

T.C.

BEYKENT ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

MEDYA VE İLETİŞİM ANABİLİM BİLİM DALI

MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ PROGRAMI

**ALTERNATİF MEDYA BAĞLAMINDA KADIN
ODAKLI HABERCİLİK: BİANET ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan:

Gözde Aktekin

İSTANBUL, 2019

T.C.

BEYKENT ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

MEDYA VE İLETİŞİM ANABİLİM BİLİM DALI

MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ PROGRAMI

**ALTERNATİF MEDYA BAĞLAMINDA KADIN
ODAKLI HABERCİLİK: BİANET ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan:

Gözde Aktekin

Öğrenci No:

165595003

Danışman:

Doç. Dr. Mine Demirtaş

İstanbul, 2019

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “ALTERNATİF MEDYA BAĞLAMINDA KADIN ODAKLI HABERCİLİK: BİANET ÖRNEĞİ” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım...../...../.....

Aday: Gözde AKTEKİN

TEŞEKKÜRLER

“Alternatif Medya Bağlamında Kadın Odaklı Habercilik: Bianet Örneği” adlı yüksek lisans tezimi tek başıma yazsam da bu çalışmanın ortaya çıkmasında yanımda olan değerli hocalarımla ve kıymetli ailemin katkısı çok büyüktür. Bu sebeple teşekkür etmeden geçemeyeceğim kişilerin burada adını anmak isterim.

Araştırma yapmak istediğim alanda özgürce çalışmamı destekleyen ve yazım sürecinde yol gösteren danışman hocam Doç. Dr. Mine Demirtaş’a, araştırmama katkı olarak görüş ve deneyimlerini aktaran tüm gazeteci ve akademisyenlere, çalışmamda görüşüne yer verdiğim, tezimi destekleyen Bianet ‘Kadın’ editörü Evrim Kepenek’e, yürüdüğüm yolda moral kaynağım olan sevgili Hakan İpek’e, beni ben yapan ve bu noktaya taşıyan, yaşamım boyunca eğitimime verdikleri sonsuz destek için annem Sevinç Aktekin, babam Gürsel Aktekin ve anneannem Sabiha Odabaşıoğlu’na hayattaki varoluş değerlerimi bana kattıkları için sonsuz teşekkürlerimle.

Adı ve Soyadı: Gözde Aktekin

Danışmanı: Doç. Dr. Mine Demirtaş

Türü ve Tarihi: Yüksek Lisans, 2019

Alanı: Medya ve İletişim Sistemleri

Anahtar Kelimeler: Bianet, kadın odaklı habercilik, alternatif medya, toplumsal cinsiyet, feminist teori.

ÖZ

ALTERNATİF MEDYA BAĞLAMINDA KADIN ODAKLI HABERCİLİK: BİANET ÖRNEĞİ

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kadının ikincil konumda temsil edilişi ataerkil sistem üzerinden üretim yapan ve devamlılığına katkı sağlayan medya, eşitsizlik ve ayrımcılığın mücadelesi anlamında incelenmesi gereken önemli unsurlardan biridir.

Medyada bulunan cinsiyet ayrımcılığına dair mücadele ile ilgili birçok yöntem bulunmaktadır. Bu bağlamda, kadınların kendi medyalarını yaratması önemli bir mücadele alanı olmuştur. Alternatif medya, ana akım medyada temsil edilmeyenlerin seslerini duyuran üretim sürecinin demokratik ve kolektif olduğu ana akım medyanın aksine, üretim sürecinde dinleyici/izleyici/okuyucu katılımlı yaklaşımı ve kar odaklı olmayan hiyerarşik kurum kültüründen uzak bir mecradır. Alternatif medya, geleneksel medyanın cinsiyete dayalı eşitsiz yapısına etkin bir alternatiflik sunma konusunda güçlü bir sisteme sahiptir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, kadın odaklı habercilik bağlamında Bianet.org ‘kadın’ web sitesini alternatif medya örneği olarak araştırılması, ana akım medyanın cinsiyetçi ve eril tutumuna alternatif olup olmadığının incelenmesidir. Araştırmada yöntem olarak betimleyici analiz yöntemi uygulanmış, bianet.org ‘kadın’ bölümü editörü ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

Name and Last Name: Gözde Aktekin

Supervisor: Associate Prof. Mine Demirtaş

Type and Date: Masters, 2019

Area: Media and Communication Systems

Keywords: Bianet, woman focused journalism, alternative media, social gender, feminist theory.

ABSTRACT

WOMAN FOCUSED JOURNALISM IN THE CONTEXT OF ALTERNATIVE MEDIA: BIANET EXAMPLE

The media, which performs productions via the paternal system and continually contributes to social gender inequality and women's representation in second place is one of the important elements that needs to be investigated as part of inequality and discrimination.

There are various methods related to the fight against gender discrimination found in the media. In this context, women creating their own media has been an important area of challenge. Alternative media is a channel that makes those not represented in the mainstream media heard, where the production process is democratic and collective and as opposed to the mainstream media that has an approach that integrates listener/viewer/reader participation in the production process and that is not profit focused and far from the organizational hierarchy. Alternative media has a strong structure in providing an alternative to the traditional media's unequal structure based on gender. In this context, the aim of the study is to research the Bianet.org "women's" website in the context of women focused journalism as an alternative media sample, and whether it is an alternative to the gender discriminatory and paternal attitude of the mainstream media. In this study, a method of descriptive analysis is applied and face-to-face interviews are conducted with the editor of bianet.org "women's" department.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	i
ABSTRACT.....	ii
TABLO, ŞEKİL VE FOTOĞRAFLAR LİSTESİ.....	vi
KISALTMALAR	vii

GİRİŞ	1
-------------	---

BİRİNCİ BÖLÜM ALTERNATİF MEDYANIN YAPISI

1. ALTERNATİF MEDYA KAVRAMI VE TANIMLARI.....	6
2. ALTERNATİF VE ANA AKIM MEDYANIN TÜRKİYE’DE TARİHSEL GELİŞİMİ	9
2.1. Ana Akım Medya İle Alternatif Medya Arasındaki Farklar.....	12
3. ALTERNATİF MEDYAYA KURAMSAL YAKLAŞIMLAR.....	15
3.1. Yurttaş Gazeteciliği	18
3.2. Hak Haberciliği.....	19
3.3. Barış Gazeteciliği.....	21
3.4. Radikal Medya	23
3.5. Topluluk Medyası	24
3.6. Yerel Medya	25
3.7. Otonom Medya	26
3.8. Gerilla Medya	27
4. ALTERNATİF MEDYA YAKLAŞIMLARI	28
4.1. Topluluğa Hizmet Medyası	29
4.2. Ana Akım Medyaya Bir Alternatif Olarak Alternatif Medya.....	31
4.3. Sivil Toplum Bağlamında Alternatif Medya	34

4.4. Rizom (Köksap) Olarak Alternatif Medya	34
5. ALTERNATİF MEDYANIN YENİ TOPLUMSAL HAREKETLERLE İLİŞKİSİ	37

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN ODAKLI HABERCİLİK VE TOPLUMSAL CİNSİYET

1. HABER	42
2. HABERCİLİK	43
3. TÜRKİYE’DE HABER VE HABERCİLİK	44
4. TOPLUMSAL CİNSİYET VE MEDYA	50
5. FEMİNİST TEORİ BAĞLAMINDA ALTERNATİF OLUŞUMLARDA FEMİNİST MEDYA.....	56
5.1. Liberal Feminizm.....	60
5.2. Marksist Feminizm	63
5.3. Varoluşçu Feminizm.....	65
5.4. Radikal Feminizm.....	66
5.5. Psikoanalitik Feminizm	68
6. İKİNCİ VE ÜÇÜNCÜ DALGA FEMİNİZM BAĞLAMINDA MEDYA	71
7. ALTERNATİF OLUŞUMLAR BAĞLAMDA DÜNYA’DA VE TÜRKİYE’DE ALTERNATİF FEMİNİST MEDYA.....	73
8. MEDYADA PATRİARKAL (ATAERKİL) YAPIYA KARŞI: KADIN ODAKLI HABERCİLİK	78

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN ODAKLI HABERCİLİK ÖRNEĞİ: BİANET

1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	83
2. BAĞIMSIZ İLETİŞİM AĞI’NIN KURULUŞU VE TEMEL NİTELİKLERİ.....	85
3. ELDE EDİLEN VERİLER: KADIN ODAKLI HABERCİLİK BAĞLAMINDA; BİANET ‘KADIN’ VE BİANET ‘KADIN’ EDITÖRÜ İLE YÜZ YÜZE GÖRÜŞME	93

4. BİANET ‘KADIN’ BÖLÜMÜ WEB ANALİZİ.....	109
4.1. Bianet ‘Kadın’ Bağlamında Genel Görünüm Ve Alt Bölümler	111
4.2. İçerik	115
4.3. Tasarım	119
 SONUÇ	121
KAYNAKÇA.....	129
İNTERNET KAYNAKLARI.....	136
EKLER	139
EK-1 Bianet.org ‘Kadın’ Bölümü Editörü İle Yüz Yüze Görüşme Soru Formu	139
EK-2 Web Sitesinden Görseller.....	141
ÖZGEÇMİŞ	148

Tablo 1: Unterscheidungsmerkmale Zwischen Messenmedien Und Alternativen Medien	7
Tablo 2: Genel/Geçer Gazetecilik İle Barış Gazeteciliğinin Karşılaştırılması	21
Tablo 3: Alternatif ve Radikal Medyanın Bir Tipolojisi	23
Tablo 4: Dört Kuramsal Yaklaşımın Konumlanması	29
Tablo 5: Topluluğu Tanımlamak	30
Tablo 6: Topluluğun Erişimi Ve Katılımı.....	31
Tablo 7: Alternatif Medyayı Tanımlamak	33
Tablo 8: Alternatif Medyaya (AM) Dört Kuramsal Yaklaşım	36
Tablo 9: BİA2 Projesi Kapsamında Haberler İçeriklerinde Kadınlarla İlgili Haber Sayısı.....	80
Şekil 1: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası (Üst bölüm)	112
Şekil 2: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası (Orta kısım 1)	113
Şekil 3: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası (Orta kısım 2)	113
Şekil 4: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası (Orta kısım 3)	114
Şekil 5: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası (Son kısım)	114
Şekil 6: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Erkek Şiddeti Çetelesi(Üst Kısım)	116
Şekil 7: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Erkek Şiddeti Çetelesi(Orta kısım 1)	117
Şekil 8: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Erkek Şiddeti Çetelesi(Orta kısım 2)	118
Şekil 9: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Erkek Şiddeti Çetelesi(Son kısım)	118
Şekil 10: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası HTML Kodlama ve Tasarım	120
Şekil 11: Bağlantılar	145
Şekil 12: Şiddete Uğrarsanız Bölümü	146
Şekil 13: Kadın Bölümünün Tüm Alt Bölmeleri	146

KISALTMALAR

AB: Avrupa Birliği

AKT: Aktaran

AMPG: Alternatif Medya Küresel Projesi

BİA: Bağımsız İletişim Ağı

BİANET: Bağımsız İletişim Ağı'nın haber portalıdır.

BKZ: Bakınız

EİHDR: Avrupa Birliği'nin İnsan Hakları ve Demokrasi İnişiyatifi

IPS: Inter Press Service

KSGM: Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü

LGBTİ: Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Transgender ve İnterseks

MESAM: Türkiye Musiki Eseri Sahipleri Meslek Birliği

MÜYAP: Müzik Yapımcıları Derneği

PM: Program retim Merkezi

RTÜK: Radyo ve Televizyon st Kurulu

TMMOB: Türk Mimar Ve Mühendis Odaları Birliği

TTB: Türk Tabipler Birliği

V.D: Ve Diğerleri

GİRİŞ

Bu çalışma konusunun seçimindeki temel neden, araştırmacının ana akım medyada yerleşmiş olan ataerkil sistemin kadın olgusuna karşı eril söylem ve bakış açısıyla her gün yeniden üretilmesine ve devamlılığına katkı sağlamasından doğmaktadır.

Kadın hareketleri ve feminist teori oluşumuyla birlikte kadınlar, ana akım medyada söz hakkı bulamadıklarından dolayı temsil ediliş biçimlerinin erkek egemen sistemin paralelinde ikincil konuma getirilmeleri sebebiyle kendi medyalarını yaratmışlardır.

Kadınların yarattıkları bu medya, alternatif bir feminist medya olmanın yanı sıra kadın odaklı haberciliğin ön plana çıktığı ve kavramlaştığı mecralar haline gelerek tüm dünyada yayılmaya ve çeşitlenmeye başlamıştır.

Yirmi birinci yüzyılda gelişen teknoloji ile iletişim mecraları da birçok değişime ve gelişime uğramıştır. Bu doğrultuda medya, yaşamımızın birçok noktasında etkin rol üstlenici konumuna gelmiştir. Basılı ve görsel medyanın (televizyon, dergi, gazete vb.) yanı sıra web 2.0'ın 2004 yılında hayata geçmesiyle birlikte, sosyal medya ve bunu takip eden dönemde de alternatif medya kullanılmaya başlanmıştır. Geleneksel medyanın aksine web 2.0'ın oluşturduğu medya düzlemi, karşılıklı etkileşimi olağan duruma ulaştırmıştır. Alternatif medyada, kamusal olaylar doğrudan toplumun geribildirim yapabildiği, katılımcı olabildiği kolektif bir boyut almıştır.

Bianet.org web sitesi “kadın” bölümünün, kadın odaklı habercilik yaptığı ön görüşü ile alternatif medyanın tüm temel kuramlarının paralelinde ana akım medyada hakim olan cinsiyetçi ve eril sisteme ne şekilde bir alternatiflik sunulabileceği ve kadın odaklı haberciliğin bu bağlamda ne şekilde yapılabileceği bu çalışmanın ana konusu olmuştur.

Ana konu perspektifinde Bianet “kadın” web sitesinde feminist alternatif bakış açısına sahip kadın odaklı haberciliği temel alan alternatif medya örneği olarak ele

alınması tezin konusunu oluşturmaktadır. Bu konunun seçimindeki temel problem, medyadaki cinsiyetçi ve ataerkil tutumdur. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğini birçok kurum yeniden üretilip devamlılığı sağlanmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yaygınlaştıran ve bu konuda sosyolojik temellendirme konusunda güçlü olan kurumların arasında medya büyük bir pay sahibidir.

Ana akım medyadaki kadınlara yönelik hak ihlaline ve eşit olmayan temsillere karşı neler yapılabileceği konusuna birçok yanıt vermek mümkündür. Bu cevaplardan sadece bir tanesi olan hak odaklı habercilik kavramı üzerinde temellenen ve kadın odaklı habercilik kavramıyla birlikte hak odaklı haberciliği ana akım medyanın habercilik anlayışından uzak biçimde okuyucu/izleyici/dinleyici katılımlı olarak sunan alternatif medyadır. Böylece bu çalışmada alternatif medya bağlamında kadın odaklı haberciliğin en etkin olarak ortaya koyduğu varsayılan Bianet “Kadın” üzerinden somutlaştırılarak bu araştırma oluşturulmuştur.

Bu çalışmada alternatif medya tarihsel gelişimi, kuramsal yaklaşımları, ana akım medya ile arasındaki farklılıkları; Türkiye’de alternatif ve ana akım medyanın tarihsel gelişimi ve yeni toplumsal hareketler ile alternatif medyanın ilişkisi betimleyici analiz yöntemi çerçevesince irdelenmiştir. Alternatif medyanın hangi koşullarda ortaya çıktığı ve ana akım medyaya karşı alternatif olarak doğan “alternatif” medyanın gelişimi, oluşumu ve ayrıntılı kuramsal temellendirmeleri bu çalışmanın ilk bölümünü oluşturmaktadır.

İkinci bölümden itibaren bu çalışmanın da dayanak noktalarından olan kadın odaklı habercilik ve toplumsal cinsiyet; feminist teori bağlamında alternatif feminist medya; Türkiye’de ve dünyada ki yansımaları tarihsel ve kuramsal boyutta ayrıntılı bir şekilde incelenmektedir. Feminist düşüncenin medya bağlamında ve akademik anlamda zirveye taşındığı ve önemli çalışmalar yapılarak bugünün alternatif feminist medyasını ve feminist düşünce sistemini şekillendiren ikinci dalga feminizm ve bu bağlamda medya irdelenmiştir. Bu çalışmanın temel yapı taşı olan kadın odaklı habercilik, tüm özellik kuram ve kavramlarıyla; ataerkil yapıya karşı: kadın odaklı habercilik başlığında araştırılmış ve kadın odaklı haberciliğin geleneksel medyada

yayılması ve habercilik standartları içerisinde kalıcı olarak nasıl yer alabileceği konuları incelenmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde bu tezin ana konusunu oluşturan bianet.org web sitesinin kadın odaklı habercilik özelliğini yansıtır yansıtmadığı sorularına cevap aranmıştır. Bu bağlamda öncelikle Bağımsız İletişim Ağının ve BİA projeleri kapsamında “vitrin” konumundaki bianet.org kuruluşu, temel nitelikleri, özellikleri ve maddi finansmanları derin bir şekilde irdelenmiştir. Bianet.org ‘kadın’ bölümü editörü ile ‘kadın odaklı habercilik ve Bianet üzerine yüz yüze görüşme tekniği uygulanarak bu bağlamda Bianet derinlemesine araştırılıp Bianet’in kadın odaklı haberciliği uygulayıp uygulamadığı ve alternatif feminist medya bağlamında kadın odaklı habercilik değeri taşıyıp taşınmadığı sorusuna cevap aranmıştır. Son olarak nitel web analiz yöntemi kullanılarak bianet.org “kadın” bölümü; genel görünüm, alt bölümler, içerik ve tasarım başlıkları altında değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada; alternatif medyada kadın odaklı habercilik, alternatif medyanın kuramsal boyutu başta olmak üzere; alternatif medya oluşumuna ve devamlılığına, toplumsal cinsiyet kavramına, Türkiye’de haber ve habercilik konusunda kuramsal boyuta ve son olarak kadın odaklı haberciliğin bir alternatif medya organı olarak Bianet üzerinden nasıl ele alındığı incelenecektir.

Bu çalışmanın amacı, mevcut ana akım medyadaki ‘kadın’ haberlerinin eril sistem üzerinden verilmesinin aksine, alternatif medya organlarında kadın odaklı haberciliğin ‘kadın’ haberlerinde ön planda tutulmasını ve temsil biçimlerini inceleyerek Bianet üzerinden somut olarak ortaya konulacaktır.

Çalışmanın hipotezi; alternatif medyada üretilen haberlerde kadın odaklı habercilik yapılmaktadır. Alternatif medyada üretilen haberlerin içeriklerinde kadın haberleri, ataerkil söylemler ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini destekleyici içerikler üretmez. Kadınları; kamusal ve özel alanda eşit biçimde özne olarak, temsil etmektedir. Bianet örneği bağlamında, Bianet ürettiği haberlerde kadın odaklı habercilik yapmaktadır.

Çalışmanın evreni alternatif medya olup, örneklem olarak Bianet seçilmiştir. Bianet'in örneklem olarak seçilmesinin nedeni ise kadın odaklı habercilik üretimidir. Bu anlamda oluşturdukları projeler kapsamında "kadın odaklı habercilik" yayınları ve atölye çalışmalarıdır.

Çalışmanın yöntemi olarak "betimsel analiz" ve "yüz yüze görüşme" kullanılacaktır. Betimsel analiz; bulunan verilerle ve planlanan başlıklar altında özetlenip yorumlanır.

Çalışmanın bir takım sınırlılıkları vardır. Sınırlılıkların ilki; alternatif medya bağlamında kadın odaklı habercilik perspektifine sahip, alternatif medya örneği olarak bianet.org 'kadın' Web Sitesi'nin faaliyetleriyle sınırlı olmasıdır. Diğer sınırlılık ise bianet.org web sitesinde araştırılan dönemdeki içerik ve yüz yüze yapılan görüşmede, dönemin 'kadın' bölümü editörünün görüşleri de sınırlılık oluşturmaktadır. Araştırmanın evreni coğrafi açıdan Türkiye'dir. Araştırmanın zamanı; bugünkü alternatif medya platformudur.

Bu çalışmada yapılan araştırmalar sonucunda çıkan temel bulgular şunlardır;

- Ana akım medyanın cinsiyetçi ve kadın temsilde eşit olmayan tutumunun aksine bir alternatif olarak kadın odaklı haberciliğin esas temellerine uygunluk sağlayarak cinsiyet eşitsizliğindeki mücadelede önemli bir sisteme sahip olması,
- "Bianet.org"'nin kadın odaklı habercilik yaptığı ve feminist bakış açısına sahip alternatif medya olarak nitelendirilebileceği,
- Literatürde olan kadın odaklı habercilik, feminist ve alternatif medya yapısına ve özelliklerinin birçoğuna sahip olduğu,
- Fakat web sitesinde kadın haberlerinin yer aldığı bölümün 'Kadın-LGBTİ' olarak ele alınmasında dolayı eleştirilmiştir. Kadın ve LGBTİ kavramları habercilik anlamında farklı ve kendi içlerinde bire bir ele alınması gereken konulardır. Bianet ana sayfasında bulunan sekmelerde bu iki başlığın bir birinden ayrı verilmesi

gerekmektedir. Söz konusu sekme incelendiğinde, kadın haberlerinin ağırlıkta olduğu ve LGBTİ haberlerine gündeme bağlı olarak nadir yer verildiği görülmüştür.

- Bu çalışma sonucunda, kadın odaklı haberciliğe ve feminist bakış açısına sahip bir alternatif medya örneği olarak değerlendirilen Bianet.org Web Sitesi'nin geleneksel medyadaki toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı etkin bir mücadele verdiği gözlenmiştir. Kadın odaklı haberciliğin uygulanmasında önemli bir potansiyele sahip olduğu ve kadın odaklı haberciliğin yaygınlaşması için çeşitli çalışmalar yapmasıyla da kadın odaklı habercilik ve feminist alternatif medya niteliğini tam anlamıyla taşıdığı değerlendirilmiştir. Böylece bu araştırma sonucunda, yukarıda belirtilen verilerin paralelinde bu niteliklere sahip alternatif medya oluşumlarının artması ve medyanın toplumsal cinsiyet eşitliği, kadın odaklı habercilik perspektifine sahip bir oluşuma dönüşmesi amacıyla mücadele eden tüm kurum, birey ve akademik çalışmalara yani tüm insanlığa bilgiler sunacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ALTERNATİF MEDYANIN YAPISI

1. ALTERNATİF MEDYA KAVRAMI VE TANIMLARI

Sosyal, demokratik, ekonomik gelişimini sağlayamayan devletlerde siyasi ve ekonomik çıkarların birçok kavramdan üstün tutulması, bu tür devletlerin basın özgürlüğünü zedelemektedir. Demokrasi alanında gelişim sağlayamamış bu ülkeler de basın, medya ve gazetecilik kavramları yalnızca birer sözcük olarak varlığını korurken bu anlamda somut bir işleyiş göstermemektedir. Altschull, bu koşullarda özgür medyanın varlığının mümkün olmayacağını, basının ekonomik ve siyasi gücü elinde tutan kesimlerin sözcüsü olduğunu belirtmiştir(Serverin/Tankart, 1994, 507’den akt. Demirtaş, 2017, 95). Halkın haber alma hakkını tam anlamıyla verecek ve siyasi oluşumlardan uzak, sermayeden bağımsız demokratik, özgür ve doğru haber alma ihtiyacı alternatif medyayı yaratmıştır.

Alternatif medya, yalnızca teknolojinin gelişimi ile ortaya çıkan yeni kitle iletişim araçlarından ibaret değildir. Alternatif medya ana akıma karşı oluşup, ana akım medyaya karşı ‘alternatif’ olmuştur. Alternatif medya, ana akım medyanın hegemonik, ataerkil, sermaye yanlısı, siyasi güçlerin güdümünde olan ve yalnızca güçlü kesimin temsil ettiği bir medya yapısına alternatif olarak doğmuştur.

Erol Mutlu ‘İletişim Sözlüğü’ isimli kitabında alternatif medyayı şu şekilde tanımlamıştır; “Yerleşik ve kurumlaşmış siya-seti (toplumda değişimi savunma veya en azından geleneksel değerlerin eleştirisi anlamında) açıkça reddeden veya ona medyadan okuyan kitle iletişim biçimleri. Bunlar “köktenci (radikal)” veya “yeraltı” iletişim araçları olarak da adlandırılırlar. Parlamenter oydaşma ve tartışmaların tamamlanmış sınırları dışında kalan siyasal ve toplumsal öğeleri temsil etmek suretiyle geleneksel iletişim araçlarına karşı bir konum alırlar”(Mutlu, 2017, 24, 25).

O’Sullivan alternatif medyayı tanımlarken, alternatif medyanın asıl amacının kamusal değişim olduğunu belirtir. Vatandaşlarının üretim süreçlerine katılımını hedeflediğini ve bu amaçların sadece üretim-içerik olmadığını belirtir. Amacın aynı zamanda örgütün yöntem ve sunuşunu da önemser. Alternatif medyanın pozitif aynı zamanda kullanışlı olduğunu belirtir(Yanikkaya/Çoban, 2014, 35).

Dorer (1995), Alternatif medyanın öne çıkan dört özelliğini tanımlamıştır, Bu özellikler;

1. İlerici alt kültürel yaban ve protesto hareketleri,
2. Alternatif kamu ve iktidar karşıtı pozisyonları aramak,
3. Kapsama ve elden çıkartma arasındaki sosyal konumlar,
4. Alternatif medya için çelişki yaratan karakteristik ama ve ekonomi

bağlantısı(Dorer, 1995, 330’dan akt. Demirtaş, 2017, 99).

Alternatif medya oluşumu olan, Liverpool Free Press yayına hayatına başlamasıyla birlikte geleneksel medyadan kedilerini ayırıcı nitelikleri şu şekilde bildirmişlerdir; “büyük bir gazete zincirinin parçası değil ve para yapmaya da çalışmıyor. Free press şuna inanıyor ki, gazeteler iş adamlarınca kar amaçlı olarak yönetildiği sürece yapılmayan haberler her zaman olacaktır, Free Press işte bu haberleri yapmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda, toplulukların, fabrika işçilerinin, kiracıların ve benzerlerinin ilginç olduğu kadar kullanışlı da bulacağı bilgiler kullanmaya çalışacaktır. Free Press herhangi bir politik partinin ya da kurumun görüşlerini temsil etmemektedir. Bu gazetede ne bir editör ne bir müdür vardır. Gazete için çalışan (bir grup maaşsız gönüllü) insanlar tarafından çıkartılmaktadır. Free Press gerçekten de farklı bir tür gazetedir”(Whitaker, 1981, 103’den akt. Yanıkkaya/Çoban, 2014, 37).

Weicher(1987) alternatif medyanın kavramı ve tanımlarını aşağıdaki tabloda belirtildiği şekilde nitelendirmiştir:

	Alternatif Medya
Ürün Yaratma Amacı	- Yerel Halkı Desteklemek/Alternatifi Tanımlamak - Bilgi Eksiklerini Azaltmak/Oryantasyon - Olayları Tarihsel Ve Toplumsal Açıdan Birleştirmek - Yatay İletişimi Kolaylaştırmak/Halk Forumu - Gündelik Sorunları Özelleştirmek

	- Eylemleri Düzenlemek/Taraf Olmak - Pratik Siyaset Yapmak - Okuyucuların Düşüncelerini Paylaşmak
Hedef Gruplar	- Ağırlıklı Olarak Yerel Marjinal Gruplar - Azınlıklar, İlgililer
Kullanım Değeri	- Bilgi/Oryantasyon/Görüş Oluşumu - Bilginin Doğruluğundan Uygulanabilirliği - İletişim Teşvik
Teknik Üretim Araçları	- Kullanımı Daha Kolay/Yarı Profesyonel
Üreticiler	- Amatör Yayıncılar/Alıcı İle İletişimcinin Birleşiminin Arttırılması
Finansman/Ekonomi	- Satış/Öz Kaynaklar/Bağış/Maliyetleri Kurtarma İlkesi
Organizasyon	- Doğaçlama/Örgütsel Sorunlar
Üretim Süreci	- Kolektif Üretim Ve Sorumluluk
Satış	- Ağırlıklı Olarak Doğrudan Dağıtım(İlişkilere Bağlı), Duruma Bağlı
Bölümler	- Özel Bölümlerin Olmaması
Dil	- Halk Dili/Gruplara Özgü
Düzenleme	- Düşük Maliyetli/Uygun, Basit
Bağlantı	- Açık
Şeffaflık	- Açık/Hazır
Geribildirim	- Direkt/Kendi Katkıları - Tartışma Forumları - Eylem Seçenekleri

	- Üretim Sürecine Katılma Olanğı
Yayınlanma Şekli	- Sadece Uzun Sürede Düzenli
İçerikler	- Somut/Günlük/Problemlerle İlgili/Yaşam Temelli - İhtiyaç Ve İlgiye Dayalı/Yorum - Somut Ütopya
Üçüncü Şahıslara	- İşlevsiz
Bağımlılık	- Bağımsız

Tablo 1: Unterscheidungsmerkmale Zwischen Messenmedien Und Alternativen Medien(Weicher, 1987, 36’dan akt. Demirtaş, 2017, 102, 103, 104).

2. ALTERNATİF VE ANA AKIM MEDYANIN TÜRKİYE’DE TARİHSEL GELİŞİMİ

Endüstriyel medyanın varoluşu ve yayılışı, yirminci ve yirmi birinci yüzyılların büyük bir bölümünü kapsamıştır. Özellikle Avrupa’nın ve Amerika Birleşik Devletlerinin önderliğinde dünyanın birçok bölgesinde firmalar ve holdingler medya endüstrisine egemen olmuşlardır. Fabrikasyon olarak kitlesel üretim ve dağıtım sistemi mevcuttur. Bu sistem aynı zamanda endüstriyel tüketimi de beraberinde getirmektedir. “Ana akım” medya kültürünün oluşumuna, gelişimine ve yaygınlaşmasına destek olmuştur.

“Geleneksel ya da ana akım medya olarak da isimlendirilebilecek yaygın medya, 4. güç olarak bilinmektedir. Yasama, Yürütme ve Yargı’dan sonra, herhangi bir yasal dayanağı olmadan, medyaya bu işlev atfedilmiştir. Medya, hükümeti gözetleyip denetleyecek ve düşünce pazarı oluşturacaktır. Bu iki işlev, habercilik açısından yaygın medyanın en temel işlevidir” (Özer, 2010).

