangelisti, 2017: 739).

Copp, Mumford ve Taylor'ın (2021: 207) ergenler üzerine yürüttükleri araştırmada çevrim içi mağduriyet biçimlerinin sonuçlarının bazı durumlarda kız ergenler için daha ağır olabileceğini gösteren birkaç istisna ortaya çıkmıştır. Özellikle, çevrim içi cinsel tacizin esrar kullanımı ve depresif belirtiler üzerindeki etkisinin yanı sıra siber zorbalığın alkol kullanımı üzerindeki etkisi kadın katılımcılar arasında daha güçlü olmuştur. Benzer bir sonuca Zetterström Dahlqvist ve Gillander Gâdin (2018) tarafından yapılan araştırmada da ulaşılmış ve istenmeyen çevrim içi cinsel talep nedeniyle kadınların depresif belirtiler gösterdiği tespit edilmiştir.

Diğer yandan Staude Müller, Hansen ve Voss (2012), Duggan (2014) ile Wood ve arkadaşları (2015) da kadınların cinsel taciz ve takip gibi daha şiddetli çevrim içi taciz biçimlerine maruz kalma olasılığının erkeklerden daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır. Karataş (2018) da her iki kadından birinin sosyal medya ağlarında siber zorbalığa maruz kaldığını tespit etmiştir.

Siber zorbalık, üniversite öğrencisi kadınların çoğunu etkilemekte, sosyal medyadan çekilmelerine katkıda bulunmakta ve büyüyen iş birlikçi çevrim içi tartışmalar dünyasına katılımlarını azaltmaktadır (Byrne, 2021). Özellikle üniversite öğrencisi kadınlar, çevrim içi tartışmalara katıldıklarında çevrim içi tacizin kaçınılmaz olduğuna inanmakta ve olumsuz tepkilere veya dikkat çekmeye neden olmamak için paylaşımlarına otosansür uygulamayı tercih etmektedir (Chadha vd., 2020). Genç kadınların yaklaşık yüzde 52'si tehdit mesajları aldıklarını, özel fotoğraflarının rızaları olmaksızın başkaları tarafından paylaşıldığını veya çevrim içi cinsel tacize uğradıklarını bildirmektedir (Jagayat ve Choma, 2021). Cinsel siber tacizin uygulanması, kültürel normların maçoluğu ve erkeklerin cinsel cesaretini destekleyebildiği topluluklar da dahil olmak üzere, geleneksel cinsiyet normlarının teşvik edildiği popülasyonlar arasında da yüksek oranlarda meydana gelebilir (Harway ve Steel, 2015).

Cinsel Siber Taciz

Kişilerarası ilişkiler kurmak ve sürdürmek için teknoloji kullanımında büyük bir artış söz konusudur. Kişiler arası iletişimdeki rolü göz önüne alındığında, dijital teknolojilerin cinsel iletişimde de rol oynaması ve bu fenomeni tanımlamak için

“sexting/cinsel içerikli mesajlaşma” teriminin ortaya çıkması şaşırtıcı değildir. Cinsel içerikli mesajlaşma, cep telefonu ya da internet aracılığıyla cinsel içerikli mesaj veya görüntülerin gönderilmesi anlamına gelmektedir (Drouin vd., 2013; Houck vd., 2014; Drouin, Ross ve Tobin, 2015: 197). Cinsel içerikli mesajlaşma, çevrim dışı cinsel zorlama biçimlerinin bir devamı olarak işlev görebilir ve failerin kurbanlarını taciz etmeleri için ek bir yol olarak işlev görebilir (Choi, Van Ouytsel ve Jeff, 2016: 167).

Cinsel taciz, şahsen veya elektronik ortamda gerçekleşen cinsel içerikli her türlü istenmeyen davranışı kapsamaktadır (Hill ve Kearl, 2011). Bu anlamda siber zorbalık tanımları, istenmeyen cinsel içerik göndermek, birinden cinsel bir şey yapmasını istemek gibi genellikle cinsel taciz teşkil eden davranışları içermektedir (Copp, Mumford ve Taylor, 2021: 203). Cinsel siber zorbalık, cep telefonu mesajlaşması, sosyal medya ve diğer çevrim içi araçlar da dâhil olmak üzere çeşitli teknoloji biçimlerinin, başka bir bireyi cinsel içerikli bir şekilde taciz etmek veya bir bireyi özel cinsel bilgilerini vermeye veya doğası gereği cinsel içerikli faaliyetlerde bulunmaya zorlamak için kullanıldığı nispeten yeni bir konudur (Watkins Maldonado & DiLillo, 2018; Ehman ve Gross, 2019: 80). Cinsel siber zorbalık ile ilgili ögeler arasında cinsel mesaj/görüntü alışverişi, yüz yüze seks yapma ve web kamerası üzerinden cinsel performans sergileme gibi istenmeyen talepler yer almaktadır (Reed, Wong ve Raj, 2020: 1734). Ancak çevrim içi cinsel taciz ve siber zorbalık ortak tanımları ve riskleri paylaşmaktadır.

Sosyal paylaşım siteleri (Facebook, Instagram, Snapchat vb.) ve kısa mesajlaşma gibi elektronik iletişim teknolojileri, kadınlar arasında cinsel taciz ve zorlamanın yaşandığı yeni bir mekanizma haline gelmektedir (Henry ve Powell, 2015; Stonard vd., 2017). Siber teknolojiler sosyal bağlantıları kolaylaştırmakla birlikte kadınların cinsel tacize maruz kalmalarına yeni yollar da sunmaktadır (Reed, Wong ve Raj, 2020: 1728). Siber cinsel taciz, failerin coğrafi engelleri aşarak mağdurları daha kolay hedef alabilmeleri, aynı anda birden fazla mağdura ulaşabilmeleri, düzenlenmelerinin daha zor olabilmesi ve potansiyel olarak anonimliklerini koruyabilmeleri nedeniyle yüz yüze cinsel taciz deneyimlerine kıyasla benzersizdir (Henry ve Powell, 2015).

Kadınlar genellikle cinsel içerikli ve güzelliklerine ilişkin zorbalığa maruz kalmaktadır (Özer Öksüzöğlü, 2021: 73; Şener & Abınık, 2021). Bu anlamda siber cinsel taciz davranışları arasında başka bir kişiye açık rızası olmadan çıplak fotoğraflar veya cinsel içerikli mesajlar göndermek, başka bir kişiyi cinsel ilişkiye rıza göstermemesi halinde çıplak bir fotoğrafını çevrim içi olarak paylaşmakla tehdit etmenin yanı sıra bir kişiyi isteği dışında cinsel içerikli fotoğraflar göndermeye zorlamak, cinsel içerikli bir fotoğrafı veya mesajı elektronik medya kullanılarak başlangıçta amaçlanan kişiler dışındaki kişilerle paylaşmak, bir kişinin sosyal ağ sitesinde alenen istenmeyen cinsel içerikli yorumlar yapılması gibi örnekler yer almaktadır (Ehman ve Gross, 2019). Siber cinsel taciz genellikle kadınlara müstehcen hikâyeler anlatmak, onlarla kişisel ve cinsel hikâyeler paylaşmak, kadınların fiziksel görünümüne dikkat çekmek, kadınların Facebook'taki

paylaşımlarına cesur ve cinsel yorumlar yapmak ve onları buluşmaya zorlamakla başlamaktadır (Magsi, Agha ve Magsi, 2017: 106).

Cinsel içerikli mesajlaşma ile dijital flört şiddeti arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Van Ouytsel, Ponnet ve Walrave, 2018). Üniversite öğrencileri üzerine yapılan saha araştırmasında Lyndon, Bonds Raacke ve Catty (2011) ankete katılanların %67'sinin Facebook üzerinden eski bir partnere yönelik en az bir taciz davranışında bulunduğunu tespit etmiştir. Birçok araştırma kadınların siber zorbalığa sıklıkla eski erkek arkadaş/eş tarafından maruz kaldığını göstermektedir (Yıldırım, 2019; Akdemir, 2022; Şentürk Dizman, 2023). Dolayısıyla kadınların rıza dışı cinsel içerikli mesajlaşmanın kurbanı olma ihtimalinin daha yüksek olduğu düşünülmektedir (Frankel, 2018: 195).

Thompson ve Morrison (2013) ise çalışmalarında üniversite çağındaki erkekler arasında teknoloji temelli zorlayıcı davranışlarda bulunmanın kadınlara yönelik düşmanlık, tecavüzü destekleyici inançlar ve zorla cinsel ilişkinin akranlar tarafından onaylanmasının yanı sıra geleneksel olarak mağduru suçlama ve cinsel saldırı ile bağlantılı bir dizi başka değişkenle de ilişkili olduğunu bulmuştur. Burke Winkelman ve diğerleri (2015: 197) de sosyal medya ağlarında kadın düşmanlığının yaygın olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca çalışmada kadınların pornografik ve tehdit edici mesajlara maruz kaldığı belirlenmiştir.

Cinsel içerikli mesajlaşma durumunda ergenlik çağındaki kızların genel olarak daha yüksek oranda depresif belirtiler gösterdiği tespit edilmiştir (Brooks vd., 2002). Reed ve arkadaşları

(2019) tarafından yürütülen araştırma cinsel siber zorbalığın diğer cinsel şiddet türlerine benzer olumsuz sağlık korelasyonları ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Copp, Mumford ve Taylor (2021: 207) tarafından yürütülen araştırma da çevrim içi cinsel tacizin esrar kullanımı ve depresif belirtiler üzerindeki etkisinin yanı sıra siber zorbalığın alkol kullanımı üzerindeki etkisinin kadın katılımcılar arasında daha güçlü olduğunu tespit etmiştir.

Günümüzde teknoloji ve sosyal medyanın yaygınlığı ve bu ortamların sürekli değişen doğası göz önüne alındığında, genel olarak siber zorbalık ve özel olarak cinsel siber zorbalık, mağdurlar için kaçınılmaz görünme potansiyeline sahiptir (Bios ve Palmeri, 2018). Çünkü bir kişi saldırıya uğradığında, örneğin çıplak bir fotoğrafı rızası olmadan paylaşıldığında, mağdurun kaybettiği mahremiyeti geri kazanması son derece zor olabilir ve bu durum daha sonraki mağduriyetlerle (örneğin fotoğrafın daha sonra başka sitelerde tekrar görünmesi) sonuçlanabilir (Chawki ve el Shazly, 2013; Citron ve Franks, 2014). Ayrıca cinsel görüntüler göndermek için baskı görmenin yanı sıra cinsel görüntülerin rıza olmadan paylaşılmasını da içerebilen rıza dışı cinsel içerikli mesajlaşma, cinsel içerikli mesajlaşma üzerine yapılan birçok çalışmada tespit edilmiştir. Çünkü cinsel yorumların veya fotoğrafların gönderenin onayı olmadan halka veya diğer kişilere yayılmasını da içermektedir (Walrave, Heirman ve Hallam, 2014; Drouin, Ross ve Tobin, 2015; Lewis, Rowe ve Wiper, 2017; Madigan vd., 2018; Reed vd., 2019).

Birçok çalışma, özellikle ergen kızlar arasında cinsel içerikli mesajlaşma zorbalığı ile ilgili kötü sağlık sonuçları bildirmiş olsa

da bu sonuçlar büyük ölçüde cinsel içerikli mesajlaşma konusunda baskı gördüğünü bildiren yüksek oranların bir sonucu olarak değerlendirilebilir (Kowalski vd., 2014; Ybarra ve Mitchell, 2014; Van Ouytsel vd., 2015; Choi vd., 2016; Reed vd., 2019; Kaygısız, 2020; Stevens, Nurse & Arief, 2021). Ancak Copp, Mumford ve Taylor'ın (2021: 209) elde ettiği sonuçlara göre çevrim içi cinsel taciz ve siber zorbalık mağduriyet türlerinin ruh sağlığı ve davranışsal sonuçlarında benzerlikler olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla çevrim içi cinsel taciz ve siber zorbalık arasında örtüşme söz konusudur.

Ergen kadınların sıklıkla çıplak görüntü gönderme baskısı yaşadığını gösteren nitel araştırmaların yanı sıra, cinsel içerikli mesajlaşma ile çevrim dışı taciz biçimleri arasında bağlantı olduğunu gösteren çalışmalar da söz konusudur (Ringrose vd., 2012; Walker vd., 2013; Lippman ve Campbell, 2014). Benzer bir sonuç Choi, Van Ouytsel ve Jeff (2016: 166) tarafından yürütülen araştırmada da çevrim dışı cinsel zorlama biçimlerine maruz kalan kadın ergenlerin, çevrim dışı cinsel zorlama yaşamamış olan akranlarına kıyasla, izinsiz çıplak bir görüntü gönderme, isteme ve alma olasılıklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Kadınlar, romantik partnerlerini kaybetme korkusu veya olumsuz sosyal sonuçlara (örneğin, alay edilme, isim takma, dışlanma) ilişkin endişe nedeniyle cinsel içerikli görüntü taleplerine uymak zorunda hissettiklerini bildirmektedir (Walker vd., 2013; Lippman ve Campbell, 2014, Drouin ve Tobin, 2014). Dolayısıyla cinsel içerikli mesajlaşma zorlamasının hem fiziksel cinsel zorlama hem de yakın partner şiddeti ile ilişkili olması, cinsel

içerikli mesajlaşma zorlamasının yakın partner şiddetinin bir biçimi olabileceğini ve faillere fiziksel ve cinsel mağduriyet için yeni, dijital bir yol sağlayabileceğini düşündürmektedir (Drouin, Ross ve Tobin, 2015: 197).

Reed ve arkadaşları (2019) tarafından yürütülen araştırmada kadınların çoğunluğunun (%68) istenmeyen cinsel mesajlar/fotoğraflar alma (%53), cinsel bir şey yapmalarını isteyen mesajlar alma (%49), cinsel fotoğraflar göndermeleri için baskı görme (%36) ve cinsel fotoğrafların izinsiz paylaşılması (%6) gibi en az bir cinsel siber zorbalık türüne maruz kaldıklarını tespit etmiştir. Bulut ve diğerleri (2023) de yürüttükleri çalışmada araştırmaya katılan kadınların yüzde 91,4'ünün cinsel siber zorbalığa maruz kaldığını saptamıştır.

Sonuç

Siber zorbalık, siber ortamda gerçekleşen sözlü ya da yazılı saldırganlık türüdür. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında sosyal medya ağlarının yaygın kullanımının kadına yönelik siber zorbalığı artırdığını göstermektedir. Kişisel bilgisayarlar ve cep telefonları ise siber zorbalıkta en yaygın kullanılan elektronik cihazlardır.