Günümüz Türk ana akım medyasında durum daha farklı işlemektedir. Babıali’den İkitelliye geçişten sonra, hızla tekelleşen ve holdingleşen medya, üzerine düşen sorumlulukları; kamuoyunun en yalın, objektif haber alma hakkına engel teşkil

etti. Ana akım medyada patronun çıkarlarını korumak ve belli politik siyasi görüşlerin sesi olmak güçlünün daha da güçlenmesini sağlamaktadır. Haberlerin özü, egemen kesimin ana kaynaklarından oluşur. Sıradan halkın kaynakları, sorunları göz ardı edilirken, sıradan insanların seslerini 3'üncü sayfa haberlerinde işlenmekten öteye geçememektedir. Günümüz ana akım medyasının yukarıdaki tutum ve özelliklerinden dolayı ana akıma karşı, alternatif medya 'alternatif' olarak doğmuştur.

Türkiye de bu oluşumun en çarpıcı örneği Babıali'nin yok oluş sürecidir. Bu konunun ayrıntılarına yer vermeden önce Babıali'yi tanımlamak gerekir. Babıali'nin kökeni, Osmanlıya dayanır. Basın ve yayıncılığın yoğunlaşmaya başladığı dönemdir. Yirminci yüzyılın tamamında Türk basının merkezi Babıali oldu. Babıali'de doğup büyüyen ve bazılarının Babıali ile beraber yok olduğu gazeteler; Milliyet, Cumhuriyet, Hürriyet, Türkiye, Vatan, Akşam, Son Posta, Telgraf, Yeni Sabah, İstanbul Express ve Yeni Gazetedir. Babıali, Türk gazeteciliğinin ve yayım-basım evlerinin doğduğu yerdir. Babıali'yi günümüz gazetelerinden ayıran en temel nokta ise; bu dönemde gazete patronlarının tamamı gazetecilerden oluşmaktadır. Belirli bir hiyerarşi olsa da günümüz gazete yapısından uzak belirli bir hegemonya' ya hizmet etmemekteydi. Türk medyasında, yirmi birinci yüzyılın başlamasıyla birlikte holdingleşen bir medya sistemine geçilmeye başlandı. Bu geçişin birçok nedeni olmakla birlikte en etkili nedenleri; ciddi derecede kâğıt fiyatlarının artması ve kâğıt alımında yaşanan sınırlamalar, dünya genelinde yayılan endüstriyel medya sistemi ve bu problemlerin karşısında maddi destek bulamayan “gazeteci patronlar” , holding patronlarının medyanın gücünü keşfi ile Babıali'den iktelliye geçiş süreci başladı. 2005 yılında ise Cumhuriyet Gazetesinin taşınması ile Türk medyasında Babıali dönemi tamamen kapandı. Bu süreç sadece basit bir yer değişikliği değildir. Endüstriyelleşmiş, “ana akım” medyanın varlığının ve yayılışının aynı zamanda tekelleşen medyanın doğuşu ve de gelişimi olmuştur. Holdingleşen medya birlikte ana akım medya oluştu, gelişti ve kontrolü tamamen ele aldı. Türk basının karakterinin tamamen değiştiği bu süreçte söz artık kamuoyunun bilme hakkını sağlayan gazeteci gazete patronlarında değil; medya gruplarının holding sahibi patronları ve mevcut hükümetlerdedir. Böylece Türk medyasının ulaştığı nokta, endüstriyel egemen “ana akım” medya olmaktadır. Durum böyleyken, yaygın medyanın habercilik anlayışının eksikleri ve yetersizliklerine karşı

bir tepki olarak “alternatif medyalar” ortaya çıkmıştır. Söz konusu yeni habercilik anlayışının temelinde, yalnızca bilgi vermek değil, toplumsal bağlamı güçlendiren bir anlam yaratmaktadır. Bu çerçevede, haberi sosyal bir olgu olarak tanımlayan bu yeni görüşte haberler; halkı yönlendiren, sivil toplumla birlikte hareket eder. Olayların arka planında yer alan nedenleri de halkın bilgisine sunarak, onu eleştirel düşünmeye yönlendiren, bu anlamda demokrasi anlayışının gelişimine de katkı sağlayan, halkın yararı için, halktan yana taraf olan bir görünüm sunmaktadır (Bilik/Yıldırım/Şenay, 2011).

Türkiye’de alternatif medyanın doğuşu, cumhuriyet öncesi toplumsal hareketlerin temellerini attığı direniş kültürünün yirmi birinci yüzyıla yansıdığı Gezi Olayları ile daha da canlanıp yaygın hale gelmiştir. Çoban ve Ataman(2015, 13), alternatif medyanın çıkış noktasını cumhuriyet öncesi isyanların yazılara aktarılması halinden örnekendirerek; “Eskiden iktidarın zulmüne karşı her direniş destanlar, hikâyeler, şiirler, ağıtlar ve türkülerle dilden dile aktarılmış, yazıya dökülmüş, kitaplaştırılmıştır... Sözlü ve yazılı kültürün içerisinde kendi medyasını yaratarak var olmuş, bugüne kalan gelenekler yaratmıştır. Dolayısıyla iletişimsel eylem halkları yalnızca uzamlar değil zamanlar nezdinde de bir araya getirme potansiyeli taşımaktadır.” Alternatif medyanın gelişimi, Türkiye’de üç dönemden oluştuğunu belirten Çoban ve Ataman(2015, 38) ilk dönemin medyanın toplumsal değişime neden olmasıyla, ilk basın tarihi tezinin yazılma sebebi olma nedeniyle 1908 Devrimi; ikinci dönemi ise Türkiye’de 1974 ile 1980 dönemini kapsayan devrimci halk hareketleriyle eş dönemli yayınlanan, alternatif gazete, dergi gibi yayınların oluşması olarak belirtilmiştir. Üçüncü dönemi ise, en yakın tarihte gerçekleşmiş olan Gezi Olayları olarak aktarılıyor. “Bugün başlı başına koskoca bir gezi literatürü oluş haldedir. Halen medya ve isyan ilişkisini ele alan yeni çalışmalar yapılmakta yeni yayınlar çıkartılmaktadır. Gezi süresince toplumsal iletişimin demokratikleşmesi, alternatif medyanın belki de hiç bir zaman mümkün olmadığı yükselişini de beraberinde getirdi. Tüm direnişçilerin aynı zamanda medya üreticileri haline gelmesi, herkesin kendisini ifade edecek olanak ve araçları kullanmasını mümkün kıldı. Özellikle web 2.0 sonrasını işaret eden mobil cihazlar, yüksek bağlantı hızı ve sosyal medya uygulamalarının etik kullanılmasının yanı sıra işgal alanındaki sosyalleşme ve

dayanışma ile birlikte komünalist bir ütopyanın aslında hiç de uzak bir düş olmadığı, yaşamın içerisinde gerçekleştirilebilir bir potansiyel olarak var olduğu görüldü”(Çoban/Ataman, 2015, 39).

Alternatif medyanın tarihi aslında oldukça uzun bir geçmişe sahiptir. Ceyhan (2008, 55) ise, bu uzun geçmişin ortaya çıkarılmasının tarihsel bağlamda bazı zorluklara takıldığını şu şekilde aktarıyor; “ana akım medyanın kurumları ve bağlantıları dışında üretilen medya ürünlerini kapsayan alternatif medya, uzunca bir süre iletişim çalışmaları tarafından görmezden gelinmiştir. Tarihi 19. Yüzyıla kadar giden modern iletişim araştırmaları, radikal/alternatif yayınlarla çok erken dönemlerde karşılaşmış olmasına rağmen bu yayınların sistematik olarak incelemesi oldukça yenidir”. Waltz’a ise, “tarihte her resmi açıklamaya karşı kralla dalga geçen popüler maniler/halk şarkıları olmuştur ve Batı’da ilk ortaya çıkışından itibaren basın statükoya meydan okumuştur. Alternatif basın, Angela Philips’in de işaret ettiği gibi, diğer bütün medya biçimlerinden çok daha önce toplumsal ve siyasal açıdan kıyılarda olanlara bir ses sağlamıştır” (akt. Erdoğan, 2017, 51).

2.1. Ana Akım Medya İle Alternatif Medya Arasındaki Farklar

Alternatif medyanın, ana akım medya’ ya göre belli başlı işleyiş ve yöntem farklılıkları mevcut. Bu farkları derinlemesine ileriki sayfalarda inceleyecek olsam da altını çizmek istediğim belli başlı noktalar var. Alternatif medya; kar amacı gütmeyen, okuyucu ile etkileşimli sistemleri vardır. Ana akım medyanın tersine hiyerarşik yapıya sahip değildir. Yatay ve eşitlikçi yapıda, gönüllük ve çok katılımcılık esasları ile var olmaktadır. Toplumda dışlanmış, din, dil, ırk, cinsiyet ve cinsel yönelimler gibi unsurlar başta olmak üzere kamuoyunun bir diğer değişle ‘ötekilere’ yer vermeleri, sesleri olmayı hedeflemektedir. Bu unsurlar çerçevesince ‘alternatif’ bir medya olmuştur. Alternatif medyanın, biçimsel olarak holdingleşmiş, tekelleşmiş, hegemonik medya oluşum yapısına karşı bağımsızlığı (bu bağımsızlığı en çok ticarileşmeme konusunda elde etmişlerdir) mücadele etmektedir.

Alternatif medya, egemen ana akım medyanın tersine; “alt kültürlerin ve toplumda öteki olarak konumlandırılanların kimlik politikalarını, değerlerini, sözlerini ifade eden metinleri dolaşıma sokmaktadır” (Binark /Gencel-Bek, 2007, 186). Köse

ise, “neo-liberal çağın tek meşru gerçeği haline getirilmeye çalışılan baskın küresel/totaliter görüş karşısında git gide yok olmaya yüz tutan alternatif ve farklı seslere duyulan gereksinmenin bir ürünüdür. Ayrıca küresel medyanın tüm dünyada meşrulaştırmaya çalıştığı haber içeriklerinin aslında egemen konumdaki kesimlerin ideolojilerini ve dünya görüşlerini doğallaştırıp sunduğu yönündeki genel inancı bir alternatiftir” belirterek alternatif medyayı ayırtmıştır (Köse, 2007, 234, 235).

Alternatif medya ile ana akım medya arasındaki farklılığa haber ve habercilik niteliği ve alıcı kitlesinin algılama boyutundan ele alan Alankuş (2001), “Ana akım medya kuruluşlarının izleyici algılayışları, çevresinde olup bitenlere karşı pasif olan güçsüz ve etkisiz izleyici modeline göre oluşturulmuştur. Buna karşın alternatif medya kuruluşları yalnızca haber vermekle yetinmeyip herhangi bir sorun ya da konu hakkında okuyucusunu/izleyicisini bilgilendirip, bilinçlendirerek onları kendilerini ilgilendiren sorunlarda harekete geçirici bir örgütlenmeye teşvik etmektedir. Dolayısıyla ana akım medya kuruluşları, izleyiciyi pasif görmekte ve onların ezilmiş hallerini bu yüzden meşrulaştırmaktayken alternatif medya kuruluşları izleyicisini bilgilendirip, bilinçlendirerek onların aktif olarak harekete geçmesini sağlamaktadır.”

Ana akım medya sahipleri, var oldukları toplumda zengin ve güçlü bir sosyal konumda yer alırlar. Bu sahiplik yapısı var olan egemen güce hizmet ederek mevcut statüsünü korumak ve sahiplik alanlarını genişletmek için kamuoyunun bilgilendirilmesi istedikleri konuları değil egemen gücü besleyici gündeme ev sahipliği yapar. Ana akım medyada çalışan gazetecilerin yazmaları gerekenleri, mevcut sınırları, konuları kısaca hizmet ettikleri kurumun doğrudan baskısı olmadan dahi belirlenen sınırları aşmadıkları görülür. Chomsky ana akım medyada hizmet veren yüksek hiyerarşik konuma sahip bireylerin, emir almadıkları ve haberlerini oluştururken özgür olduklarını belirten ifadeler kullanır. Bu ifadelerin doğru olduğunu düşünen Chomsky, bu kişilerin yapmaları ve söylemeleri gereken şeyleri yapıp, söyledikleri için bu kadar üst düzey konuma yerleştirildiklerini belirtmektedir(Chomsky, 1997).

Ana akım medyanın, habercilik ve kurumsal işleyişine alternatif olarak ortaya çıkan ‘alternatif medya’ kavramının ana akımla medya ile arasındaki haber ve

kurumsal işleyiş farklılıklarını aşağıda ayrıntılı görebilmekteyiz (Ceyhan, 2008, 90, 91'den akt. Özer, 2012, 10, 11):

- Alternatif medya ana akım medyanın aksine; mevcut güç ve iktidarın tarafında duracak ve o gücü desteleyecek şekilde içerik üretmez.
- Alternatif medya organlarının çalışanları üzerinde daha eşitlikçi ve hiyerarşiden uzak yönetim biçimleri vardır. Alınan ücretler arası farklılık en minimuma indirgenmiş olup, daha yaygın olarak gönüllü çalışmak esas alınmıştır. Fakat ana akım medyada hiyerarşi ön plandadır, maaşlar arasında ciddi farklılıklar mevcut olup profesyonel olarak çalışmak mümkün kılınmıştır.
- Alternatif medya ana akım medyanın tersine sindirilmiş ve bir kenara atılmış iktidarın gücünü olumsuz yönde etkileyecek haberleri gün yüzüne çıkartmaya ve bu doğrultuda gündem yaratmaya önem verir.
- Alternatif medyanın ayırt edici en temel özelliği; hizmet etmiş olduğu amaç, tamamen toplumsal doğrultuda ilerler. Her zaman toplumun çıkarları ön planda tutarak medya ve toplumsal örgütlenmeyi amaçlar.
- Ana akım medya genel olarak esas alınan resmi dilde yayın yapar. Alternatif medya ise daha çok kitleye hitap etmesi ve topluluk medyasının da bir parçası olması sebebi ile birçok dilde yayın yapmayı esas alır.
- Ana akım medyanın aksine alternatif medyada okurlar aktif rol oynamaktadır. Ana akım medyada yer bulamayan kesimler yurttaş gazetecilik yaparak kendilerine alternatif medyada yer bulabilmektedir.
- Alternatif medyada ticari kaygı yoktur. Bu yönü ile ana akım medyanın tersine daha bağımsız, kamu yararı gözeterek, özgürlükçü aynı zamanda demokratik habercilik sunabilmektedir.
- Alternatif medya sivil toplum örgütleri ile entegreli olarak, kadın odaklı, hayvan hakları, LGBTİ, hak, hürriyet, adalet ve insan haklarını esas alan haberlere yer verir. Bu yönüyle ana akım medyada yer bulamayan kamu yararı esas alınan haberlere öncelik verir.
- Alternatif medya içeriklerinde bilgilendirmenin ötesinde, kamuoyu oluşturma, farkındalık yaratma, eleştirel bakış açısı sağlamayı amaçlar.

- Toplumda ötekileştirilmiş, seslerini duyuramayan, görünmez kılınan azınlıkların sesi olmayı hedefleyen alternatif medya bu yönüyle ana akım medyadan keskin olarak ayrılır. Ana akım medya sadece var olan mevcut iktidarın ve gücün besleyicisi olarak içerik üretir.

Navaro'ya göre alternatif medya, “egemen” medyada duymaya alışık olmadığımız tarzda toplumu sorgulayıcı fikir ve görüntülere yer vermekte, sessiz kalana ses vermekte, bir şekilde “yok” sayılanın var olduğunu kanıtlamaktadır. Alternatif medya, sadece bir kavramı ortaya atmakla kalmaz, o fikri farklı yollardan farklı kitlelere ulaştırmanın yollarını da arar, dolayısıyla sadece üretim yapmaz, dağıtım ve eğitim süreçlerini de içerir. Sözleri geleneksel medyada söylenmeyen, sesleri marjinalleşmiş olanların kamusal alana katılmalarına zemin hazırlamaya yöneltmiştir (Navaro, 2004, 677, 679).

3. ALTERNATİF MEDYAYA KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Alternatif medyada gönüllü habercilik kavramı önemli bir alanı kapsamaktadır. Bu durum alternatif medyanın bağımsızlık ve çok seslilik yönünü desteklemektedir. Bir diğer taraftan ise gönüllü habercilerin tamamının iletişim fakültelerinden mezun kişiler olmayışları; haber etiği, haberin unsurları, haberin doğruluğu, haberin oluşturuluşu gibi gazeteciliğin temel ve kuramsal yönlerini göz ardı edebilecek boşluklar doğurma ihtimali mevcuttur. Öte yandan alternatif medyanın temel prensiplerinden olan hiyerarşik yapının oluşmamasına, ticarileşmenin önüne geçmesine ve kolektif fikirlerin doğmasına neden olmaktadır. Alternatif medya bu yapısı ile tekelleşmiş ana akım medyaya karşı ‘set’ konumundadır.

Michael Alber ise; ana akım medya genellikle kar odaklı ve reklam sektörüne hizmet edecek izleyici/okur kitlesi sunmaktadır. Toplumda var olan egemen gücün yarattığı düzenin devamlılığını korur ve bu güç düzenin devamlılığı mevcut sahiplik yapısının kar güdümüne entegredir. Alternatif medya, kar marjı güdmez; okurları/dinleyici ve izleyicileri reklam odaklı çıkar ürünü olarak görmemektedir. Toplumda var olan egemen gücün yarattığı düzeni yıkmak ister ve egemen gücün

yıkımı için kamunun çıkarı olmayan eylemler yapmaz. Alternatif medya, kamusal düzeni ve ana akım medya algısını yeniden yapılandırmak ister. (Albert, 1997, 7, 8'den akt. Taylan, 2012, 17).

Atabek ise bu durumu, ana akım ve alternatif medya kavramlarının politik anlamı olduğu ancak, ana akımın ve alternatifinin “birden fazla olması” ve “bu odaklar arasındaki duvarların geçirgen olabilme ihtimalinin yüksek olması” nedeni ile bu politik anlamın çoğunlukla karmaşık ve belirgin olmayan bir bağlamda ortaya çıktığı gözlenmektedir.” “Alternatif medya literatürde çoğunlukla a-politik değil extra-politik bir bağlamda kullanıldığı, birbirine karşıt politik konulardaki medya kurum ve içeriklerini tek bir kavramla, ‘alternatif’ kavramıyla kendi aralarında geçişken bir yapıya sahip oldukları iddia edilebilir” (Atabek, 2001b, 1’den akt. Taylan, 2012, 18).

Alternatif yazılar yirminci yüzyılın sonlarına doğru Kraliyet Komisyonu’nun dikkatini çekmiştir. Kraliyet komisyonu alternatif medyayı şu ilkeler ile tanımlamıştır;

- I. Küçük azınlıkların fikirlerini alternatif olarak yayımlama,
- II. Geniş kesimlerin inançlarına muhalif fikirleri açıklama,
- III. Gazete bayilerinden ulaşılabilir yayınların konuları dışındaki olayları da gündeme alma (Atton, 2002a,).

Yayınlanan ve yayımlanan eserlerin alternatif olabilmesi için aşağıdaki listeden en az bir özelliğe sahip olması gerekmektedir. Bu liste alternatif yayınların ölçütü konumundadır.

Alternatives in Print kitabının editörlerinin, alternatif medya ölçütü sınıflandırmasına göre;

1. Kurum ticari olamaz, yayımlarken asıl amacı içerik olmalı.
2. Temel niteliği sosyal sorumluluk ya da yaratıcı anlatıma ya da ikisinin kombinasyonuna odaklanmalıdır.

3. bu yayınları yapan kurumların kendilerini tanımlarken alternatif medya olarak tanımlamaları gerekmektedir tanımlamaları gerekmektedir (Atton, 2002a, 13'den akt. Taylan, 2012, 20).

Bu kriterlerin en az birini yerine getiren tüm yayınlar alternatif durumda olacaktır. Bu durum ise alternatif kavramını oldukça genişletecektir. Bu duruma daha net çizgi çizen Atton, bazı sınırlamalar geliştirmiştir. Atton'a göre; izleyici ve okur ile etkileşim ve ana akım medyanın aksine kolektif iş bölümüne dayanan örgütlenme olmalı. Süreç açısından yatay ağların gelişimi; sosyal ilişkiler, roller ve sorumlulukların yeniden tanımlanmalı; dağıtım için, alternatif kanallar oluşturma gibi hususları daha öncelikli olmalıdır (Atton, 2002a, 27).

Atton, Alternatives in Print kitabında yer alan kriterin de oldukça basit ve tekdüze olduğu görüşündedir. Basit sınırlandırmalar ve kriterlerin sorun olabileceği kanaatindedir.

Ticari olmama ölçütü ana akım yayıncılık yapmamak için nadiren yeterliyken, fikirlerin nasıl açıklanabileceği konusunda bir ölçüt verilmemektedir. Yaratıcı anlatıma dair ikinci ölçüt alternatif medya tanımını herhangi bir edebi/sanatsal yayını içine alacak şekilde genişletmekte ancak görünüme göre daha sonra bunu sosyal sorumluluk ve yaratıcı anlatımın bir kombinasyonundan oluşan ve alanda nadiren rastlanan bir kategoriye indirgeyerek daraltmaktadır (Atton, 2001, 8'den akt. Taylan, 2012, 21).

Atton; 'Yayıncı ticari olmamalı; motivasyonu kâr değil, fikirler olmalı; Yayınların konusu temel olarak sosyal sorumluluk ve/veya yaratıcı ifade üzerine odaklanmalı' kriterlerinin aynı anda varlığının olduğu yayınlara rastlamadığı ama farklı yayınlarda birinden birinin kullanıldığını belirtmektedir. Üçüncü kriter için ise, fanzinlerden örnek verir. Atton; yirminci yüzyılın sonlarına doğru fanzin yayınların artmasıyla, birçok ana akım yayıncılarının fanzinlerin kendilerine muhalif olanlarını ve bazı fanzinlerin bazı okuyucu kitlelerince ana akım medyanın yerini doldurabilecek olmasını düşünmeleri sonucu, bu kitleye sermayeleşme konusunda çekici baskılar yapmıştır. Fakat üçüncü kriter olan, 'yayıncıların kendilerini alternatif olarak

tanımlamaları gerekmektedir' maddesinin bu tarz durumların önüne geçeceğini söylemiştir(Atton, 2001, 9).

3.1. Yurttaş Gazeteciliği

Yurttaş gazeteciliği 1990'lı yıllarda ABD'de ortaya çıkan bir kavramdır. Değişen ve gelişen teknoloji ile birlikte toplumdaki herhangi bir bireyin medya organlarıyla veya kendi sosyal medya hesabı üzerinden paylaştığı verileri kapsamaktadır. Özellikle Facebook, Twitter gibi mecraların ortaya çıkışı ve yaygın hale gelişiyle beraber toplumda akıllı telefona sahip her bireyin büyük bir kitle ile paylaştığı bilgileri oluşturmaktadır. Alternatif medyada yaygın olarak kullanılan bu yöntem profesyonel gazetecilerin anlık olay yerinde bulunamaması bilginin hızlı olarak iletilmemesi gibi olguları neredeyse yok ederken aynı zamanda medyanın, haberciliğin ve gazeteciliğin etik değerlerini tehdit edebilmektedir.

De, J.D.Lasica, yurttaş gazetecilik için medyayı aşağıdaki şekillerde tanımlar:

1. İzleyici Katılımı (örneğin haberlere, kişisel bloglara, kişisel cep telefonlarıyla çekilmiş fotoğraf ya da video metrajına ya da bir toplumun sakinlerince yazılmış lokal haberlere eklenen kullanıcı yorumları)
2. Bağımsız haberler ve bilgi siteleri (Consumer Reports, Drudge Report)
3. Tam Katılımcı haber siteleri (NowPublic, OhmyNews, DigitalJournal.com, GroundReport, fairobserver)
4. İşbirlikçi ve katkı sağlayıcı medya siteleri (Slashdot, Kuro5hin, Newsvine)
5. "Hafif medyanın" diğer çeşitleri. (mail listeleri, email gazeteleri)
6. Kişisel yayın siteleri (KenRadio gibi video yayın siteleri) (<https://dagmedya.net/2012/12/30/yurttas-gazeteciligi-nedir-ceviren-deniz-cakmak/> E.T: 04.01.2019).

“Gazeteciliğin geleneksel gazetecilik, halk gazeteciliği, etkileşimli gazetecilik ve yurttaş gazeteciliği olmak üzere dört farklı zeminde icra edildiğini söylemektedir. Yurttaş gazeteciliği bu tasnifte profesyonel maaşlı çalışanların olmadığı ve haber toplama, görselleştirme, üretme veya yayınlama aşamalarında tamamen sıradan vatandaşların yer aldığı bir alan olarak değerlendirilmektedir. Bir veya birden çok insanın sivil inisiyatif veya kar amacı gütmeyen bir organizasyon olarak yürüttüğü haber blogları, web siteleri, topluluk radyoları veya gazeteler bu kapsamda ele alınmıştır” (Nip, 2006, 16’dan Akt. Devran/Özcan). Devran vd. göre, haber toplama haberin yazımı ve haberin kitlelere sunulma esnasında yurttaş gazeteciliği yapan kimselerin yani profesyonel olarak gazeteci olmayan vatandaşların hali hazırdaki teknolojik mecraları kullanarak oluşturdukları yeni pratiği “yeni gazetecilik pratiği” olarak adlandırmanın mümkün olabileceğini belirtmektedir(2017, 154). Öte yandan Campbell’a göre. Dikkat edilmesi gereken unsurlar vardır: Yurttaş gazetecilik yapan kişilerin coğrafi konumların ve yasaların sınırlandırmalarında ürettikleri haberlerin gazeteciliğin temel esaslarına göre üretilmiş haberler ile eş değerde rağbet ve kabul görmesi beklenir. Ayrıca gazetecilik kavramını kuramsallaştıran kaynakların, yurttaş gazeteciliğinin sadece bilgilendirme ve sorgulayıcı, inceleyici yurttaş kavramlarının ilerisinde bir etkide olduğunun ve bu durumun gözden kaçtığını savunur(2015, 715).

3.2. Hak Haberciliği

Küreselleşme ve gelişen teknoloji ile birlikte habercilikte ortaya çıkan yeni yönelmeler haber ile alıcı arasındaki iletişimi değiştirmektedir. Yurttaşların teknoloji ile birlikte, özellikle sosyal medya ve akıllı cihazların yaygınlaşmasıyla okurdan haberciliğe evrilen bir olgu olmaya başlamıştır. Bu evrilmeye birlikte alternatif medya, hak haberciliği, yurttaş haberciliği, sivil gazetecilik gibi tanımlar geliştirmiştir. Son yıllarda yaygınlaşan hak haberciliği ise haberciliğe eleştirel bakmayı mümkün kılmıştır.

Alankuş hak haberciliğini şöyle tanımlar; “hak ihlallerini görmezden gelmeyen, ‘ötekileri’ haber konusu yapmak için mutlaka bir hak ihlalinin konusu/faili olmalarını beklemeyen, herhangi bir haberi yaparken hak ihlaline yol açmayan haberciliktir”(Alankuş, 2007, 22’den akt. <https://bianet.org/biamag/medya/124294-medyada-hak-haberciligi>). (E.T: 18.12.2018).

Nilüfer Timisi tarafından belirtilen; hak haberciliğinin içeriğini belirleyen bazı unsurlar:

- Hak haberciliği pozitif ayrımcılık yapar, görünmezi görünür kılar, bu noktada önemli olan haberin kaynağı, etken faili değil, haberin mağdur konusudur. Hak haberciliği bazılarının kendini ifade etmesinde özel önlemler alınması gerektiğini belirtir. Mağdurlar söz konusu olduğunda eşitlikçilik pratikte eşitsizliğe dönüşür. Hak haberciliği gerçeğin yeniden kurgulanmasında üstlenecği eleştirel rolle gerçeğin çok yönlü sunumunu gerçekleştirecektir.

- Eleştirel medya ya da haber teorisi anlayışı modern toplumun haber üretimine pozitivizm ve onunla bütünleşmiş bir liberalizmden tümüyle farklı bakar. Bu yaklaşımın temelinde modern toplumun geçerli rasyonalitesinin eleştirisi ve bu eleştiri esası üzerinde inşa edilmek istenen yeni bir demokratik ilkeler tasarımı bulunmaktadır.

- Hak haberciliği özdüşünümseldir. Hak habercisi, objektif değildir. Kendisini ve haberini dünya dışında, bu dünyadaki olaylardan etkilenmeyen bir özne olarak düşünemez. Hak haberciliğinin çıkış noktası “yanlılık tercihi” hak habercisinin belli bir bilinçle yola çıktığını gösterir. Bu bilinç, haberin gerçekliğin kurgulanışında ve bu gerçekliğin sürekli sorgulanan ve yenilenen gerçeklere dönüştürülmesinde oynadığı kilit role daırdır. Böyle bakıldığı zaman hak haberciliği, kendi varlık işlevini yaptığı işe borçlu olan öznelerin işidir diyebiliriz(<https://bianet.org/biamag/medya/124294-medyada-hak-haberciligi>). (E.T: 18.12.2018).

Hak haberciliği; yayımlanan haberlerdeki; ötekileştirme, hak ihlalleri, haber dilindeki şiddet ve hedef gösterme gibi tutumları belirlenen kurallar etik maddelerle sunmaktansa, tüm bu kavramları hayat görüşü, haber içeriğinde kendiliğinden olması

gereken ve geniş bakış açısıyla habercilik kavramının içine yerleştirilmeli. Hak haberciliği tarafsızlık ilkesini benimsememekte, tam tersine habercilikte pozitif ayrımcılık uygulamaktadır.

3.3. Barış Gazeteciliği

Gazetecilerin uzun yıllardır haber diline yerleşmiş güvenlikçi bakış dili ana bakış açısı oldu. Ancak haber dilinde toplumsal sorunlara değinmek için olası kargaşa ortamını engellemek, çatışma yaratmamak, toplumsal problemlere kışkırtıcı değil de ortak bakış açısı kazandırarak; yani barış haberciliği dili ile haberi yansıtmakta mümkün. Son yıllarda alternatif medya organlarının gündeminde ve işlevinde olan barış gazeteciliği 1990'lı yılların bitişine yakın bir dönemde ortaya çıkmıştır.

Shinar, barış gazeteciliğini şu şekilde açıklamıştır; “barış gazeteciliği, çatışmaların sorumlu ve bilinçli şekilde haberleşmenin normativ biçimidir. Uzlaşmayı, barışı sağlamayı, barışı korumaya katkıda bulunmayı ve medya patronlarının, reklamcılarının, profesyonellerin ve izleyicilerin savaşa ve barışa karşı yaklaşımlarını değiştirmeyi amaçlar”(2008, 166).