Siber zorbalık kadınların özsaygılarını, fiziksel ve ruhsal sağlıklarını, davranışlarını, diğer insanlarla ilişkilerini ve yaşama, okuma ve çalışma motivasyonlarını olumsuz yönde etkileyen çok yönlü sonuçlara yol açmaktadır (Almenar, 2021; Luk, 2022). Siber zorbalık, geleneksel alanların dışında gerçekleşebildiğinden, olumsuz eylemler geniş bir kitle için görünür hale gelebilir.

Dolayısıyla siber zorbalık, zorbalığın kamusal bir biçimi haline gelmektedir (Forsell, 2016: 455). Bireylerin birden fazla çevrim içi mağduriyet biçimine eş zamanlı olarak maruz kalması da muhtemeldir.

Kadınlar uzun süredir siber zorbalık mağduru olmaktadır. Siber zorbalık cinsiyet eşitsizliği, cinsel siber taciz, nefret söylemi ve hakaret söylemlerini içermektedir. Özellikle cinsel içerikli saldırıların artması cinsel siber tacizi öncelikli endişe kaynağı olarak ön plana çıkarmaktadır. Bu derleme, kadınların genel anlamda siber zorbalığa özel olarak da cinsel siber tacize yoğun olarak maruz kaldığını göstermektedir. Çalışmalardan elde edilen sonuca göre kadınların maruz kaldıkları siber zorbalık türlerinden dolayı madde kullanımı ve depresif belirtiler gibi sorunlar yaşadıkları ortaya çıkmaktadır.

Cinsel siber tacizde kadın mağduriyetinin varlığı, erkekler tarafından cinsel içerikli görüntüler gönderme baskısı ve bu görüntülerin akranlara ve potansiyel sapıklara toplu olarak yayılmasına yol açabilir (Walker, Sanci ve Temple-Smith, 2011). Cinsel siber zorbalık kapsamında failer mağdurlar ile zorla seks hakkında konuşmaya çalışırken kadınlara cinsel bilgiler de sorabilir. Ayrıca failer, cinsel fotoğraflar göndermeye veya bir web kamerası aracılığıyla cinsel poz vermeye yönelik taleplerde bulunabilir. Dolayısıyla cinsellik hakkında çevrim içi konuşma ve cinsellik ile ilgili görüntüler üzerinden istenmeyen cinsel istekler doğrultusunda zorbalık gerçekleştirilmektedir. Kadınlar, sosyal medya ağlarında olumsuzlukları engellemek için ilgili platform tarafından sağlanan araçları aktif olarak kullanmalıdır.

Kadınların kendi evlerinde dahi güvenlik tehdidi yaşamaları yanı sıra kadınların siber zorbalık mağduru olması güvenlerini kaybetmelerine yol açabilmektedir. Bu durum kadınların sosyal hayata, iş dünyasına ve eğitim gibi olanaklara katılmasının önünde engel oluşturabilmektedir. Dolayısıyla dijital teknolojilerin kadınlara daha fazla eşitlik getirmesi beklenirken eşitsizliği derinleştirdiği dikkat çekmektedir.

Kadınların nasıl siber zorbalığın hedefi haline geldiğini, başa çıkma stratejilerinin neler olduğunu ve bu zorbalığın kurbanın sağlığı ve günlük yaşamı üzerindeki etkilerini daha derinlemesine anlamak için nitel çalışmalara ihtiyaç vardır. Genel anlamda kadınlar için siber mağduriyetin cinsiyete dayalı sonuçlarına odaklanan araştırmalara ihtiyaç dikkat çekmektedir. Özel olarak da cinsel siber taciz üzerine araştırmalar yapılmalı ve bu tür araştırmalar ile önleme programlarının geliştirilmesine yönelik çıkarımlarda bulunulmalıdır.

Kaynakça

- Aboujaoude, E., Savage, M. W., Starcevic, V. & Salame, W. O. (2015). Cyberbullying: Review of an old problem gone viral. *Journal of Adolescent Health, 57*(1), 10-18.
- Ahmed, M., Rahman, M., Nur, S., Islam, A. & Das, D. (2022). Introduction of PMI-SO Integrated with Predictive and Lexicon Based Features to Detect Cyberbullying in Bangla Text Using Machine Learning. *Proceedings of 2nd International Conference on Artificial Intelligence: Advances and Applications* (pp. 685-697). Springer.
- Akdemir, A. (2022). Kadınlara Yönelik Siber Ortamda Gerçekleştirilen Şiddet Fiilleri ve Faillerinin Tipolojisine Yönelik Fenomenolojik Bir Çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 24*(1), 387-422.
- Almenar, R. (2021). Cyberviolence against women and girls: Gender-based violence in the digital age and future challenges as a consequence of Covid-19. *The Trento Student Law Review, 3*(1), 167-230.
- Alipan, A., Skues, J. L. & Theiler, S. (2021). "They will find another way to hurt you": Emerging adults' perceptions of coping with cyberbullying. *Emerging Adulthood, 9*(1), 22-34.
- Bailey, J., Henry, N. & Flynn, A. (2021). Technology-Facilitated Violence and Abuse: International Perspectives and Experiences. Bailey, J., Flynn, A. & Henry, N. (Ed.) *The Emerald International Handbook of Technology-Facilitated Violence and Abuse* (Emerald Studies In Digital Crime, Technology and Social Harms), Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 1-17.
- Bios, W. & Palmeri, J. M. (2018). "Cyberbullicide:" When Cyberbully

Victims Can't Escape. In *Applied Psychology Opus*.

- Björkqvist, K., Österman, K. & Lagerspetz, K. M. (1994). Sex differences in covert aggression among adults. *Aggressive Behavior*, 20(1), 27-33.
- Bocij, P. & McFarlane, L. (2002). Online harassment: Towards a definition of cyberstalking. *Prison Service Journal*, 139, 31-38.
- Bottino, S. M. B., Bottino, C., Regina, C. G., Correia, A. V. L. & Ribeiro, W. S. (2015). Cyberbullying and adolescent mental health: systematic review. *Cadernos de Saude Publica*, 31, 463-475.
- Brody, N. & Vangelisti, A. L. (2017). Cyberbullying: Topics, strategies, and sex differences. *Computers in Human Behavior*, 75, 739-748.
- Brooks, T. L., Harris, S. K., Thrall, J. S. & Woods, E. R. (2002). Association of adolescent risk behaviors with mental health symptoms in high school students. *Journal of Adolescent Health*, 31(3), 240-246.
- Bulut, B., Kar, H., Bilgin, N. G. & Dokgöz, H. (2023). Çevrimiçi Cinsel Şiddet. *Bulletin of Legal Medicine/Adli Tıp Bülteni*, 28(2), 127-134.
- Burke Winkelman, S., Oomen-Early, J., Walker, A. D., Chu, L. & Yick-Flanagan, A. (2015). Exploring cyber harassment among women who use social media. *Universal Journal of Public Health*, 3(5), 194-201.
- Burton, P. & Mutongwizo, T. (2009). Inescapable violence: Cyber bullying and electronic violence against young people in South Africa. *Centre for Justice and Crime Prevention*, 8, 1-12.
- Byrne, V. L. (2021). Blocking and self-silencing: Undergraduate students' cyberbullying victimization and coping strategies.

TechTrends, 65(2), 164-173.

Calvete, E., Orue, I., Estévez, A., Villardón, L. & Padilla, P. (2010). Cyberbullying in adolescents: Modalities and aggressors' profile. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 1128-1135.

Chadha, K., Steiner, L., Vitak, J. & Ashktorab, Z. (2020). Women's responses to online harassment. *International Journal of Communication*, 14, 19.

Chawki, M., & el Shazly, Y. (2013). Online sexual harassment: Issues & solutions. *J. Intell. Prop. Info. Tech. & Elec. Com. L.*, 4, 71.

Choi, H., Van Ouytsel, J. & Temple, J. R. (2016). Association between sexting and sexual coercion among female adolescents. *Journal of Adolescence*, 53, 164-168.

Citron, D. K. & Franks, M. A. (2014). Criminalizing revenge porn. *Wake Forest L. Rev.*, 49, 345.

Copp, J. E., Mumford, E. A. & Taylor, B. G. (2021). Online sexual harassment and cyberbullying in a nationally representative sample of teens: Prevalence, predictors, and consequences. *Journal of Adolescence*, 93, 202-211.

Çetin, B., Yaman, E. & Peker, A. (2011). Cyber victim and bullying scale: A study of validity and reliability. *Computers & Education*, 57(4), 2261-2271.

Dou, G., Xiang, Y., Sun, X. & Chen, L. (2020). Link between cyberbullying victimization and perpetration among undergraduates: mediating effects of trait anger and moral disengagement. *Psychology Research and Behavior Management*, 13, 1269-1276.

Drouin, M. & Tobin, E. (2014). Unwanted but consensual sexting among young adults: Relations with attachment and sexual

- motivations. *Computers in Human Behavior*, 31(0), 412-418.
- Drouin, M., Ross, J. & Tobin, E. (2015). Sexting: A new, digital vehicle for intimate partner aggression?. *Computers in Human Behavior*, 50, 197-204.
- Drouin, M., Vogel, K. N., Surbey, A. & Stills, J. R. (2013). Let's talk about sexting, baby: Computer-mediated sexual behaviors among young adults. *Computers in Human Behavior*, 29(50), 25-30.
- Duggan, M. (2014). Online Harassment. Pew Research Center: Internet, Science and Tech. <https://www.pewresearch.org/internet/2014/10/22/online-harassment/>. Erişim Tarihi: 08.10.2023.
- Duggan, M. (2017). Online Harassment. Pew Research Center. <http://www.pewinternet.org/2014/10/22/online-harassment/>.
- Englander, E. (2015). Coerced sexting and revenge porn among teens. *Bullying, Teen Aggression & Social Media*, 19-21.
- Ehman, A. C. & Gross, A. M. (2019). Sexual cyberbullying: Review, critique, & future directions. *Aggression and Violent Behavior*, 44, 80-87.
- Farley, S., Coyne, I., Sprigg, C., Axtell, C. & Subramanian, G. (2015). Exploring the impact of workplace cyberbullying on trainee doctors. *Medical Education*, 49 (4), 436-443.
- Filipovic, J. (2007). Blogging while female: How internet misogyny parallels real-world harassment. *Yale JL & Feminism*, 19(1), 295-303.
- Forsell, R. (2016). Exploring cyberbullying and face-to-face bullying in working life -Prevalence, targets and expressions. *Computers in Human Behavior*, 58, 454-460.
- Frankel, A. S., Bass, S. B., Patterson, F., Dai, T. & Brown, D. (2018). Sexting, risk behavior, and mental health in adolescents: An

examination of 2015 Pennsylvania youth risk behavior survey data. *Journal of School Health*, 88(3), 190-199.

- Hassan, F. M., Khalifa, F. N., El Desouky, E. D., Salem, M. R. & Ali. M. M. (2020). Cyber violence pattern and related factors: online survey of females in Egypt. *Egyptian Journal of Forensic Sciences*, 10(6),1-7
- Harway, M. & Steel, J. H. (2015). Studying masculinity and sexual assault across organizational culture groups: Understanding perpetrators. *Psychology of Men and Masculinity*, 16(4), 374-378.
- Henry, N. & Powell, A. (2015). Embodied harms: Gender, shame, and technology-facilitated sexual violence. *Violence Against Women*, 21(6), 758-779.
- Henry, N. & Powell, A. (2018). Technology-Facilitated sexual violence: A literature review of empirical research. *Trauma, Violence, & Abuse*, 19(2), 195-208.
- Hill, C. & Kearl, H. (2011). *Crossing the Line: Sexual Harassment at School*. American Association of University Women. 1111 Sixteenth Street NW, Washington, DC.
- Hinduja, S. & Patchin, J. W. (2007). Offline consequences of online victimization: School violence and delinquency. *Journal of School Violence*, 6(3), 89-112.
- Houck, C. D., Barker, D., Rizzo, C., Hancock, E., Norton, A. & Brown, L. K. (2014). Sexting and sexual behavior in at-risk adolescents. *Pediatrics*, 133(2), 276-282.
- Im, J., Schoenebeck, S., Iriarte, M., Grill, G., Wilkinson, D., Batool, A., ... & Naseem, M. (2022). Women's Perspectives on Harm and Justice after Online Harassment. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CSCW2), 1-23.

- Jagayat, A. & Choma, B. L. (2021). Cyber-aggression towards women: Measurement and psychological predictors in gaming communities. *Computers in Human Behavior*, 120, 106753.
- Karataş, A. (2018). Sosyal medyada kadın gözüyle: Taciz. *Gelecek Vizyonlar Dergisi*, 2(2), 32-38.
- Katz, D. (2001). Adolescents and young adults with developmental disabilities interfaced the Internet: Six case reports of dangerous liaisons. *Mental Health Aspects of Developmental Disabilities*, 4(2), 77-84.
- Kaygısız, G. E. (2020). Şiddetin e-hali: Siber zorbalık. *TİHEK Akademik Dergi (Şiddetin Önlenmesi Özel Sayısı)*, 4-5, 161-174.
- Kowalski, R. M. & Limber, S. P. (2007). Electronic bullying among middle school students. *Journal of Adolescent Health*, 41, S22-S30.
- Kowalski, R. M., Limber, S. E. & Agatston, P. W. (2012). *Cyberbullying: Bullying in the digital age*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N. & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140, 1073-1137.
- Lewis, R., Rowe, M. & Wiper, C. (2017). Online abuse of feminists as an emerging form of violence against women and girls. *British journal of criminology*, 57(6), 1462-1481.
- Li, Q. (2005). Cyber-bullying in schools: The nature extent of adolescents' experience, In: Paper presented at the American Educational Research Association (AERA) Conference in Montreal. Quebec, Canada (April).
- Lippman, J. R. & Campbell, S. W. (2014). Damned if you do, damned if

- you don't...if you're a girl: Relational and normative contexts of adolescent sexting in the United States. *Journal of Children and Media*, 8(4), 371-386.
- Luk, S. C. Y. (2022). The Human Rights-Based Approach to Combat Cyberbullying Against Women and Girls. In *Research Anthology on Combating Cyber-Aggression and Online Negativity* (pp. 682-694). IGI Global.
- Lyndon, A., Bonds-Raacke, J. & Cratty, A. D. (2011). College students' Facebook stalking of ex-partners. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 711-716.
- Madigan, S., Ly, A., Rash, C., Van Ouytsel, J. & Temple, J. (2018). Prevalence of multiple forms of sexting behavior among youth: A systematic review and meta-analysis. *JAMA Pediatrics*, 172(4), 327-335.
- Magsi, H., Agha, N. & Magsi, I. (2017). Understanding cyberbullying in Pakistani Context: Causes and effects on young female university students in Sindh Province. *New Horizons* (1992-4399), 11(1), 103-110.
- Malanga, D. F. (2021). Survey of cyber violence against women in Malawi. *Computers and Society*, 623-634.
- Martinez-Prather, K. & Vandiver, D. (2014). Sexting among teenagers in the United States: A retrospective analysis of identifying motivating factors, potential targets, and the role of a capable guardian. *International Journal of Cyber Criminology*, 8(1), 21-35.
- Muttaqin, M. Z. & Ambarwati, N. T. (2020, December). Cyberbullying and woman oppression. In *6th International Conference on Social and Political Sciences (ICOSAPS 2020)* (pp. 545-553). Atlantis Press.