ESKİ ROL	YENİ ROL
Gözetleyici	Kolaylaştırıcı
Yorumlayıcı	İletişim sağlayıcı
Haberleştiklerinden bağımsız	Bağımsız ancak karşılıklı bağımlık içinde
Gözlemleyici	Aynı gemide
ÖYKÜLEŞTİRME	ÖYKÜLEŞTİRME
Tartışan	Diyalog kuran
Farklılıkları vurgulayan	Farklılıkları göz ardı etmeden ortak zemini vurgulayan
GAZETECİLİĞE YAKLAŞIM - Basitleştirici - Şiddet karşısında reaktif - Olay/temelli haberleştirme - “Tarafsızım” - Dengeli haber yapıyorum: Her iki tarafa da eşit ağırlık veriyorum	GAZETECİLİĞE YAKLAŞIM - Karmaşıklığı sergileyen - Çalışmayı anlamaya, nedenlerini ortaya çıkartmaya çalışan - Süreç temelli haberleşme - “Hakkaniyetliyim” (fair) - Dengeyi, bütün tarafların öykülerini ve algılarını vererek sağlıyorum

İZLEYİCİ/OKURA YAKLAŞIM - Şiddetin sonuçlarını ölü, yaralı sayısını bilmekten ibaret gören bir izleyici/okur varsayan - Gündemi haber merkezinin tercihine göre belirleyen/ “biz en iyisini biliriz” - İzleyicinin/okurun bilmeye hakkı var - “Ben ne yapıyorsam gazetecilik odur”	İZLEYİCİ/OKURA YAKLAŞIM - İzleyici/okuru sorun çözücü olarak tartışmanın içine alan, katan - Sokaktaki insanın gündemini gözetin/onun görüşünü alan - İzleyici/okurun demokratik/siyasal süreçlere katılmaya hakkı var - Yaptığını gerekçelendiren, esnek ve değerleri gözetin
---	---

Tablo 2: Genel/Geçer gazetecilik ile barış gazeteciliğinin karşılaştırılması (Lynch/McGoldrick, 2005, 240’den akt. Alankuş, 2016, 25).

Türkiye’de barış gazeteciliğinin uygulanabilirliği bakımından ve mevcut Türk medyasını barış gazeteciliği açısından ele alan Çoban: “Türkiye’de, barış gazeteciliği önündeki engeller, basitçe genel-geçer gazeteciliğin ilke ve kodlarına içkin yapısal sorunlarından kaynaklandığını söylenemeyecek kadar çok katmanlı olduğu görünmektedir. Çünkü geleneksel anlamdaki “iyi” gazeteciliğin zaten hiç yapılmamış olduğu, başka ifadeyle medyanın askeri, siyasal ve ekonomik güç merkezlerinden hiçbir zaman bağımsız olmadığı; tarihinde savaş ve çatışma kışkırtıcılığı yaptığına dair bolca örnek bulunur. Sadece güç merkezlerinin yeterince desteklemediğinde kendisinden hesap verilmesi beklenirken, okur/izleyicisine herhangi bir hesap verme sorumluluğu hissetmeyen bir haber medyanın varlığı ile karşı karşıyayız” (Çoban, 2010, Akt, Alankuş, 2016, 26) şeklinde belirtmiştir.

3.4. Radikal Medya

Değişen zaman ve bu zamanın parçası olan toplumsal yapılar beraberlerinde değişen iletişim biçimlerini de ortaya çıkartmışlardır. Alternatif medya yayınları kendilerini aynı zamanda ‘radikal medya’ olarak görmektedir. Alternatif medya organlarının kendilerini radikal medya olarak görmelerinin en büyük sebebi ana akım medyada yer almayan, temsil edilmeyen, yok sayılan kişi ve olayların alternatif medya yayınlarında yer almasıdır.

1. İçerik (Politik olarak radikal, toplumsal/kültürel olarak radikal); haber değerleri.
2. Biçim- grafikler, görsel dil; sunum ve ciltleme çeşitleri; estetik.
3.Reprografik yenilikleri/uyarlamaları- mimeograf kullanımı, IBM yazı türü ayarları, offset taşbaskı, fotokopi makinaları.
4. “Dağıtımıcı kullanım”(Atton, 1990b)- dağıtım için alternatif alanlar, gizli/görünmez dağıtım ağları, telif hakkı karşıtlığı.
5. Dönüştürülmüş toplumsal ilişkiler, roller ve yükümlülükler- okuyucu-yazarlar, kolektif örgütlenme, gayri-profesyonelleşme (örn. Gazetecilik, matbaa, yayın).
6. Dönüştürülmüş iletişim süreçleri- yatay bağlantılar, ağlar.

Tablo 3: Alternatif ve radikal medyanın bir tipolojisi(Yanikkaya/Çoban, 2014, 51).

Downing’e göre, radikal medyanın sorumluluğu halkın görmekten kaçındığı gerçekleri görünür kılmak değildir. Hegemonik unsurların bakış açısını eleştirip, ırdeleyecek çareler üretmektir. Ayrıca bu değişimlerin kalıcı ve yapıcı olabilmesi için radikal medyanın kamuoyunun öz güvenini arttıracak yayıncılık yapması önemli bir unsurdur(Downing, 2001, 16).

Downing radikal medyayı on temel başlık altında toplamıştır. Downing'in belirttiği bu özelliklerin birçoğu alternatif medyanın özellikleriyle eşleşme sağlamıştır. Downing'in on temel 'radikal medya' sıralaması şöyle;

- Alternatifin kelime anlamı radikali kapsamaz
- Toplumu geri taşımaya yönelik olan köktenci, ırkçı ya da faşist medyalar da radikaldir, radikal medyayı başka şartlar ile tanımlamak gerekir
- Radikal medya etnik azınlık medyasını da içerir
- Radikal medya birçok durumda radikalliklerinin derinlikleri, bir başka aktarış ile kendilerini ifade etmelerindeki etkinlik anlamında iç içe geçmiştir
- Sistematik baskı ve sansür nedeni ile özellikle ototeryen ve miltarist rejimlerde medyalar yer altına inmeye zorlanmışlardır
- Radikal alternatif medyalar çok farklı formatlara sahiplerdir
- Downing, radikal alternatif medyaların ortak tek özelliği olarak birbirlerinin kurallarını yıkmalarını göstermektedir
- Downing radikal medyayı, çoğunlukla küçük ölçekli, maddi desteği çok az, kamuoyunun öfke, korku hissi beslediği veya alay edilen ve silik görülen medya olarak tanımlar
- İki amacı vardır:
 - a) Madun kesimlerin muhalefetini dikey olarak doğrudan, iktidar yapısına ve iktidarın uygulamalarına yöneltmeleri,
 - b) Politikalara ya da iktidar yapısının devamlılığına karşı birlik, dayanışma ve örgütlenmeyi yatay olarak oluşması
- Radikal medya, iç örgütlenme olarak ana akım medyadan çok daha demokratiktir(Vatikiodis, 2004, 123'den akt. Demirtaş, 2017, 137,138).

3.5. Topluluk Medyası

Topluluk medyası, yerel medyaların varlığı ile güçlenen ve gelişen medya sistemidir. Topluluk medyası, bölgesel olarak sınırlı toplulukları veya aynı amaç doğrultusunda birleşmiş topluluklara hizmet eder. Yurttaş gazeteciliğinde de belirtildiği gibi topluluk medyasında da gönüllü olanlar ve profesyonel olarak gazetecilik yapmayan insanların üretimine destek olur.

Howley, topluluk medyasını şu şekilde tanımlar: “Kendini ifade serbestisi ve katılımcı demokrasi ilkelerine yaslanmış ve kendini topluluk ilişkilerini gerçekleştirmeye ve topluluk dayanışmasını teşvik etmeye adanmış, ana akım medyanın biçimine ve içeriğine karşı derin bir tatminsizlik hissine dayanan, tabana ait ya da yerel yönelimli medya erişimi inisiyatifleri”(Howley, 2005, 2’den akt. Bailey vd, 2015, 91). Topluluk medyası tanımının yanı sıra Howley, topluluk medyası için önemli bir yere sahip olan yerel medyanın da temelini atan alternatif radyo istasyonlarını şu şekilde tarifler: “Topluluk-odaklı, ticari olmayan, deneysel, katılımcı, işleyişinde demokratik olan, (çoğunlukla) gönüllülerin sürdürdüğü radyo inisiyatifleri. Bu kadar dar bir alternatif medya tanımı (topluluk medyası olarak), bu tarz bağımsız radyoların bir yandan ticari yerel radyoların, diğer yandaysa kamu hizmeti tarzını benimseyen radyoların çıkarı doğrultusunda genellikle unutulmuş ya da umursanmayan yayın politikaları bağlamında bu konuya en uygun düşenidir. Aynı zamanda bu alternatif medya organlarının hizmet verdiği topluluklar, piyasalar ve kitlelerin çıkarı için kolayca ihmal edilir”(Howley’den akt. Bailey vd., 2015, 92).

3.6. Yerel Medya

Yerel medya en basit tanımıyla, belirli bir bölgede çıkan o bölgedeki kamuoyuna yönelik lokal haberleri oluşturan küçük ölçekli medya organlarıdır. Yerel medyanın en temel işlevi, ulusal basında yer bulamayan coğrafi olayları, yerel yönetimleri, yerel sorunları ve istekleri o coğrafya içerisindeki halkın bilgisine sunar. Yerel medya bir alternatiflik sağlamaktan çok ana akım medyanın tamamlayıcı rolündedir. Yerel medya organlarının maddi bağımsızlığı oldukça önemlidir. Yerel medya organları bölgedeki ekonomik siyasal durumu etkileyecek güce sahiptir ancak yerel medya organları yayınladıkları haberler nedeniyle yerel yönetimlerin baskısı altına alınabilir, medya organının basım, dağıtım, iç işleyişi ve haber yapma hakkını dahi gasp edici tutumları olabilir. Bu yönden baskı altına alınması daha kolay olan yerel medya maddi olarak devlet tarafından desteklenmektedir. Bu nedenle de yukarıda bahsedildiği üzere alternatif medya olma yolunda engelle uğramaktadır. Devletin Basın İlan Kurumu aracılığı ile yerel medya organlarına belirli şartları tamamlamaları koşulu ile resmi ilan vermekte. Bunun yanı sıra yerel gazetelerin: sayfa sayısı, çıktıkları gün süresi, çalıştırdıkları kişi sayısı ve bu sayının belirli bir yüzdesinin

iletişim fakóltesi mensubu olması aynı zamanda yayımlanan haberlerin ajans haberleri oranları gibi hususları göz önüne alarak aylık destek ücreti ödemektedir.

Yerel medya gelir kaynakları;

%66,58 Resmi ilanlar- 536 gazete

%11,18 Ticari ilanlar- 90 gazete

%5,84 Satış- 46 gazete

% 3,23 Küçük ilanlar- 28 gazete

%13,17 Diğer-106 gazete(Yaşın, 2009: 197'den akt. Demirtaş, 2017, 141)

(Bu anket uygulaması evreni T.C Başbakanlık Basın- Yayın Ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nden alınan bilgiler doğrultusunda tüm yerel gazetelerdir.)

3.7. Otonom Medya

Otonom medya, aktivistlerin bir araya gelerek mevcut medya şeklini değiştirmek ve geliştirmek için rizom medya yapısına benzer şekilde katılımı ve mücadeleyi ifade eder.

Uzelman; “Medya aktivistleri ana akım medyayı daha geniş bir düşünce ve perspektif çeşitliliğine açmak, egemen kültür, ticari ve siyasi mesajları altüst etmek, düzenlemeyle ya da yasal baskı yoluyla medya pratiklerini ve sahiplik yapılarını yeniden biçimlendirmeye ve/veya kurulu geleneklerle kökten bağını koparan katılımcı ve demokratik iletişim biçimleri yaratarak egemen medyayı atlatmak için çalışıyorlar”(<https://bianet.org/biamag/medya/172275-otonom-medya-deneyimleri>. E.T: 22.12.2018). Uzelman, medya aktivistlerini iki başlık altına toplar, ana akım medyayı düzeltmeye çalışan alternatif medya aktivistleri ve katılımcı, demokratik yeni iletişim biçimlerini teşvik eden ana akım medyayı onarmanın yolunu arayan otonom medya aktivistleridir. Bu aktivist grubu ana akım medyada değişiklik yaratmak değil, medyanın temel unsurlarına otonom medya ve iletişim bilgilerini katmayı ve anti-hiyerarşik demokratik bir yapıyı oluşturmak

ister(<https://bianet.org/biamag/medya/172275-otonom-medya-deneyimleri>.
20.12.2018).

E.T:

Uzelman, otonom medyanın alternatif medyadan ayrılan bazı keskin çizgilerini şöyle ifade etmiştir(Uzelman, 2015, 28); alternatif medyanın aksine otonom medyanın işleyişi mevcut hükümet ve güç kaynaklarını adalet ve doğru olan konularda göreve çağırarak yerine eylemsel olarak mevcut egemen güçlerin üzerinde kurulacak baskı ve eylem yolu ile çözüm getirmeye odaklanırlar. Bu tutum alternatif medya özellikleriyle tamamen çelişir. Otonom medya, eylem ve aktivizm oluşturmak üzerine yoğunlaşır, bu sayede aktivistleri eylemsel olarak harekete geçirmeyi hedefler. Bu tutum alternatif medya yapısı içerisinde tamamen sıyrılmaya, gerilla medyasına yaklaşmaya neden olmaktadır.

3.8. Gerilla Medya

Alternatif medyanın oluşumunda yer almamakla birlikte gerilla medyanın açıklanmasında anarşizm olması nedeniyle bazı alternatif medya oluşumları açıklanması gerektiğini savunmuştur.

Demirtaş ise, (Demirtaş, 2017, 143) gerilla medyayı oluşturdukları içerik nedeniyle kitleleri eyleme ve anarşizme yönlendiren, süreli ve sürekliliği olmayan genel geçer yapılar olarak nitelendirmiştir. Gerilla medyayı örneklendirecek olursak, duvar yazıları, marşlar, grafitiler, el ilanları, fanzinler ve fotomontajlar gerilla medya yapısı içerisinde yer almaktadır. Demirtaş'ın bahsettiği bu yapılar, az maliyetli ve devamlılığı olmayan yayınlardır. Bu yapılar kitlelere illegalite sunan ve anarşizme sevk edebilir yapılar olarak tanımlayan Demirtaş, uzlaşmacı olmadıklarını, toplumu eyleme yönlendiklerini fakat insanlara karşı zorlama, baskı ve dayatmadan uzak yapılar olarak tanımlamaktadır.

Fanzinler, 'fanatic' ve 'magazine' İngilizce kelimelerin kısaltılmasıyla oluşmuştur. Profesyonellikten uzak baskı ve yayın teknikleri olan fanzinler tamamen amatörce ortaya çıkmaktadır. Tüm insanlığın kolayca fikir, düşünce ve isteklerini tüm dünya ile paylaşabileceği fanzinler, düzensiz ve sürekliliği olmayan

yayınlarıdır.(<http://www.artfulliving.com.tr/edebiyat/bir-direnis-hali-turkiyede-fanzinler-i-5434>. E.T: 28.12.2018).

Dünya genelinde 1970’lerde ortaya çıkan fanzinler, otoriteye karşı, egemen gücün söylemleri ve yaptırımlarıyla zıtlaşan alt kültürün seslerini duyurabilme araçları olarak kullanılmaktadır. Karşı kültürdeki insanların ana akım medyada yer bulamadıkları için yarattıkları alternatif iletişim biçimi olarak ortaya çıkar. Türkiye’de 1960-70’lerde oluşan gençlik hareketlerinde ortaya çıkmaya başlayan ve önemli rol oynayan fanzinler 1980-90’lardaki alt kültür kuşaklarının kendilerinin temsil biçiminde de önemli role sahip olmuşlardır(https://www.jasstudies.com/Makaleler/1386499076_25-Dr.%20Haluk%20%c3%96L%c3%87EK%c3%87%c4%b0.pdf. E.T: 28.12.2018).

Öktem, Fanzinlerin popüler kültürün tamamen karşısında olduğunu ve kapitalizmin kimsesizliğe hapsettiği kişilerin kendilerini ifade edebilecekleri ve seslerini duyurarak başkaldırı yapabilecekleri bir yöntem olarak tanımlar. “Geleneksel aile yapısıyla, eğitim sistemiyle, apolitikleştirme çabalarıyla, devletin resmi ve gayri resmi güçleriyle dar alanda sıkıştırılarak tüm çıkış noktaları kapatılan, bir anlamda da kendi içinde boğulmaya terk edilen gençler, fanzin çıkartarak hayata ve hayatını baskı altına alan kurumlara duyduğu tepkiyi öfkeye dönüştürüyor”(Öktem, 2006, 12).

4. ALTERNATİF MEDYA YAKLAŞIMLARI

Alternatif medya özelliklerine dair yukarıda da belirtilen anlaşılması ve sınırlaması güç. Alternatifiğe dair daha net tanım ve tip modeli yaratılmaya çalışılmıştır. Alternatif medyanın kuramsal yaklaşımlarını Bailey, Cammaerts ve Carpentier “Alternatif Medyayı Anlamak” isimli kitapta toplamışlardır.

Taylan; Bailey’in alternatif medyayı çeşitlilik ve ilişkisellik kavramları ekseninde açıkladığını ve bu sınıflandırmanın farklı çeşitlilikteki alternatif medya arasındaki sınırların şeffaflığını bir nebze yok etmek ve çeşitliliği net bir biçimde tanımlama kategorize etmeyi amaçladığını belirtmiştir (Taylan, 2012, 21)

Bailey vd. (2015, 31), alternatif medyayı net tanımlamak için dörtlü kuramsal yaklaşımını şu şekilde sıralamıştır;

- Birinci yaklaşım: Topluluğa hizmet etmek.
- İkinci yaklaşım: Ana akım medyaya bir alternatif olarak alternatif medya.
- Üçüncü yaklaşım: Alternatif medyayı sivil toplumla ilişki içinde düşünmek.
- Dördüncü yaklaşım: Rizom olarak alternatif medya.

	Medya merkezli	Toplum Merkezli
Topluluk medyasının özerk kimliği (özcü)	1.Yaklaşım: Topluluğa hizmet etmek	3. Yaklaşım: Sivil toplumun parçası
Topluluk medyasının diğer kimliklerle ilişkisine göre kimliği (ilişkiselci)	2.Yaklaşım: Ana akıma alternatif	4. Yaklaşım: Rizom

Tablo 4: Dört kuramsal yaklaşımın konumlanması (Bailey vd., 2015, 31)

4.1. Topluluğa Hizmet Medyası

Belirlenen kuramsal yaklaşımlardan ilkinin oluşturan “topluluğa hizmet medyası” çok yönlü katılımcılık ve topluluğa hizmet esasına dayanır. Bu yaklaşımda özellikle, topluluğun katılımı ve topluluğun medya ile ilişkisine değiniliyor.

Hillery (1955, 111), “(topluluk üyesi) öğrencilerin çoğunun, topluluğun belli bir coğrafi alanda sosyal etkileşim içindeki ve bir ya da birden çok bağa sahip insanlardan oluştuğu konusunda fikir birliği içinde” olup coğrafi boyutun öneminin altı çizilmiştir. Topluluğun yapısal kavramlaştırmaları yeniden tanımlanmış olup bunlar;

- Coğrafi olanın coğrafi olmayana eklenmesi ve
- Yapısal/ maddi olanın kültürel olana eklenmesi (Bailey, vd., 2015, 32, 33).

Kapalı ve somut insan ilişkileri bağlamında, “cemaat” olarak, bir kolektif kimlik olarak, tamamlayıcı grup ilişkileri açısından topluluk.		
<u>Geleneksel:</u>	<u>Yeniden kavramlaştırma 1:</u>	<u>Yeniden kavramlaştırma 2:</u>
	- Coğrafi olanı coğrafi olmayanla tanımlamak	- Yapısal/ maddi olanı kültürel olanla tanımlamak
- Coğrafya - Etniste	- İlgili topluluğu - Uygulama topluluğu - Sanal ya da çevrim içi topluluk	- Yorumlayıcı topluluk - Anlam topluluğu - Hayali topluluk

Tablo: 5 Topluluğu tanımlamak (Bailey vd., 2015, 36)

Bu bağlamda topluluğun coğrafının dışında yer alan açıklamaları “çıkar toplulukları”, “deneyim toplulukları”, “sanal topluluklar”, “yorumlayıcı” ve “betimleyici” topluluklardır. (Taylan, 2012, 23). “Topluluklar ortak bir hedef, kaygı veya amaç etrafına birleşen ve büyük oranda yerel, ulusal ve küresel ölçekte genişleyen ve bu nedenle de coğrafi tanımlamaları aşan yapılardır” (Lewis, 1993, 13). Alternatif medyanın temelinde var olan topluluk, çok yönlü ve bağdaşık yapıya sahiptir. Topluluğa hizmet eden alternatif medyanın ‘yayıncı ve topluluk’ arasındaki ilişki ilk sıralarda yer alır. “Topluluk medyası, topluluğunun medyaya katılımını mutlaka teşvik etmeli” (Bailey, vd., 2007, 11).

Yapım	Yayın alma
- İçeriği üretilen kuruluşa erişim - İçerik retme ve içeriğin yayımlanması sağlama becerisi	- İlgilendiği varsayılan içeriğe erişim - İçeriği alma ve yorumlama becerisi
- Üretilen içeriğe katılım - İçerik üzerinde ortak karar alma	
- İçerik üretiminin örgütlenmesine katılım - Yayın politikasına ortak karar verme - İçeriği değerlendirme	

Tablo 6: Topluluğun erişimi ve katılımı (Bailey, vd., 2015, 41).

Prehn, katılımın pratiğe dönüşmesini şu şekilde açıklar: “Katılım, insanların programlama, yönetim ve ilke belirleme eylemine doğrudan müdahil olduğu daha geniş bir faaliyet alanını ifade eder” (Prehn, 1992, 259). Topluluğa hizmet medyası böylece grup ilişkisi barındıran kolektif bir yapı ile katılım; kolektif katılımıla da azınlığın sesini duyurmasını esas alır. Son olarak bu yaklaşıma, bire bir örtüşme sağlamasa da Türkiye de yayın yapan ‘Agos Gazetesi’ rnek verilebilir.

4.2. Ana Akım Medyaya Bir Alternatif Olarak Alternatif Medya

Belirlenen kuramsal yaklaşımlardan ikincisi ana akım medyaya karşı alternatiflik kavramı olarak ortaya çıkar (Bailey, vd., 2015, 43). Alternatiflik zerine yoğunlaşan bu yaklaşım, daha net olarak ana akım ve alternatifliğin ilişkisi bağlamında, alternatif medyanın ana akım medya açısından bir tamamlayıcı veyahut ana akıma yönelik hegemonik eleştiri sergileyerek net sınırlar ve farklılıklar ortaya koyar(Bailey, vd., 2015, 43). Alternatif medyanın ana akım medyaya ‘alternatif’ olmasının en önemli nedeni, ana akım medya ile girdiği hegemonik savaştır. Bu savaş önemlidir, çünkü egemen medyaya karşı alternatif medya, üretilen tüm endüstriyel medya sistemlerine, sunuluşlarına ve egemen sistemi besleyip yaygınlaşmasına yani egemen medyanın hegemonyasına karşı açtığı savaşı ifade eder. Downing’e göre alternatif medya daha küçük ölçekli ve baskıcı yöntemlere, önem ve bakış açısından

alternatiflik sunar (2001, V). Bailey’e göre, ana akım medya ve alternatif medyanın negatif yönde olan bağından dolayı ‘alternatif ’ yaklaşımının pozitif yaklaşımı üzerinde durulmalıdır. Değişken olan şartlar göz önüne alındığında kavramların anlamlarının değişebileceğinden söz eden Bailey; “zaman içerisinde belli bir noktada ‘alternatif ’ kabul edilen başka bir zamanda ana akım olarak tanımlanabilir. Alternatif medyanın faaliyet gösterdiği toplumsal bağlam ‘alternatif medya’ kavramından ayrı düşünülemez ve alternatif medyanın tanımı için başlangıç noktası olabilir” (Bailey, vd., 2015, 47). Bu nedenle Bailey vd. tarafından daha ayrıntılı ve net sınırlar çizilmesi bağlamında alternatif medya ve ana akım medya maddeleştirilmiştir.

Ana akım medya:

- Büyük ölçekli ve geniş, homojen (parçalara sahip) takipçi kitlesine yönelik;
- Devlet destekli kurumlar ya da ticari şirketler;
- Dikey (ya da hiyerarşik) olarak yapılanmış çalışanları profesyonellerden oluşan kuruluşlar;
- Hakim söylem ve temsillerin taşıyıcılarıdır.

Alternatif medya:

- Küçük ölçekli olup, belli topluluklara, muhtemelen çeşitliliklerine saygı duyulduğu dezavantajlı gruplara yönelik;
- Devlet ve piyasadan bağımsız;
- Yatay (veya hiyerarşi olmadan) yapıdadır. Demokratikleşme ve çoğulculuk sınırlamasında takipçilerinin erişim ve katılımını kolaylaştırıcı;
- Baskı olamadan (anti hegemonik) söylem ve temsile sahip olup kendi kendini sergilemenin altını çizer (Bailey, vd., 2015, 48)

Bu ayrımlar bağlamında Alternatif medyayı tanımlanması aşağıdaki şekilde incelenmiştir.

Alan	Alanın örnekleri
Gerekçe ya da amaç	- Ticari gerekçelerin reddi - İnsani, kültürel, eğitsel, etnik hedefler savı - İktidar yapısına ve davranışına muhalif - Destek, dayanışma inşa etme ve ağlar kurma
Fon kaynakları	- Devlet ya da belediyelerden gelen bağışın reddi - Reklam gelirlerinin reddi
Düzenlemeden muafiyet	- Farklı kurumlar tarafından denetlenme - Bağımsız/ “özgür” - Birilerinin kurallarını bozmak, ama her zaman her açıdan herkesinkini değil
Örgütsel yapı	- Yatay örgütlenme - “Tam” katılıma müsaade - İletişimin demokratikleşmesi
Mesleki pratiklerin eleştirilmesi	- Gönüllü katılımın teşviki - Amatörler için erişim ve katılım - Haber seçimlerinde farklı kriterler
Mesaj içeriği	- Hakim söylemlere ya da temsillere ek yapma ya da aksini iddia etme - Hegemonik politikalara, önceliklere ve bakış açılarına karşı alternatif görüşün ifade edilmesi
Takipçi kitle ve/veya tüketicilerle ilişki	- Kullanıcı/tüketici kontrolünün seviyesi - İhtiyaçların ve hedeflerin takipçi kitlenin/tüketicilerin kendisi tarafından ifade edilmesine izin verme - İletişimin demokratikleşmesi
Takipçi kitlenin bileşimi	- Genç insanlar, kadınlar, kırsal kesim - Çeşitlilik ve çoğulluk
Yayın aralığı	- Bölgesel ve ulusal olmaktansa yerel
Araştırma metodolojisinin yapısı	- Kalitatif, etnografik ve uzun vadeli araştırma

Tablo 7: Alternatif Medyayı Tanımlamak (Bailey, vd., 2015, 48, 49)

Toparlayacak olursak tüm bu kıyaslamalardan yola çıkarak, kurumunu alternatif olarak tanımlayanlar özellikle içerik ve yapılanmalarıyla farklılıklar yaratmaktadır. Bu durumun en dikkat çekici çizgisi ise ticarileşmeme ve katılımcı vizyondur. Sonuç olarak “ yerleşik ve kuramsallaşmış siyaseti acıka reddeden veya ona meydan okuyan kitle iletişim biçimi” olarak “alternatif medya geleneksel ana akım medyanın karşısında bir konuda değerlendirildiğinde, ana akım medyanın topluma sunduğu iletilerle, kendi iletişim ve toplum paradigmasını eleştirel olarak

değerlendirmeksizin, toplumsal, siyasal ve ticari sistemin istikrarını amaçladığı söylenebilir” (Mutlu, 1995, 35, 37).

4.3. Sivil Toplum Bağlamında Alternatif Medya

Bailey vd. belirlediği yaklaşımlardan üçüncüsü ise, topluluk medyasını sivil topluma uyarlayarak tüzel varlığı ve arz/talep dengesinin karşılandığı tüm olgulardan bağımsız hareket etmeye odaklanmıştır. (2015, 51). Bu modelleme alternatif medyayı sivil toplumun bir uzvu olarak görür (devletten ve ticarileşmeden bağımsız olarak). Demokrasinin sürdürülebilirliği ve uygulanabilirliği açısından alternatif medya ve sivil toplum ilişkisi önemli bir noktada yer almaktadır. Taylor’a göre; sivil toplum, 1980’lerden bu güne kişilerin üzerinde daha çok durdukları ve dile getirdikleri bir kavram olarak karşımızdadır (1990, 95). 1980 sonrası sivil toplum, Türkiye’de siyasi alanın en popüler tartışması halindedir. 12 Eylül askeri darbesi sonrasında toplumsal olgular ve işleyişlerde dahi baskıcı ve yasakçı eylemler, aydınların sivil toplum oluşumunu destekleyerek toplumsal uyanmanın ve canlanmanın önünü açmıştır(Çaha, 1994, 79). “Alternatif medya bu konuyla demokratik iletişim kanallarını işler tutarak yurttaşların gündelik yaşama dair birçok alanda aktif rol almasına ve makro katılıma imkan vermekte, sivil toplum da ticari medya ve devlet medyasının iletişimi sınırlayıcı politikalar karşısında özgün gündemler etrafında yapılanmaktadır”(Taylan, 2012, 28)

4.4. Rizom (Köksap) Olarak Alternatif Medya

Diğer üç yaklaşımdan daha kapsayıcı olan dördüncü yaklaşım ise alternatif medyayı bir “köksap” (rizom)¹ olarak tanımlıyor. (Bailey, vd., 2015, 61). Alternatif

¹Rizom (rhizome), aslen botanik terimi olup, Türkçe’de sarmaşık, ayrıksı ot, köksap, kökdal gibi karşılıkları vardır ve bir metafor olarak şematik bir toplum açıklamasına imkân vermektedir. Deleuze ve Guattari’nin tanımladığı köksap metaforu, dallarının birbirinden beslenerek çoğaldığı, bir düzen içinde alt kategorilerine ayrıldığı ağaç ya da kök benzeri bir oluşuma benzetilebilir. Rizomatik yapılar, ayrıksı olmasına karşın aslında eylemsel olarak aynılık gösteren, fakat birlik ve bütünlüğü olmayan çoklukları anlatır. Rizomatik yapılar tek bir kökten kaynaklanmaz, sürekli yeni yeni yerlerden köklenir. Sabit bir düzenleri söz konusu değildir, ancak köksapın belli bir noktası başka bir nokta ile tesadüfi ve anlık olarak ilişkili olabilir.

medyaya köksap yaklaşım üç ana noktaya vurgu yapmaktadır; a) alternatif medyanın sivil toplum kavşağındaki rolü, b) bu medyanın değişken, ve önceden nitelendirilemez oluşu, c) piyasa ve devletle kesişim bağları (Bailey, vd., 2015, 61). Carpentier’e göre, yerel ötesi ağlar alternatif medya organlarının oluşumundaki çok sesliliğini akışkan olarak bir araya getirilmesiyle oluştuğunu belirtir. Rizomatik yaklaşım, alternatif medyanın yerel ve global ile ilişkisindeki çelişkili oluşumdan uzak durmak, alternatif medyanın içinde yerel ile globalin birbiriyle kesişimi ve birbirini nasıl beslediğini kuramsal temellere oturtma açısından önem arz eder (2007 a). Rizom kuramı iletişimsel olarak çeşitliliği ve çok sesliliği amaçlayan, anti hiyerarşik olmakla birlikte tek düze olmayı reddeden düşünce ve hareket biçimini hedefler. Tek bir ortamda birbirinden farklı ama birbirini besleyen ve geliştiren kesimler ve sesleri sivil toplumsal açıdan da alternatif medyayı besler niteliktedir. Ayrıca durağan olmamak ve tesadüfiliğin alternatif medyanın ‘alternatif’ kısmının en temel özelliği olduğunu göz önüne alacak olursak aynı zamanda ticarileşme ve devlet ile aralarındaki hegemonik yaklaşımın ötesini ele alması bakımından da rizom/köksap kuramı daha ayrıntılı ve geniş bakış açısı oluşturmaktadır, diğer üç yaklaşıma göre. Dolayısıyla alternatif medya için atfedilen bazı yargılara açıklık getirerek içine kapanıklaştırmış itibarını da yıkmayı başarmış bir kuramdır. “Öteki-medyanın kendi içinde kapanıp kaldığı, sadece kendilerinin konuşup kendilerinin dinlediği bir ortam yarattığı, yani gettolaştırmış olduğu iddiasıyla ilgili duruma da alternatif sunmaktadır” (Alankuş, 2008b, 134).

	1 Topluluğa hizmet etmek	2 Ana akıma alternatif	3 Alternatif medyayı sivil toplumla ilişkilendirmek	4 Rizom olarak alternatif medya
Alternatif medyanın önemi	Topluluğun muteber kılınması ve güçlendirilmesi	AM “üçüncü yol” kuruluşları için hala açık olduğunu gösteriyor	AM’nin sivil toplumun bil parçası olmasıyla beraber, sivil toplumun (ve benzerlerinin) demokrasi için önemi	Farklı tarzda hareketlerden ve mücadelelerden gelen insanların Buluştuğu ve iş birliğine girdiği kavşak olarak AM
	Takipçi kitleyi bir topluluk içinde konumlandırmak	Alternatif örgütlenme biçimleri ve daha dengeli ve /veya yatay yapılar hala geçerli bir olasılık	Mikro ve makro katılım açısından medyanın demokratikleşmesi	Farklı demokratik mücadeleleri birleştirerek demokrasiyi derinleştirme
	Söz konusu topluluğun erişimini ve katılımını sağlamak kolaylaştırmak	AM, ana akım medyanın ürettiklerinden farklı karşı- hegemonik temsiller ve söylemler önerebilir	Medya aracılığı ile demokratikleşme: Kamusal alandaki tartışmaya yoğun katılım ve (bir) kamusal alanda kendi kendini temsil imkanları	Medya kuruluşlarının akışkanlığına ve olumsallığına vurgu
	Topluluğu ilgilendirdiği düşünülen konular, o topluluğun üyeleri tarafından tartışılabilir	Kendi kendini temsil üzerinden yapılan vurgu toplumsal seslerin çeşitliliğini sağlar		Kamusal ve ticari medya kuruluşlarının katı ve keskin hallerini sorgulama ve dengelerini bozma, aynı zamanda transhegemonik işbirliklerine ve ortaklıklara alan açma
	Yanlış temsil edilenler,	Formatların ve türlerin		Belirsizlik AM’yi (bir

	yaftalanmışlar veya baskı altındaki toplumsal gruplar için bir iletişim kanalı açar	çeşitliliği-deneye alan açma		bütün olarak) kontrol edilmesi zor ve ele geçirilmez kılıyor-bağımsızlığını kontrol altına alıyor
--	---	------------------------------	--	---

Tablo 8: Alternatif Medyaya (AM) Dört Kuramsal Yaklaşım (Bailey, vd., 2015, 66).

5. ALTERNATİF MEDYANIN YENİ TOPLUMSAL HAREKETLERLE İLİŞKİSİ

Globalleşmenin kaçınılmaz hale geldiği bu yüzyılda, globalleşmenin sosyolojik yaşam, kültürel etki üzerinde oluşturduğu etki ve bu etkiye karşı oluşturulan direnç yeni mücadele biçimi doğurur. Yirmi birinci yüzyılda popülerleşen Küresel Adalet Hareketi gibi global hareketler, ‘eski’ ve ‘yeni’ olarak açıklanan hareketlerin homojenleşmiş halidir. Dünyada 1960’lardan itibaren ortaya çıkan ‘yeni’ hareketlere uzanan geniş kitle ve kıtalara yayılan bu günün global hareketlerinin daha net analiz edilmesi açısından, yeni toplumsal hareket teorilerine ve analizlerine bağlı kalarak bazı tarihsel kesişim noktalarını ve yansımalarını daha net anlamamız önem arz etmektedir (Demiroğlu, 2014, 143).

Çoban, toplumsal hareketler ile iletişimin arasında sarsılmayacak bir bağ olduğunu belirterek, bu iki kavramın birbirlerini destekleyip, güçlendiğini belirtmiştir. “Toplumsal muhalefetin gelişimi toplumsal iletişimi gerektirir. Toplumsal hareketlerin gelişim süreçleri muhalif alternatif/radikal medyaların gelişim süreçleriyle paralellik içerisindedir. İletişim biçimlerindeki değişimler, muhalefetin biçimlerinin de buna uygun biçimde dönüşümünü beraberinde getirir. İktidarların baskısı altında toplumsal bir karşı koyuşu örgütleyen toplumsal hareketler kendi iletişim biçimlerine ve medyalarına sahiptirler, bu medyalar ile toplumsal bilinç yapısını dönüştürmek, toplumsal katılımı sağlamak için etkin bir mücadele yürütürler” (https://www.academia.edu/1512589/Toplumsal_Hareketler_ve_Yeni_Alt_ernatif_-_Radikal_Medyalar E. T: 05.01.2019).

Yeni toplumsal hareketler, genel olarak ‘endüstriyel toplumdan’ ‘post-endüstriyel topluma’, ‘örgütlü kapitalizmden’ ‘örgütsüz kapitalizme’ geçişin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Geçmişin nesnel sınıf çıkarlarına dayalı olarak hareket eden işçi sınıfı hareketlerine karşılık, merkezine dağıtım meseleleri yerine kültür, kimlik, özerklik, nitelikli yaşam meselelerini koyan hareketler olarak ele alınmaktadır (Coşkun, 2007, 134, 135).

Yeni toplumsal hareketler kuramı, toplumsal hareketlerin temelinde devlet karşıtlığı, örgütsüzlük ve eylemlilik olduğunu belirtir. Alberto Melucci ve Manuel Castells; çalışmaları sayesinde toplumsal hareketler ve medya arasında bir bağ kumuşlardır. Bu bağ alternatif medya ile yeni toplumsal hareketleri ilişkilendirmek için önemlidir(Taylan, 2012, 122).

İlk araştırmacı olan Castells’in “The Informational City (Bilgi Şehri) (1989) adlı çalışması kent yaşamında “bilgi akışı” yüzünden meydana gelen değişiklikleri inceler. Castells’in bu çalışmasının temel iddiası 2. Dünya Savaşı’nın bitişinden sonra, özellikle 1970’lerden beri, kapitalist yeni birikim düzeni ve teknolojik yeniliklerden oluşan bir bileşkenin toplumu dönüştüren ana etken olduğudur. Bu çalışma ağ toplumundan soyutlanan çalışan yoksullar gibi grupların oluşturduğu- “dördüncü dünyanın yükselişini” (1998) ve “toplumsal hareketleri” (1997) de içermektedir. Castells, küreselleşmenin ve enformasyonelleştirmenin (informationalization) dünyayı değiştirdiğine ve toplumların haklarını ellerinden aldığına inanmaktadır” (Castells, 1997, 1998’den Akt, Taylan, 2012, 122).

Yeni toplumsal hareketlerin alternatif medya ile ilişkisine yönelik değerlendirme yapılabilecek bir diğer yeni toplumsal hareket araştırmacı ise Melucci’dır. Kurallara Meydan Okumak: Bilgi Çağı’nda Kolektif Eylem (1996) isimli çalışmasında salt olarak interneti ele alan Melucci’ni; “Noam Chomsky’nin eleştirel medya analizlerini tekrarlar. “Dünya medya sisteminin tüm dünyada temel kuralları koyma görevini” üstlendiğini, dünyanın bekçilerinin medyada kullanılan dile karar verdiğini, yayınlanacak programları ve yayımlanacak yazılı materyalleri seçtiğini ve düzenlediğini, popüler kültür piyasasıyla ilgili hükümler verdiğini, bilgisayarların,

diğer bilgi ve iletişim teknolojilerinin dilini kontrol ettiğini ve insanların akıllarını ele geçirdiğini öne sürmüştür(Melucci, 1996, 179'den Akt. Taylan, 2012, 124).

Melucci'ye göre, muhalif medyanın içinde var olan “sanat, iletişim ağları, sanal gerçeklik, tiyatro ve bedensel sinyaller” kitle kültürünün baskıladığı zorunlulukları ekarte etmek için kullanılabilir. Ayrıca bağımsız toplumsal alanlar yaratabilir olmasından dolayı medyanın mesaj üretme bu mesajı değiştirme ve de dağıtma aşamasında toplumsal hareketlerin sürdürülme sürecinde önemli noktada olduğunu belirtir. “Toplumsal hareketlerdeki ‘alternatif bilgilerin yayılmasından bilinç uyandırmaya kadar’ ortak kültürel alışkanlıklar kendini anlamanın ve duygudaş insanlarla irtibat kurmayı sağlayan dayanışma ağlarının farklı şekillerini ve dayanışma için birçok yeni fırsatı sunarak hareketin sürdürülmesine yardımcı olur” (Scott, 1990, 124, 125).

Yakın zamanda ortaya oluşan yeni toplumsal hareketler ve sosyal medyanın/ağların yaygın ve aktif şekilde tüketilmelerine Şener ve Emre;

“Ana akım medyanın göstermediklerini göstererek alternatif haber ağları ördükleri- içeriğini katılımcıların oluşturduğu ve etkileşime dayalı sosyal ağlar, toplumsal direniş açısından ele alındığında örgütlenmek için gerekli olan haber akışının hızlanmasına, direnişçilerin iktidara anında tepki vermelerine, yaratıcı, esprili, iktidarı ti'ye alan farklılıkları görünür kılan bir direniş dilinin ve söyleminin ortaya çıkmasına, toplumsal hareketlerin sürekliliği için gerekli olan dayanışma ve duygudaşlığın viral biçimde yayılmasına, ana-akım medyadan bağımsız alternatif bir gündem yaratarak ulusal ve uluslararası gündemin dikkatini direnişe çekmeye vb katkıda bulunuyorlar”(Şener/Emre, 2015, 208, 209).

Hareketler yerel çapta başlaması nedeniyle öz kültürlerini yansıtır. Fakat günümüzde sosyal medya bu hareketlerin global noktada ses getirmesine neden olur. Yerel olarak başlayan direnişin global ölçüye yayılmasını sağlayan sosyal medya bu konuda önemli bir etken olmaktadır. Yerel kaynaklı hareketlerin sosyal medya sayesinde küresel kitlelere ulaşmasına neden olan Türkiye'deki “Gezi Olayları”, 1999'da başlayan “Seattle Muharebesi”, “Occupy”, “Arap Baharı” bu hareketlerin

diğer hareketlerden ayırt edici özelliği sosyal platformların kullanımının yanı sıra kendi alternatif medyalarını oluşturmalarıdır.

Downing ise, toplumsal hareketleri 3 temel aşamada ele alır. “İlki devlet ve/veya ekonomik kurumların baskısına tepki olarak toplumsal gerilimin bir Şiddet patlaması olarak karakterize edilebileceği halk ayaklanmasıdır. İkincisi, ekonomik veya sosyal değişimi başlatmak için devletin kurumlarını hedefleyen strateji ve taktikler kullanan ve dikkatle organize olmuş gruplara dayalı hareketleri tanımlayan rasyonel aktör modelidir. Bu model, değişimi sağlamak için siyasal kurumları zorlayıcı taktikler olarak grevler, oturma eylemleri, boykotlar ve gösteriler gibi örgütlü eylemlere odaklanmaktadır. Üçüncü sınıflandırma, bu hareketleri belirli bir toplumdaki daha geniş kültürel değişimler açısından inceleyen ‘yeni toplumsal hareketler’ kuramıdır. Buradaki odak noktası devlet tarafından yerine getirilen hesaplanmış maddesel sonuçlar üzerine değil, baskı altındaki bir grubun bireysel üyeleri arasındaki ilişkileri inşa etme, böylece statükonun kısıtlamalarından bağımsız, alternatif yaşam tarzlarını keşfedebilen alt kültürler yaratma üzerinedir” (Downing, 2001: 24’den akt. Taylan, 2012,103).

Taylan, Downing’in alternatif medya ile devrimci hareketler arasında ilişki kurduğunu aktarıyor: hareketlerin ölçeğinin medya platformunun büyüklüğüne değil bağımsız oluşuna ve anti hiyerarşik oluşu ile ilişkilendirmesi gerektiğini ancak bu sayede mevcut güce karşı etkileşimli ve etkili direnişin oluşabileceği alanlar yaratılabileceğini savunur. Downing; “Radikal alternatif medya tipik olarak bu hareketlerin sorunlarını, çözümlemelerini ve mücadelelerini ilk kez telaffuz ettiği ve yaydığı için önemlidir. Tipik olarak temel sadakatini ve cazibesini bu hareketlerle borçludur” (Downing, 2001: 30. Aktaran Taylan, 2012: 117).²

² Downing, “alternatif medyayı” “popüler tartışmalara temelde farklı seçenekler sunan siyasal yönden muhalif medya” olarak tanımlamış ve alternatif medyanın sahip olduğu etkiyi göstermek için Boston Tea Party (Boston Çay Partisi) örneğini kullanmıştır. Amerikan bağımsızlık hareketi sırasında Boston’a çay götüren ilk gemilerin bugünkü standartlara göre bile çok küçük olduğunu belirten Downing, buna rağmen isyancıların sandıklar dolusu çayı denize dökmelerinin “dünyanın ilgisini çektiğini ve İngiliz Krallığı’na karşı başlatılan direnişte çok önemli bir rol oynadığını” belirtmektedir (1995, 238’den Akt. Taylan. 2012, 117).

Taylan ise, (2012, 120,121) toplumsal hareket medyasını; “ alternatif medyaya, izleyici ve üreticilerce kullanım yolları, belirli topluluklarca yaratılan veya kabul edilen çeşitli yönleri, bu medya tarafından yaratılan ağlar ve en önemlisi toplumsal hareketlerle ilişkileri açısından da bakmaktadır. Bütün bunların ortak teması “direniş, katılım ve etkileşimdir. Söz konusu ortak temaların “ekonomik, siyasal ve kültürel ilişkilerin karmaşık ağında ki konumunu anlamak için de rizomatik bir medya yaklaşımıyla alternatif medyanın bir tür “toplumsal hareket medyası” olarak kavranması önem kazanmaktadır” şeklinde tanımlamaktadır.

Alternatif medya ve toplumsal hareketlerin ilişkiselliği 1980’lerden itibaren daha görülebilir noktaya gelmiştir. Atton ve Downing alternatif medya ile toplumsal hareketleri açıklarken aynı kümede olduklarını vurgulamakla kalmamış bu iki kavramın, birbirleriyle yalın bir ilişki içinde olduklarını belirtmişlerdir. Bu ilişkiyi bağlantısından ziyade kesişimlerinin beraberliğini vurgulamaktadır. Mevcut statükonun ileri düzeyde temsil edildiği ana akım medyanın tam aksine ötelenmiş ve temsil imkânı verilmeyen grupların temsilciliğini yapan alternatif medya organları yapısı itibariyle hiyerarşi ve hegemonyadan uzak duruşu ile toplumsal örgütlenme için güç olgusu olmuştur. Kolektif bilinç, hiyerarşik olmayan yapı ve ileri demokrasinin uygulandığı; yeni toplumsal hareketler alternatif medya ile ortak örgüt yapısı içinde var olması ile ortak kesişim noktasında birlikte ve birbirlerini besleyici noktada var olmaktadır. Özellikle son yıllarda alternatif medya ile devrimci toplumsal hareketler birbirleriyle daha çok yakınlaşmışlardır (Atton, 2002a 2, 2002b, 491,505’den akt. Downing, 2001, 39).

Alternatif medya, “yeni toplumsal hareketlerle bir nedensellik ilişkisinden daha çok diyalektik bir ilişki içerisindedir. Alternatif medyanın hiyerarşik olmayan örgütlenme yapısı, anlık ve amaçsal grup oluşumlarını kucaklayan amatör ruhu, sivil toplum çıkarına faaliyet göstermesi yeni toplumsal hareketlerin eylem felsefesiyle kesişmektedir. İnternetin sunduğu imkânlarla bu kesişim, coğrafi sınırları aşmayı başarmaktadır. Bu bakımdan alternatif medyanın azınlığın/yerelin sesini/sorununu küresel gündeme taşıdığını ve yeni iletişim teknolojilerinin yeni ve çok daha örtük iktidar alanlarının oluşumuna destek verme potansiyelini” aşması için yeni fırsatlar sunduğunu söylemek mümkündür (Törenli, 2007’den akt. Taylan, 2012, 120).

Sonuç olarak, toplumsal hareketler örgütsel yapısı eylem biçimi anti hiyerarşik, anti hegemonya yapısıyla alternatif medya ile ortak bağlantıda yer almaktadır. Ötelenmiş grupların temsili ve söz hakkı ile oluşturulan kamuoyu; bu uyumu ve ortak yapıyı, aralarında güç birlikteliği yadsınamaz hale getirmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN ODAKLI HABERCİLİK VE TOPLUMSAL CİNSİYET

1. HABER

Haber; “İngilizce’deki North (Kuzey), East (Doğu), West (Batı), South (Güney) kelimelerinin baş harflerinden meydana geldiği bilinen bir kavramdır. Haber (News) sözcüğü, ‘her yönde meydana gelen olaylar’ olarak da tanımlanır”(Uyguç/Genç, 1998, 107).

Haber bireyleri bilgilendirir, sevinçlendirir, kaygılandırır ve hatta karar mekanizmalarında etkili ve yönlendirici konumda olabilmesi dolayısı ile de en etkili ve güçlü medya içeriğidir. Yerel ve global düzeyde, toplumun birçok alanında bilgilendirici unsurlara sahip olan haber; siyasal, ekonomik, sosyal ve teknolojik alanda verdiği bilgi akışıyla toplumsal değişimleri de yönlendirebilir güçtedir. Global oluşuyla ise ‘uzakları yakın hale’ getirebilir. Böylece kıtalar arası uzaklığı etkisiz hale getiren en eski enformasyondur.

Bu güne kadar haberin birçok tanımı yapılmıştır. Bazılarını şu şekilde sıralamak mümkündür;

1. İnsana “Vay canına!” dedirten her şeydir.
2. Gerçeğin toplumsal kurgusudur.
3. Hikâyenin hikâyesidir.

4. Zamanlara ve zeminlere göre değişme koşuluyla ve bazı niteliklere sahip olma kaydıyla, yaşamın tüm aşamalarında kurgulayarak dile getirdiğimiz öykülerdir.

5. Dar çevreler dışında da bilinir hale gelmek için, kitle iletişim araçlarının ilgisine gereksinim duyan gereçlerdir.

6. Kitle iletişim araçları tarafından okura, izleyiciye, dinleyiciye, ‘bunu oku’, ‘bunu izle’, ‘bunu dinle’ diyerek dayatılanlardır(Girgin/Özay, 2013, 3,4,5,6,7,8,9).

Girgin’ne göre haber söylemi; ülkedeki iktidarın hakim olmak istediğı ya da hakim olduğu kamuoyu oluşturma ve yönlendirme aracıdır. Genel olarak medya içeriğı “haberler” ve “öteki şeyler” olarak bölümlemek bile mümkündür. Çünkü haberlerin seçimi sunuluş tarzı, haber söylemi, daha çok geniş bir yanıltmaca alanı oluşturabilmektedir. Gerçek dışı haberler bile, iyi düzenlendiklerinde, uygun bir biçim ve koşullarda sunulduklarında, bireyleri inanmaya yönelttikleri bir gerçektir(2003, 75).

2. HABERCİLİK

“Habercilik genelde statüko değişikliğini (süregelen durumun değişmesini) özelde (istisna olarak) statükonun devamını (durumun süregelmesini) içeren olayların (eylem ya da söylemlerin) haberci (gazeteci) adı verilen kişiler tarafından bireylere ve toplumlara aktarılmasıdır”(Girgin, 2013, 21).

Habercilik üç farklı yaklaşıma göre günümüzde değerlendirilmektedir.

Birinci yaklaşıma göre, haberin oluşma süreci medya kuruluşunun ekonomik yapısıyla ilişkilendirilir. Medya kuruluşunun asıl amacı kar etmek olan özel kurum ya da devlet kurumu oluşu birinci yaklaşımın temel düşünce sistemini oluşturmaktadır. Kısaca, gazeteciliğin mevcut düzeni koruyan toplumsal yapıya hizmet edip etmediğı tartışılmaktadır.

İkincil yaklaşım biçimi, gazetecinin haberi verirken otonomi ve karar verme mekanizmasına sahip olup olmadığı ikinci yaklaşımın temel felsefesini oluşturmaktadır. Gazetecilerin kapitalist düzenin içerisinde mesleklerinin ve medya kurumlarının doğal işleyişinde nasıl engellendiği temeline odaklanılır.

Üçüncü yaklaşımda ise, kültürün etkilerini, simgesel düzenini dikkate almakla birlikte ikinci yaklaşımla da yakından ilişkilidir(Girgin, 2013, 21, 22)

Yukarıda belirtilen üç yaklaşımda da, haberi oluşturma'nın daha net kavramlaştırılmasına odaklanılırken, kitle iletişim araçlarının toplumsal etkileri göz ardı edilmektedir. Günümüzde haber, bireysel ve kamuoyunun bir uzvu olarak işlemektedir. Haberin iyi ya da kötü oluşuna bakılmaksızın kişilerin bilincini devamlı genişletmektedir(Tokgöz, 1994, 122).

Liberal habercilik yaklaşımı, gazetecinin var olan olay ve olgular ile ilgili enformasyonu direkt 'ayna' gibi yansıtabildiğini esas alır. Tokgöz liberal haberciliği, "zamanlılık, yakınlık, önemlilik, sonuç ve insanın ilgisini çekmek gibi temel haber değerlerine sahip olan olayların öyküleri, gerçeği yansıttığı düşünülen nesnel ve tarafsız profesyonellik pratikleri içinden özetlenir" (1994'den akt. Dursun, 2005, 70). Liberal yaklaşımın aksine eleştirel yaklaşımda haberin, habercinin olay ve olguları saydamlıkla, birebir yansıttığına kuşkulu bakar. Bu kuşkunun ana kaynağı kapitalist toplum düzeninde statükonun çıkarları doğrultusunda objektif haberciliğin olamayacağını savunur. Dursun'a (2005, 71) göre, "eleştirel yaklaşımlar, haberin ve habercinin gerçeği yansıtmaması olanaklı değildir. Ancak bu olanaksızlık medyanın kapitalist bir toplumsal yapıdaki sınıfsal sömürüyü gizleme ve söndürmeye aracılık etme işleviyle ilgili olduğu kadar, başka bir konuyla daha yakından ilgilidir. Yaşadığımız gerçeğin yaşandığı haliyle yansıtılabilmesinin güçlüğüyle, bir bakıma 'gerçeğin' doğasına ilişkin sorunlarla ilgilidir."

3. TÜRKİYE'DE HABER VE HABERCİLİK

Osmanlı döneminde İstanbul sınırları içerisinde ve tamamen Türkçe olarak basılan gazete 1831'de Takvim-i Vekayi dir. Osmanlı döneminde daha önce çeşitli gazeteler basılmıştır fakat dilleri tamamen Türkçe olmayıp azınlıklar tarafından

çıkartılan gazetelerdir. Bu nedenle Takvim-i Vekayi halk tarafından anlaşılabilir ve Osmanlı devleti dönemi padişahı II. Mahmut tarafından ismi konulmuş ilk gazete unvanına sahiptir(Öner, 151). Takvim-i Vekayi devlet eliyle devlet matbaasında ve devlet memurlarınca basılan hükümetin kararlarını içeren resmi bir gazetedir(Demir, 2015, 368). Uzun bir süre sonra özel sermayeli ilk yerli Türkçe gazete olan Tercüman-ı Ahval yayın hayatına başlamıştır. İçeriğinde siyasi yazılara yer vermesiyle ilk fikir gazetesi olarak tarihte yerini alır. Devletten yardım almadan çıkan Tercüman-ı Ahval, muhalif ve milliyetçi olan genç Osmanlılar örgütlenmesine öncü olmuştur(Doğaner, 2012, 112). 1862 yılında yayın hayatına başlayan bir diğer özel teşebbüs olan Tasvir-i Efkâr gazetesidir. Fakat bir süre sonra hükümetle gazetede yayınlanan yazılardan dolayı arası açılan gazete ilerleyen dönemlerde de Yeni Osmanlılar Cemiyetinin sözcüsü olmasıyla birlikte hükümet tarafından muhalefet yapıldığı nedeniyle kapatılmıştır(Benek, 2016, 33). Birçok gazete açılmaya devam etmiş fakat eleştirel ve hükümet karşıtı içerikleri nedeniyle kapatılmışlardır. Osmanlının basın hayatı gelişme göstermeye çalışmış fakat hükümet tarafından konulan sansür ve kapatmalar bu ilerleyişi sekteye uğratmıştır. Kanun-i Esasi yayınlanmasından sonra basın açısından bir özgürlük ortamı doğdu, birçok yeni gazete basın hayatına girdi. Bu dönemde basın hayatına giren gazetelerden bir tanesi de Sabah Gazetesidir(1882). Basın için özgürlükçi sayılan bu dönem çok uzun sürmemiş, sansür ve yasaklamalar geri gelmiştir(Benek, 2016, 35). Kurtuluş savaşına ve devamında cumhuriyetin oluşumunda belirleyici role sahip olan görüşler bu dönemde haberlerde sık sık görüldü. Cumhuriyetin ilanı öncesinde basına karşı negatif ve pozitif tutumlar, cumhuriyetin ilanından sonraki haber ve habercilik oluşumunu etkilemiştir.

Kurtuluş savaşı döneminde Anadolu'nun çeşitli yerlerinde vatanperver aydınlar tarafından gazeteler çıkartılmış, imkanların kısıtlı olmasına rağmen mevcut gazetelerin varlığı korunmaya özen gösterilmiştir. Bu dönemde bizzat Mustafa Kemal Atatürk tarafından emir verilerek Sivas ve Ankara'da gazeteler basılmaya başlanmıştır. Özellikle yabancı işgaline karşı ses çıkartan Türk gazeteleri ve gazetecileri henüz Mustafa Kemal Atatürk, Anadolu'ya gitmeden önce işgallere tepkilerini haberlerinde yayımlamışlardır. Bu gazetelerin başında, İzmir'in Hukuk-u Beşer Gazetesi yer almaktadır. 1919 yılında Kordon'da ilerleyen Yunan askerlerine

ilk kurşunu attıktan sonra şehit olan İzmir'in Hukuk-u Beşer Gazetesi başyazarı Hasan Tahsin gelmektedir. İstisna gazeteler hariç birçok İstanbul ve Anadolu'da yayın yapan gazete belirli bir süre sonra işgalcilerle anlaşma yapmışlardır(Girgin, 2009, 85).

Öte yandan kurtuluş savaşı boyunca Atatürk'ün desteği ve isteği ile milli mücadele sürecine destek verilen gazeteler yayımlanmaya başlamıştır ve giderek yurdun birçok alanında çoğalmıştır. Bunlardan bazıları; Mücadele-i Milliye, Gaye-i Milliye, İrade-i Milliye, Hakimiyet-i Milliye, Anadolu Ajansıdır. Öte yandan milli mücadele karşıtı gazeteler de yayımlanmaya başlamış, milli mücadele sürecini sekteye uğratmak isteyen bu gazetelerin bazıları; Selamet, İrşad, İrşad, Zafer, Köylü, Şark, Müsavat, Teemmin, Bursa, Mücahhede'dir(Girgin, 2009, 87,88,89,90,91).

Kurtuluş savaşı sırasında onaylanan 1921 anayasası içinde basınla ilgili herhangi bir madde bulunmamaktaydı bu zamana kadar. İkinci meşrutiyet döneminde haber ve haberciliğe karşı yöneltilen tutum devam etmekteydi. Fakat 1924 yılında yürürlüğe giren Teşkilat-ı Esasiye kanunu haber ve habercilik anlamında önemli gelişmeler içeriyordu fakat tam anlamıyla kapsayıcı değildi. Teşkilat-ı Esasiyenin basın ile ilgili en önemli maddesi basın özgürlüğünün güvence altına alındığı maddedir. Fakat basının sınırları kanun önünde çizildiğine ilişkin madde yine de basının tam anlamıyla özgür hareket edemeyeceğini belirtmekteydi. Bu anayasa 1960 yılına kadar geçerli olmuştur. 1930 yılında elle dizgi yerine linotip denilen makineler kullanılmaya başlanmış ve gazeteler daha hızlı ve kaliteli basılmaya başlanmıştır. 1931 yılında basını yakından ilgilendiren gelişmeler olmuştur. Matbuat Kanunu ile basın üzerinde bazı değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişiklikler basının aleyhine olmuştur. 1938 yılında basın kanununda yapılan bazı değişikliklerle basın organı açmak ruhsata tabi tutulmuş, yeni yayın hayatına başlayacak olan tüm siyasi gazete ve dergiler ruhsat sistemiyle çıkma şartı getirilmiştir.