- Nocentini, A., Calmaestra, J., Schultze-Krumbholz, A., Scheithauer, H., Ortega, R. & Menesini, E. (2010). Cyberbullying: Labels, behaviours and definition in three European countries. *Journal of Psychologists and Counsellors in Schools*, 20(2), 129-142.
- O'Connell, P., Calvert, E. & Watson, D. (2007). *Bullying in the workplace: Survey Reports 2007*.
- Olumide, A. O., Adams, P. & Amodu, O. K. (2015). International note: Awareness and context of cyber-harassment among secondary school students in Oyo state, Nigeria. *Journal of Adolescence*, 39, 10-14.
- Önay Doğan, B., Ertürk, Y. D. & Aslan, P. (2018). Facebook Kullanıcısı Kız Çocuklarına Yönelen Zorbalık Odaklı Siber Tacizin Cinsel Tacize Dönüşümü: Gazete Haberleri Üzerinden Betimsel Bir Değerlendirme. *Etkileşim*, (2), 36-55.
- Özer Öksüzoğlu, T. (2021). Kadınlara yönelik siber zorbalık durumları ve önlem çalışmaları. *European Journal of Educational and Social Sciences*, 6(1), 67-75.
- Patchin, J. W. & Hinduja, S. (2006). Bullies move beyond the schoolyard: A preliminary look at cyberbullying. *Youth Violence and Juvenile Justice*, 4(2), 148-169.
- Patchin, J. W. & Hinduja, S. (2015). Measuring cyberbullying: Implications for research. *Aggression and Violent Behavior*, 23, 69-74.
- Raskauskas, J. & Stoltz, A. D. (2007). Involvement in traditional and electronic bullying among adolescents. *Developmental Psychology*, 43(3), 564.
- Reed, E., Salazar, M., Behar, A. I., Agah, N., Silverman, J. G., Minnis, A. M., ... & Raj, A. (2019). Cyber sexual harassment: Prevalence and association with substance use, poor mental health, and

- STI history among sexually active adolescent girls. *Journal of Adolescence*, 75, 53-62.
- Reed, L. A., Tolman, R. M., Ward, L. M. & Safyer, P. (2016). Keeping tabs: Attachment anxiety and electronic intrusion in high school dating relationships. *Computers in Human Behavior*, 58, 259-268.
- Reed, E., Wong, A. & Raj, A. (2020). Cyber sexual harassment: A summary of current measures and implications for future research. *Violence Against Women*, 26(12-13), 1727-1740.
- Ringrose, J., Gill, R., Livingstone, S. & Harvey, L. (2012). A qualitative study of children, young people and 'sexting': A report for the NSPCC. Erişim adresi: https://eprints.lse.ac.uk/44216/1/_Libfile_repository_Content_Livingstone%2C%20S_A%20qualitative%20study%20of%20children%2C%20young%20people%20and%20%27sexting%27%20%28LSE%20RO%29.pdf.
- Salin, D. (2003). The significance of gender in the prevalence, forms and perceptions of workplace bullying.
- Shadmanfaat, S. M., Choi, J., Kabiri, S. & Lee, J. (2021). Impact of social concern on cyberbullying perpetration in Iran: Direct, indirect, mediating, and conditioning effects in Agnew's social concern theory. *Deviant Behavior*, 42(11), 1436-1457.
- Shahid, J. (2014/04/17). Cyberstalking: New challenges. Dawn. Erişim Adresi: <http://www.dawn.com/news/1078417>.
- Shariff, S. (2005). Cyber-dilemmas in the new millennium: School obligations to provide student safety in a virtual school environment. *McGill Journal of Education*, 40(3), 457-477.
- Shariff, S. (2008). *Cyber-bullying. Issues and solutions for the school, the classroom and the home*. New York: Routledge.

- Simpson, R. & Cohen, C. (2004). Dangerous work: The gendered nature of bullying in the context of higher education. *Gender, Work & Organization*, 11(2), 163-186.
- Slonje, R. & Smith, P. K. (2008). Cyberbullying: Another main type of bullying?. *Scandinavian Journal of Psychology*, 49(2), 147-154.
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49(4), 376-385.
- Sourander, A., Klomek, A. B., Ikonen, M., Lindroos, J., Luntamo, T., Koskelainen, M. & Helenius, H. (2010). Psychosocial risk factors associated with cyberbullying among adolescents: A population-based study. *Archives of General Psychiatry*, 67, 720-728.
- Spitzberg, B. H. & Hoobler, G. (2002). Cyberstalking and the technologies of interpersonal terrorism. *New Media and Society*, 4(1), 71-92.
- Staude Müller, F., Hansen, B. & Voss, M. (2012). How stressful is online victimization? Effects of victim's personality and properties of the incident. *European Journal of Developmental Psychology*, 9(2), 260-274.
- Stevens, F., Nurse, J. & Arief, B. (2021). Cyber Stalking, Cyber Harassment, and Adult Mental Health: A Systematic Review. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 24(6), 367-376.
- Stonard, K., Bowen, E., Walker, K. & Price, S. (2017). "They'll always find a way to get to you": Technology use in adolescent romantic relationships and its role in dating violence and abuse. *Journal of Interpersonal Violence*, 32(14), 2083-2117.

- Şentürk Dizman, Z. (2023). Sosyal Medyada Kadınlara Yönelik Siber Zorbalık. *Third Sector Social Economic Review*, 58(1), 55-71.
- Şener, G. & Abınık, N. (2021). Türkiye’de Dijital Şiddet Araştırması. Erişim Adresi: <https://www.stgm.org.tr/e-kutuphane/turkiyede-dijital-siddet-arastirmasi-2021>.
- Thompson, M. P. & Morrison, D. J. (2013). Prospective predictors of technology-based sexual coercion by college males. *Psychology of violence*, 3(3), 233.
- Temur Şimşekcan, N. (2018). Toplumsal Cinsiyete Dayalı Şiddetin Başka Bir Biçimi: Siber Şiddet. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çaç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Tokunaga, R. S. (2010). Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 277-287.
- Valenzuela-García, N., Maldonado-Guzmán, D. J., García-Pérez, A. & Del-Real, C. (2023). Too Lucky to Be a Victim? An Exploratory Study of Online Harassment and Hate Messages Faced by Social Media Influencers. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 1-25.
- Van Ouytsel, J., Ponnet, K. & Walrave, M. (2018). Cyber dating abuse victimization among secondary school students from a lifestyle-routine activities theory perspective. *Journal of Interpersonal Violence*, 33(17), 2767-2776.
- Van Ouytsel, J., Walrave, M., Ponnet, K., & Heirman, W. (2015). The association between adolescent sexting, psychosocial difficulties, and risk behavior. *Journal of School Nursing*, 31, 54-69.
- Waasdorp, T. E. & Bradshaw, C. P. (2015). The overlap between cyberbullying and traditional bullying. *Journal of Adolescent*

- Health, 56(5), 483-488.
- Walker, S., Sancı, L. & Temple-Smith, M. (2011). Sexting and young people. *Youth Studies Australia*, 30(4), 8-16.
- Walker, S., Sancı, L. & Temple-Smith, M. (2013). Sexting: Young women's and men's views on its nature and origins. *Journal of Adolescent Health*, 52(6), 697-701.
- Walrave, M., Heirman, W. & Hallam, L. (2014). Under pressure to sext? Applying the theory of planned behaviour to adolescent sexting. *Behaviour & Information Technology*, 33(1), 86-98.
- Wang, M. J., Yogeewaran, K., Andrews, N. P., Hawi, D. R. & Sibley, C. G. (2019). How common is cyberbullying among adults? Exploring gender, ethnic, and age differences in the prevalence of cyberbullying. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(11), 736-741.
- Watkins, L. E., Maldonado, R. C. & DiLillo, D. (2018). The Cyber Aggression in Relationships Scale: A New Multidimensional Measure of Technology-Based Intimate Partner Aggression. *Assessment*, 25(5), 608-626.
- Wood, B., Stanley, A. & Larkins (2015). Images across Europe: The sending and receiving of sexual images and associations with interpersonal violence in young people's relationships. *Children and Youth Services Review*, 59(C), 149-160.
- Ybarra, M. L. & Mitchell, K. J. (2008). How risky are social networking sites? A comparison of places online where youth sexual solicitation and harassment occurs. *Pediatrics*, 121(2), 350-357.
- Ybarra, M. & Mitchell, K. (2014). "Sexting" and its relation to sexual activity and sexual risk behavior in a national survey of adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 55, 757-764

Yıldırım, E. (2019). Sosyal Medyada Kadınlara Yönelik Dijital Şiddet (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Zetterström Dahlqvist, H. & Gillander Gådin, K. (2018). Online sexual victimization in youth: Predictors and cross-sectional associations with depressive symptoms. *The European Journal of Public Health*, 28(6), 1018-1023.

Dijital Oyun Evreninde Kadın Karakterler: Temsil, Çeşitlilik ve Toplumsal Cinsiyet Normları

Gözde YARDIM & Halil ŞEKER**

Giriş

Kültür kavramı hangi açıdan ele alınırsa alınsın bir insan topluluğunun varlığını gerektirdiğinden, oyun kültürden daha eskidir. Bu açıdan bakıldığında oyun, toplum yaşamında önemli bir yere sahiptir (Huizinga, 1938: 16). 1960'larda ilk bilgisayar oyununun üretilmesinden bu yana, dijital oyunların üretimi, pazarlaması ve dağıtımı her geçen gün gelişmiş, 1970'lerde ve 1980'lerde evlerde de oynanabilen dijital oyunların üretilmesiyle gitgide bir kültür endüstrisi yaratacak biçimde yükselmiş, son derece popüler bir eğlence aracı olmuştur (Crawford, 2005: 1; Marston ve Graner-Ray, 2016: 67; Sherry, 2004: 330). Dolayısıyla dijital oyun endüstrisi, dünya genelinde çok önemli ekonomik ve kültürel öneme sahip en büyük eğlence endüstrilerinden birisi haline gelmiştir (Fisher ve Jenson: 2016: 2). Yıllar geçtikçe

* Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Basın ve Yayın Anabilim Dalı doktora öğrencisi, gozdeyardim@anadolu.edu.tr.

* Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Basın ve Yayın Anabilim Dalı doktora öğrencisi, halilseker@anadolu.edu.tr

dijitalleşmenin gelişimiyle devamlı geometrik olarak katlanarak gelişen oyun endüstrisi, ürettiği ürünlerini çok büyük oranda erkeklere yönelik yaratmış, pazarlamış ve yeniden üreterek bu süreçte çok önemli bir rol oynamıştır (Shaw, 2013: 2).

Günümüzde her yaşta milyonlarca kişinin dijital ortamlardan ya da satın alma yoluyla oynadığı dijital oyunlar, toplumsal cinsiyet açısından araştırılması gereken bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijitalleşmenin çok hızlı gelişmesiyle dijital oyun mecrası erkekler için çok güçlü bir alan haline gelmiştir. Bu güç kadınlar için sosyal ve kültürel kısıtlamalar oluşturabilmektedir. Ancak tüm bunlara rağmen bu yeni teknolojik ortam, bu erkeksi güce meydan okumak adına kısıtlamalardan kaçabilmenin de potansiyel bir fırsatı olarak düşünülmektedir (Chen, 2016: 525).

Bu çalışmanın amacı; dijital oyunlarda kadın karakterlerin nasıl görüldüğünü ifade ederek, kadınların oyunlarda karşılaştıkları zorlukların anlatılması ve dijital oyun şirketlerinin kadınlara yönelik ürettikleri oyunlardaki stereotiplerin belirlenmesidir. Dijital oyunlarda kadın karakterlerin temsili geçmişten günümüze önemli bir değişim göstermiştir. Bu değişim, oyun endüstrisindeki toplumsal normların, cinsiyet rollerinin ve oyuncu kitlesinin evrimi ile yakından ilişkilidir. Erken dönem (1970-80) dijital oyunlarda kadın karakterler genellikle zayıf, yardımcı rolde ve erkek karakterlerin kurtarılması için bir neden olarak temsil edilmiştir. Bu dönemde kadın karakterlerin sayısı oldukça azdır. 90'lar ve 2000'lerde kadın karakterler daha karmaşık hale gelmeye başlamıştır. Bazı oyunlarda güçlü kadın kahramanlar görülmeye başlanmıştır. Bu duruma en popüler örnek olarak,

Lara Croft karakteri verilebilir. Ancak, bu karakterler genellikle aşırı cinselleştirilmiştir. 2010'lar ve sonrasında ise, kadın karakterlerin temsili daha çeşitli ve gerçekçi hale gelmeye başlamıştır. Oyunlarda daha fazla kadın ana karakter ve oyun içi kadın karakter çeşitliliği görülmektedir. Ayrıca, cinsiyet kimliği konularına ve LGBTQ+ temsiline daha fazla yer veren oyunlar da artmıştır. Tüm bu gelişmelere rağmen, oyun endüstrisi hala erkek egemen konumdadır. Hala yaygın oyun endüstrisi genel anlamda erkek hegemonyasının şemsiyesi altında durmakta ve genel olarak hem sektörün içinde hem de oyunlardaki kahraman karakterizasyonunda toplumsal cinsiyet normlarının beslediği stereotipler oyunculara sunulmaktadır.

Dijital Oyunlar ve Cinsiyet Temsili

Dijitalleşme toplumdaki tüm süreçleri olduğu gibi (Kadioğlu ve Abdukaya, 2023) oyun oynama etkinliğini de değiştirmiştir. Oyun oynama etkinliği genellikle boş zaman etkinlikleri olarak anlatılır. Bununla beraber, bir oyunu oynayıp oynamamaya karar verme, büyük oranda o kişinin hayatındaki gerekliliklerle ve vaktini nasıl geçireceğiyle alakalı tercihleriyle/seçimleriyle alakalı davranışlardır (Bergstrom, 2018: 3). Kavram olarak düşünüldüğünde dijital oyunlar; bilgisayar, konsol, cep telefonu veya tablet gibi dijital araçlarla oynanabilen oyunları anlatmaktadır. Birçok mecradan oynanma fırsatı sunan bu oyunların yaş skalası çok geniş yelpazeye sahip bir kitlesi bulunmaktadır. Dijital oyunlar, çevrimiçi olarak kişinin arkadaşlarıyla ya da rastgele diğer kişilerle çoklu oyunculu oynanmasına izin veren veya tek kullanıcı gibi farklı oyun türlerini seven oyunculara

sunulmakta ve pazarlanmaktadır (Bozkurt, 2014: 6). Dijital oyunlar, toplumsal yaşamdan bir şekilde kopuk, içi boş faaliyetler olarak algılanmamalıdır. Oyunlar daha ziyade kültür içinde yerini almakta ve ırk, cinsiyet ve sınıf gibi toplumsal belirleyicilerin keşiminden etkilenmektedir. Bu sebeple dijital oyunların incelenmesi ve toplumsal anlamının anlaşılması için kavramsal ve bağlamsal olarak konumlandırılmalıdır (Delamere ve Shaw, 2008: 280-281).

Dijital oyunlar ele alındığında, oyun mecrasında demografik grup olarak erkeklerin daha önde olduğuyla ilgili basmakalıp varsayımlar hala varlığını sürdürmektedir (Kowervd., 2012: 474; Bergstrom vd., 2014: 234; Lui ve Lai, 2020: 376; Roy ve Deshbandhu, 2021: 8). Kadın oyuncu kitlesinin her geçen gün artan sayısına rağmen, erkek hegemonyası ve dijital oyunlar güçlü bir şekilde birbirine bağlıdır. Bir dizi icat, uygulama ve ticari kararlarla oluşturulan bir yapının, bu duruma sebep olduğu bilinmektedir. Kadın oyuncular marjinalleştirilmiş, erkek oyuncular ise bir norm olarak yüceltilmiştir (Carr, 2005: 468; Fisher ve Jenson, 2016: 2; Williams vd., 2009a: 700). Dolayısıyla oyunlar, erkek oyuncuların erkekliklerini gösterebilecekleri veya sergileyebilecekleri alanlar olarak ifade edilmektedir. Bu durum, kadınların oyun oynamadıkları anlamına gelmemektedir. Ancak, dijital oyun kültürüne hâkim olan söylemin stereotip olarak erkeksi bir düşüncenin ürünü olduğunu göstermektedir (Vermeulen ve Abeele, 2016: 3). Başka bir deyişle, bu mecra cinsiyet temelli olarak ele alındığında, dijital oyun dinamikleri kadın ve erkek arasındaki dengeyi kuramamakta ya da kurmamaktadır (Vermeulen

vd., 2014: 303).

Fron ve arkadaşları (2007), “Oyunun Hegemonyası” kavramını ortaya atmaktadırlar. Buna kavrama göre, dijital oyun endüstrisinin dışlayıcı güç yapıları dijital mecrada hem oyun hem de oyuncu mantığını belli bir çerçeveye sıkıştırmaktadır. Çağımızın hegemonik oyun endüstrisi gerek kişilerin gerekse toplumun oyun tecrübelerini endüstrinin bazı tanımlamalarına göre teknolojik, ticari ve kültürel yatırımlarına hizmet eden değer ve normlarla çerçevelenmiştir. Böylece dijital oyunlar marjinalleştirilmiş ve değersizleştirilmiştir. Hegemonya hem ekonomik hem de kültürel düzeyde üretilmektedir. Toplam sayı olarak olmasa da sistematik olarak azınlıktaki oyuncular dışlanmakta ve oyun geliştiricileri buna göre bir oyun retoriği geliştirmektedir. Oyun Hegemonyasının oluşturduğu bu kültürel üretim genellikle değerli olarak düşünülmekte ve fetişleştirilmektedir. Ancak, anlatılan kültürün yarattığı güç yapıları çok az incelenip eleştirilmekte ve yine bu güç yapıları söylemleri şekillendirmektedir. Dolayısıyla kadınlar, oyun endüstrisi ve kültürü içerisinde hem ayrı hem de eşit olmayan üreticiler ve oyuncular olarak değerlendirilmektedir. Böylece, dijital oyun kültürü cinsiyetler arasındaki farklılığı genel varsayımlara göre düzenleyerek ataerkil sistemi normalleştirmektedir. Kan’a göre (2012: 53), toplumsal cinsiyet ideolojisi ve ataerkil sistem yeni dijital teknolojik gelişmelerin içerisinde yeni yaşam formu olarak kendisine bir alan yaratmakta ve bu alanda kendini gerçekleştirilmektedir.

Cinsiyet temsilleri temelinde dijital oyun kültürünün içeriğinin yarattığı bu algının yanında sektöre bakıldığında da pek bir

değişiklik olduğu söylenemez. Özellikle cinsiyet temsili söz konusu olduğunda bazı ilerici söylemlerin varlığı kabul edilse bile bu söylemlerin kendi başına katılıma davet etmediği ortadadır. Dijital oyun sektörü, cinsiyete dayalı dijital uçurumun kapatılmasında hızlı ilerleme gösteremeyen bir mecradır. Dijital oyunların popülerleşmesiyle birlikte oyuncu kimliğinde ve demografisinde büyük bir çeşitlilik yaşanmış ve bu da klasik erkek tüketici algısına yönelik oyunculuk anlayışını değişime zorlamıştır. Kadın oyuncuların ve oyun üreticilerin gitgide daha çok sektörün içine girmelerine rağmen, oyun endüstrisinin kendisi hala genel olarak erkek egemen olmaya devam etmektedir. Dijital oyun sektörü geçmişinden bu yana mesleki cinsiyet ayrımcılığıyla güçlü bir ilişki içerisinde. Oyun sektöründe kadın çalışanlar çok bulunmamakta ve sektöre girmekte zorlanmaktadır. Dijital oyun geliştiricisi dendiğinde akla iyi eğitilmiş, genç, beyaz bir erkek görüntüsü gelmektedir. Oyun şirketlerinde kadınların iş alanları genellikle yönetim, insan kaynakları, ekonomi, halkla ilişkilerdir. Yine şirketlerde kadın oyun geliştiricileri daha çok serbest çalışan pozisyonunda bulunmakta ve sektör içerisinde bir işgücü rezervi fonksiyonu görmektedir (Szczepanska, 2023: 843-844).

Dijital oyun sektörünün içerisinde ister erkek ister kadın olsun, profesyonel oyun geliştiricileri cinsiyete dayalı varsayımları yok saymamaktadır. Erkek oyun geliştiricilerinin kadınsı niteliklerle ilgili düşünceleri genel toplumsal cinsiyet temelli varsayımları meşrulaştırmakta ve toplumsal normları sağlamlaştırmaktadır. Bu durum, kadınların sektörde bir aracı olarak

kullanılmasına yol açmaktadır. Kadın oyun geliştiricileri açısından ise, bu tür teoriler sektörde belirli bir pozisyon ve statü kazandırabilen bir fırsat olarak değerlendirilebilmektedir. Diğer yandan, kadın oyuncular nispeten de olsa yeni bir müşteri grubu olduğundan, erkek oyun geliştiricilerinin onlara bağlı olduğu gerçeği artık anlaşılmalı ve ona göre hareket edilmelidir (Styhre vd., 2016: 257).

Dijital Oyunlarda Kadın Karakter Temsili ve Toplumsal Cinsiyet Normları

Günümüzde her yaşta milyonlarca kişinin dijital ortamlardan ya da satın alma yoluyla oynadığı dijital oyunlar, toplumsal cinsiyet açısından araştırılması gereken bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijitalleşmenin çok hızlı gelişmesiyle dijital oyun mecrası erkekler için çok güçlü bir alan haline gelmiştir. Bu güç kadınlar için sosyal ve kültürel kısıtlamalar oluşturabilmektedir. Ancak tüm bunlara rağmen bu yeni teknolojik ortam, bu erkeksi güce meydan okumak adına kısıtlamalardan kaçabilmenin de potansiyel bir fırsatı olarak düşünülmektedir (Chen, 2016: 525). Bu düşüncelere rağmen dijital oyun mecrasında güçlü teknolojik rollerin genellikle erkekler tarafından üstlenildiği ve bu sebeple yeni dijital teknolojilerin şekillendirilmesinde orantısız bir etkiye sahip olduklarının çoğunlukla kabul edildiği göz ardı edilmemelidir (Lohan, 2004: 319). Çünkü toplumsal cinsiyetin öğrenilmesinde dijital oyunların etkisi yadsınamaz düzeydedir. Oyun oynayarak bireyler mevcut düşünce, tutum ve davranışlarını değiştirebilir veya pekiştirebilir. Dijital oyunların çerçeveselendirdiği toplumsal cinsiyet algısı, bu yolla bireyleri etkileyebilmektedir

(Onay ve Kıyloğlu, 2021: 957).

Crawford ve Godbey (1987: 122-124), boş zaman etkinliklerine katılmak isteyen katılımcıların karşılaşılabileceği iç ve dış engelleri ortaya koymak amacıyla, kimlerin dijital oyunlar oynamak istemediğini ve oynamama nedenlerini belirleyecek kişisel engeller, kişilerarası engeller ve yapısal engeller olmak üzere 3 unsurluk bir çerçeve sunmaktadır. Kişisel engeller; depresyon, kaygı, stres, referans grup tutumları, sosyalleşme, dindarlık, kişisel beceri ve uygunluk gibi bireyin içerisinde bulunduğu öznel değerlendirmeleri ve psikolojik durumları içerir. Kişilerarası engeller; kişinin diğerleriyle arasındaki etkileşimin veya bireylerin özellikleri arasındaki ilişkilerin bir sonucudur. Çiftlerin ya da arkadaşların boş zaman etkinlikleriyle ilgili verdikleri ortak kararlarla ilgilidir. Dolayısıyla kişisel kararları da etkileyebilir. Yapısal engeller ise; kişinin ekonomik durumuyla, çalışma yaşamından kalan boş zaman fırsatlarının olup olmamasıyla veya bireyin içinde olduğu grubun etkinlikle ilgili yaklaşımıyla ilgili kısıtlamaları içerir.

Öte yandan, kadınların dijital oyunlar oynayarak boş zaman etkinliklerine katılmaması veya katılamaması, özgürce bir seçimin sonucu değildir (Bergstrom, 2018: 4). Çünkü boş zaman deneyimleri toplumsal olarak yapılandırılmış ve sosyal yaşamdaki eşitsizliklerle biçimlenmiştir (Junio ve Henderson: 2001: 8). Dolayısıyla boş zaman tanımlamaları, bir seçimi imlediğinde, objektif bir seçimden çok, algılanan seçme özgürlüğünü ifade etme eğilimindedir (Stebbins, 2017: 12).

Dijital oyunlarda kadın temsili, bir dizi sebepten dolayı

büyük bir öneme sahiptir. Dijital oyunlar, birçok oyuncuya toplumsal normları ve değerleri öğreten bir araçtır. Kadınların oyunlarda eşit ve pozitif bir şekilde temsil edilmesi, gerçek dünyada da toplumsal eşitlik ve adaletin teşvik edilmesine yardımcı olabilir. Kadın temsili, toplumsal cinsiyetle ilgili yaygın olarak kabul edilen stereotiplerin sorgulanmasına yardımcı olabilir. Dijital oyunlar, toplumun cinsiyet algısını şekillendiren önemli bir etken olduğu için, bu alandaki olumlu değişiklikler toplumsal cinsiyet eşitliğine katkıda bulunabilir.

Daha çok erkek egemen görüşe yönelen dijital oyun endüstrisi, kadınlara yönelik ürettikleri oyunlarda bazı stereotipler kullanılmaktadır. Kadınlara yönelik dijital oyunlardaki stereotipler pembeleşme, marjinalleşme, cinselleştirme, dışlama ve taciz olmak üzere 5 unsurda toplanabilir. Pembeleşme, kadınsı olan her nesnenin bir kültürel göstergesidir. Böylece erkek tüketiciler için oluşturulan diğer dijital oyunlardan ayrılır. Bu, hiçbir açıdan dijital oyun oynamaya özgü bir anlayış olmayan stereotipik bir cinsiyet temelli oyun deneyimini güçlendirmektedir. Pembe oyunlar, kadınların diğer oyun türlerine katılımını dışlayıcı bir engel oluşturmakta ve aynı zamanda bu mecraayı erkek oyuncular adına da yasaklamaktadır. Dolayısıyla pembe oyunlar, kadınların tam katılımını dışlayıcı konumda durmakta ve cinsiyetçiliği çok net bir şekilde yeniden üretmektedir. Marjinalleşme ise, dijital oyun kültürünün hepsinde bulunmamaktadır. Fakat genel olarak bakıldığında kadınların dijital oyunlarda merkeze alınmadığı gözlemlenmektedir. Dijital oyunlarda kadın karakterler genel olarak arka planda olan ve oynanamayan veya herhangi

bir şekilde etkileşime girilemeyen bir karakter olarak tasarlanmaktadır. Büyük bütçeli oyunlarda sıklıkla durum bu yaşanmasına rağmen, örnek olarak, Tomb Raider oyunundaki Lara Croft, Horizon Zero Dawn oyunundaki Aloy veya Last of Us Part 2 oyunundaki Ellie gibi istisnalar da bulunmaktadır. Yine başka bir örnekte, rol yapma öğeleri bulunan Cyberpunk 2077 oyununda, oyuncu istediği karakteri yaratabilmektedir. Fakat kadın karakter oluşturulduğunda oyun ilerlerken oynanabilecek bir yol kapanmaktadır. Böylece oyunun 5 sonundan yalnızca 4'ü oynanabilir konumda olmaktadır. Dolayısıyla dijital oyun sektörü, kadın karakterlere odaklanan oyunlar üretme konusunda isteksizdir. Cinselleştirme önemli bir unsur olmakla birlikte, dijital oyun endüstrisinin kontrolünün en görünür şekli konumundadır. Kadınların cinsel olarak nesneleştirilmesi yalnızca dijital oyun evreniyle sınırlı değildir. Gerçek dünyada da ilgili oyunla ilgili reklamlarda, hayran toplantılarında ve turnuvalarda kadınlar cinsel olarak nesneleştirilmektedir. Bu durum da kadınların oyun endüstrisine eşit olarak katılmalarını engelleyen bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Dışlama unsuru ele alındığında ise, bu durumun dijital oyunlarda kadınların sürekli başına geldiği bilinmektedir. Kadınlar pazarlama ve kültürel uygulamalar aracılığıyla dijital oyun mecralarına tam katılımdan sürekli dışlanmaktadır. Dijital oyun üreticileri hala en popüler oyunlarını ilk önce erkek oyuncular için tasarlamakta ve onlara göre pazarlama stratejileri geliştirmektedir. Yaygın oyun kültüründe kadınların katılımı çok büyük oranda geri planda kalmakta ya da kalıplaşmış veya marjinalleşmiş şekillerde öne çıkmaktadır. Son unsur olan taciz ise, dijital oyun mecralarında normalleşmiş ve

kadınları hızla dijital oyunlardan uzaklaştırmıştır. Toplumsal cinsiyete dayalı taciz, kadınları dijital oyun mecrasında ikincil konumda tutmaktadır (Fisher ve Jenson, 2016: 3-4).