“1941 yılında Türkiye’de günlük toplam tirajları 60 bine ulaşan 113 gazete bulunmakta, ayrıca 227 dergi yayımlanmaktadır. 1946 yılında tirajları 100 bine yaklaşan 202 gazete ve 302 derginin yayımlandığı belirlenmiştir 1941 yılında Türkiye’de günlük toplam tirajları 60 bine ulaşan 113 gazete bulunmakta, ayrıca 227 dergi yayımlanmaktadır. 1946 yılında tirajları 100 bine yaklaşan 202 gazete ve 302

derginin yayımlandığı belirlenmiştir”(Özgen, 21’den Akt. Girgin, 2009, 108). 1948 yılından sonra gazetelerde basın dışı sermaye görülmezken ikinci dünya savaşı sonrasında gazeteci patron yerini basın dışı sermaye patronlarına devretmeye başlamıştır. Bunun en önemli nedenleri ekonomik ve teknolojik etkilerdir(Girgin, 2009, 114).

Türk gazeteciliğinde Cumhuriyetin ilanından sonra önemli gelişmeler yaşanmıştır. İstanbul’da yayım yapan gazeteler ulusal gazete unvanına sahip olarak kitle iletişim araçları haline gelmişlerdir. 1960’lı yıllarda ofset sistemiyle tanışan Türk basını, özellikle Babıali’de ki birçok gazete uzun bir süre tipo makineler ile basım yapmaya devam etse de, renkli basım yapan ve daha kaliteli basım teknolojisi olan ofset ile mücadele edememişlerdir. (Girgin, 2009, 108). Türk basını açısından en özgürlükçü dönem 1961 anayasası ile başladı. Gazetecilerin haklarını koruyan, yazma ve düşünce özgürlüğü sağlayan bu anayasa uzun ömürlü olmadı. 1971’de yapılan askeri müdahale ile Türk toplumu için fazla özgür ve lüks olduğu gerekçesiyle yasa değişikliği yapılarak basın özgürlüğüne bir darbe daha yapılmış oldu(Koloğlu, 2013, 133). 1960 anayasası ile beraber basına tanınmış ve bugünde gazetecilerin önemli özlük haklarını koruyan 212 sayılı yasa yürürlüğe girmiştir. “Basın İş Kanunu’nun “Kanun Şümülü” başlığını taşıyan 212 Sayılı Kanun ile Değişik 1. maddesi; bu kanunun Türkiye’de yayınlanan gazete ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunu’ndaki ‘işçi’ tanımı kapsamı dışında kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanacağını ifade etmektedir”(Şakar,2002, 45’den akt. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/2954> E.T.: 01.04.2019).

212 sayılı yasanın yürürlüğe girmesi basın sahiplerinin hoşuna gitmemiş ve bu yasayı protesto etmek için üç gün süre ile gazete yayımlamamışlardır. Bu protestonun akabinde tarihte ilk kez medya patronları ile gazeteciler karşı karşıya gelmiştir. Gazetecilerin haklarını koruyan bu yasa, gazetecilerin ve sivil toplum kuruluşlarının desteğini almıştır. 212 sayılı yasadaki hak ve hükümler günümüzde yürürlüğünü korumaktadır. 1960’lı yılların sonu ve 1970’li yılların başlamasıyla birlikte basın kuruluşlarında artış yaşanmış ve değişen ekonomik etmenler beraberinde basın kuruluşlarında reklamcılığı getirmiştir. Fakat bu durum ilerleyen yıllarda özellikle

1990’larda kupon kültürü ve beraberinde haberciliğin dejenerasyon yaşamasına sebebiyet verecektir.

Türkiye 1980’li yıllardan itibaren, toplumun ve ülkenin her unsurunu kökten değiştiren bir sürece girmiştir. Türkiye’de yaşanan bu değişim hızlı ilerleyerek 1990’lı yıllarda etkisini arttırarak devam etmiştir. Fakat 1990’lı yıllarda daha çok sosyal ve kültürel bağlamda kendisi hissettirmiştir. Gerek teknolojik hususlar ve beraberinde, iletişim araçlarının değişimi ve gelişimi gerekse ekonomik, bireysel ve toplumsal davranış şekillerinin değişmesine neden olmuştur. Tüm bu değişikliğin içerisinde medya kurumları ve basın mensupları da yerini almıştır. 80’li ve 90’lı yıllardaki bu değişim medyada meslek ilkeleri, basın mensuplarının mesleklerine ve topluma bakış açılarının oldukça değişime uğramasına neden olmuştur. Dolayısıyla haber ve habercilik de bu süreçten etkilenmiştir.

12 Eylül 1980 askeri darbesi sonrası, haber ve habercilik önemli anlamda kısıtlanmıştır. Bu kısıtlanma yalnızca gazetecileri değil okuyucu kitlesini de önemli derece etkilemiştir. Gazeteciliğin en temel kuralı olan halkın haber alma hakkı devlet eliyle yok edilmiştir. "Basın, genellikle sıkıyönetim tarafından denetlenmekle birlikte, zaman zaman doğrudan doğruya beş general, özellikle Konsey Başkanı Kenan Evren tarafından denetimden geçiriliyordu. 'Hoşa gitmeyen' yazılar için gazetelere sıkıyönetimden sık sık uyarılar geliyor, arada bir kapatma cezası uygulanıyordu. Yazarların, yazı işleri müdürlerinin gözüaltına alındığı, tutuklandığı, mahkûm edildiği de oluyordu. Sıkıyönetim, hemen her gün yayın yasakları koyuyordu”(Karabacalı, 1990, 120).

Bütün bu sansür ve kısıtlamalar Türk basın tarihine kara bir leke olarak geçmiştir. Basın ve iletişime dair tüm özgürlükler yok edilmiş, gazetecilerin hak arayışları, mali güvenceleri, ifade özgürlükleri ellerinden alınmıştır. Bu dönemde gazeteciler yoğun olarak tutuklanıp, hapis cezası verilmiştir. Bu dönemin getirdiği korku ortamı ifade ve düşünce özgürlüklerinin kısıtlanması sonucu apolitik bir toplum oluşmaya başlamıştır. Basına yapılan sansür ve hapis cezaları sonrası bu dönemde ortaya konulan haberler ciddi anlamda habercilik kavramından uzak tutum içerisinde yayımlanmıştır. Bütün bu süreci toparlayacak olursam, basının özgürlüğünün elinden

alınması toplumun yani kamuoyunun da tüm özgürlüklerinin yok olmasına neden olmuştur. Basının gücünü baskı ve bıkırtma girişimleriyle baskılayan 12 Eylül rejimi sonrası basında oluşan değişimler de göz önüne alındığında günümüzü de kapsayarak, özgür ve tam bağımsız basının önemini bir kez daha hatırlatmaktadır.

“Söz konusu dönemde, hissedilen en önemli değişim, toplumun depolitizasyonu çabaları sonucu, basının magazin ağırlıklı haberlere yönelmesi olmuştur. Böylece basının, halkın sesini duyuramadığı için, halk tabanından ve desteğinden uzak bir kurum olma durumu ortaya çıkmıştır. Kısacası basın 12 Eylül Harekâtı’ndan sonra halktan uzak, olaylara apolitik bir yaklaşım modeli ortaya koyarken, bu durum, onun, okuyucu kitlesinden kopması ve desteksiz kalması sorununu da ortaya çıkarmıştır”(Gezgin, 1999, 5, 8’den akt. Girgin, 2003, 131).

Türkiye’de haber ve habercilik kavramın değişmesinde en önemli unsur, basında yaşanan sahip yapısı değişimiyle gerçekleşmiştir. Basın sahipliği değişiminin en önemli faktörü 1980 darbesinin sıkıyönetim tavrı ile baskılanan basın Turgut Özal’ın başkanlığı dönemiyle birlikte yeni ekonomik yapı inşa edişi ile oluşmuştur. Değişen ekonomik yapı ve gelişen teknoloji ile birlikte gazeteci patronlar kâğıda getirilen maddi külfet ve kısıtlamalarla da birlikte zor duruma itilmiştir. Basının gücünü kavrayan bazı holding patronları teker teker basın kuruluşlarını bünyelerine geçirmiştir. Bunlara ilk örnek Asil Nadir dir. Asil Nadir dönemin önceliği üç gazetesini satın alarak tüm dengeleri bir anda alt üst etmiştir. Kendi sahipliğine geçirdiği ilk gazeteler, Güneş, Günaydın ve Gelişim yayın grubu olmuş bunun dışında birçok dergiyi de satın alarak medya sahiplik yapısının kökten değişimine önemli adım atmıştır.

Dönem başbakanı Turgut Özal, Asil Nadir’e önemli destekler vermiştir. Verilen bu destek karşılıksız olmayıp, Doğan grubu ve Bilgin grubuna karşı istediği haberciliği yaptırmak adına olmuş fakat iki grubun ortak noktada direnmesi sonucu bu çaba karşılıksız kalmıştır. Toksöz holding sahiplerinin basını kendi sahiplikleri arasına katmasındaki amacı şu şekilde açıklamaktadır: “Gerçekten de, 1980’li yıllar Türkiye’inde büyük sermayenin medyaya girişiyle “dördüncü gücü paylaşma” yönünden adımlar atılmış oldu. Medyayı silah olarak kullanma prestij sağlarken, diğer

sektörlerden ihale, kredi olanaklarından yararlanma, devlet teşviklerinden olduğu kadar diğer rantlardan da öncelik kapma, medyayı banka ve diğer şirketlerinin reklamında kullanma, pazarlama faaliyetlerini artırma gibi nedenlerle medyanın merkezi İstanbul ile siyasetin merkezi Ankara arasındaki ilişkiler karmaşık hale gelmişti. Etkileme/etkilenme mücadelesi ise artışa geçmişti” (Tokgöz, 2003, 42, 43).

Bütün bu gelişimler göz önüne alındığında medya sahiplik yapısının değişimi doğrudan Türkiye’de haber ve habercilik yapısına yansımıştır. Medya yapısının holding patronlarının diğer şirketleri açısından güç gösterisi yaptığı, kendi menfaatleri doğrultusunda siyasi ve ideolojik karmaşaya basını sürüklediği görülmektedir. 1990’lı yıllarda durum daha da karmaşık hale gelerek medya sahipliği tamamen gazeteci patronlardan holding sahiplerine geçiş ile devam etmiştir. Özellikle 1990’lı yıllarda artan radyo ve televizyon organları tekelleşen medya sahipliğın sonucu olmuştur. Belirli holdinglerin tekeline geçen medya haber ve habercilik anlamında tamamen holding patronlarının çıkarları doğrultusunda mevcut güç yani iktidara yönelik habercilik ortaya koymuşlardır. Tüm bu oluşumlar karşısında ana akım medyaya karşı alternatif oluşumlar oluşmaya başlamıştır.

Girgin (2003, 132), Türkiye’deki basının görevleri açısından değerlendirmesinde, Türk basının, eğitici ve öğretici açıdan zayıf olduğunu vurgular. Gazetelerin tek yönlü haber yaptığını, tek bir gazetenin aynı görüş etrafında toplandığını ve çok sesliliğın görülmediğı ifade eder. “Tutkun yanlılık”, bazı gazeteler arasında çoğı zaman etik dışı söylemlere neden olurken, gazetelerin birbirlerinden tazminat yoluyla, başarı ya da haklılık adı altında yansıtılmaktadır. Basın üzerine düşen görev ve davranışđı doğru ve etik çerçevede eksiz olarak yerine getirirse, toplumdaki bireylerin ve grupların ifade özgürlüğü kullanmalarına yarar sağlar; bu şekilde de farklı görüşlerin olduğı çok sesli kamuoyu oluşmasında etkin rol oynayabilir.

4. TOPLUMSAL CİNSİYET VE MEDYA

Bireyler, doğdukları sosyal ortamın içerisinde cinsiyetle ilgili roller edinmeye başlarlar. Doğdukları sosyal yapı öncelikle en küçük birim olan aile ile sonrasında mensubu oldukları sosyal çevrenin yönlendirmesi ile sunulan cinsiyet rollerini

içselleştirirler. Sosyolojik statülerini kaybetmemek ve ait olduğu kültürel düzenin devamlılığını sağlayabilmek için kendilerine sunulan cinsiyet kalıplarını yüklenirler. Bu kalıplara uyum sağlamalarının en temel faktörü ise, ait oldukları gruptan dışlanmayı istememeleridir. Bireyin doğumundan itibaren yüklenen cinsiyet rolleri, kalıplaşmış davranış ve düşünceleri sosyal yaşamın her alanında farklı unsurlar ile kendini göstermektedir.

Toplumsal cinsiyet kavramının ortaya çıkışı, 1968 yılında Robert Stoller'in "Sex and Gender" kitabında biyolojik cinsiyetin ile toplumsal cinsiyetten farklı olduğunu anlatmak adına ortaya atılmış bir kavramdır. Akademisyenler toplumsal cinsiyet kavramından yola çıkarak, bireylerin toplumsal cinsel rolünün kadınlık ve erkeklik ölçütlerinin oluşmasında derecelendirme yapmışlardır. Bireyin ait olduğu cinsi bilmesi cinsel kimlikken, kimliğini topluma sunması ise 'cinsiyet rolü' sayesinde gerçekleşmektedir (İmançer v.d, 2006, 1).

"Toplumsal cinsiyet kavramı genel olarak kadınlık ve erkekliğin, biyolojik farklılıklarının yanı sıra, toplumsal-kültürel-tarihsel olarak belirlendiğini ve öğrenilen bazı rol-davranışlar tarafından biçimlendirildiğini belirtmek amacıyla kullanılmaktadır. Cinsiyetin toplumsal olarak da inşa edilmesi, aynı zamanda toplumsal cinsiyetin değişebilirliğini de gündeme getirmektedir. Bunun yanı sıra kavram, kişinin biyolojik cinsiyeti ile sonradan tercih ettiği toplumsal cinsiyet arasında farklılıklar olabileceğini de içermektedir"(Alankuş, 2007 28, 29'den akt. Kuruoğlu/Aydın, 2014, 35).

Toplumsal cinsiyet kimliklerin oluşumunda analitik bir kategori sunar. Bu durum her bireyi aynı şekilde kabul ettiği anlamına gelememekle birlikte kültürel ve zamansal süreçlere göre değişebilmektedir. Kadın ve erkeğin toplumsal kalıpları düzenlenerek normalleştirilir. Akademik alanda toplumsal cinsiyetin gündeme gelmesi ise ikinci dalga feminist hareketinin yaygınlaşmaya başladığı döneme denk gelmektedir. İkinci dalga feministler, kadınların toplumsal rollerini ve toplum içerisindeki konumunu sorgulayarak, kadınların baskılanmasının sebebine odaklanırlar. "ikinci dalga feministler, toplumsal cinsiyet, cinsellik ve iktidar ilişkileri

kavramlarını ataerkil bağlamda sorunsallaştırırlar” (Akça/Tönel, 2011 16’dan akt. Yavuz, 2016, 17).

Ataerkil yapıda, erkeğin hükümetine hizmette bulunacak kadın yapısının normalleştirilmesi ve yaygınlaştırılması için çaba harcanır. Toplumsal baskı ve çoğunluğun kalıplarının bu yönde oluşturulması ile kadına dayatılan ataerkil düzenin yaptırımları ve kalıpları dışına çıkması halinde ait olduğu toplum tarafından dışlanma, ötekileştirme dahi kadının kendisine sunulan rolleri eksiksiz gerçekleştirip içselleştirmesine ve hatta gelecek kuşaklara empoze etmesi ile kaçınılmaz bir davranış biçimi halini alır.

“Sanayi devrimi ile kadınların evlerinden çıkarak fabrikalarda çalışmaya başlaması ve ivme kazanan feminist hareketlerin kadınları bilinçlendirmesiyle, günümüzde ataerkil sistemin dayatmalarının geçmişe göre etkisini yitirmeye başladığını söylesek de, ataerkil sistem ve bu sistemin gereklerini yerine getirmek için kullanılan eril dil gücünü hala korumaktadır”(Kuruoğlu/Aydın, 2014, 13).

Toplumsal cinsiyet ve medya ilişkisini 1963 yılı baskılı *The Feminine Mystique* (Kadınlığın Gizemi) kitabında akademi haricinde tartışan ve ilk örnek sayılan Betty Friedan dır. Friedan, ikinci dalga feminizm hareketlerinin öncü isimlerindendir. Bu çalışmada orta sınıfa mensup Amerikalı ev kadınlarının kendilerine empoze edilen cinsiyet kalıplarının sonucunda yaşamakta oldukları kimlik bunalımı ele alınmıştır. Çalışmada Amerikan kadın dergilerinin yıl bazlı kadın imgelerini nasıl ve ne şekilde sundukları raporlanmıştır. 1939-59 yılları arasında incelenen dergilerin değişen zaman düzleminde kadının rolünü, statüsünü ve kadına atfedilen kalıpların değişimini ortaya koymuştur.

Friedan’ın araştırmasında; “1940’lı yıllarda kadın dergileri karakterlerin daha çok kariyer sahibi, kendinden emin, bağımsız kadınlar olarak sunulduğu ve dergilerin içeriğinde siyaset, kültür sanat gibi farklı alanlara yer verildiği dikkat çekmektedir. Bunun aksine 1950’li yıllardaki kadın dergilerinde çocuksu, edilgen, genç ve mutlu ev kadınlarının, evlat sahibi olmaktan başka bir gelecek hayali olmayan, tek mücadelesi erkek tavlama olan ve dünyaları yatak odası, mutfak, cinsellik, bebek ve ev ile

sınırlandırılmış kadınlar sunulmuştur³. 1950’li yılların kadın dergilerinin sayfalarında, yiyecek, kıyafet, kozmetik, mobilya ile genç ve güzel kadın bedenleri doldurulmaya başlamıştır. Çalışmada, 40’lı yıllardaki kadın dergilerinde kariyer sahibi kadın öykülerinin çoğunlukla kadın yazar ve editörler tarafından yaratıldığı, 50’li yılların dergilerinde ise editöryal kararların erkekler tarafından alındığı da belirtilmektedir”(Friedan, 1979, 30,47,48’den akt. Yavuz, 2016, 19).

Friedan’ın çalışması, sadece 10 yıl içerisindeki kadının rolünü ve kalıplarını yansıtmamaktadır. Bu çalışma aynı zamanda toplumsal yapının cinsiyet kalıplarını nasıl şekillendirdiğini, toplumsal değişimlerin paralelinde toplumsal cinsiyet şekillerinin, konumlarının ve kalıplarının ne şekilde değiştiğini de göstermektedir.

40’lı ve 50’li yıllar arasındaki değişim sürecini ikinci dünya savaşının sonlanmasıyla erkek nüfusunun ülkeye geri dönmesi ile gerek toplumsal gerekse iş alanlarına adapte olup etkin olmaya başlamıştır. Bu durum toplumsal ve iş alanlarında kadınların yerinden edilmesi, kariyerlerinin sonlanması ile beraberinde özellikle medya sektörüne hakim olan kadın sayısının ciddi düşüşe geçmesi ile kadınlar yazarlıktan anneliğe dönmeleri ile sonlanmıştır. Kadınların konumlarını erkek egemen zihniyetin alması ile konforlu ev yaşamının hasretini çeken erkek yazarlar bu durumu dergilere yansıtmışlardır. Reklam sektörü de bu değişimden yararlanıp ev kadınlığına teşvik amaçlı ev mobilya ve dekorasyon ürünlerinin pazarlanması üzerine çalışmalar yapmıştır(Yavuz, 2016, 20).

1970’li yıllarda edebiyat alanında feminist duruşun sergilenmesiyle beraberinde kitle iletişiminde feminizmin alanına sokmuş olup bu yönde ilk çalışmaların başladığı yıllardır. Medyada kadın temsiliinin ilk dönem çalışmaların başını çeken, *Hearth And Home: Images Of Women In The Mass Media*(Aile Ocağı:

³ “1950’li yıllardaki kadın dergilerinin başlıklarından bazıları şu şekildedir: “Kadınlık Evde Başlar”, “Gençken Bebek Sahibi Olun”, “Erkek Tavlamanın Yolları”, “Evlendiğimde İşten Ayrılmalı Mıyım?”, “Kız Çocuğunuzu Eş Olmaya Hazırlıyor Musunuz?”, “Evde Kariyer”, “Kadınlar Bu Kadar Konuşmak Zorunda Mı?”, Kadınların Havva Anadan Öğrenecekleri”, Gerçek Bir Erkek Dünyası, Siyaset”, “Evliliğinizi Mutlu Etmenin Yolları”, Erken Yaşta Evlenmekten Korkmayın”, “Doktorlar Bebek Emzirmeyi Anlatıyor”, “Bebegimiz Evde Doğdu”, Yemek Pişirmek Benim İçin Şiir Gibidir”, “Ev Geçindirme İşii””(Yavuz, 2016: 19).

Medyada Kadın İmgeleri)dir. Kitabın içerisinde yer alan “The Symbolic Annihilation Of Women By The Mass Media” (Kadınların Medya Tarafından Sembolik İmha Edilişi) adlı yazısında, kadınların ömürlerinin yalnızca aile ortamı ile sınırlandıran medya söylemlerinin baskısı altından nasıl arınabileceklerine yanıt aramıştır. Medyada kadın temsili “sembolik imha” kavramlaştırılmasıyla yapılması önem arz etmektedir(Tuchman v.d., 1978). “Sembolik imha etme” kavramı medyanın kadınları görünmez kılmasını ifade eder. Bu ifadenin ana kaynağı bir bakıma yaratıcı olan George Gerbner 1972 yılında bu ifadeyi kullanmaya başlar. (Gallagher, 2014, 23). Bu kalıp, kadınların medyada görünmez olmalarının yanı sıra temsil ediliş biçimlerinin toplumun empoze etmiş olduğu kalıplara uygun, toplumsal cinsiyet sınırlamalarının devamlılığını ve üretimlerine süreklilik sağlayarak temsil ediklerini vurgular.

Türk medyasında kadın ve erkeğin temsillerinin batı medyasından farklı olmadığı gözlenmektedir. Kitle iletişim araçlarındaki kadın rolleri evrensel medyanın yansıması ve yöntemiyle paralel çizgidedir. Saktanberk, “Türk medyasında kadınları cinselliklerinden tamamen arınmış olanlar ve cinselliklerinin dışında herhangi bir kimliği bulunmayanlar olarak iki farklı temsil düzeyinde yer alır. Bunun da en iyi göstergesi ‘fedakar anne’, ‘iyi sadık eş’ kalıplarının dışında yaygın bir şekilde ancak cinsellikleriyle, ama erkek egemen söylemlerce tanımlanmış cinsel kimlikleriyle varlık göstermektedirler” (Saktanberk, 1993’den akt. İmançer, 2006, 67).

Toplumdaki cinsiyet rolleri, yazılı basın yayımladığı görsel ve yazılı içeriklerde temsil edilmeye devam etmekte ve yeniden üretilmektedir. Dursun(2010, 21), haberin “ gazetecinin niyetinden bağımsız olarak, var olan güç konumlarını desteklemeye, sürdürmeye, yaygınlaştırmaya hizmet etmektedir.” Haber dili, var olanı objektif sunmaktansa mevcut gücü ve iktidarı destekleyerek her defasında yeniden üretmektedir. “Yazılı basında kadına yönelik şiddet haberleri, genellikle üçüncü sayfada yer alan ‘kurban’ temsilleri olarak sunulur. Kadınların kurban olarak temsil edildiği bazı durumlarda özellikle de haber fotoğraflarında ‘cinsel nesne’ olarak sunulması söz konusu olmaktadır”(Tanrıöver, 2007, 160’dan akt. Kuruoğlu/Aydın, 2014, 39).

Toplumsal cinsiyet ve medya ilişkilerini Türkiye bağlamında toparlayacak olursak, ataerkil bir yapının hâkimiyetinde olan ve toplumsal açıdan kadınların olumsuz yönde etkilemektedir. Bu olumsuz etkileri medya perspektifinde inceleyen Devrim Deniz Erol; “var olan kültürel toplumsal ve ekonomik ilişkilerle de bağlantılı olan bu ataerkil anlamlandırma yapısında kadın ve erkeğe ilişkin kabul gören nitelikler ise yazılı basında yer alan şiddet haberlerinde de kendisini göstermektedir. Yazılı basın, genel anlamda cinsiyetçi bir tutum haber metinlerine ve haber fotoğraflarına yansıtmaktadır. Yazılı basın cinsel saldırılara, kadının cinsel nesne olarak ya da pornografi nesnesi olarak kullanımına, çocuklara ve farklı cinsel kimlik yönelimi olanlara ilişkin geçerli olan etik ilkeleri de tam anlamıyla uygulamamaktadır. Yazılı basını temsilen beş gazete (Sabah, Haber Türk, Posta, Hürriyet, Zaman) üzerine yapılan çalışma, yazılı basının şiddetin temsiliinde, toplumda var olan cinsiyet eşitsizliğini yeniden ürettiğine ilişkin daha önceki çalışma bulgularını desteklenmektedir”(Kuruoğlu/Aydın, 2014, 61).

Uluslararası Hakemli Psikiyatri ve Psikoloji Araştırmaları Dergisi’nde yayımlanan ‘Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinde Medyanın Rolü’ isimli makalede medya ile toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yıkılabileceği aynı zamanda medyanın toplumsal cinsiyet eşitliği yaratmasında devletin rolün önemli olduğu ve destekleyici nitelikte olması gerektiği vurgulanmıştır. “Toplumlar ancak zihin dünyalarının değişmesi ile değişime ayak uydurabilirler. Zihin dünyası değişimi bu açıdan önemlidir. Günümüzde zihin dünyası değişikliği algı operasyonları eşliğinde medya aracılığıyla yapılmaktadır. Medya toplumu yönlendirmektedir. Medyanın bu rolü onu cazip kılmaktadır. Bu açıdan medya kadına yönelik eşitsizliği bitirmede en önemli araçtır. Bunun için medya kapitalist düzenin oyuncağı olmak yerine insanlığa ve hakka hizmet etmelidir. Bu hizmeti kendi başına sağlayamamaktadır. Devlette bu düzene yardım etmelidir. Gerekli yasal mevzuatları hazırlamalıdır. Kadın erkek eşitsizliği medya odaklı olarak bitirilmelidir. Bu konuda toplumun zihin dünyası değişmelidir. Kadın cinsel bir obje olarak görülmemelidir. Kadına yönelik şiddet dizilerde ve televizyon programlarında yer almamalıdır. Medya tüm bu sorunları, yapacağı olumlu algı operasyonları ile düzenleyebilmektedir. Kadın erkek eşitsizliği bu şekilde sona

erdirebilmektedir”.(<http://www.uhpdergisi.com/dergi//toplumsal-cinsiyet-esitsizliginde-medyanin-rolu201412.pdf> E.T: 08.03.2019).

5. FEMİNİST TEORİ BAĞLAMINDA ALTERNATİF OLUŞUMLARDA FEMİNİST MEDYA

Feminizm, temelde ataerkil toplum düzenini eleştirir. Kadın ve erkek cinsleri arasındaki toplumsal, ekonomik, siyasal tüm ayrımları ortadan kaldırarak eşit şartlar ve haklar ile toplumsal eşitliği savuna görüşür. Feminizmin başlı başına dönemlere ayrılmış olup, birinci dalga (19. Yüzyıl), ikinci dalga (20. Yüzyılın son çeyreği) ve birçok kaynakta tartışmalı olarak geçse de üçüncü dalga(21. Yüzyıl) feminizmi olarak alt başlıkları geniş bir görüşür.

İlk feminizm dalgası 19. Yüzyıl olarak kabul edildiyse de Donovan, 15. ,16. ve 17. Yüzyıllarda feminizm hareketlerinin olduğunu, Batı Avrupa’da erken modernlik hareketlerini incelediği araştırmasında bu durumu gözlemlediğini ve o dönemin kadınlarının da eğitim eşitsizliği, şiddet ve taciz gibi birçok unsura karşı mücadele verdiğini belirtmektedir. Feminizmin, 17. Yüzyılın bitişi ve 18. Yüzyılın tamamını kapsayan dönemde, feminizm adına yapılan tüm eylemler ve isteklerin ciddiye alınmaması hatta toplumlar tarafından alaya alınmasıyla ve baskılanmasıyla birlikte feministlerin adından söz ettireceği bir devrin başlangıcı olan feminist devrimiyle süreç devam etti(Donovan, 2016, 15). Bu baskılama ve şiddet hareketlerinin sonucu; dünya çapında, toplumsal eşitlik ve şiddete karşı olan; toplumun, ekonominin, siyasetin dünya üzerindeki tüm olgu ve olaylarda adalet için eşitlik isteyen kadın devrimine dönüştü. “Bunlar kadar, belki de daha önemli olan feminist devrim... Kamusal dünya, bugüne denk erkekler tarafından yönetildi ve hangi erdemleri, hangi nitelikleri olursa olsun, erkeklerin yönetme biçimi bir çıkmazda. Uzmanlar erkelerin savaşa eğilimlerinin içgüdüsel mi yoksa öğrenilmiş mi olduğunu tartışadursunlar, reddedilemez bir gerçek var: tarihsel olarak örgütlenmiş şiddet, insanlığın erkek tarafıyla sıkı sıkıya bağlı”(Schell, 2003, 353).

Feminist medya çalışmaları ikinci dalga feminizmle birlikte akademik ortama girmiştir. Medyada kadının rolü ve toplumsal cinsiyet kalıplarının tartışıldığı dönemde feminist akademisyenlerin, Amerikan ana akım medyası üzerinde yapılan içerik analizlerinin paralelinde, “medya içeriklerinin gerçekli nasıl çarpıttığı ve kadınların kitle iletişim süreçlerinde nasıl değersizleştirildiği üzerinde durmuşlardır... Kullanımlar ve doyumlar geleneğinden beslenen araştırmalar işlevci perspektiften kadınların popüler kültür ürünlerinden aldıkları hazları vurgulamışlardır” (Yavuz, 2016, 35). Gaye Tuchman’a göre, medyada kadınların tek düze temsil edilişleriyle sembolik olarak kadınların yok edildiği tezini savunur. Medyanın kadın ve erkek arasındaki ilişkinin gerçekte değiştiğini ve kadınların daha çok sosyal hayata katılıp, iş sahibi olduğunu yansıtmak yerine ev hanımlığı kimliklerini ön planda yansıttığını belirtir. Medyada gerçekliğin çarpıtılmasının sonucu olarak, kızların tek düze kadın temsilleri dışında kadın figürünün olmamasına yol açtığını belirtir. Tuchman, medyanın toplumsal gerçekliği yansıtmaması gerektiğini ve kadınların ‘gerçek’ olarak temsil edilmesi gerektiğini belirtir (Minic, 2016, 7).