Dijital oyunlardaki kadın karakterlerin temsilleri ele alındığında, çoğunlukla tekdüze olduğu ve kadınlığın kalıplaşmış karakterizasyonlarının varlığı gözlemlenmektedir. Bu da alternatif temsillerin yetersizliğini göstermektedir. Dijital oyunlardaki kadın karakterler, cinsel olarak nesneleştirilmiş, kadın düşmanlığını tetikleyen ve bazen de kadını aşağılayan temsillerdir. Bunun yanında çevrimiçi oynanan oyunlarda kadın oyuncular oyun sırasında taciz edici davranışların ve ayrımcı eylemlerin genellikle hedefi olmaktadır. Buna karşın erkek karakterlerin temsillerine bakıldığında, hiper-eril kahraman arketipleri, abartılı hegemonik, sert, kaslı, güçlü ve idealize edilmiş erkek tipleridir. Bu karakterler çok büyük, zırhlı ve silahlı olarak yaratılmış ve var olan hegemonik erkek tiplerini yeniden üreten tasarımlardır (Delamere ve Shaw, 2008: 286-287; Lynch vd., 2016: 673-575; Williams vd., 2009b: 826; Uzun ve Şeker, 2023). Başka bir açıdan, kadınlar dijital oyunlardaki rekabetçi alanlarda da geri planda görülmektedir. Bir spor olarak görülen E-spor oyunlarında da sporun her alanında olduğu gibi kadınlar dışlanmakta ve ikinci plana atılmaktadır (Tiryaki ve Uzun, 2023: 13). Dolayısıyla genel olarak dijital oyunlar ele alındığında, kadın oyuncuların ve kadın karakterlerin yalnızca cinselliği ve bedeni merkeze alınırken, erkek karakterler daha çok güç ve şiddet üzerine resmedilmiştir. Bu açıdan her iki cinsiyet de var olan mevcut ideolojik yapıya uygun olarak dijital oyun endüstrisinde yeniden

üretilmektedir (Kan, 2012: 53).

Yöntem

Dijital oyun incelemeleri yapmak için kullanılan yöntemler, genellikle kapsamlı ve derinlemesine bir anlayış geliştirmeyi hedefleyen nitel araştırma yöntemleridir. Bu tür incelemeler, dijital oyunların içeriği, etkileşimi, oynanabilirliği, oyuncu deneyimi ve kültürel etkileri gibi konuları anlamak için kullanılır. Dijital oyunlardaki kadın karakter temsilini ve bu temsilin yıllar içinde nasıl şekillendiğini görmek için araştırma kapsamında belirlenen dijital oyunlar literatürde özetlenen stereotiplere göre nitel içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Bu kapsamda; Street Fighter II (1991), Tomb Raider (1996), Red Dead Redemption 2 (2018), The Last of Us Part II (2020) oyunları örneklem olarak seçilmiştir. Bu oyunlardaki kadın karakterler; kıyafet, karakter özellikleri, cinsel nesneleştirme, güç, bağımsızlık, marjinalleştirme, dışlama gibi stereotipler çerçevesinde incelenmiştir.

Bulgular ve Yorum

Dijital oyunlarda kadın karakterlerin nasıl görüldüğünü ifade ederek, kadınların oyunlarda karşılaştıkları zorlukların anlatılması ve dijital oyun şirketlerinin kadınlara yönelik ürettikleri oyunlardaki stereotiplerin belirlenmesi temel amacına bağlı olarak, Street Fighter II (1991), Tomb Raider (1996), Red Dead Redemption 2 (2018) ve The Last of Us Part II (2020) oyunları incelenmiştir. Bu oyunlar çerçevesinde kadın karakterlerin temsilleri aşağıdaki gibidir.

Street Fighter II (1991): Street Fighter II, dövüş oyunlarının

popüler bir örneğidir ve Chun-Li gibi güçlü kadın dövüşçüler içermektedir. Street Fighter II, 1991 yılında Capcom tarafından geliştirilen ve yayımlanan popüler bir dövüş oyunudur. Oyunda, bir dizi farklı karakter seçilebilir, bunlardan bazıları kadın dövüşçülerdir. Bu kadın karakterler, oyunun erken dönemlerinde de var olan bazı cinsiyet stereotipleriyle temsil edilmişlerdir.

Resim 1: Chun-Li



- **Chun-Li:** Chun-Li, Street Fighter II serisinde yer alan en ikonik kadın karakterlerden biridir. Oyun dünyasındaki en tanınmış kadın dövüşçülerden biri olarak kabul edilir. Ancak, Chun-Li'nin karakter tasarımı, oldukça ince bel ve geniş kalçalar gibi abartılı fiziksel özelliklere sahiptir. Ayrıca, karakterin bazı dövüş hareketleri de cinsel nesneleştirmeyi çağrıştıracak şekillerde animasyonla tasvir edilmiştir.

Resim 2: Cammy White



• **Cammy White:** Cammy, bir diğer popüler kadın karakterdir. Oyunlarda genellikle askeri tarzda kıyafetler giyer ve savaşır. Ancak, kıyafet tasarımı oldukça açık ve vücudu vurgulayan bir şekildedir, bu da cinsel nesneleştirmeyi çağırabilir.

Resim 3: M. Bison Female



• **M. Bison (Japonya'da Vega olarak bilinir):** Street Fighter II serisindeki kötü karakterlerden biri olan M. Bison, yüz maskesi takan bir dövüşçüdür. Oyunun erken sürümlerinde, maskesi çıkarıldığında bir kadın karakter olduğu ortaya çıkar. Bu, kadın

karakterin kötü olduğu ve gizli kimliğiyle erkek dövüşçülerle rekabet ettiği şeklindeki cinsiyet stereotiplerine dayanır.

Bu karakterlerin tasarımları, oyunun orijinal çıkışından bu yana eleştirilmiş ve zaman içinde daha gerçekçi, çeşitli ve saygılı cinsiyet temsili konusundaki endüstri normlarına uyum sağlamıştır. Daha modern Street Fighter oyunlarında, bu karakterlerin tasarımları ve temsilleri, cinsiyet eşitliği ve doğru temsil konusunda daha dikkatli bir şekilde ele alınmıştır.

Resim 4: Lara Croft



Tomb Raider (1996): Tomb Raider serisi, kadın ana karakterler açısından macera türündeki oyunlar için önemli bir rol oynamıştır. Lara Croft, cinsiyet temsili açısından hem olumlu hem de eleştirilen bir figürdür.

Tomb Raider video oyunu serisi, ana karakteri olan Lara Croft ile tanınır. Lara Croft, serinin ilk oyunu olan Tomb Raider (1996) ile tanıtılmış ve o zamandan beri birçok oyun, film ve diğer medya türlerinde yer almıştır. Lara Croft, video oyun dünyasında önemli bir figür haline gelmiş ve kadın karakterlerin

güçlü, zeki ve maceraperest olabileceğini temsil etmiştir.

Lara Croft karakteri, oyunlarda hem fiziksel hem de zihinsel olarak güçlü bir şekilde temsil edilir. Oyunlarda, oyuncular Lara Croft'u keşif, macera ve dövüş gibi çeşitli görevlerde yönlendirirler. Lara Croft'un karakteri, cesareti, zekâsı ve yetenekleriyle ön plana çıkar. Ayrıca, karakterin duygusal gelişimi ve insan yanı da oyunlarda vurgulanır.

Zamanla, Lara Croft karakteri daha fazla derinlik kazanmış ve cinsiyet rollerini zorlayan bir karakter olarak kabul edilmiştir. Onun güçlü ve bağımsız kişiliği, oyun endüstrisinde kadın karakterlerin nasıl temsil edilebileceği konusunda bir örnek teşkil etmektedir. Lara Croft, Tomb Raider serisi aracılığıyla kadın karakterlerin oyun dünyasında daha önemli roller oynamasına katkıda bulunmuştur.

Lara Croft karakteri, özellikle ilk olarak 1996 yılında çıkan Tomb Raider oyununda, cinsel nesneleştirmeyle eleştirilmiştir. Oyunun erken dönemlerinde Lara'nın tasarımı, abartılı cinsel özelliklere sahip, dar kıyafetler içindeki bir karakter olarak sunulmuştur. Bu, karakterin cinsel cazibesini öne çıkarmak ve genellikle erkek oyuncuları oyunu satın almaya teşvik etmek amacıyla yapılmıştır. Lara'nın fiziksel özelliklerinin gerçekçi olmayan şekilde vurgulanması, eleştirmenler ve oyuncular tarafından cinselleştirmenin bir örneği olarak görülmektedir.

Ancak, zamanla Lara Croft karakteri evrilmiştir. Oyun serilerinin daha sonrasında Lara'nın tasarımı ve kişiliği daha gerçekçi ve derinlemesine hale getirilmiştir. Karakterin cinsel

nesneleştirilmesi azaltılmış ve daha fazla odak, Lara'nın macera-perestlik, zekâ ve cesaret gibi özelliklerine verilmiştir. Karakterin tasarımı, oyun endüstrisindeki artan çeşitlilik ve cinsiyet temsili konusundaki farkındalığın bir yansıması olarak daha dengeli ve gerçekçi bir yöne evrilmiştir.

Ayrıca, 2013 yılında çıkan oyunla seriyi yeniden başlatmış olan Tomb Raider oyununda, Lara'nın karakteri daha genç ve deneyimsiz bir şekilde tasvir edilmiştir. Bu oyun, Lara'yı daha insani ve kırılgan bir karakter olarak göstererek, karakterin daha önceki cinselleştirilmiş imajından uzaklaşmaya yönelik bir çaba olarak değerlendirilmiştir.

Sonuç olarak, Lara Croft karakteri zaman içinde cinselleştirme öğelerinden uzaklaşmış ve daha derin, karmaşık bir karakter olarak ele alınmıştır. Bu değişim, oyun endüstrisindeki cinsiyet temsili ve kadın karakterlerin daha sağlam, gerçekçi ve saygın bir şekilde temsil edilmesi konusundaki genel eğilimin bir parçası olarak görülebilir.

Resim 5: Sadie Adler



Red Dead Redemption 2 (2018): Red Dead Repemption 2 oyunu, Rockstar Games tarafından geliştirilen ve 2018'de

Yayımlanan bir aksiyon-macera oyunudur. Oyunda, Sadie Adler (Sadie Holmes olarak da bilinir), oyuncuların kontrolünde olmasına rağmen önemli bir kadın karakterdir. Sadie, oyunda "Van der Linde çetesine" katılan bir kadındır ve oyunda önemli bir rol oynar. Çeteye katılmadan önce evi yakılmış, kocası öldürülmüş ve çetede kiler şans eseri Sadie'yi kurtarmıştır. Çeteye katıldıktan sonra ise güçlü bir karakter olarak oyunda karakter ilerlemesi yaşamıştır. Sadie'nin temsilinde dikkate değer bazı noktalar şu şekilde değerlendirilebilir:

- **Güçlü ve Kararlı Bir Karakter:** Sadie, oyundaki erkek karakterlerle eşit düzeyde güçlü ve kararlı bir şekilde tasvir edilir. Oyun boyunca kendisini kanıtlar, diğer karakterlere yardım eder ve çetenin hayatta kalma mücadelesinde önemli bir rol oynar.

- **Bağımsızlık:** Sadie, kocası öldürüldükten sonra kendi yolunu çizen ve bağımsız bir şekilde hayatta kalmaya çalışan bir karakterdir. Oyun boyunca kendi kararlarını verir ve kendi güvenliğini sağlamak için mücadele eder.

- **Zekâsı ve Becerileri:** Sadie, zeki ve yetenekli bir karakter olarak tasvir edilir. Silah kullanma, avlanma ve hayatta kalma konusundaki becerileri, diğer çete üyeleriyle eşit seviyededir.

- **Kişisel Gelişim:** Oyunda Sadie'nin karakter gelişimi izlenebilir bir şekilde tasvir edilir. Başlangıçta savunmasız ve kırılabilir olan Sadie, zamanla güçlenir ve oyuncular tarafından daha fazla saygı gören bir karakter haline gelir.

- **Cinsiyet Roller ve Toplumsal Beklentiler:** Sadie'nin karakteri, dönemin toplumsal cinsiyet rolleri ve kadınların karşılaştığı

zorluklar konusunda hassas bir şekilde ele alınır. Bu, onun güçlü ve bağımsız duruşunu daha anlam dolu hale getirir.

Sadie Adler, Red Dead Redemption 2’de güçlü, karmaşık ve gerçekçi bir şekilde temsil edilen bir kadın karakterdir.

Resim 6: Ellie Williams



The Last of Us Part II (2020): The Last of Us, kadın karakterlerin karmaşıklığını ve derinliğini vurgulayan bir oyun olarak öne çıkmıştır. Ellie gibi karakterler, kadın karakter temsili üzerindeki değişiklikleri göstermek için incelenebilir.

The Last of Us Part II, Naughty Dog tarafından geliştirilen ve 2020 yılında PlayStation 4 için yayımlanan bir aksiyon-macera oyunudur. Oyunda, Ellie adlı bir genç kadın karakter, oyuncuların kontrolünde olan başrol karakterdir. Oyun, Ellie’nin hayatta kalma mücadelesini ve kişisel gelişimini konu almaktadır. Oyunun kadın karakterlerin temsili konusundaki bazı önemli noktalar şu şekildedir:

- **Derin ve Karmaşık Karakterler:** Ellie, çok katmanlı, derinlemesine bir karakter olarak tasvir edilmiştir. Karakterin yaşadığı

zorluklar, sevinçler ve duygusal deneyimler oyun boyunca detaylı bir şekilde keşfedilir. Bu, kadın karakterin gerçekçi bir şekilde tasvir edilmesine katkıda bulunmaktadır.

- **Cinsel Nesneleştirmeden Uzak:** Oyundaki kadın karakterler, cinsel nesneleştirmeye dayalı stereotiplerden uzaktır. Karakterlerin giyim tarzı ve tasarımı, karakterlerin hikayesi ve oyunun tonuyla uyumlu bir şekilde seçilmiştir.

- **LGBT+ Temsili:** Oyunda, cinsel yönelim açısından çeşitli karakterler bulunur. Ellie, lezbiyen bir karakter olarak tasvir edilir ve oyundaki romantik ilişkiler, karakterin kimliği ve deneyimleriyle uyumlu bir şekilde ele alınmıştır.

- **Kadınların Güçlü ve Bağımsız Temsili:** Oyundaki kadın karakterler, güçlü, bağımsız ve zeki olarak tasvir edilir. Ellie'nin hayatta kalma yetenekleri, cesareti ve akıllıca kararları, kadın karakterlerin güçlü temsilini oluşturur.

- **Ana Karakter Olarak Kadın:** Oyunun ana karakterleri Ellie ve Abby'dir. Bu, oyunda kadın karakterlerin merkezde olduğu, hikâyeyi şekillendiren ve oyuncuların oyun süresince kontrol ettiği bir deneyim sunmaktadır.

The Last of Us Part II, cinsiyet temsili ve hikâye anlatımı açısından oldukça olumlu geri dönüşler almış ve kadın karakterin güçlü, karmaşık ve gerçekçi bir şekilde temsil edildiği bir oyun olarak değerlendirilebilir.

Sonuç

Dijital oyunlarda kadınları temsil eden bir dizi stereotip bulunmaktadır. Bu stereotipler, cinsiyet eşitliği ve kadınların doğru

şekilde temsil edilmesi konularında eleştirilmekte ve endüstri içinde tartışmalara neden olmaktadır. İncelenen oyunlarda da kadın karakter temsillerinin bahsedilen stereotipler etrafında şekillendiği gözlenmiştir. Bunun yanı sıra zaman içerisinde dijital oyunlardaki karakter temsillerinin bazı noktalarda değişim yaşadığı da ortaya koyulmuştur. Bu noktada günümüz oyunlarında kadın karakterlerin daha çok güç ve bağımsızlık anlamında ön plana çıkarıldığı anlaşılmıştır.

Dijital oyunların eski örneklerinden olan *Street Fighter* (1991) ve *Tomb Raider*'da (1996) sıkça rastlanan kadın stereotiplerinden olan cinsel nesneleştirme ile kadın karakterler genellikle abartılı fiziksel özelliklere sahip olarak tasvir edildiği ve cinsel cazibelerinin ön plana çıkarıldığı görülmüştür. Bu, karakterlerin cinsel hazzı tetiklemek için yerine getirildiği bir tür stereotiptir. Kadın karakterler, genellikle aşırı cinselleştirilmiş, erkek oyuncularını çekmek amacıyla tasarlanmıştır. Bu karakterler, fiziksel cazibeleri üzerinden değerlendirilir ve karakter gelişimi ya da derinliği nadiren sağlanır. Bu oyunlarda kadın karakterler tek boyutlu ele alınmıştır.

Kadın karakterler tek boyutlu olarak tasvir edilmiş, yani karakterlerinin derinliği ve karmaşıklığı eksiktir. Bu, kadın karakterlerin gelişmiş kişilik özelliklerinden yoksun olduğu izlenimini vermektedir. Ayrıca kadın karakterlerin kendi hikayeleri, hedefleri ve gelişimleri sıklıkla erkek karakterlerinkinden daha az dikkate alınmıştır. Oyunlardaki kadın karakterler genellikle erkek karakterlerin hikayesinin bir parçası olarak yer almaktadır. Kıyafet stereotipleri açısından değerlendirildiğinde ise kadın

karakterler, gereksiz şekilde açık kıyafetler giymeye ve genellikle savaşçı ya da maceraperest olmalarına rağmen koruyucu zırh kullanmamaya meyillidir. Bu, cinsel nesneleştirmeyi ve gerçekçilikten uzaklaşmayı gösterir. Bu stereotipler, kadın karakterlerin oyunlardaki temsiliyle ilgili eleştirilere yol açmaktadır. Ancak son yıllarda, oyun endüstrisi içindeki farkındalık arttıkça, daha fazla oyun şirketi ve geliştirici, cinsiyet eşitliği ve doğru cinsiyet temsili konusunda daha dikkatli yaklaşımlar benimsemeye başlamıştır. Bu, daha çeşitli, derin ve gerçekçi kadın karakterlerin ortaya çıkmasını teşvik etmiştir.

Bu açıdan, incelenen Red Dead Redemption 2 (2018) ve The Last of Us Part II (2020) oyunlarında kadın karakterler güçlü, karmaşık ve gerçekçi bir şekilde temsil edilmektedir. Bu oyunlarda zeki ve yetenekli olarak tasvir edilen kadın karakterler cinsel bir obje olarak ön plana çıkmamaktadır. Oyunların hikayelerindeki kadın karakterler, Ellie Williams ve Sadie Adler, oyun boyunca kendisini kanıtlayan gittikçe güçlenen bir imaja sahiptir. Günümüzde, oyun geliştiricileri daha geniş bir cinsiyet yelpazesi sunma konusunda daha bilinçli hale gelmiştir. Transgender, cinsiyetqueer ve non-binary karakterler daha fazla oyun içinde yer almaktadır. Bu karakterlerin doğru ve saygılı bir şekilde temsil edilmesi, toplumsal farkındalığın artmasına katkıda bulunabilir.

Geçmişten günümüze oyun endüstrisi cinsiyet temsili konusundaki farkındalığını artırmış durumdadır. Daha fazla oyun stüdyosunun, kadın karakterlerin karmaşıklığını artırmaya, farklı beden tiplerini temsil etmeye ve cinsiyet temsili

konusunda daha duyarlı olmaya yönelik çabalar içinde olduğu düşünülebilir. Dijital oyunlardaki kadın karakterlerin değişen temsili, genel toplumsal değişimlerin bir yansıması olarak da değerlendirilebilir. Toplumda cinsiyet eşitliği ve cinsiyet temsili konusunda artan farkındalık, oyun endüstrisini de şekillendirmektedir. Ancak, hala bazı oyunlarda cinsiyet stereotipleri ve cinselleştirme gibi sorunlar devam etmektedir. Bu nedenle, daha kapsayıcı ve gerçekçi kadın karakter temsili için sürekli çaba gerekmektedir. Oyun endüstrisi, oyuncuların çeşitli geçmişlere, kimliklere ve deneyimlere sahip karakterlerle kendilerini daha fazla ifade edebileceği oyunlar üretmeye devam etmelidir. Oyunlar, genç nesilleri eğitmek, bilinçlendirmek ve olumlu değerleri desteklemek için güçlü bir araç olabilir. Bu nedenle, daha kapsayıcı ve adil bir oyun dünyası oluşturma çabaları sürekli olarak devam etmelidir.

Kaynakça

- Bergstrom, K. (2018). Barriers to play: accounting for non-participation in digital game play. *Feminist Media Studies*, 10 (6), 1-17.
- Bergstrom, K., Fisher, S. & Jenson, J. (2014). Disavowing "That Guy": Identity construction and massively multiplayer online game players. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22(3), 233-249.
- Bozkurt, A. (2014). Homo ludens: Dijital oyunlar ve eğitim. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 1-18.
- Chen, C. (2016). Playing with digital gender identity and cultural value. *Gender, Place & Culture*, 23(4), 521-536.
- Crawford, D. W. & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, 9(2), 119-127.
- Crawford, G. (2005). Digital gaming, sport and gender. *Leisure Studies*, 24(3), 259-270.
- Delamere, F. M. & Shaw, S. M. (2008). "They see it as a guy's game": The politics of gender in digital games. *Leisure/Loisir*, 32(2), 279-302.
- Fisher, S. & Jenson, J. (2016). Producing alternative gender orders: A critical look at girls and gaming. *Learning, Media and Technology*, 42(1), 87-99.
- Fron, J., Fullerton, T., Morie, J. F. & Pearce, C. (2007). The hegemony of play. *DiGRA '07-Proceedings of the 2007 DiGRA International Conference*. University of Tokyo,

September, Tokyo, Japan.

Huizinga, J. (1938). *Homo ludens: Oyunun toplumsal işlevi üzerine bir deneme*. (Çev. M. A. Kılıçbay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Juniu, S. & Henderson, K. A. (2001). Problems in researching leisure and women: Global considerations. *World Leisure*, 43(4), 3-10.

Kadıoğlu, A. ve Abdukaya, F. (2023). Bireylerin sosyal medyada habere ulaşımı ve kullanımı, 8. Uluslararası Sosyal Bilimler ve İnovasyon Kongresi, 14/15 Ekim, Ankara

Kan, D. (2012). Yeni medya aracı bilgisayar oyunlarında toplumsal cinsiyetin inşası. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC*, 2(4), 52-60.

Kowert, R., Griffiths, M. D. & Oldmeadow, J. A. (2012). Geek or chic? Emerging stereotypes of online gamers. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 32(6), 471-479.

Liu, T. & Lai, Z. (2020). From non-player characters to othered participants: Chinese women's gaming experience in the "free" digital market. *Information, Communication & Society*, 25(14), 1-19.

Lohan, M. & Faulkner, W. (2004). Masculinities and technologies: Some introductory remarks. *Men and Masculinities*, 6(4), 319-329.

Marston, H. & Graner-Ray S. (2016). Older women on the game: Understanding digital game perspectives from an ageing cohort. Emma Domínguez-Rué ve Linda Nierling (Eds.), *Ageing and Technology Perspectives from the Social*

- Sciences (s. 67- 92) içinde. Bielefeld: Verlag.
- Onay, C. Z. & Kıyılıoğlu, L. (2021). Dijital oyunlarda kadın ve erkek temsiline toplumsal cinsiyet işaretleri bağlamında değerlendirilmesi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(41), 955-993.
- Roy, D. & Deshbandhu, A. (2021). Anxious postcolonial masculinity in online video games: race, gender and colonialism in Indian digital spaces. *Gender, Place & Culture*, 29(1), 1-20.
- Shaw, A. (2013). On not becoming gamers: Moving beyond the constructed audience. *A Journal of Gender, New Media and Technology*, 2, 1-22.
- Sherry, J. (2004). Flow and media enjoyment. *Communication Theory*, 14(4), 328-347.
- Stebbins, R. A. (2017). *Leisure's legacy: Challenging the common sense view of free time*. New York: Macmillan Publishers.
- Styhre, A., Remneland-Wikhamn, B., Szczepanska, A.-M. & Ljungberg, J. (2016). Masculine domination and gender subtexts: The role of female professionals in the renewal of the Swedish video game industry. *Culture and Organization*, 24(3), 244-261.
- Szczepanska, A. M. (2023). Women's inclusion and neoliberal governmentality in the Swedish digital game industry: An analysis of discursive positions and recruitment strategies. *Gender, Work & Organization*, 30(3), 842-861.
- Tiryaki, S. & Uzun, B. (2023). Fanatic or ultras: Tribune culture in Turkey. *Communication & Sport*, 0(0), doi:

10.1177/21674795231172657

- Uzun, B. & Şeker, H. (2023). Sosyal medyada milliyetçilik ve mülteci karşıtlığının yemek kültürüne yansımaları. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 58, 75-88.
- Vermeulen, L. & Abeele, M. V. (2016). A gendered identity debate in digital game culture. *Press Start*, 3(1), 1-16.
- Vermeulen, L., Castellar, E. N. & Van Looy, J. (2014). Challenging the other: Exploring the role of opponent gender in digital game competition for female players. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(5), 303-309.
- Williams, D., Consalvo, M., Caplan, S. & Yee, N. (2009a). Looking for gender: Gender roles and behaviors among online gamers. *Journal of Communication*, 59(4), 700-725.
- Williams, D., Martins, N., Consalvo, M. & Ivory, J. D. (2009b). The virtual census: Representations of gender, race and age in video games. *New Media & Society*, 11(5), 815-834.

Gözetim Toplumu ve Küresel Panoptikon: Bentham'ın Perspektifinden Medyada Kadın

Ahmet M. KADIOĞLU

*

Giriş

Genel bir inceleme alanında gözetim toplumu, birey ve toplum tarafından gözetlendiği yapıları ifade etmektedir. Bu ifade ediş şekli ile birlikte gözetim; bireyin devlet veya toplum tarafından ya da toplumun birey tarafından olacağı gibi bireyin birey tarafından da sağlanmasını olanaklı hale getirmektedir. Ancak gözetim kavramı, sosyolojik açıdan ele alındığında, toplumsal yaşamın ortaya çıkardığı gereksinimlere bağlı olarak gerçekleştirilen sosyolojik bir davranış ifade etmektedir (Karakehya, Usluadam, 2016: 188). Dijital gözetim, teknolojinin hızlı evrimiyle birlikte önemli bir konu haline gelmiştir. Günümüzde, hükümetler, özel şirketler ve bireyler, farklı amaçlar için dijital gözetim araçları kullanmaktadır. Gözetim kavramı, iki farklı anlamda ele alınabilmektedir. Birinci anlamıyla gözetim, hakkında

* Dr., Ostim Technical University, Common Courses Section, ahmetkadioglu-murat@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-9786-1904.

toplandığı bireylerin, grupların veya genel olarak toplumun davranışlarını yönetmek üzere kullanılabilen bilgi depolanmasını ifade ederken; ikinci anlamıyla, bireylerin veya grupların davranışlarıyla genel olarak toplumsal davranışların doğrudan izlenmesini içermektedir (Giddens, 2008: 24). Bu çerçevede yeni dönem ile birlikte kurumsal ve kamusal manada giderek daha da sistemleşen gözetim olgusu bir faaliyet alanına evrilmiştir. Dolayısı ile son dönem toplumsal yaşamındaki odak kavramlardan birisi olan gözetimi, hukuk alanında da önemli yansımaları olan sosyolojik bir kavram olarak nitelendirmek yanlış olmayacaktır (Dolgun, 2008: 17-18).