15. Yüzyıldan beri kadınlar kendi varlığını, kimliğini, yönelimlerini tanımlamak anlatmak için kendi medyalarını oluşturmuşlardır. Erkek egemen medyanın kadınları yok sayarak ya da kadın hareketlerini ötekileştirerek yaptıkları yayın politikaları geçtiğimiz 7 yüzyıl boyunca kadınlar tarafından tartışılmaktadır. Erkek egemen ana akım medya tarafından sergilenen bu tutum neticesinde kadınlar seslerini duyurabilmek ve birlik olabilmek amacıyla kendi alternatif medyalarını yaratmışlardır. Alternatif feminist medya, birinci bölümde bahsedilen alternatif medya özelliklerine sahiptir. Feminist medya, gönüllülük esası ile eğitim ya da tecrübe göz önünde bulundurmadan okuyucularını da yayım sürecine davet eder. Küçük ölçekli, sermayeleşmeden uzak ve demokratik yapılardır. Global düzeyde alternatif feminist medya görüşlerini öncelikle tüm kadınlara ulaştırmayı hedeflerken, erkek egemen medyaya da varlıklarını ve kadın odaklı kaleme alınmış haberlerini söylemler bağlamında yaygınlaştırmayı hedefler. Toplum ve ana akım medya tarafından sindirilmiş ve yok sayılan kadınlar alternatif medya ve feminist ideolojinin birleşimiyle kendi seslerini duyurabilecekleri, örgütlenebilecekleri ve toplum tarafından biçilmiş kalıpların içinden çıktıkları kendi medyalarını yaratmışlardır. 70’li

yıllarda yaygınlaşan ve çeşitlenen feminist medya, toplumda feminist bir yapı oluşturmayı hedefler.

“Kitle iletişim araçlarının kadınlar tarafından ve feminist bir anlayışla kullanılması olarak tanımlanan feminist medyanın Barbara Marshall tarafından temel olarak iki işleve sahip olduğu ifade edilmiştir. Birinci ve içsel işlevi, kadınlar arasındaki bilgi akışını ve iletişimi sağlamak; ikinci ve dışsal işlevi ise toplumsal kesimler arasında feminist iddiaların geçerliliğine yönelik görüşlerin oluşturulmasına imkan tanımaktır”(Köker, 1997, 31’den akt. İlhan, 2014 4). “Kadın dayanışmasıyla birlikte, kadınlık kimliğinin tartışıldığı, başta demokrasi ve yurttaşlık olmak üzere farklılık ve çoğulculuk temeline dayalı olarak, güncel sorunların kadın bakış açısı içinde yeniden ele alınıp değerlendirildiği açık bir forum oluşturmak, bu araçların varlık nedenini ortaya koyar. Dışsal işlevi ise, kadınları da aşacak bir biçimde, geniş toplumsal kesimler içinde feminist iddiaların geçerliliğine yönelik bir anlayış oluşturmaktır. Bu iki işlevi gerçekleştirmek üzere kullanılan araçlar farklılık göstermekle birlikte, bunların örgütlenmesi ve yönetimi açısından temel ilkeler ortaktır. Bu ilkeler genel olarak muhalif, direnmeci olmak ve alternatif politika üretmektir. Bu anlamda hakim iletişim araçlarında çalışmak ve onların içinde bir alan oluşturmaktan ziyade bunların dışında yeni bir alan oluşturulmasını özendirmek de feminist medyanın amaçlarından birini oluşturmaktadır”(Timisi, 1997, 55’den akt. İlhan, 2014, 4).

Türkiye’de feminist medya ve iletişime yönelik akademik çalışmalar 80’li yıllarda yoğunlaşan kadın hareketleri paralelinde ivme kazanmıştır. Toplumsal cinsiyet ve medya ilişkileri Batı’dakine yakın bir biçimde ‘kadın ve medya’ üzerinden tartışılmıştır. Kadının medya organlarınca ele alınış ve sunuluş biçimleri üzerinden akademik araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü (KSGM) tarafından yayımlanan yayınlarda, kadının medya ile ilişkisi üzerinden problemlere yönelik çözümsel konular ele alınmıştır. Toplumsal cinsiyet ve medya kapsamındaki akademik kaynaklar, kadın ve medya kapsamındaki çalışmalardan farklı kitle iletişim organları ve mevzularında feminist düşünce ile gerçekleşmiş sayıları(emekleri) inceleyen kaynak taramaları bu deneyimin paralelinden yapıldığı tespit edilmektedir(Yavuz, 2016, 36).

Türkiye’de kadınlar tarafından yoğun olarak feminizm tartışmalarının başlamasıyla birlikte, feminist medya yayınlarında artış yaşanmaya başlanmıştır. Feminist medya yayınlarının ortaya çıkmasında, 1980 sonrası Ankara ve İstanbul’da örgütlenen kadın oluşumları büyük bir paya sahiplerdir. Bu kadınların ortak özellikleri; belirli bir eğitim seviyesinde olmalarının yanı sıra toplumun orta kesimlerinden geliyor olmaları, sanatçı ve akademisyen kimliklerinin olmasıdır. Bu grubun yanı sıra 1968 ve 1978 kuşağı olarak literatürde geçen 80 öncesi sol hareketin içerisinde olan Marksist görüşün içerisinde olmalarıdır (Timisi, 1998, 421).

Türkiye’de çeşitli medya organlarında yayınlanmaya başlanan alternatif feminist medya özellikle dergilerdeki yayımlarıyla önemli bir noktaya ulaşmış ve fakat bu başarı yalnızca dergicilik alanında sınırlı kalmıştır. Türkiye’de ilk alternatif feminist medya örneği olan 1985 yılında yayın hayatına giren Feminist Dergisidir. Alternatif olarak ele alınmasının temelinde gönüllü kadınlar tarafından yayınlanması, kar amacı gütmemesi ve gönüllük temeline işlemesidir. Feminist Dergisinden üç yıl sonra ortaya çıkan Sosyalist Feminist Kaktüs Dergisi ve sonraki yılları takiben 1995’te aylık olarak yayımlanmaya başlayan Pazartesi Dergisi Türkiye’de alternatif feminist yayınlarının ilklerinden olmuştur(Timisi, 1997, 63, 64). Farklı kadın örgütleri tarafından çıkartılan, Mavi Çorap, Eksik Etek, Rosa, Roza, Jujin, Kadın Bülteni, Kadın Postası, Emekçi Kadınlar Bülteni feminist yayınların bazılarıdır(Köker, 1997, 35). Dergilerin içeriklerini, kadınların sosyal hayatta yaşadıkları problemler, iş ve çalışma yaşamlarındaki sorunlar, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, medyada kadınların temsil ediliş biçimleriyle birlikte aile içi şiddet ve politika alanında kadın temsili ve örgütlenişi oluşturmaktadır. Dergilerin içerikleri yalnızca editörler tarafından değil okuyucular tarafından da katkı sağlanarak alternatif medya düzeninde oluşturulmaya önem gösterilmiştir(Gencel-Bek/Binark, 2000, 51, 52).

Gelişen teknoloji ile feminist alternatif medya internet üzerinden yaygınlaşmaya ve sosyal medya üzerinden üretime geçmeye başlamıştır. Birçok alternatif feminist yayıncılık yapan dergi kar amacı gütmedikleri, reklam almayı reddettikleri için uzun vadede maddi olarak direnemedikleri için basımlarını durdurarak web siteleri üzerinden yayımlarına devam etmiştir. Son 10 yıl içerisinde özellikle internet üzerinden yayım yapan alternatif feminist medya örgütleri artış

göstererek seslerini yeteri kadar olmasa da duyurmayı başarmıştır. Bir diğer önemli konu ise alternatif medya kuruluşlarının kadın odaklı gazetecilik yapımları ve kadın haberinde eril dil kullanmamalarıyla birlikte toplumsal cinsiyet kalıplarının ötesinde haber ve habercilik yaptıkları gözlenmektedir. Web üzerinde yayınlanan bazı alternatif medya ve feminist medya örnekleri; Uçan Süpürge, Kadınların Postası, T24, Sendikaorg, Bianet.

Tüm çalışmalar ve feminist medya yayınları ve amaçları göz önüne alındığında Türkiye’de ve dünyada hedeflenen toplumsal cinsiyet eşitliği(siyaset, ekonomi, iş dünyası, eğitim, aile içi) halen istenilen hedefe ulaşamamıştır. Bu bağlamda değerlendirme yapan, Emel Baştürk Akça ve Seda Ergül; “feminist kitle iletişim çalışmalarında yapılan ve yapılmakta olan tüm akademik çalışmalara rağmen dünyanın birçok yerinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden arındırılmış bir toplum ve medya hedefine ulaşamadığına tanık olmaktadır. Günümüzde bir taraftan sosyal medya ve internet, feminist siyaset ve aktivizm için fırsatlar sunarken, diğer taraftan da toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini pekiştiren bilindik cinsiyetçi kalıplar varlığını sürdürmektedir. Mevcut eşitsizliklerin çözümünde basit ve tek yönlü çözümlerin, başarılı olmadığı dikkate alındığında, hem erkeklerin erkeklikle yüzleşmesine sevk edecek alan araştırmalarıyla desteklenen akademik çalışmaların sayısının artması, hem de akademik çalışmaların politik aktivizmle güçlendirilmesi gereği açıkça ortadadır”(Yavuz, 2016, 37).

5.1. Liberal Feminizm

Kadın haklarının savunulması sürecinde önemli teoriler içeren liberal feminizm, kadınların ev içine kapatılarak hayatlarının sınırlandırılmasına karşı çıkarak, kadınların bir birey olarak ekonomik, siyasal, eğitim gibi toplumsal alanları kapsayan statülerde kendini geliştirerek gerçekleştirmesi gerektiğini savunur. Liberal feministler özellikle eğitim eşitliği, siyaset, sivil haklar ve ekonomik alanlar üzerinde eşitliğin sağlanması yönünde tavır göstermişlerdir.

Liberal feminizm, bazı kaynaklarda beyaz burjuva hareketi olarak adlandırılrsa da günümüzde kadınların iş ve eğitim yaşantılarındaki önemli eşitlik ve gelişmenin temelini hazırlamış bir görüştür. Ekonomik, toplumsal, siyasi ve eğitim gibi önemli

toplumsal düzen içinde yer alan alanlarda kadın ve erkeğin tamamen eşit şartlar altında olması gerektiğini savunmaktadır. Genellikle orta- üst orta sınıf kadınların beklenti ve talepleri üzerinden hareket ettiği düşünülür. Bu düşüncenin en temel nedeni liberal feministlerin, ekonomik ve eğitim konusunun üzerinde durmasıdır. Liberal feministlere yöneltilen en sık eleştiri, kadının ikincil konumun temelindeki etkenleri irdelememeleridir.

16. Yüzyıl öncesi ve sonrasında kadınların evlerine ait oldukları ve yalnızca eş-anne çizgisinden dışarı çıkamayacakları kalıbı neredeyse tüm dünyada kabul görmüştür. Bu durum ne kadar globalleşse de gerek tarım, hayvancılık, ticaret ve ev içerisinde yapılan işlerde kadının varlığı ve emeği yadsınamaz bir geçektir. Bu bağlamda erkek ile aynı emek gücü sağlayan kadın sanayi devrimi sonrasında, özel alana kapatılarak, iş yerleri ve evler farklı alanlara dönüştürülmüştür. Akabinde gelişen teknoloji, sanayileşme ve fabrikalaşma kamusal alanla evin içindeki özel alanı geniş ve net bir biçimde ayırmıştır.18. yüzyılda global alanda yaşanan ve Fransız ihtilali sonrası gelişen, emeğin ev içerisinde ya da küçük üretim atölyelerinden büyük işletmelere, sanayileşmeye ve kamusal alana taşınmasıyla oluşan adaletsiz üretim koşulları oldu. Bu döneme kadar kadında en az erkek kadar üretkendi ve bu üretkenlik daha çok eşit şartlar altında yapılıyordu. Sanayileşme süreci kadınların eve hapsediliş sürecini yavaş ama etkili bir şekilde oluşturdu(Tong, 2006, 26,27).

Liberal feminizmin savunucularından Mary Wollstonecraft, kadınların geliştirmeleri gereken en önemli şeyin kişilikleri olduğunu söyler. Kadınların ‘erkeğin oyuncağı, hiçbir neden yokken, eğlenmek istediği zaman kullanacağı çeşitli gevezelikler yapan birisi olmamalıdır’(Wollstonecraft, 2018, 34). Bu düşünceye paralel olarak kadın filozof Kant’ın “başka birinin mükemmelliği ya da duyguları için, sade bir araç ya da alet değildi. Kant’ın amaç olarak nitelendirdiği, kendini belirleme kapasitesi olan ve değeri olan rasyonel bir aktördü”(Kant, 63, 64, 79, 95,98’den akt. Tong, 2006, 30).

Bir bireye araç muamelesi yapmak, ona alt değer vermek anlamına gelir. Kişi öz benliği için değil de bir başka bireyin varlığına ek olarak oluşmuş bir insan olmaktadır. Tong bu duruma net bir örnekleme yapmıştır; “bir koca karısına bir ev

bitkisi gibi muamele ederse karısı onun gözünde, sadece kendi zevkini gidermek için beslediği bir nesne olacaktır. Aynı şekilde, eğer bir kadın, kendisine bu şekilde muamele edilmesine izin verirse, tam insan olarak kendi statüsüne uygun olmayan bir yola kendisine muamele edilmesine izin vermiş demektir”(Tong, 2006, 30). Erkeklerle verilen eğitim tüm eşit koşullarda kadınlara da verilirse bireysel gelişim ve güçlenmek için kadınların sorumluluk kazanımlarına izin verecektir. Ama yine de eğitim görmüş kendini belli bir aşamaya getirmiş kadınlara erkeklerle verilen, ekonomik ve sivil haklar tam manasıyla eşit olarak verilmediği sürece, kadınların eğitimlerini yalnızca özel yaşam alanında kullanmaktan öteye gidilemez(Tong, 2006, 31).

Mill; toplumda, kadınların erkeklerle göre daha az zekâsını ve analitik düşünme yetisini kullanabildikleri algısını reddeder ve erkeklerle daha kaliteli eğitim verilmesi ve kayırılmasından dolayı bu düşünce sisteminin toplumlar tarafından oluşturulduğunu düşünür. Kadın ve erkeğe eşit şartlar sunulursa bu ataerkil düşünce sisteminin de ortadan kalkacağını savunur(Mill, 1869, 186).

Kültürel liberal feministlere göre, “aile ilişkilerine ilişkin konular eril bakış açısından düzenlenmiştir. Kadının erkek himayesinde insanca gelişmesi engellenmiştir. Bu duruma son vermek için ev hayatında radikal değişimler gerekir. Ataerkil bakış açısının baskıcı, yıkıcı ve savaşçı değerleri yerine kadınların olumlu bakış açıları bir kez daha yönetimin kamusal gücüne ve dine katılmalıdır. Babaların ev hayatına katılımı ile özel alanın zenginleşeceğini ve kamusal alanın annelerin varlığı ile yükseleceğini savunur. Toplumsal cinsiyet kimliğinin oluşumunun biyolojik farklılıklardan ziyade toplumsal inşa sorunundan kaynaklandığını düşünür”(İmançer, 2006, 27).

Tong, liberal feminizm için; “bir çok sınırlılığa rağmen gücü inkar edilemez kadınların hayat standartlarını arttıran bir çok hukuk ve eğitim yasaları hepsi olmasa bile çoğunluğu liberal feminizme borçluyuz. Liberal feminist çabalar olmasaydı, birçok kadının, yeni bulunan mesleki görevlere erişebileceği oldukça şüphelidir. Dikkat edilecek olursa, kadınların mesleki konumlarını geliştirmeyi birincil olarak eğitim ve hukuk reformlarından çok feminizme işler düşmektedir. Bütün kadınların

eğitimsel, hukuksal, mesleki kazanımları güvence altına alınıncaya kadar, liberal feministlerin, yapacakları daha birçok iş ortada durmaktadır”(Tong, 2006, 61).

5.2. Marksist Feminizm

Marksist teoriden ilham alan, Marksist feminizm kadınların, özgürleşmesini ekonomik sistemin yeniden oluşturulmasında arar. Ataerkillik ve kapitalizm arasındaki ilişkiyi irdelerler. Kapitalizm sisteminin içerisindeki iş gücü dağılımı kadının ikincil durumundaki temel sorun olarak nitelendirilir. Sınıf ilişkileri zorlayıcı güç, baskılama kaynakları olarak bütün eşitsizliklerin çıkış kaynağı olarak görülür. Cinsel baskılama da bir tür sınıfsal güç olarak nitelendirilir. Marksist feministlere göre; sınıf farklılığındaki en temel nokta, erkek egemenliğidir. Özel mülkiyetin gelişmesi ile kadınlar mal olarak görülür. Bunun en net sonucu ise erkeklere verilen temel hakların kadınlara verilmemesidir.

Marksist Feminizm, kadınların ikincil konumda olmalarının tek bir temelle açıklanamayacağını, bu durum daha kapsamlı olduğunun savunulması çıkış noktası olmuştur. Marksist feminizm eleştirilerinde radikal feminizm ve liberal feminizm yaklaşımlarına da atıfta bulunmuştur. Özellikle liberal feministlerin burjuva kadınlarının sorunlarına yönelik çalışmaları ve kadının ikincil konumun sebebine inememeleri ile eleştirirler. Kadınların ezilmelerini, kapitalist sistemin getirilerine dayandığını söyleyen Marksist feministler, kapitalizmin ürettiği toplumsal cinsiyet rollerinde kadınların, erkeklere göre yerleştirilip, ikincil konuma indirgenmesini eleştirir(Pelizzon, 2009, 33). Tüm bu oluşum içerisinde erkeğin daima güçlü, bağımsız, üretken ve hakkını arayan bir birey olması gerektiği, kadınların ise cinsel olarak atfedilen rollerini yerine getirmesi, doğurması, daima bağımlılık içerisinde olması, korunması gereken hassas kişiler olarak toplumsal alanda kadınlık ve erkeklik rolleri üretilmiştir. Her iki cinsiyete de atfedilmiş bu roller doğal süreç olmayıp yüz yıllar boyunca üretilmiş ve devamlılığı sağlanmaya çalışılmış basmakalıp rollerdir(Fiske, 1996, 120).Tarihsel oluşum içerisinde kadınlar erkekler tarafından yönlendirilen bir emir eri, erkeklerin belirlediği çizginin içerisinde ve baskısında yaşayan bir objeye dönüştürülmüştür(Berger, 1972 40, 47). Murray kadın ve erkek ilişkilerinin geçiş sürecini, “feodalizmden kapitalizme geçiş sürecinde bireysel

mülkiyet haklarının gelişmesine paralel olarak oluşmuştur” şeklinde yorumlar(Murray, 2005, 68).

“Kapitalist sanayinin gelişmesiyle birlikte gelişip büyüyen ve kalabalıklaşan şehirler toplumsal cinsiyetin oluşmasına zemin hazırlayan başlıca alanlar olmuştur. Bunun en büyük sebebi 1700’lü yıllarda Doğu-Batı ticaretinin yünlü kumaş isteklerine karşı dokumacılığın Avrupa’nın en hızlı gelişen sanayi dalı olmasıydı. Bu yıllarda toprağı ekmektense sürü beslemek daha karlı olduğundan büyük toprak sahipleri, topraklarında tahıl yetiştirmek yerine sürü beslemeye başladılar. Büyük toprak sahipleri, ‘çitleme hareketi’ ile tarlalarını otlağa dönüştürerek, birkaç çobanla işi yürütüp geri kalan serfleri topraklarından çıkarmaya başladı. Topraksız kalan serfler kentlere göç ederek işçi sınıfına katıldılar” (Şenel, 1999, 280’den akt. Özdemir, 2017, 400, 401).

Engles; kapitalizm sisteminde kadınların daima ev işleriyle sınırlandırılmaları, üretkenlikten soyutlanmaları sürdürüldüğü düzende erkekler ile eşit olamayacaklarını belirtir. Kadınlarının özgürlüğü, yalnızca üretebilen kadınlar, kamusal ölçekli dahil oldukları sürece ve aynı zamanda kadına dayatılan ev işleri çok önemsiz hale geldiğinde gerçekleşebilir. Engels’in ‘kadınların gelecekte kurtuluşuna’ yönelik çalışmasında; kamusal olarak birleşme ve dayanışma sağlanmış üretimde ekonomik özgürleşmeye, ev işleriyle sınırlandırılmamış bu düzenden sıyrılmış ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin de çözümü olarak nitelendirir”(İmançer, 2006, 29).

Marks, toplumsal devrimin en önemli noktasının aile kavramının yok edilmesi olarak görür. Bunun en temel nedeni ise, toplumsal ortaklaşmanın soy ile değil, ekonomik işlev ortaklığına göre oluşması gerektiğini savunur. Marksizm’den ilham alan feminist kuramcılar, Marks’ın kapitalizmin ortaya konduğu süreçte insanının emeğinden uzaklaşma (yabancılaşma) teorisini, kadınların ev işlerini yaparken yaşadıklarını savunmaktadırlar. Costa, ev işlerinin önemsiz ve soyutlayıcı olduğu için kadınları yabancılaştırdığını savunmaktadır. Hartman’a göre, “kadınların emek gücünün erkeklerin denetiminde olması ataerkilliğin dayattığı maddi temel olarak görür. Maddi temeli kadın emeğinin denetimine dayanan cinsel iş bölümü kendi ideolojisini de yaratır. Marksist feministler toplumsal iş bölümünü değiştirmek için

bilinç yükseltmenin şart olduğunu savunur. Bu sava göre, maddi varlık bilinci belirleyebilir, fakat varlık koşullarının devrimci sönüşümü sınıf bilinci düzeyinin yükselmesine bağlı olacaktır”(Barret, 1980, 166’den akt. İmançer, 2006, 30, 31).

İş hayatında yer alan kadınlar, işçi ve kadın statüsünde olduklarından dolayı, iş hayatında olmayan fakat işçi sınıfına mensup kadın ve erkekler ile ortaklaşa hareket edecek komundalardır. Son dönemlerde kadınların iş yaşamlarındaki varlığı ve bir takım nedenlerden dolayı, uzun çalışma saatlerini ve az maaşı reddettiklerinden dolayı, “Marksist feministler işçi sınıfı kadınlarda ilk devrim bilinci geliştirerek ardından devrim hareketinin içine çekebilecek komundalardır.” Marksist feminizm, kadınların toplumdaki yeri ve fonksiyonlarını çalışma alanlarında temelden değiştiğinde, özel alandaki konumlarının ve fonksiyonlarının da şimdi olmasa bile gelecekte, değişeceğine dair ümitlerini devam ettirmektedirler(Tong, 2006, 109).

5.3. Varoluşçu Feminizm

Kadının bir birey olarak kendi şahsiyetini oluşturması gerektiği savı feminist teori içerisinde varoluşçuluk akımından kaynaklanmaktadır. Feminist düşünür ve yazarlardan Simone de Beauvoir ‘ikinci cins’ eserinde varoluşçuluk ve feminizm üzerinde durmuş, önemli argümanlar paylaşmıştır. Beauvoir; Erkek bireylerin doğdukları andan itibaren üstünlüğün, her erkek bireyde görüldüğünü ifade eder. Bunun aksine kadınların, kadın olabilmeleri için obje ve söz dinleyen bir kişilik olması beklenir. Bu durum kadınların hakim kişi olma ideallerinin gerçekleşmemesi anlamına gelir. Hür olan kadınların olayına çelişki getiren bu noktadır. Noksan olmayı reddeden kadın, bu nedenle kadınsal rolleri kendisi için sınırlandırıcı bulur. Kadınların cinselliklerini inkar etmeleri de noksan olmak anlamındadır. Erkek cinsi cinselliği var olan bir inşadır, kadınlarda cinselliğini var eder, inkar etmezse erkeklerle eşit olurlar. Kadınlığın inkarı insanoğlunun büyük bir kesiminin inkarı anlamına gelir(Beauvoir, 1993, 643).

Varoluşçu düşünceye göre, insanlık doğayı geçebildiği sürece insandır. İnsanlık yalnızca hayatta kalmak yaşamını idame ettirmek değil, yaşamına anlam katacak işler yapabilmek, üretken olmak ve sonraki yıllara yön verebilmektir. Mevcut durumlara itaat eden, insanlık dışı yaşamı benimsemiş demektir. İnsanlık nefes aldığı

sürece varlığını anlamlandırmak ve sorgulayarak yaşamak zorundadır. . Beauvoir’e kadınlara, bireysel olarak varlıklarını geliştirebilmeleri için çoğu feminist yazarın da söylediği gibi, mantıklarını, sorgulamalarını ve tenkit yapabilme yönlerini geliştirmelerini söyler. Kadınlar obje olmayı geri çevirirlerse, kadınları obje olarak nitelendirenleri; birey olarak kabullendirmeye zorlayacağını vurgular. Ataerkil düzende kadın ikincil konumda yer alırken, erkek aşırı ayrıcalıklı konumdadır. Planlı bir yapıyla ataerkil sistem oluşturuldu ve sonucunda doğa ve kadın üzerinde tahakküm kuruldu. Mevcut toplumsal düzende kadınlar ikincil konumda olmayı kabul eder ve özümserse şizofreniye ve de umutsuzluğa yöneleceğini savunur(İmançer, 2006, 31). Adrienne Rich’e göre, “kadınların, onlara ideolojik olarak boyun eğdiren sahtelikleri kırabilmek için, kendi haklarında doğru söylemeyi öğrenmek zorunda olduğuna vurguda bulunur”(Donnovan, 1997, 264’den akt. İmançer, 2006, 31).

Rosemarie Putnam Tong’a göre; “Bir kadın kültürü, kadın hayatı anlamına gelen bir sistemi kurmak ve vahşi narsizme düşmek için hiçbir neden yoktur. Kadınların kendi kazanımlarından uzaklaşmaları gerektiğini düşünmüyorum. Tıpkı, erkeklerin kendi cinsi ’inden gurur duydukları gibi, kadınlar da kadın olmaktan gurur duyma hakkına sahipler. Sonuçta, erkeklerle bundan gurur duyma hakkına sahiptir ancak, diğerlerini de aynı gururu duyma hakkından mahrum etmeme koşulu ile. Herkes kendi vücudundan memnun olabilir. Fakat hiç kimse, bu vücudu evrenin merkezi yapmamalıdır”(Tong, 2006, 331,332).

5.4. Radikal Feminizm

1960’ların sonunda New York’ta ortaya çıkan radikal feminist kuram, kadınların baskılanması ve kullanılmasının nedenini erkeklerle olan fizyolojik farklılığından kaynaklandığını savunan kuramdır. Kadınların doğurgan özellikleri, insan olarak gelişimlerini engeller. Kadınların bu nedenle bazı erkeksi özelliklere sahip olmaları gerekir. Radikal feministler kadın ve erkek arasındaki yalnızca biyolojik olarak değerlendirir. Radikal feminizmin akademik anlamlı öne çıkan teoristleri Kate Millett ve Shulamith Firestone olmuştur.

Aile oluşumun kadın üzerindeki bakımın temel kaynağı olarak gören radikal feministler, aile içerisindeki rollerin ataerkil düzenin toplumsallaşmanın temeli olarak

görür. Aile yaşantısı tamamen ataerkil düzenin oluşumuna ve erkeklere daima hizmet etmeyi, itaatkâr davranmayı kadınların varlık sebebiyeti olarak öğretir ve bunu içselleştirmelerini sağlar. Bu durum da ataerkil ideolojinin devamlılığına ve sürdürebilirliğine neden olduğu için aile oluşumunu reddederler(Millett, 1990’dan akt. İmançer, 2006, 32). Firestone ise, kadınların baskılanmanın nedenini biyolojik farklılıklara bağlar. Kadınların yalnızca doğurma yetileri ve annelik kavramları üzerinden sınırlandırıldıklarını ifade eder. Bu durum tam tersinin teknoloji yoluyla eşit düzenin sağlana bileceğini düşünen Firestone, insan oluşumun yalnızca kadın bedeni üzerinden değil erkek ve kadınında yararı için iki cins üzerinden üretilebileceğini sağlayan yapay bir sistem oluşabileceğini düşünür. Böylece insan türünün her iki cins içinde eşit doğabilecek olmaların yanı sıra tek bir cinse bağlı olmadan var olabileceği görüşündedir. Bunun sonucunda bebeğin sorumluluğu yalnızca kadına atfedilmeksizin tüm toplum tarafından eşit bir şekilde üstlenilecektir. Bunun sonucunda da kadın ve erkeklerin cinsiyetleri üzerinden yapılan ayrıştırma ve eşitsizliğin yerini eşit ve kolektifliğe dayalı yeni toplumsal kültür oluşacaktır(Firestone, 1993’dan akt. İmançer, 2006, 32).

Bazı radikal feministler, (Anne Koedt, Diane Crothers, Celestine Ware, Shulamith Firestone)1969 yılında New York’ta bir manifesto yayınladılar. “the politicks of the ego” (Ego Politikası) isimli manifesto da kadınların tahakküm altına alınmasının temelinde psikolojik etmenlerin olduğunu savunur. Bu bağlamda ekonomik ideolojilerin kadın üzerinde baskı yarattığını reddeler. Bu konu ile ilgili yazılmış ilk manifesto olma özelliğini taşır ve birçok feminist teoriye eleştirel atıfta bulunurlar.

Manifestoda; “bizler, erkek şovenizminin temel olarak psikolojik ego tatminini amaçladığına, bunun, kendini ekonomik ilişkilerde ancak ikinci derecede gösterdiğine inanıyoruz. Bu nedenle, ne kapitalizmin, ne de bir başka ekonomik sistemin kadınlar üzerindeki baskının nedeni olduğuna inanmıyoruz; ne de, kadınlar üzerindeki saf bir ekonomik devrim sonucu ortadan kalkabileceğine inanıyoruz”(Firestone, vd., 1970, 124’dan akt. Donovan, 2016, 271).

Radikal feministler, ataerkilliğin üretiminde ve sürdürülmesinde dilin ve dinlerinde oldukça etkili olduklarını düşünürler. Bu bağlamda ya ataerkilliğin devamlılığını sağlayan düzen radikal olarak yok edilecek ya da içeriğinin tamamen düzeltilmesinin sağlanması savunulur. Öte yandan radikal feminist oluşumunun içerisinde olan Mary Daly, jinekoloji ekolojisi (Gyn, Ecology) çalışmasında, kadınların ataerkil baskıdan uzaklaşmak ve tamamen kurtulmalarını; erkek cinsinden sonsuza kadar uzak yaşamalarına bağlı olduğunu savunur. Öte yandan Kadınların özgürleşebilmeleri için lezbiyen olmaları gerektiği savındadır. (Daly, 1978). Bir diğer radikal feminist görüş ise, kadınlık değerlerini savunur ve bu değerleri kutlarlar. Erkeksi kadın olmak yerine kadınsı kadın olmanın değerini savunurlar. Kültürel açıdan da kadınlık olgusunu yüceltir, ataerkilliği temelinde kadınları bastıran ve erkeği üstün olarak nitelendiren bir ideoloji olarak görürler.