Toplumdaki bireyler hem kendileri değişik nedenlere bağlı olarak başka bireyleri gözetlemekte hem de diğer bireyler ve devlet tarafından gözetlenmektedir (Tosun, 2015: 224). Bu doğrultuda gözetim ve otorite ilişkisi ile birlikte, gözetimin alt ve üst gruplarından da bahsetmek gerekli hale gelecektir. Çalışma ile birlikte söz konusu olgulara literatürel düzeyde yer verilecek ve bireylerin neden gözetlendiği sorusu çerçevesinde panoptikon ve elbette ki küreselleşen panoptikon kavramları analiz edilecektir.

Gözetim Toplumunun Varoluşu ve Panoptikon Kavramı

Kişisel ve öznel bilgilerin farklı kanallar ile elde edilmesi ve devamında depolanarak analiz edilmesi, her bir unsurun meta-laştırıldığı kapitalizmin yapısal zaafı olarak enformasyon sızmalarına neden olmaktadır. Kamusal ve özel alanlar arasındaki keskin geçişlerin artması ile birlikte, Gary T. Marx gözetim toplumu tartışmalarını başlatmıştır. Bu çerçevede Marx'a göre gözetim

toplumu, bilgisayar teknoloji ile merkezi ve otoritesel denetimin karşısındaki engellerin yıkıldığı bir durumu irdelemektedir. Geleşen ve dönüşen yeni teknolojiler ile birlikte gözetim potansiyeli artış sürekliliğini devam ettirmektedir. İçinde yaşanan ve tanık olan dünya Marx'a göre, gözetim toplumunda yer alan herkesin gizliliğini tehdit etmektedir.

Dijital gözetim, bir kişinin, bir grup veya organizasyonun izlenmesi ve denetlenmesi sürecini ifade eder. Temel olarak üç ana türü bulunmaktadır: hükümet gözetimi, kurumsal gözetim ve kişisel gözetim. Hükümet gözetimi, ulusal güvenlik ve yasalara uygunluk amacıyla yapılırken, kurumsal gözetim genellikle şirketlerin faaliyetlerini izlemek ve veri toplamak için kullanılır. Kişisel gözetim ise bireylerin özel yaşamlarını izleme amacı güder. Dijital gözetim, teknolojik ilerlemelerle birlikte daha sofistike hale gelmiştir. İnternet, sosyal medya, güvenlik kameraları, biyometrik tanıma ve büyük veri analizi, gözetim tekniklerinin gelişmesinde büyük bir rol oynamıştır. Özellikle yapay zeka ve makine öğrenme, gözetim verilerinin analizini hızlandırarak yeni olanaklar sunar. Dijital gözetim, gizlilik hakları ve etik sorunları gündeme getirir (Lyon, 2017). Bireylerin kişisel verilerinin toplanması, depolanması ve kullanılması, gizlilik ihlali potansiyelini taşır. Ayrıca, hükümetlerin vatandaşları izlemesi, demokratik değerler ve bireysel özgürlüklerle çatışabilir (Rule ve Tüfekçi, 2018). Birçok ülke, dijital gözetimi düzenleyen yasal çerçevelere sahiptir. Bu düzenlemeler, kişisel veri koruma, arama ve el koyma yetkileri, istihbarat toplama ve mahremiyet gibi konuları ele alır. Ayrıca, uluslararası insan hakları standartları, gözetim

uygulamalarının sınırlarını belirler (Penney, 2017: 480). Dijital gözetim, toplumun farklı alanlarında etkiler yaratır. Toplumların demokratik süreçlerine etki edebilir, ifade özgürlüğünü ve bireysel hakları sınırlayabilir veya güvenlik sağlayabilir. Bu nedenle, gözetim konusundaki tartışmalar, toplumun geleceğini şekillendirebilir (Solove, 2013).

Dijital gözetim, teknolojik ilerlemelerin bir sonucu olarak hızla gelişen bir alandır. Gizlilik, güvenlik, etik ve hukuki boyutları içeren karmaşıklığı anlamak ve dengelemek önemlidir. Ayrıca, toplumsal etkileri ve demokrasi üzerindeki potansiyel etkileri göz önünde bulundurarak bu alandaki tartışmaları ilerletmek gerekmektedir.

Günümüzde hızla gelişen teknolojik unsurlar ile birlikte, sosyal yaşam ve gündelik rutinlerinde unsurları dönüşüme uğramış ve yeni tanımlandırılan “enformasyon toplumu”, toplum yapısının giderek dönüşmesi ile “gözetim toplumu” formuna bürünmüştür. Orwell ve Foucault gibi düşünürlerin gözetim üzerine kurulu disiplinler toplumları, telekomünikasyon ve uydu çağının teknolojik olanaklarıyla daha da belirginleşmekte ve netlik kazanmaktadır (Dolgun, 2004: 61). Gözetim, gücü veya otoriteyi ele geçiren kitlenin diğer kitleler üzerinde bir baskı aygıtı olarak devletin ve devletin kurumlarının ortaya çıkmasıyla başlamıştır. Gözetim ile başlayan tasarımlanmış gözetim toplumuna dönüşüm ise kapitalizm ile birlikte var olmuştur. Bu varoluş ile gözetim konusuna ilk olarak Foucault tarafından ayrıntılı bir analiz sağlanmıştır. Bu çerçevede Foucault, gözetim olgusunu yalnızca örgütler açısından değil, toplum genelinde ve geniş bir

perspektifte ele almıştır. Böylelikle gözetim, sosyal teoride merkezi bir önem kazanmıştır. Bu kazanım ile Foucault, modern toplumda ve geniş kitle yığınlarında gözetimi ifade etmek için Bentham'ın "panoptikon" metoformundan yararlanmıştır.

Panoptikon, İngiliz filozof ve sosyal teorisyen Jeremy Bentham tarafından geliştirilen bir kavramdır. Bu kavram, gözetim ve güç ilişkilerini anlamak için kullanılır. Michel Foucault ise bu kavramı geliştirerek modern toplumlardaki gözetim ve denetim biçimlerini incelemiştir.

Panoptikon, gözetimin nasıl işlediğini anlamak için önemli bir kavramdır. Jeremy Bentham, Panoptikon'u tasarladığında, bir hapisane veya gözetim yapısının ideal modelini oluşturmayı amaçlamıştır. Panoptikon, bir merkezi gözetleyici noktanın etrafında hücrelerin yer aldığı bir yapıyı temsil eder. Gözetlenenler, bu merkezi kuledeki gözetleyici tarafından izlenirler, ancak kendilerinin ne zaman izlendiklerini bilemezler.

Bu kavramın modern anlayışı, Michel Foucault'un çalışmalarıyla gelişti. Foucault, "Disiplin ve Ceza" adlı eserinde Panoptikon'u ele alarak, toplumda gücün nasıl işlediğini ve bireylerin davranışlarını etkilediğini açıklar. Foucault'a göre, Panoptikon, bireylerin kendilerini sürekli olarak gözetleniyor gibi hissetmelerine yol açar, bu da disiplin ve itaatin oluşturulmasında etkili bir araçtır.

Gözetimin bu Panoptikon modeli, modern toplumlardaki birçok kurum ve yapıda bulunabilir. Hükümetlerin, şirketlerin ve diğer kurumların bireyleri izlemesi ve denetlemesi,

Panoptikon kavramının bir yansıması olarak görülebilir. Bu gözetim biçimi, bireylerin davranışlarını etkileyebilir, özgürlüklerini sınırlayabilir ve toplumsal kontrolü artırabilir. Bu nedenle, Panoptikon kavramı, gözetim, güç ve toplum üzerindeki etkileri üzerine yapılan çalışmalarda sıkça kullanılan bir teorik araçtır.

Samuel Bentham'ın 1785 yılındaki tasarımı olan ve içerisinde yer alacak sistemleri temellendiren düşüncelerinde Jeremy Bentham'a ait olan kolektif yapı, panoptikon adı ile anılmıştır. Panoptikonun bu biçimi, düzenlemenin sadece mimari biçimidir. Söz konusu yapıda, merkezinde bir kule ve kuleyi çepeçevre saran hücrelere ayrılmış hakla şeklinde bir bina bulunmaktadır. Halkanın iç cephesine bakan geniş pencerelere sahip kulenin, gözetim altında tutulabilecek gözetleyici alanına da sahiptir. Panoptikon yapısı içerisinde yer alanlar ne zaman ve ne şekilde gözetleneceklerini bilmemekteler, bu da sürekli gözetlenme kaygısı ile hareket etmelerine olanak sağlamaktadır.

Foucault'a göre Bentham'ın panoptikon fikri; Rousseau ve ekibinin Şeffaf Toplum Hayali'nin devam niteliğini sergilemektedir. Ancak Bentham, iktidara hizmet eden bir yapıyı, sert ve uyarıcı bir anlayış ile gözetleyici bir endişe ile ele alarak farklılaştırmıştır. Foucault'nun panoptizm toplumu çözümlemesi, gözetime dayalı iktidar biçimini açıklayıcı niteliktedir. Foucault, Bentham'ın panoptikon hapisane mimarisinden etkilenerek bakışlara ve görmeye olanak veren teknikleri nasıl kontrol araxına dönüştüğünü açıklamaya çalışmaktadır (Tümurtürkan, 2010: 8).

Bentham Perspektifi ve Küreselleşen Panoptikon

1980'li yıllar ile birlikte etkinliğini giderek arttıran neoliberal politikalar ile kendinden söz ettiren küreselleşmenin neticesinde, geniş kitle yığınlarını gözetim altında tutmak isteyen küresel iktidar, küresel bir perspektifte panoptikon yaratarak toplumları, baskı ve denetim altına almayı amaçlamaktadır. Gözetimin bu türü, Orwell'in Büyük Birader'inin gözetimine benzeyen katı bir devlet gözetimi, diğeri de gözetimi kabul ettiren, gözetimi geliştiren ve mükemmelleştiren ideolojileri içinde barındıran tüketim alanının akışkan gözetimidir (Bauman, Lyon, 2013: 17-20). Birçok kuramcı ve araştırmacıya göre küreselleşme olarak tanımlanan süreç çok yönlü olmak ile birlikte farklı perspektifler ile birlikte yeniden yorumlanabilen, tanımlanabilen ve elbette sonucunda da tekrar aktarılabilen bir süreçtir. Bu süreç, modernizmi de içerisine dâhil ederek farklı disiplin alanlarından yararlanmakta ve yeni kuramsal kavramlar yaratmaktadır. Bu disiplinler olgular da kendini yeni gözetim unsurları ya da modern dönem gözetim pratikleri olarak ifade edebilmektedir. Bu bağlamda küresel gözetim, enformasyon toplumu perspektifinde bir çıktı olarak görülebilmektedir.

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte, görünürlük ve gözetlenme unsurları sınırlarını arttırmış, genelde kitle toplumlarının özelde ise kişilerin attıkları her adım kontrol altına alınmıştır. Bu çerçevede otorite olarak konumlandırılan iktidar, ekonomik gücü elinde bulunduran bir alandadır. Bentham'ın hapishane metaforunu Foucault (2015), gözetim toplumu kavramsal olgusunu ifade edebilme amacı ile kullanmıştır:

Bilgi iletişim teknolojilerinin egemenliğinde olgunlaşan yeni toplum ve toplumsal gerçeklik, postmodernizmin de dahasına ihtiyaç duyarak dijital modernizmi mümkün hale getirmiştir. Teknolojik determinizm ile birlikte “belirli bir ortamın veya teknolojinin toplum ve diğer sistemler üzerinde kesin olarak belirgin bir etkisinin olduğunu varsayan medyanın/teknolojinin ve toplumun nedensel ilişkisinin bir tür açıklaması” kendini ispatlayabilir bir platforma erişmiş ve (Fuchs, 2016: 279) bu çıktı öngörüselle olarak gözetim pratiklerinin her geçen yıl farklılaşarak tekrar tekrar şekillenebileceğini göstermektedir. Bu bağlamda sorulması gereken soru ise “Olacaklara ne kadar hazırız?” olacaktır.

Medya ve kadın gözetimi, kadınların toplum içindeki yerini ve temsilini önemli ölçüde etkileyen bir konudur. Medya, kadınlar üzerinde hem doğrudan hem de dolaylı olarak etki yapar ve toplumun kadınlar hakkındaki algısını şekillendirir. Medya, kadınları belirli cinsiyet rolleri ve stereotiplerle sık sık temsil eder. Kadınlar sıklıkla bakım veren, duygusal veya cinsel nesnelere olarak gösterilirler. Bu tür stereotipler, kadınların toplum içindeki yerini sınırlayabilir ve eşitsizliğe katkıda bulunabilir. Medya, kadınları cinsel nesnelere olarak nesneleştirme eğilimindedir. Cinsellik ve vücut imajı medya üzerinden çok sık vurgulanır ve kadınlar, sıklıkla bu cinsel nesneleştirme sürecinin kurbanı olurlar. Bu, kadınların kendine saygılarını etkileyebilir ve cinsel şiddete karşı hassas hale getirebilir. Medya, kadınlar üzerinde ideal bir fiziksel görünümün baskısını artırabilir. Moda dergileri, televizyon reklamları ve sosyal medya, kadınların vücutlarını

mükemmel hale getirme konusunda büyük bir baskı oluşturur. Bu, yeme bozuklukları ve düşük özsaygı gibi sorunlara yol açabilir. Medya, kadınların toplumsal ve siyasi meselelerde daha az görünür olmalarına yol açabilir. Medyada daha az temsil edilmeleri, kadınların görünürlüğü ve etkilerini azaltabilir.

Kadınlar, medyada sıklıkla negatif veya suçlu olarak temsil edilirler. Şiddet haberlerinde, kadınlar kurbanlar olarak sıkça gösterilir. Bu, kadınların güvensizliğini artırabilir ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini pekiştirebilir. Medya, kadınlar arasında güzellik, kariyer veya yaşam tarzı gibi konularda rekabeti körükleyebilir. Bu, kadın dayanışmasını zayıflatabilir ve kadınlar arasında düşmanlığa yol açabilir.

Kadın gözetimi, medyanın kadınlar üzerindeki etkilerini anlamak ve eleştirmek için önemli bir konudur. Medyanın kadınları daha güçlü ve eşit bir şekilde temsil etmesi, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin azaltılmasına katkı sağlayabilir. Bu nedenle, medya kuruluşları, içeriklerini daha eşitlikçi ve kadın dostu hale getirmeye çalışmalıdır. Ayrıca, medya tüketicisi olarak da daha bilinçli bir şekilde medya içeriğini değerlendirmeli ve eleştirmelidir.

Gözetim, kadınların kamusal ve özel alanlardaki deneyimlerini etkiler. Özel alanlarda, özellikle aile içinde, kadınların mahremiyeti ve özerkliği önemlidir. Ancak bu alanlarda bile kadınlar, aile üyeleri veya partnerleri tarafından izlenebilir veya denetlenebilirler. Kamusal alanda, kadınlar sıklıkla sokak tacizine veya cinsel saldırılara maruz kalabilirler, bu da onların güvenliğini ve özgürlüklerini sınırlar

Teknolojinin gelişimi, kadınların dijital gözetim altında olmalarına yol açabilir. İnternet ve akıllı telefonlar gibi teknolojiler, kadınların çevrimiçi olarak izlenmesine ve mahremiyetlerinin ihlal edilmesine olanak tanır. Özellikle eski veya şiddet eğilimli partnerlerin dijital araçları kullanarak kadınları izlediği durumlar sıkça görülür.

Gözetim toplumu terimi, Fransız düşünür Michel Foucault'un "Gözetim ve Cezalandırma" kitabında ve daha sonra birçok akademik çalışmada ele alınmış bir kavramdır. Bu terim, modern toplumdaki gözetim ve denetim biçimlerini anlatmak için kullanılır. Michel Foucault, "Gözetim ve Cezalandırma" adlı eserinde, geleneksel toplumların hükümetin fiziksel varlığına dayalı denetim biçimlerinden farklı olarak modern toplumların "gözetim toplumu" olarak tanımladığı bir yapı oluşturduğunu öne sürer. Gözetim toplumu, panoptikon ve benzeri gözetim mekanizmalarının yaygınlaşmasıyla karakterizedir. Bu toplumda, insanlar sürekli olarak izlenir ve denetlenirler, bu da onların davranışlarını kontrol altında tutar.

Gözetim toplumu, fiziksel mekanlardan çok semboller, dil ve görsel medya yoluyla insanların izlenmesini içerir. Medya, bu izleme sürecinde önemli bir rol oynar çünkü haberler, televizyon, internet ve diğer medya araçları aracılığıyla bilgilerin dolaşımını hızlandırır. Bu da bireylerin sürekli bir gözlem altında oldukları hissini yaratır.

Gözetim toplumu aynı zamanda bilgi toplumu ile de sık sık ilişkilendirilir. Bilgi teknolojileri, bireylerin davranışlarını analiz etme ve profil oluşturma yetenekleri sunar. Bu, ticari şirketlerin

müşteri tercihlerini anlamalarına ve hükümetlerin vatandaşları izlemelerine olanak tanır.

Bir diğer önemli özellik ise disiplin ve itaatin artmasıdır. Foucault, gözetim toplumunda bireylerin kendi davranışlarını otosansüre tabi tuttuklarını ve normlara uygun davrandıklarını açıklar. Bu toplum, bireylerin içselleştirdiği normlar ve kurallar üzerine kurulmuştur.

Michel Foucault, "Gözetim ve Cezalandırma: Doğuştan İnalanmış Gözetim" adlı eserinde, modern toplumun "gözetim toplumu" olarak tanımladığı bir yapıyı detaylı bir şekilde inceler (Foucault, 1975). Gözetim toplumu, özellikle 18. yüzyıldan itibaren geleneksel denetim biçimlerinin yerini alarak, insanların davranışlarını nasıl kontrol ettiğimizi ve izlediğimizi açıklar.

Bu kavram, Panoptikon ismini verdiği bir gözetim modeline dayanır. Panoptikon, bir merkezi gözetleyici noktanın etrafında hücrelerin yer aldığı bir yapı olarak tasvir edilir. Gözetlenenler, bu merkezi kuledeki gözetleyici tarafından izlenirler, ancak ne zaman izlendiklerini bilemezler. Sonuç olarak, insanlar sürekli bir gözetim altında oldukları hissine kapılırlar ve bu his, davranışlarını kontrol altında tutar.

Foucault'a göre, gözetim toplumu, bu panoptikon modelinin sembolik bir genişlemesi gibidir. Toplumda insanlar, hem devlet hem de diğer kurumlar tarafından sürekli olarak izlenirler ve bu izleme süreci onların davranışlarını şekillendirir. Medya, bu izleme sürecinde önemli bir rol oynar çünkü haberler, televizyon, internet ve diğer medya araçları aracılığıyla bilgilerin dolaşımını

hızlandırır. Bu da bireylerin sürekli bir gözlem altında oldukları hissini yaratır ve onları kendi davranışlarını otosansüre tabi tutmaya yönlendirir (Lyon, 1994).

Gözetim toplumu, aynı zamanda bilgi toplumu ile de ilişkilidir. Bilgi teknolojileri, bireylerin davranışlarını analiz etme ve profil oluşturma yetenekleri sunar. Bu, ticari şirketlerin müşteri tercihlerini anlamalarına ve hükümetlerin vatandaşları izlemelelerine olanak tanır. Ancak, gözetim toplumu aynı zamanda bireylerin kendi davranışlarını otosansüre tabi tuttıkları bir yapıyı da işaret eder (Foucault, 1975).

Sonuç olarak, gözetim toplumu kavramı, modern toplumun gözetim ve denetim biçimlerini anlamak için önemli bir teorik araçtır. Medyanın bu gözetim sürecindeki rolü, bireylerin davranışları ve toplumsal normlar üzerindeki etkileri göz önüne alındığında, bu konu oldukça önemlidir. Gözetim toplumu, toplumun nasıl izlendiğini, kontrol edildiğini ve bireylerin bu sürece nasıl dahil olduğunu anlamak için önemli bir teorik çerçeve sunar.

Küresel panoptikon kavramı, gözetim, izleme ve denetim sistemlerinin küresel boyutta nasıl işlediğini ifade etmek için kullanılan bir terimdir. Bu kavram, günümüzdeki teknolojik gelişmeler, uluslararası ilişkiler, hükümetler arası işbirliği ve siber güvenlikle ilgilidir.

Küresel panoptikon, dünya genelindeki gözetim ve izleme sistemlerini ifade eder. Bu sistemler, ülkeler arası sınırları aşarak insanların iletişimlerini, davranışlarını ve faaliyetlerini izlemeyi

amaçlar. Dijital teknolojilerin gelişimi, bu izleme süreçlerini daha da etkin hale getirmiştir. Küresel panoptikonun temel bileşenlerinden biri, internet üzerinden gerçekleşen dijital gözetimdir. Uluslararası istihbarat ajansları ve teknoloji şirketleri, çevrimiçi etkileşimleri izler, verileri toplar ve analiz eder. Bu, bireylerin çevrimiçi davranışlarını, iletişimlerini ve faaliyetlerini kaydedilmesine neden olur. Küresel panoptikonun bir diğer yönü, siber güvenlik ve siber saldırılarla ilgilidir. Devletler ve siber suç örgütleri, dijital alanda izleme ve casusluk faaliyetlerini artırırken, aynı zamanda siber saldırılarla karşıtlarına zarar vermeye çalışır. Bu, küresel panoptikonun güvenlik ve tehlike arasındaki ince çizgiyi temsil eder. Küresel panoptikon, ülkeler arası işbirliği ve istihbarat paylaşımını da içerir. İnsanların ve kuruluşların faaliyetlerini izlemek için uluslararası anlaşmalar ve işbirliği çerçeveleri oluşturulmuştur. Bu, uluslararası ilişkilerde karmaşık bir boyut oluşturur. Küresel panoptikon, bireylerin mahremiyeti konusunda önemli endişelere yol açar. Kişisel verilerin toplanması ve depolanması, mahremiyetin ihlal edilmesine neden olabilir. Bu, bireylerin özgürlükleri ve hakları açısından bir tehdit oluşturur.

Küresel panoptikonun toplumsal ve politik etkileri büyüktür. Bireylerin kendilerini ifade etme özgürlükleri sınırlanabilir ve toplumsal hareketlerin denetlenmesi daha kolay hale gelir. Aynı zamanda, bu sistemler, terörle mücadele ve güvenlik gerekçesiyle savunulsa da birey hakları ve demokratik değerlerle çatışabilir. Küresel panoptikon, modern dünyanın karmaşık bir gerçeği olarak karşımıza çıkar. Teknolojinin ilerlemesi ve

uluslararası güvenlik tehditlerinin artması, bu tür izleme ve gözetim sistemlerinin büyümesine neden olur. Bu, bireyler ve toplumlar için önemli etik ve hukuki sorunları beraberinde getirir ve dengeli bir şekilde ele alınması gereken bir konudur.

Sonuç

Genel bir perspektif ile gözetim toplumun analizi; beşerî faktörlerden sıyrılmadan, teknolojik determinizm ile gözetim, denetim ve geniş bir ölçütte de toplumsal ve kitle yığınlarına yönelik pratik ve egemenlik yapıları arasındaki bağlantısal ilişkileri açıklayarak ele alınarak sağlanmalıdır.

Enformasyon kavramı süreli olarak gücü ve iktidarı ifade etmiştir. Bu güç ve iktidara sahip olanlar, söz konusu olguya sahip olma veya geniş bir ölçütte ele geçirme, muhafaza etme endişesi ile karşısında durdukları her tür olguya üstünlük sağlama çabası içerisinde olmuşlardır. Ancak bazı kuramcılara ve alan araştırmacılara göre tartışılan durum, bu çabanın artık sona ermekte olduğudur. Söz konusu araştırmacılara göre, iletişim teknolojilerinin sunduğu avantajlar ile günümüz enformasyonu bir imtiyaz olmaktan çıkmış ve bilgiye ulaşmanın yolu da herkese açılmıştır.

Gözetim toplumu içerisindeki gözetiminin denetimi; elde edilen verilerin analizini gerçekleştirerek toplanan verilerin amaca uygun olarak seçilen hizmetin değerlendirildiği bölümdür. Gözetimin farklı alanlardaki eylemlerinin çoğalması ve özellikle de gündelik hayattaki otoritesini sağlaması, gelişen iletişim ve enformasyon teknolojilerinin otorite ve iktidar biçimleriyle oluşturduğu paydaşlık durumunun bir göstergesidir. Bu

durum, ilerleyen süreçlerde ise kendisini gözetim toplumunun kurumsallaşması sonucu ile gösterebilecektir. Gözetim teknolojileri her ne kadar rızaya dayanarak işleyiş sağlasa da, söz konusu bu süreç özel hayatın mahremiyetini ortadan kaldırmaktadır. Bireylerin bu gözetime gönüllü katılımları sağlanarak, George Orwell'in ünlü ifadesi ile birlikte Büyük Birader'in Gözü her yerdedir. Her an bizleri izlemekte, eylemlerimi biçimlendirmekte ve denetlemektedir. Bu mahremiyet alanları ile birlikte özellikle gelişmekte olan ülkeler bağlamındaki kadın faktörü ve söz konusu kadın faktörleri üzerindeki etkileyici biçimindeki mahremiyet alanları, farklı çalışma alanlarını da oluşturmaktadır.

Söz konusu farklı yönler ve dönüşümler modernizm ile kendini panoptikon metaforuna sarılarak asimetrik gözetim ile ifade etmektedir. Bu ifade ediliş biçimi ile gözetimin son halkası olan omniptikon metaforu iktidarın denetsel işlevini de gizlemiştir.

Bentham perspektifi üzerinden yapılan literatür taraması ile birlikte, gözetim toplumunun yükselişi ve salt bir biçimde de "küreselleşen panoptikon" kavramı modernizm ve post modernizm kavramları üzerinden yorumlanmıştır. Tüm bu doğrultular ile birlikte çalışma; gözetimin küreselleşme dinamikleri ile ortaya çıkardığı dinamiklerin uyumlu gelişim ve dönüşüm unsurlarını yeniden ürettiği sonucuna ulaşmıştır. Ortaya çıkan bu dinamikler ise elde edilen bulguların neticesinde yeni toplumsal çalışmaların da alt yapısını oluşturmaktadır. Özellikle kadın çalışmaları ve mahremiyetin özel ve etki alanlarında farklı

kulvarlar açmaktadır. Tüm bu doğrultuda öznel olarak ifade edilen kavramların bu çerçevede karşılığı kadın unsurları bağlamındaki yeni tartışma konularıdır.

Kaynakça

- Bauman, Z. & Lyon, D. (2013). Akışkan Gözetim. (Çev. Elçin Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dolgun, U. (2004). Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(2), 55-74.
- Dolgun, U. (2008). Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- European Data Protection Supervisor (EDPS), (2019). Privacy and Data Protection in Smart Cities: A European Perspective. Opinion: 5 / 2019.
- Foucault, M. (2015). İktidarın Gözü. (Çev. I. Ergüden). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 4. Baskı.
- Fuchs, C. (2016). Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş. (Çev. D. Saraçoğlu & İ. Kalaycı) Ankara: Renas Yayıncılık.
- Giddens, A. (2008). Ulus, Devlet ve Şiddet. (Çev. C. Atay). Yer Belirtilmemiş: Kalkedon Yayınları.
- Karakehya, H. & Usluadam, A. K. (2016). Neden Gözetl(en)iyoruz. *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 3 (2), 187-200, Prof. Dr. Akar Öcal Armağanı.
- Lyon, D. (2017). *Surveillance Studies an Overview*. John Wiley & Sons.
- Penney, J. (2017). Dismantling the Panopticon: Privacy, User Agency, and the Reconfiguration of Surveillance. *Surveillance & Society*, 15(3/4), 478-495.

- Rule, J. B. & tüfekçi Z. (2018). The Politics of Big Data Surveillance. *First Monday*, 23(7).
- Solove, D. J. (2013). *Understanding Privacy*. Harvard University Press.
- Tosun, C. M. (2015). Gözetleyenin Hukuku. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 224.
- Tümurtürkan, M. (2010). Gündelik Hayatın Gözetimi: Panoptikon Toplumu. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 3(2), 1-19.

MEDYA VE KADIN

EDİTÖRLER
BÜNYAMİN AYHAN - ENES BALOĞLU



T tablet kitabevi