Tong ise radikal feminizmi, ‘Feminist Düşünce’ kitabında şu şekilde ele alır: “Radikal feministler olmasaydı pornografi, fahişelik, cinsel taciz, tecavüz ve kadınlara kötü muameleyi, doğum kontrol, sterilizasyon, kürtaj, yapay döllenme, tüp bebek ve anlaşmalı annelik gibi konuları anlamamız daha çok daha yavaş olacaktı. Radikal feministler kadın vücudunun kadınlara karşı erkekler tarafından kullanıldığını ve kadınlara karşı nasıl kadınlar tarafından nasıl kullanıldığını ve kadın vücudunu nasıl takdir etmemiz gerektiğini bize öğrettiler. Temel kadın doğası diye bir şey olamamasına rağmen bu kadın olmanın iyi olduğu düşüncesini güçlendirmektedir. Feministlerin, radikal feministlere borçlu olduğu şey, kadınların paylaştıkları şey, cinsellikleri olduğu ve bu cinsellik geçmişte kadınlar için tehlikenin kaynağı olsa bile, gelecekte her kadın için gücün ve mutluluğun merkezi olabileceğidir”(Tong, 2006, 210).

5.5. Psikoanalitik Feminizm

Psikanaliz, psikolojik açıdan kadınlık ve erkeklik arasındaki farklılığı ortaya koymayı amaçlar. Psikanalizin kurucu Sigmund Freud, penise imrenme ideasını, kadınların kendilerini küçümsemiş, iğdiş edilmiş olarak hissetmelerini erkeklerin avantajlı olmasına neden göstermesinden dolayı feminist görüşü benimseyenler tarafından tepki ile karşılanmıştır. Fakat karşıpsikoanalitik feministler, Freud’un

araştırmalarında kadın cinselliği açısından özgürleştirici ve kısıkaç altında tutucu unsurlar belirledikleri için anlamak ve üzerine çalışmak konusunda y n izlemişlerdir(Tong, 2006, 219).

Freud cinselliğe bağlı kuramında, oidipal dönem olarak adlandırdığı çocukluk döneminde, cinsel istekleri oluşan çocuğun, annesine karşı güçlü bir cinsel anlamda arzu sahibi olduğu ve bu nedenle de anne ve ocuk arasında güçlü bir bağ olduğunu belirtir. Tüm bu cinsel istek çocukların babalarını rakip olarak değerlendirmesine neden olur. Bu rakiplik duygusu çocukta hadım edilme kokusunun oluşmasına neden olur(Fromm, 1981, 47). ocukta gelişen hadım edilme korkusu anne ile cinsel açıdan ilişki kurma isteğini bastırır. Böylece erkek çocuğu babasıyla kendini identik hale getirerek dolayısıyla diğer erkeklerle olan ilişkilerinde de fallik g c  ön plana alır ve annelik ilişkisine tercih eder hale gelir(Segal, 1990, 104). Oedipus ve iğdiş korkusunun, kız ve erkek çocukları arasında farklılık gösterdiğini belirten Freud, ilk başta kız çocuklarının da erkek çocukları gibi ilk sevgi objelerinin anneleri olduğu fakat bu objeleştirmenin yaşamları süresince kadın olacakları için bir erkeğe yöneltirler. Bu yönelim ilk başta babaya karşı olur sonrasında ise babalarının yerini tutacak diğer erkeklere yöneltirler. Kız çocuklarının anneden babaya yönelmelerinin sebebi penislerinin olmadığını anlayıp iğdiş ediklerinin fark etmesiyle oluştuğunu belirten Freud, kız çocuklarının çevresindeki diğer erkek çocuklarının penislerini görmesinden sonra ebat olarak penisin büyüklüğünü fark eder. Ve kendi fark edilmeyen küçük cinsel organın muadili olarak gördükten sonra, her daim penise imrenerek bakan bir kurban olarak yaşamını sürdürür(Tong, 2006, 221). Freud'un kuramlarında belirtti üzere penisin biyolojik açıdan da vulvadan üstün olduğunu iddia eder.

Feministler, Freud'un biyolojik determinizmini reddeder. Reddeden feministler, biyolojik unsurların yerine sonradan  ğrenilmişliğin ve kültürel öğretilerin kadınların cinsel kimliğini ve dolayısıyla davranışlarını şekillendirdiğini vurgular. Alfred Adler, Karen Horney ve Clara Thomson gibi feminist kuramcılar, her iki cinsin edindiği tecrübelerin toplumların kurduğu savındadır. Bu kuramcılar, biyolojinin 'kader olmadığı' konusunda görüş belirtirken, kadınların g  sahibi olmasını sağlarlar(Tong, 2006, 229).

Psikanaliz ve feminizm adlı kitabında Mitchell, aile içinde oedipus kompleksinin özömsendiğini belirtir. Aile içinde eğer kadın değer kaybediyorsa hakim ataerkil ideoloji nedenidir. Lacan ise, ataerkil ideolojinin sembolik “fallus” düzeni olarak adlandırır. Ve bu düzenden kadın tamamen soyutlanmıştır. Bu düzen (yasa, toplum, ekonomi, siyaset, dil, din v.s) içerisinde kadınlara dair tüm gerçeklikler yok sayılmaktadır. Kadınlar bu düzenin içerisinde yer alamadıkları için dışlanırlar. Kadınlar bu sembolik düzeni yok etmeye çalışır ve deneyimlerini, fikirlerini olumlamak mecburiyetindedirler. Lacan, “ataerkil düzenin ölüm düzeni” olarak kavramlaştırır(İmançer, 2006, 35). Bu sembol düzene ilişkin diğer görüşler ise, kadınların bu düzeni içselleştirmesi durumunda Gauthier, şizofren olmaktan farksız olunacağını ve ikincil cinsiyete geçileceğini savunur. Kristeva’ya göre, kadınların bu sembolik düzen karşısında çelişkiye düştüğünü belirterek, kadınların iki yolu olduğunu belirtir. Sembolik düzenin içine dâhil olarak fonksiyonel erkek olacaklar veya fallik olarak belirtilen, tüm olaylardan kendini uzak tutmaya çalışan görünmez olmayı seçerek toplumda varlıklarından vazgeçeceklerini belirtir(Donnovan, 1997, 216, 217).Psikanalist feministler, kadınları erkeklerden ayrı olarak ele alır. Ancak kadınların benzer olduklarını düşünürler. Kadınların; hayat tarzları, kültürel farklılıkları, sınıfsal ayrılıkları, değerleri, tecrübeleri, düşüncelerini yok sayarak çoğu zaman aynı topluluk içerisinde olan iki cins arasındaki farklılıklardan bile daha net farklar oluşabileceğini görmezden gelirler(İmançer, 2006, 35,36).

Tong, psikoanalizmi feminist teori çevresinde izleyenleri dört oluşuma ayırmıştır. “son on iki yıl içerisinde en azından dört tane psikoanalitik feminizmin gelişmiş ve her biri Freud’un yazdıklarını feminist çizgide geliştirmişlerdir. İlk çeşitli Freud’culuğu biyolojik belirlenimciliğin tüm izlerinden temizlemeye girişmiştir. İkincisi, çok fazla tartışılmış olan Oedipus kompleksine sınırlı bir inceleme geliştirmiş ve bunun yerine, anne-çocuk ilişkisinin en yoğun olduğu Oedipal öncesi dönemi incelemiştir. Üçüncü çizgi, kadınların çok tartışılmış olan ahlaksal zayıflıklarından çok, güçlerine odaklanmıştır. Dördüncü akım ise, Oedipus kompleksine ataerkil olmayan bir anlam yükleyerek incelemiştir. Bu dört çeşit psikoanalitik akım, Freudcu düşüncenin kadınları özgürleştireceği kadar köleleştirecek potansiyeli de taşıdığını ortaya koymuştur”(Tong, 2006, 229).

6. İKİNCİ VE ÜÇÜNCÜ DALGA FEMİNİZİM BAĞLAMINDA MEDYA

İkinci dalga feminizmin medyaya ilgisi, Amerika’da 1970’lerde ana akım medyanın kadınların temsil ediliş ve toplumsal cinsiyet rollerini baz alarak kitle iletişim çalışmalarında içerik çözümlemeleri üzerinden gelişmiştir. Medyada kadının mevcudiyetini veya hiçliğini göstermeye yönelik medya çözümlemeleri ilk araştırma konularındandır. Bu çalışmalar sonucunda kadınların erkeklere kıyasla seyrek simgelendiği, medyada kadına atfedilen rollerin erkeklere göre limitli olduğu ve kadınların temsil ediliş rollerinin anne, eş, özel alana hapis olmuş çalışsa dahi hemşire, sekreter gibi ananevi rollerde sergilendikleri belirlenmiştir. Kadınların özgür, bireyselleşmiş, bağımsız ve geniş ölçekli bireyler oldukları gösterilmemiştir (Busby, 1975, 107, 131). Ana akım kitle iletişim araştırmalarında, kadınların temsil ediliş yerlerinin, özel alan ile sınırlandırıldığı kamusal alanların, çalışma ortamının erkeklerin sahası olarak gösterdikleri belirlenmiştir. Özellikle medya reklamlarında kadınların iki konuda temsil edildiği belirlenmiştir. Kadınlar dekorasyon, mobilya, elektronik ev aletleri ve kozmetik ürünlerinin tek alıcıları olarak sergilenmektedir. Bu durumda kadınların yalnızca özel hayat ve dış görüşleriyle güzellik kalıplarına uymaktan öteye geçmemiş olarak temsil edilir (Watkins/Emerson, 2000, 152).

İkinci dalga feminizm yani erken dönemde yapılan medyada kadın temsili araştırmaları, medyanın ne şekilde doğruyu gerçek anlamından saptırdığını incelemiştir. Medyanın sunduğu kadın rollerinin, kadınların öz benliklerine zarar verildiği ve medya tarafından oluşturulan toplumsal cinsiyet rollerinin kadınları kısıtladığını belirtmiştir (Gallagher, 2014’den akt. Yavuz, 2016, 22). Görsel medyada sunulan kadın rollerinin ataerkil düzenin üretimine ve devamlılığına neden olduğu belirtilmiştir. Tuchman’ın medyada etki çalışmasında çocuklar ve genç bireylerin toplumsal yaklaşım ve davranışlarına olan etkisi vurgulanmıştır. Bütün bu erken dönem çalışmaları medya üzerinden temsil edilen kadının toplumsal rolünü değiştirerek medyanın topluma sunduğu literatürleşmiş kadın imgesinin bireyler üzerindeki etkisini azaltabilmeyi hedefler. İkinci dalga feminizm bağlamında yapılan erken dönem, medyada kadın odaklı temsil çalışmaları önemli birer çıkış kaynağı olsa da bazı feministler tarafından eleştirilmiştir. Feminist uğraşın kadın ve medya

alışmalarında fonksiyonel bağlamda ablukaya alındığı ve kuramsal olarak güçsüz görölmesiyle eleştirilir. Bazı kuramcılar bunun nedeninin, çalışmaların Amerikan medyası üzerinden yapılmasına bağlar. Sonuç olarak bu araştırmalar, kuramsal olarak zayıf ve yetersizlikle, toplumda cinsiyet kalıplarının oluşması devamlılığında etki eden diğer etmenleri önemsememekle suçlanır(Yavuz, 2016, 22).

Post-modern feminizm aynı zamanda üçüncü dalga feminizm olarak da adlandırılır. 1990'lı yıllarda gelişen üçüncü dalga feminizm, kimliklerin çeşitlenmesini, kadınlık rollerini ve kadınların kişisel tecrübelerini feminist teori içerisinde işlenmeye başlamıştır(Baştürk/Tönel, 2011, 17). Üçüncü dalga feminizm kitle iletişimi ve medya çalışmalarında; kültür, ekonomi, ve global değışkenler üzerine bilimsel yöntem ve kuramsal kavramlar üzerinde yeniliklere ve değışime yol açacak çalışmalar yapmıştır. Medya çalışmalarında esas alınan, “medyanın toplumsal cinsiyetin kültürel bağlamda nasıl yarattığı, devamlılığını nasıl sağladığı veya tepki gösterdiği” olgular olmuştur(Dow, 2009, 86).

Afganistan ve Irak'ta olan savaşı meşru gösterebilmek için oluşan bu durumu ne şekilde değerlendirdikleri üzerine feminist çalışmalar yapılmıştır. Alsultany, bu bağlamda bir çalışma yapmıştır. Çalışmada “bu imgelerin, siyasi gündemi ve sözde terör savaşı meşrulaştırmadaki, ‘ideolojik görevleri’ bakımından analiz etmiş, ezilen Müslüman kadınların sempatik temsillerinin, Müslüman erkeklere yönelik genel bir öfke duygusunu beslediğini, kadınları kurtarmak adına ABD'nin Müslüman ülkelerdeki müdahalelerine destek sağladığını belirtmiştir”(Alsultany, 2012, 99'dan akt. Yavuz, 2016, 29).

Üçüncü dalgada medya temsillerinin ‘doğruluğu’ ne derece yansıttığından çok ana kaynak olarak görülen, medyanın ekonomi politiğı, düşüngü(ideoloji) temellerine ve kasıtlarına karşı durmak hakkında çalışmalar yapılmıştır(Lernish, 2008, 1946). Üçüncü dalga feminizm medya çalışmaları arasında daha önce üzerine durulmamış olan erkeklik ve queer'lik üzerine araştırmalar yapılmıştır. Üçüncü dala feminist medya çalışmalarında, toplumsal cinsiyet bağının kadınlık odaklı eleştirilerek özömlenemeyeceğini belirterek medyada erkeklik çalışmaları üzerine araştırmalar yapılmıştır. Erkeklik cinsiyet rolleri yalnızca geleneksel medya üzerinden yapılmamış

aynı zamanda yeni medya; sosyal ağlar üzerinden hegemonik, alt erkekliğin oluşumuna ilişkin çalışmalar yapılmıştır. Bazı kaynaklarda postmodern feminizm olarak adlandırılan üçüncü dalga feminizminin, var oldukları zamana rest çekmelerine rağmen, global düzende farklı kıtalar üzerinde eril hegemonya ve ataerkil düzenin getirdiği dayatmalar olumlu dönüşümlere ulaşsa dahi dünyada hala tamamiyetini korumaktadır(Yavuz, 2016, 36).

7. ALTERNATİF OLUŞUMLAR BAĞLAMDA DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE ALTERNATİF FEMİNİST MEDYA

Linda Steiner kadın hareketlerinin ve dolayısıyla feminizmin medyayı araç olarak kullanmasından bahseder. Steiner; Feministlerin seslerini duyurmaları ve dolayısıyla kadın hareketlerinin dünya çapında yankı bulması ve yaptırımlar uygulamasını alternatif feminist medyanın aracılığıyla ve başarısıyla olduğunu savunmuştur. Alternatif feminist medyası, haber oluşturma süreçlerine kadınların üretimlerini eklemiş, maddi kazanç hedeflenmemiş ve böylece kolektif üretim içerisinde küçük ölçekli sürdürebilir, okur/dinleyici/izleyici iştirakıyla birlikte çalışmalar gerçekleşmiştir(Mitchell, 2004).

Allen (1976), alternatif feminist medyası için bazı ilkeler belirlemiştir. Bu ilkeler;

Birinci ilke: Alternatif feminist medyada kullanılan dil asla agresif olmamalıdır. Doğrudan hedef göstermek ya da karşıt ilkeleri okuyucuya aktarırken yargılayıcı değil eleştiri ve tespit edici üslupla okuyucunun bireysel, fikir üretip takdirine sunulmalıdır. İkinci ilke: Üretilen tüm içeriklerin bilgiye dayanması gerekir. Yorumlama üzerinden istidlal yani çıkarım yapılması uygun görülmemekte, üretimlerde bilgiye dayandırma esas alınmalıdır. Üçüncü ilke: klişe kelimeler kullanmadan, yargılayıcı üslup olmadan üretim yapılmasını esas alan bu ilke, bireylerin olaylara bakış açılarını ve her insanın kendi adına konuşabilmesi için fırsat yaratılmasının mühim olduğunu vurgular.

M.L. Allen feminist medya için ayırt edici özellikler belirlemiş ve bu özellikler feminist alternatif medyada kendini göstermektedir(Allen, 1998'den akt. Walker, 2010, 815). Belirlenen sekiz özellik bunlardır:

- Kadınların kendileri adına konuşmalarına fırsat verilmesi,
- İçerik oluşturulurken agresif bir dil kullanmaması
- Objektif olma amacı yerine medyanın değişim aracı olarak etkin kullanımını hedeflemesi,
- Hiyerarşinin neredeyse olmaması,
- Ana akım medyasına karşı, rekabetçi tutum yerine, işbirliğine yönelmeleri,
- Kadınlar özelinde açık forum kurulması,
- Ana akım medyanın kadınlara yönelik düşmanca ve kindarca tutumlarının farkında olmaları,
- Ana akım medyada yer verilmeyen bilgileri kullanmaları.

Bu bağlamda, Kosta Rika'da online İspanyolca ve İngilizce olarak yayın yapan FIRE (Feminist uluslararası radyo) dünyada ilk feminist radyo özelliğini taşır. Bu radyoda toplumsal olayların tamamı toplumsal cinsiyet bağlamında kadın odaklı olarak işlenir. Dünya çapında dinlenebilen radyo aynı zamanda, Fempress isimli Şili'de örgütlenmiş olan bu oluşum için medya içerikleri hazırlamaktadır. Ortadoğu'daki feminist medya oluşumlarına da destek sağlayan FIRE Suriye Kadın Birliği'nin çıkardığı Arap Kadınları Dergisine ve Filistin'de Filistinli Kadınlar Birliği aracılığıyla radyo ve televizyon oluşumlarıyla destek vermektedir(Gencel-Bek/Binark, 2000, 44). Almanya'da 1779 yılında yayın hayatına başlayan ve dünyanın ilk kadın dergisi olma özelliğine sahip Hamburg Kızları İçin isimli dergi yayın hayatına başladığı yılın sonunda kapanmıştır. İngiltere'de feminist kadınlarca yayımlanan ve bu açıdan İngiltere'de ilk olma özelliği taşıyan ve 1858 yılında yayımlanmaya başlayan, İngiliz Kadın Dergisidir. Lousia Lowson, tek bir kadın yayımcının elinden

ıkan afak isimli ilk dergiyi 1888 yılında Avustralya’da yayımlamıştır. Amerikan Yahudileri isimli kadın dergisi ise Amerika’da Yahudi kökenli olan Rosa Sonneschin tarafından 1895’te ilk kez yayımlanmıştır(Akkent, 2013).

Alternatif feminist medya 1970’lerde etkisini arttıran ikinci dalga feminizm hareketleriyle birlikte artışa geçmiş, feminist muhalefet ana akım medyanın eril söylem ve içeriklerine karşı alternatif feminist medyayı daha da güçlendirip yaygınlaştırmışlardır.

“1970 yılında New York’ta Rat Dergisinin bir sayısı, kadın bir otostopçuyu eteğini kaldırıp araç beklerken betimleyen bir dergi kapağına karşı protesto için kadınlar tarafından çıkarılmıştır. Bunun ardından Rat Dergisi bir daha erkekler tarafından yönetilmemiştir. Oz Dergisi de kadın özgürleşmesinin gelişini özel bir sayıyla gündemine almıştır. 1971 yılında Oz Dergisinden Marsha Rowe ve Frenzd dergisi editörü Rosie Boycott, kadınlar için Spare Rib adlı yeni bir alternatif dergi yaratmışlardır. Kısa sürede 30 bin tiraja erişen bu yayın, bağışlarla ayakta kalmış ve medyada kadın özgürleşmesinin zirve noktasını oluşturmuştur. Aynı dönemde İngiltere’de de Shrew ve Women’s Report gibi yayınlar çıkmaya başlarken, Spare Rib kolektif bir yapıya dönüşmüş, hiyerarşik yapılar ortadan kalkmış ve kararlar ortaklaşa yapılan toplantılarda alınmaya başlamıştır”(Phillips, 2007, 52’den akt. Taylan, 2012, 78-79). Sonrasında, Asya kıtasının önemli yayın evinin sahibi Hindistan da bulunan Kali For Women teşkilatıdır. Asya’da Kadın ve Medya kitabıyla 1984’te ses getiren bu örgüt kendi yayın evinden çıkan bu kitap birçok dile çevrilerek tüm dünyada ses getirmiştir(Gencel-Bek/Binark, 2000, 44).

Özellikle 1980 sonrası siyasi ve fikir içeriklerine yer veren feminist alternatif medya oluşumları hızla yaygınlaşmıştır. Polonya’daki haberlere ve kadın sorunlarına yer veren toplumsal sorunlara dikkat çeken, Radio Solidarity ve İngiltere’de İngiliz beden işçileri kadınlar tarafından yayınlanan Women on the Waves, İngiltere’nin ilk homoseksüel programı Gaywaves ve Brixton gibi içerikleri LOR(Londra Açık Radyo) 1980’de kurulmuştur. Bu oluşum Londra’daki grup yayıncılığına dayanak olmak amacıyla kurulmuş olup, bir süre sonra hükümet tarafından kapatılmıştır. İngiltere’de kadın radyoları 1990’larda yayınlanmaya başlanmış olup günümüzde birçoğu yayın

hayatlarına devam etmektedirler. Bu radyo istasyonlarından bazıları, Fem FM, Brazen Radio, Elle FM ve Venus FM dir. Yalnızca kadın odaklı yayıncılık değil çalışanlarının kadın olmasının yanı sıra farklı kültürlerden olan kadınların kariyer alanlarını genişletmesi ve deneyim kazanımları açısından önemli bir örnek teşkil etmiştir(Coyer, 2007, 22, 25’den akt. D’Arcy, 2000, 169, 171’den akt. Taylan, 2012, 87).

Dünya genelinde alternatif feminist medya 1970’li yıllardan itibaren yaygınlaşmışsa da Türkiye’de Batıdan bir on yıl kadar sonra 1980’lerden sonra Feminist yapılaşmanın başlaması ve bu yapılaşmanın beraberinde getirdiği feminist medya yaygınlaşmıştır. Seksenlerin başında feminist bilinç İstanbul’da oluşmaya başlamış ve tüm Anadolu’ya yayılmaya başlamıştır. Feminist bilincin yaygınlaşması beraberinde Türkiye’de alternatif feminist medya oluşumlarını getirmiştir.

Alternatif feminist medya Türkiye’de daha çok yazılı basında kendini göstermiştir. Bu oluşumlar ana akım medya’dan, eril kitle iletişim ortamlarından arınmış ve kendi ölçeklerinde tamamen bağımsız feminist medya perspektifindeki tüm konuları kamusallaştırarak kendi medyalarını yaratmışlardır. Bazı dönemlerde ana akım medya organlarında kadınların perspektifinden içerikler görülse de bu asla tahmin edici olmamış ve tam anlamıyla alternatif feminist medya paralelinde yer almamıştır. Yakın zamana kadar Türk basını dışında kadınların alternatif medya başka bir araçla kendini ifade edememiştir. 1980’lerde kadınların gündemlerini yansıtan, muhalif feminist yayınları ortaya çıkmış olup bunlar; Feminist, Kaktüs, Mavi Çorap, Eksik Etek, Roza, Jujin, Amargi, Pazartesi, Somut, Gösteri, Yapıt, Yeni Gündem gibi dergiler olmuştur(Gencel-Bek/Binark, 2000, 51, 52). 1980’li yıllarda ortaya çıkan alternatif feminist medya yayınları devamlılık sağlayamamışlardır.1990’lara gelindiğinde ikinci dalga feminizm yerini üçüncü dalga feminizme bırakmış, feminist yapılaşmasının yöntemi, eğilimleri ve hareketleri değişmiştir. Dolayısıyla bu durum feminist medya içeriklerini de etkilemiştir.

1990 yılında Ankara’da Aksu Bora tarafından “bekâret kontrolüne hayır bedenimiz bizimdir!” kampanyasının medya organı olarak ortaya çıkan ve tek sayı olan Yeter yayımlanmıştır(Davaz, 1998, 333). 1990’lı yıllarda çıkan diğer alternatif feminist dergilerin bazıları ise, Kadın Belleği, 1991 yılında, Ankara Bülteni 1992

yılında, Dolaşan Mavi Çorap; Emekçi Kadınlar Bülteni, İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Dergisi, 1993’ yılında yayınlanmıştır. Cımbız, Eksik Etek, Kadın Haberleri, Martı 1994 yılında; Pazartesi 1995 ve Uçan Haberler 1998 yılında yayınlanmaya başlamıştır(Köker, 1997, 34,35).

1990’lı yıllarda çıkan alternatif feminist medya örneklerinin bazılarını ayrıntılı incelenecek olursa; 1997’den beri bağımsız yayın yapan Kazete, kadınların hak arayışlarını ve problemlerini kamusalılaştırarak çözmeye katkı sağlayan alternatif feminist medya örneklerindendir(Kazete, 2015’den akt. Erdoğan, 2017, 98, 99). Pazartesi Dergisi eril söylem karşıtı tutumu, feminist görüş içeriği ile oldukça önemli alternatif kaynaklar arasında yer almaktadır. 1995’ten Ekim 2005’e kadar aylık olarak 106 sayı çıkartan dergi şuan internet üzerinden arşivini kamuoyu ile paylaşmaktadır(Atakul, 2002’den akt. Demir’den akt. İlhan,2014, 7).

2000’li yıllara gelindiğinde, alternatif feminist yayınlar 80 ve 90’lara nazaran azalsa da teknolojinin de gelişimiyle farklı platformlarda kendilerini göstermeye devam etmektedir. Ayrıyeten “gittikçe muhafazakârlaşan toplumsal yapı içerisinde Türkiye genelinde örgütlenmelerle bağlantılar kurmalarına, projeler yoluyla büyük kentlerin dışındaki kadınlara ulaşmalarına, kadın emeğine ve kadınların siyasal yaşama katılmalarına yönelik örgütlü mücadelelerde bulunmalarına kırılgan feminist hareket marjinal kalmaya devam etmektedir. Yalnızca feminist meselelerin tartışıldığı mecralar değil; aynı zamanda barış medyası olarak da işlev gören feminist medya bütün kazanımlara ve çabalara karşın hala sınırlı sayıda kadına ulaşabilmektedir(Yanıkkaya, 2014, 94’den akt. Erdoğan, 2017, 99, 100).

Bu dönemde yayın hayatına başlayan başlıca feminist alternatif medya organları şunlardır;

Amargi, Kadın Mor Bülten; Mor Çatı Bülteni, Bianet(Kadın), CinsöMedya, Reçel-blog, 5Harfliler, KaosQ, Fe Dergi: Feminist Eleştiri, Kültür ve Siyasette Feminist Yaklaşımlar, Dijital Hikâyeler, Kadın Koalisyonu (http://www.amargidergi.com/yeni/?page_id=21 E.T: 21.03.2019).

Kadınların dünyada hak arayışları ve seslerini duyurmak için kendi medyalarını yaratmaları dünyanın birçok farklı noktasında alternatif feminist medyalarının kendi içlerinde biricik olmasına karşın gösterdikleri tüm özellikler daha önce anlatmış olduğum alternatif feminist medya özellikleriyle bağdaşmaktadır. Kadınların toplum tarafından biçilmiş rolleri reddetmesi, ekonomik, siyasi olarak kamuda kendileri var etme çabaları, eril düzen içerisinde ikincil konuma getirilmeye çalışılan kadınların var olma mücadelesi, ataerkil medya sisteminin kadınları temsil biçimlerinden duyulan rahatsızlık ve buna karşın geliştirilen, eleştirel tutum; alternatif feminist medya ile daha güçlü ve duyulur hale gelmiştir. Bu bölümde Dünya'dan ve Türkiye'den verilmiş olan alternatif feminist medya örneklerinde bu durum görülmektedir.

8. MEDYADA PATRİARKAL(ATAERKİL) YAPIYA KARŞI: KADIN ODAKLI HABERCİLİK

Medyanın toplumun her alanındaki olaylara, temsil ettikleri olgu ve durumların insanlar üzerindeki etkisi ve yönlendirmesi yadsınamayacak kadar güçlüdür. Kadın örgütleri için medya demokratik açıdan ifade kadınların hak arayışlarını ifade edebilmesi ve uluslararası düzeyde ses getirebilmesi açısından önemi yadsınamayacak bir mecradır. Kadın hareketleri, eril sistem tarafından yönetilen ana akım kitle iletişim araçlarının ataerkil düzenin parçası olan saldırgan dil ve kadınların temsil ediliş biçimleri ve kadınlara dayatılan toplumsal cinsiyet rollerinin üretimi ve devamlılığına yaptıkları katkıdan dolayı eleştirmiştir. Eril medya açık bir şekilde kadınlar ve erkekler arasındaki ayrımlara dikkat çekecek yönde üretim yapmaktadır. Kadınlar ve erkekler bu medya organlarında belirli kalıplar içinde temsil edilmektedir. Yapılan bu kategorileştirme, tek yönlü (ataerkil sistem üzerinden tutulan taraf) temelleştirilmiş kanaatlere hizmet etmesi ve bu hizmetin sonunda kadın ve erkek üzerinde topluma kalıp yargılar sunularak cinsiyet rolleri kategorize edilmeye zorlanmaktadır.

Timisi ‘Medyada Cinsiyetçilik’ başlıklı kitabında, ana akım medyanın eril sistemin bir parçası olarak, toplumsal cinsiyet kalıpları içinde kadınları kamusal alandan uzaklaştırarak ev alanı içerisinde konumlandığını ve kadının bireysel olarak kamusal alan içerisinde değersizleşip ikincil konuma itildiğini vurgular(Timisi, 1997, 1).

Alankuş kadın odaklı haberciliğin, geleneksel medyanın kadınlara yönelik hak ihlallerine karşın kadınların, bilgilenmesi ve dolayısıyla güçlenmesini amaçlayan kadınların hak arayışlarında, siyasi çözüm ve yaptırımlara yol açabilecek, kadınlar yararına inkılaplar elde edebilecek ve ‘çözüm odaklı’ habercilik olduğunu belirtir. Kadın odaklı habercilik, ana akım medyanın özellikle kadınlar özelinde ve daha sonra “ötekilerin” nezdinde yapmış olduğu hak ihlalci haberleri eleştirip, kalıplaşmış haber klişelerini yıkıcı olma niteliğine odaklanırken, bir yandan da kadın örgütlerinin desteğiyle birlikte ataerkil sistemin savunma alanlarının yıkılmasını hedefler(Alankuş, 2012, 28, 29).

Vahit, 2014 yılında yaptığı eminst alternatif medyanın işleyişi üzerine isimli çalışmasında, haber üretiminin içerik açısından önemi vurgulamıştır. Haberlerin içeriklerinin ötekileştirilmiş kesimlerin varlıklarının temsili açısından önem arz ettiğini belirtmiştir. “Haber metinleri üzerine verilen mücadele, hayatı anlamlandırma üzerine verilen bir mücadeledir. Haber üretimi alanı, sadece sınıfsal bir mücadele alanı değil, bütün (cinsel, dinsel, etnik, kültürel ayrımcılığa uğrayan) ‘madunlar’(subaltern) tarafından verilecek bir mücadele alanıdır. Bu farkındalıkla hareket eden aktif bir izleyici/okuyucu faktörü hedeflenen yapılanmayı güçlendirecektir. Bütün bu koşullar altında seslerini duyuramayanların sesi olmak iddiasındaki ve medya pazarına ancak kıyısından tutunabilmiş gazeteler, dergiler ve internet siteleri çeşitli proje destekleri, bağışlar ve sponsorluklarla ayakta durma mücadelesi vermektedir”(Alankuş, 2005’den akt. İlhan, 2014, 9).

Tüm bu kadın odaklı habercilik çalışmaları ve köklü dönüşüm amaçları, kalıplaşmış gazetecilik dilinin ve anlayışının strüktürel biçimde değişme uğraması yönündedir. Yalnız evrensel bir şekilde yaygınlaşmış ve kalıplaşmış ataerkil düşünce sisteminin tamamen değişmesi gerekmektedir. Fakat bu ataerki sistem yüzyıllardır

toplumların tüm işleyiş biçimlerine yapışmış bir ‘kan emicidir’ bu nedenle hızlı bir şekilde yok edilemeyecek olması uygulanabilirlik açısından oldukça zorlayıcı bir unsurdur. Eril sistemin bekçisi olan geleneksel medyaya bakıldığında üretilen haberlerin meşrulaştırılması sözde kamu çıkarları ya da halkın istekleri gibi basmakalıp ifadelerin altına gizlenerek eril sistemi tekrar tekrar ürettiklerini görmekteyiz. Bu bağlamda ana akım medya içerisinde atik ilkelere uygun habercilik yapmaya çalışan bir avuç gazeteciyle ataerkil medya kalıplarının yıkılması mümkün değildir. Bu yönde bir çıkış noktası sağlayan alternatif medya organları özellikle de Bianet en önemli kadın odaklı habercilik ve feminist alternatif medya bağlamında en önemli örneklerinden bir tanesidir(Alankuş, 2012, 35, 36).

Bianet gerek haber içeriği gerekse bu yönde gazetecilere ve iletişim fakültesi öğrencilerine verdiği hak odaklı, kadın odaklı habercilik eğitimleriyle sürdürülebilir somut adımlara sahiptir. Bianet, yayıncılık ilkeleri ve hak odaklı habercilik eğitimleriyle sadece kadın odaklı haberciliğin kendi içlerinde ya da diğer bağımsız alternatif medya organları içinde yaygınlaştırmaktan çok ana akım medyanın yayıncılık anlayışına müdahale ile içten vuruş yapmak yönünde adımlar atmaktadır. Bianet, çok daha ayrıntılı bir şekilde son bölümde incelenecektir.

BİA2 projesi kapsamında haberlerde kadınların yeteri kadar temsil ediliyor mu? Soruna cevap arayan 1 Mayıs 2004- 30 Nisan 2005 tarihleri arası 12 gazetede yayımlanan haberlerin ne kadarının kadın haberleri olduğunu belirlemek için yapılan araştırmada BİA2 projesinin verileri, 12 gazetede yayımlanan 493.103 haberin yalnızca 3453’ünün kadınlarla ilgili olduğu verisine ulaşılmıştır. Bu da 1000 haberden yalnızca 77’sinin kadınlarla ilgili olduğu verisini vermektedir(Alankuş, 2012, 40).

Gazeteler	Toplam Haber	Toplam Kadın Haberi	Yüzde
Ü. Ö. Gündem	28.981	869	2,99
Birgün	40.291	349	0,86
G. Evrensel	40.386	340	0,84

Hürriyet	46.871	323	0,69
Vatan	42.670	265	0,62
Cumhuriyet	39.641	242	0,61
Milliyet	46.731	283	0,61
Radikal	39.944	230	0,57
Akşam	47.299	225	0,47
Sabah	45.193	203	0,44
Yeni şafak	39.292	124	0,31
Zaman	35.804	97	0,27
TOPLAM	493.103	3453	9,28

Tablo 9: BİA2 Projesi Kapsamında Haberler İçeriklerinde Kadınlarla İlgili Haber Sayısı (Alankuş, 2012, 40).

Kadınların ana akım medya, toplum ve statüko tarafından uğradıkları eşitsizlikleri, haksızlıkları ve ikincil rollere sürüklenmesinin, desteklendiği eril sistemin kadınlara yönelik dayatmalarını ve atfettikleri cinsiyetçi rollerin devamlılığı ve yeniden üretilmesine ana akım medya neden olmaktadır. Bu nedenle bu duruma karşı oluşturulabilecek karşıt hareketin kadın odaklı habercilikle birlikte alternatif medya ile kadınların lehine dönüştürülmektedir.

Haber içeriklerinde kadınlara yönelik kullanılan dil, görseller kadın haklarını hiçe sayan eril zihniyeti kadın odaklı haberciliğe dönüştürebilmek için yapılması gerekleri ve sorulması gereken soruları belirleyen Mater ve Çalışlar, kadın ve erkekler arasındaki eşitsizliğin yalnızca toplumsal cinsiyet rollerini anlayarak ve bu yönde farkındalık yatarak ulaşabileceğini söylemektedir. Toplumsal olarak yapılan kadın eşitsizliğine kadınlara biçilmiş rollere basmakalıp hiçbir olay ve olgunun içinde olmayarak ve sorgulayarak kadın haklarına yönelik bilinç oluşturabileceğini belirtirler.

Kadın odaklı habercilik konusunda atılacak en önemli adımların, ”kadınların medyada mevcudiyeti buna eşlik eden toplumsal cinsiyet perspektifi olmadığında her zaman kadınlarla ilgili haberler konusunda beklenen değişiklikleri yaratmasa bile, özellikle karar mekanizmalarımızdaki kadın gazeteci sayısının artmasının peşinde koşabiliriz. Yapılan çalışmalarda kadın yöneticilerin arttığı durumlarda, medyanın özellikle kadınlara yönelik şiddet, taciz, tecavüz gibi olayların haberleştirilmesinde daha duyarlı davranacak değişiklikler içerisine girdiğini gösteriyor”(Mater, Çalışlar, 2012, 194).

Kadın odaklı habercilik için nelerin haber olacağını maddeleyen Mater ve Çalışlar(2012, 195);

- Kadınlarla ilgili yasal düzenlemeleri, hakları ve uygulamaları,
- Kadınların verdiği savaşları,
- Kadın konusunda çalışan sivil toplum örgütlerinin açıklamaları, basın toplantıları, eylemleri ve başarılarını,
- Toplumun farklı yapılarından kadınların düşünceleri ve başarıları
- Farklı tabanlardan kadın portreleri,
- Siyasi partilerde, medyada ve özel sektörde çalışan kadınların düşünceleri, problemleri, mücadeleleri ve başarıları.

Kadın odaklı habercilik uygulamasının kitle iletişim araçlarında sunulan eril dili, ana akım medya yapılanmasındaki cinsiyete dayalı ayrıştırmayı kadınların menfaatine dönüştürmeyi misyon olarak üstlenir. Kadın odaklı habercilik, medya çalışanlarının yani gazetecilerin ve haberin içeriğini oluşturan bireylerin, haberlerin içeriğini oluşturan; dil, fotoğraf, haber başlığı, hedef gösterimi, kadınları kalıplaştıran ve damgalamaya neden olacak her türlü içeriğin kadın odaklı habercilik prensibiyle hak haberciliği esasında dönüştürecektir. Kadın odaklı habercilik yalnızca medyadaki eril hegemonik düzeni yıkmakla kalmıyor aynı zamanda kadınların kendi haklarını savunmalarında, kamusal alanda bağımsız ve bireysel var oluşlarında da katkı sağlamaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN ODAKLI HABERCİLİK ÖRNEĞİ: BIANET

1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Kadınlar geleneksel medyada etkin ve eşit bir şekilde temsil edilmek, ana akım medyadaki eril tutum karşısında ikincil konumda olmamak özne olarak var olmakta önlerine konulan engelleri aşmak ve seslerini her bölgedeki kadınlara ve tüm dünyaya duyurabilmek için kendi medyalarını yaratmak zorunda kalmışlardır. Alternatif medya ile kadınlar kurdukları örgütler aracılığı ile mücadele ve var oluşlarını sürdürmektedir. Bu çalışma alternatif medya bağlamında kadın odaklı haberciliği “Bianet.org ‘kadın’ bölümünde” kadın odaklı habercilik yapan bir alternatif medya örneği olarak kabul edilip edilemeyeceğini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Temel inceleme objesi olarak Bianet web sitesi ‘kadın’ bölümü ele alınmıştır. Ayrıca Bianet ‘kadın’ bölümünün alternatif feminist medya paralelinde kadın odaklı haberciliği niteliği taşıyan ve bu nitelikleri destekleyen diğer projeleri de değerlendirilmiştir. Çalışmada kadın odaklı gazetecilik kuramsal boyuttan ele alınırken aynı zamana da kadın odaklı habercilik kavramının gelişmesine neden olan feminist teori, toplumsal cinsiyet ve alternatif feminist medya ile feminist düşünce ayrıntılı biçimde irdelenmiştir. Çalışmada Bianet ‘kadın’ web sitesi nitel olarak analiz edilmiştir. Bianet ‘kadın’ bölümü ana sayfasının incelenmesiyle sınırlı tutulmamıştır. Bianet ‘kadın’ ana sayfasında ter alan alt başlıklar ve alt başlıkların içinde yer alan konular da araştırmaya eklenmiştir. Araştırmanın konusu bağlamında bianet.org ile ilgili görsellik, tasarım ve estetik gibi kavramlar doğrudan ilişkili olmadığı için bu kavramlar sınırlı bir şekilde incelenmiştir.

Çalışmada betimleyici analiz yöntemi ve yüz yüze görüşme tekniği uygulanmıştır. Çalışmanın ilk iki bölümünde betimleyici analiz yöntemiyle alternatif medya ve ana akım medya, alternatif feminist medya ve feminist teori; ikinci dalga feminizm ve medya, toplumsal cinsiyet, kadın odaklı habercilik derinlemesine araştırılmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde Bianet ‘kadın’ bölümü editörü ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Derinlemesine görüşmede kadın odaklı habercilik esas alınarak yöntemsel olarak ucu açık sorular oluşturularak görüşme sağlanmıştır. Soruların oluşturulmasında kadın odaklı habercilik özellikleri, temel nitelikleri üzerine

hazırlanmıştır. Yüz yüze tam yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmasıdaki temel neden; “Standart bir görüşmede yapılacak tüm yöntemler uygulanır. Bu yöntemler içerisinde; amaca yönelik sorular hazırlama ve bu soruları sorma bulunmakla birlikte sorular hakkında değişiklik yapılmaz. Çok fazla uygulama yapılacağı zamanlarda bu yöntem işe yaramaktadır. Görüşme verilerinin analizi daha net şekilde yapılmaktadır. Herhangi bir yanlışlık söz konusu değildir”(Karataş/Yavuzer, 2015’den akt. <https://www.guncelpsikoloji.net/arastirma-yontemleri/bilimsel-arastirmalarda-gorusme-teknikleri-h6154.html> E.T: 25.04.2019). Elde edilen veriler, deşifre yöntemi ile yazılı şekle getirilmiştir. Yazılı hale getirilen veriler bianet.org ‘kadın’ bölümü çalışmalarının incelenmesi ve elde edilen enformasyonlar çalışmanın amaçları doğrultusunda yorumlanarak sunulmuştur. Yorumlama sürecinde yukarıda belirtilen perspektif uygulanmıştır. Yüz yüze görüşme ayrı bir bölüm olarak ele alınmış ve kadın odaklı habercilik bağlamında alternatif feminist medya niteliği ortaya çıkarılmak üzeri belirtilen nitelikler bağlamında görüşme yapılan editörün kendi ifadelerine sık sık yer verilerek ortaya konmuştur.

Bu çalışmanın problemi ise; alternatif medyadaki “kadın” haberlerindeki kadın odaklı habercilik ilişkisi.

Alt Problemleri ise;

- Alternatif medya nedir? Alternatif medya kadın haberlerinde belirli grupların üzerinde kötüye kullanılmasına karşın denge ve düzeltici görev üstlenir mi?
- Toplumun bazı kesimleri, alternatif medyada kendilerini temsil etme ifade etme imkanı bulabilir mi? Alternatif medya bu konuda ne kadar etkin?
- Alternatif medyada “kadın” haberleri eril sistemin aksine “kadın odaklı” habercilikle daha eşitci bir yapıya sahip mi?
- Alternatif medya ile “kadın odaklı” habercilik arasındaki ilişki ne kadar sistematiktir?
- Alternatif feminist medya nedir? Alternatif feminist medya kadın odaklı habercilik bağlamında ne kadar etkin üretkenliğe ve devamlılığa sahiptir?

- Bianet Kadın odaklı habercilik yapmakta mıdır? Bianet ‘kadın’ bölümünde alternatif medya ve kadın odaklı haberciliğin temel nitelikleri ve özellikleri uygulanmakta mı?

- Bianet’in alternatif medya ile kadın odaklı haberciliğin arasındaki rolü nedir?

Çalışmanın bir takım sınırlılıkları vardır. Sınırlılıkların ilki; alternatif medya bağlamında kadın odaklı habercilik perspektifine sahip, alternatif medya örneği olarak bianet.org ‘kadın’ Web Sitesi’nin faaliyetleriyle sınırlı olmasıdır. Diğer sınırlılık ise bianet.org web sitesinde araştırılan dönemdeki içerik ve yüz yüze yapılan görüşmede, dönemin ‘kadın’ bölümü editörünün görüşleri de sınırlılık oluşturmaktadır. Araştırmanın evreni coğrafi açıdan Türkiye’dir. Araştırmanın zamanı; bugünkü alternatif medya platformudur.

2. BAĞIMSIZ İLETİŞİM AĞI’NIN KURULUŞU VE TEMEL NİTELİKLERİ

Türkiye’nin alternatif medya ve iletişim oluşumlarının arasında yer alan, yayıncılık, proje, eğitim alanındaki alternatif boşluğu dolduran Bianet, Bağımsız İletişim Ağı (BİA) projesi kapsamında oluşmuş önemli bir girişimdir. Türkiye’de ana akım medyanın 1990’lı yıllarda değişen dinamikleriyle beraberinde haber ve habercilik bağlamında yaşadığı ustalaşmış çöküntü ile kamuoyunun ihtiyaç duyduğu gerçek haber ihtiyacına yönelik arayışın ürünü olarak da düşünülebilir. Bu eksiklikler üzerine BİA projesi, bağımsız gazetecilik ve hür basın ilkelerini esas alarak ve bu ilkelerin varlığının devamlılığını ve etkisini arttırmak amaçlı Türkiye’de bir ağ kurma amacını güderken, global alternatif medyada Türkiye’yi temsil edebilecek yeterliliğe ulaşmış ve global bağlamda yurttaş, bağımsız gazetecilik yapan alternatif medya oluşumlarını tedvin eden Alternative Media Global Project (AMGP) oluşturduğu

dünya haritasında Türkiye’den Bianet’te yer almıştır⁴. Bu bölümde BİA’nın kuruluşu projenin oluşumu, amacı, finans kaynakları ve tarihçesi, BİA2 projesi incelenecektir.

Bağımsız İletişim Ağı ve beraberinde Bianet’in oluşum sürecinin temelinde bir takım sivil toplum kuruluşları ve meslek birliklerinin mevcut geleneksel medyanın haber ve habercilik bağlamındaki tutumlarından rahatsızlık duymuş olmaları ve temsil edilmeyişlerinden kaynaklıdır. Kendilerinin söz ve fikirlerini ülke geneline yansıtmak amaçlı geleneksel medyanın haricinde alternatif bir kuruluş inşa etme ihtiyacı sonucunda doğmuştur.

Türk Mimar ve Mühendis Odaları Birliği (TMMOB) ve Türk Tabipler Birliği’nin (TTB) 1996 yılında kamuoyuna bildirmek istedikleri görüş ve sözlerin geleneksel medya tarafından yok sayılması sonucunda temsil edilmemeleridir. Bu durma çözüm olarak, kendi kuracakları bir ‘ajans’ ile üstesinden gelebilecek olmanın gerçekliğini doğrulamak adına IPS İletişim Vakfı ile birlikte tasarladıkları “alan araştırması”nın sonucunda bu ‘ajans’ adına potansiyel görülmüştür. Yapılan alan araştırmasında, bağımsız medyanın varlığının TMMOB’nin oluşturmayı planladığı ‘ajans’ beraberinde, yerel medya oluşumlarının görsel-işitsel ve yeni medya ile yani web 2.0 haber üretiminin kolektif bir biçimde oluşacağı herkesin kendini temsil edebileceği hiyerarşik yapıdan ve rekabetten uzak, dayanışma üretimi oluşabileceği araştırma sonunda tespit edildi.

Bu süreci dönemin, IPS İletişim Vakfı Proje Kordinatörü Ertuğrul Kürkçü şu şekilde anlatmıştır: “ Bu, esas olarak bir haber alma hakkının gerçekleşmesinde Türkiye’de ortaya çıkmış olan krize aşağıdan verilmiş olan bir yanıt. Ben böyle özetlerim çünkü Türk mühendis ve Mimar Odaları Birliği’nin de bizi tetikleyen

⁴ “Alternatif Medya Küresel Projesi (AMPG) , dünyada ki alternatif, radikal, vatandaşlar, Topluluk, bağımsız, militan, özerk medya üzerine araştırma ve bağlantı kaydetmeye adanmış çok dilli, küresel işbirliğine dayalı bir İnternet sitesidir. Bu proje, Ekim 2007’de Benjamin Ferron , RE Davis ve Clemencia Rodriguez’in inisiyatifi olarak başlatıldı. Proje, OURMedia ağıının desteğinden faydalanmaktadır” Ayrıntılı bilgi için bkz. http://amgp.skamp.eu.org/map:europa:turkey:bianet_ E.T: 26.04.2019

müdahalesi buradan doğmuştu. Onlar, Türkiye'nin önemli bir meslek kuruluşu, iktisadi, politik, toplumsal, kültürel karar alma süreçleri için en önemli bilgileri üreten, faaliyetleri gösteren kuruluşlardan biri olarak kendi düşünce ve önerilerinin Türkiye medya dünyasında, bilişim ortamında herhangi bir biçimde devreye girememesi, bütün devrelerin dışında bırakılmaları karşısında kendilerine özgü bir haberleşme ortamı kurup kuramayacaklarını anlamak için bizimle görüşmeye başladılar”(Taylan, 2012, 210).

TMMOB, TTB kurmak istedikleri ajans için global çapta faaliyet gösteren IPS İletişim Vakfıyla (Inter Press Service)⁵ bağlantı kurarak ortaklaşa adımlar atmak için harekete geçmiştir. Karşılıklı görüşmeler sonucunda IPS ile ortak mutabakatlara vararak projeler için çalışmalar başlamıştır.

IPS İletişim Vakfı, 1993 yılında İstanbul'da kurulmuştur. Amacı, ifade özgürlüğü ve hak ihlallerinin medyada etik koşullarda yansıtılması kadın, çocuk ve insan haklarının nasıl yansıtıldığı ve medyanın bu konuda nasıl çalıştığını denetleyerek raporlaştırmaktadır. Vakfın tüm çalışmaları ve etkinlikleri Türkiye ve global çaptaki bağışlar ile projelerinin finansmanını sağlamaktadır⁶.

BIA projesi, 1997 yılında yapılan toplantılar ile yerel haberciler, TMMOB ve TTB ile BIA'nın net olarak kurulma süreci başladı. Bu bağlamda bazı eksik noktalar tespit edilirken özellikle TMMOB, TTB ve IPS iletişim vakfının bağımsız medya oluşturulma konusunda sağlayacakları kaynaklar yetersiz ve kısıtlıydı. Heinrich Böll Vakfı, IPS İletişim Vakfına altı aylık bir kaynak sağlayarak bir yol kat etme anlamında

⁵ Inter Press Hizmeti (IPS), “kalkınma, çevre, insan hakları ve sivil toplum gibi konularda dünyanın önde gelen haber ajansıdır. Bununla birlikte, başlangıçta, IPS'nin daha odaklanmış bir hedefi vardı: Avrupa ile Latin Amerika arasındaki bilgi boşluğunu, posta yoluyla yayınlanacak bir özellikli haber servisi aracılığıyla doldurmak. Bu amaçla, 1964 yılında İtalyan-Arjantinli iktisatçı Roberto Savio ve Arjantinli siyaset bilimci Pablo Piacentini tarafından ikisinin de hala IPS'ye dâhil olduğu, uluslararası bir gazeteci IPS adına kooperatif kuruldu. Büyüdükçe, IPS yeni bir misyon edindi: Üçüncü Dünya ülkeleri ve halklarının yeni bir uluslararası ekonomik düzen ve bunun sonucunda Birleşmiş Milletler çerçevesinde yeni bir bilgi ve iletişim düzenine ilişkin umutlarını; Başka bir deyişle, sesli olmayanın sesini duymak. Bu genişletilmiş hedef, 1970'lerde ve 1980'lerde IPS'nin dünya çapında hızlı bir şekilde genişlemesine ve İngilizce ve İspanyolca günlük haber servisine başkanlık etti.” Ayrıntılı bilgi için bkz. <http://www.ips.org/institutional/get-to-know-us-2/our-history/>, E.T: 26.04.2019

⁶ Ayrıntılı bilgi için bkz. <https://bianet.org/bianet/sayfa/ips-iletisim-vakfi>

önemli adımlar atılmasına destek olmuştur. Böylece 1997 yılında yapılan toplantı sonrasında ülkenin her bölgesinden birçok gazeteci ve televizyoncu, radyocu ortak noktada birleşerek Bağımsız İletişim Ağı oluşturmayı ilan etmişlerdir. Toplantılar sonucunda bazı prensipler belirlenmiş 1997 yılında “Ankara Deklarasyonu” ismiyle “41 yerel radyo, 3 yerel televizyon, 8 yerel gazetenin” imzası ile kamuoyuna duyurulmuştur. Ankara deklarasyonun temel prensipleri bağlamında Bağımsız İletişim Ağı’nın da temel amaç ve yapısı şu şekilde açıklanmıştır(Taylan, 2012, 212, 213, 214):

- Türkiye’de egemen olan haber ve yayın yapısı ve kurumları halkın özgür haber alma hakkını kısıtlamakta ve yerel yayıncılığın gelişimini sekteye uğratmaktadır.
- Bağımsız İletişim Ağı, yerel medyanın ulusal radyo, TV ve gazetelere tanınan hak ve imkânlarla erişebilmesinin önündeki engelleri gidermeyi;
- Var olan haber ve yayın tekeline kendi ürünleriyle alternatif oluşturmayı;
- Kısıtlayıcı mevzuatın haber alma ve haber verme özgürlüğü önüne koyduğu engellerle mücadeleyi;
- Yerel yayıncılığın uluslararası haber ve yayın normları temelinde yeniden yapılanmasını;
- Ortak eğitim ve teknik ve teknolojik bilgilenme olanaklarının herkes için erişilebilir kılınmasını;
- Aynı sorunlarla karşı karşıya kalan ve aynı amaçları paylaşan, Türkiye’nin de imza koyduğu Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, Avrupa Yayın Birliği İlkeleri ve BM İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi doğrultusunda yayın yapan bütün kuruluşları ve bu ilkeleri paylaşan bütün bireysel habercileri üretim temelinde bir araya getirmeyi, mesleki işbirliği ve dayanışmayı pekiştirmeyi;
- Böylece, kamu yararı ve halkın haber alma özgürlüğünü esas alan bir habercilik anlayışını gerçekleştirmeyi amaçlar.

2000 yılında Avrupa Birliği ile yapılan anlaşma sonucunda maddi kaynak sağlanarak proje tam anlamıyla yürürlüğe girmiştir⁷. Bu finansman desteği ile proje bağlamında yapılan çalışmalar şunlardır:

- BİA Hukuk Merkezi, Eylül 2000'den bu yana, yerel medya kuruluşlarına hiçbir maddi karşılık almadan danışmanlık desteği veriyor.
- BİA Proje Yürütme Kurulunun denetimi altında, proje koordinasyon merkezinin, editoryal masanın, hukuksal destek biriminin kuruluşu tamamlandı.
- Web sitesi oluşturuldu.
- Eğitim projeleri öngörülen programa uygun olarak Şubat sonunda başlatılacak ve sekiz bölgede yerel habercilerin katılımıyla ve iletişim eğitimcileri eliyle yürütülecek(<https://m.bianet.org/bianet/siyaset/743-bia-projesi-nasil-olustu> E.T: 05.04.2019).

AB'nin desteğiyle birlikte maddi kaynak problemine son verilmiştir. 2001 yılında İzmir'de yapılan "Kuruluş Konferansı" ile yeniden toplanan ve fakat rakamlarda atış sağlanan 132 medya temsilcisi ve iletişim eğitimcileriyle birlikte tüm katılımcıların fikri ve desteği ile tartışılarak, Bağımsız İletişim Ağı'nın hukuksal bir bütünlüğe ulaşmasına karar verilerek BİA kesin olarak kurulmuştur(Taylan, 2012, 216).

Bianet'in ve BİA'nın 1996 dan itibaren on üç yıllık tarihsel dökümü şu şekilde sıralanmıştır; " 1996 yılında, TMMOB, TTB ve IPS İletişim Vakfı alternatif iletişim ağları oluşturma konusunu görüşmeye başladı. IPS İletişim Vakfı, yerel ve alternatif medya konusunda literatür ve envanter tarama çalışmasına başladı. 1997 yılında,

⁷ "BİA projesinin toplam maddi hacmi 777.000 Euro. IPS İletişim Vakfı'nın projeden sorumlu kuruluş olarak bu meblağın yüzde 20'sini başka kaynaklardan bulması gerekiyor. AB Ankara temsilciliğiyle imzalanan sözleşme uyarınca; 18 ay süreli projenin birinci yıl bütçesinin yüzde 80'i olan 333.000 Euro IPS İletişim Vakfının kasasına girdi ve AB'ye sunulmuş olan bütçe ve çalışma programı çerçevesinde değerlendiriliyor" Ayrıntılı bilgi için bkz. <https://m.bianet.org/bianet/siyaset/743-bia-projesi-nasil-olustu>

İletişim Vakfı yerel medya araştırmasına başladı. 46 ilden toplam 308 yerel radyo, TV ve gazeteyle anket yaptı. 41 yerel radyo, 3 yerel TV ve 8 yerel gazete Bağımsız İletişim Ağı çağrısında bulundu. "Ankara Deklarasyonu" yayınladı. 72 yerel medya kuruluşu, TMMOB TTB ve IPS İletişim Vakfı ile birlikte Ankara'da düzenlenen "Ulusal Konferans" sonunda "Bağımsız İletişim Ağı"nı kurmak için harekete geçti. 2000 yılında, bianet.org İnternet'te deneme yayınına başladı; günlük ziyaretçi sayısı 500 kişi oldu. 2001 yılında, İzmir'de düzenlenen "Kuruluş Konferansı" sonunda "Bağımsız İletişim Ağı" [BİA] kuruldu. İlk yerel medya eğitimi Mersinde yapıldı. Bianet'e "Ergenekon" saldırısı başladı. Yaygın medyadaki dezenformasyon kampanyasına karşı BİA dostları projeye dayanışmalarını açıkladı. İfade özgürlüğü ihlallerinin izlendiği ilk BİA Medya Gözlem Raporu yayınladı. 2003 yılında, BİA'nın ilk kitap dizisi "Habercinin El Kitabı" yayımlandı. 2010'a kadar 16 kitap yayına sokuldu. 2004 yılında ise Bianet'in çocuk hakları sayfası "Çocuk Sitesi" yayınlanmaya başladı. 2005 yılında, İlk kez Norveçli bir gazeteci grubu Bianet'e inceleme ziyareti yaptı. 10 yılda 16 uluslararası gazeteci ve öğrenci grubu Bianet'e ziyarette bulundu Bianet Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Başarı Ödüllerinde İnternet dalında övgüye değer bulundu. 2006 yılında, IPS İletişim Vakfı'nın düzenlediği "Uluslararası Bağımsız Medya Forumu"na 12 ülkeden ve Türkiye'den 300'ü aşkın aktivist katıldı. 2007 yılında, İletişim fakültesi mezunları için ilkyaz programı "Okuldan Haber Odasına" başladı. 2008 yılın da ise, Dünya Alternatif Medya Haritasına Türkiye'den Bianet girdi Evrim Teorisine karşı "Yaradılışçılık" propagandası yapan Adnan Oktar Bianet'i kapattırmakla tehdit etti. 2009 yılı itibarıyla ile Bianet'in sayfa tasarımı yenilendi; günlük ziyaretçi sayısı 30 bin oldu”(https://m.bianet.org/bianet/medya/121736-tarih-tarih-bianet-in-10-yili, E.T: 04.04.2019).

Ertuğrul Kütükçü, Bianet'te yazmış olduğu 'BİA Projesi Nasıl Oluştu?' adlı yazıda BİA'nın dört temel ayaktan oluştuğunu belirtmiştir. Belirlenen bu dört temel niteliğin belirlenen ihtiyaçlar sonrasında sürece katılım sağlayan meslek odaları, sivil toplum örgütleri ve gazeteciler ile belirlenmiştir. BİA'nın gelişimi ve projesinin dört temel ayağı şunlardır:

I. Haber Havuzu: Yerel medyanın kendi arasında haber aktarımı ve üçüncü taraflara haber sunumu için oluşmalıydı. Bu havuz da internetin genişleyen

olanakları üzerine bina edilmeli ve bir editöryal merkez bu havuzu daha etkin hale getirmeliydi.

II. Program Üretim Merkezi: Yerel radyoların ve TV'lerin kendi olanaklarıyla ve kapasiteleriyle gerçekleştiremediği program ve haberleri üretmek üzere harekete geçirilmeliydi. Bu, her şeyden önce yerel medyanın üretim maliyetlerini düşürme ve program kapasitesini artırma imkânı yaratacaktı.

III. RTÜK, MÜYAP ve MESAM gibi kuruluşların yerel radyo ve TV'lerin önüne çıkardığı hukuksal sorunları aşmak da bir ihtiyaçtı. Bu ihtiyaca yanıt vermek için de iletişim hukuku alanında uzman hukukçuların; yerel hukukçular ve yerel medya yöneticileriyle işbirliği halinde destek sunması hedeflendi.

IV. Reklam Havuzu: Yerel Medyanın ulusal reklam pastası dışında tutulması, gereksindiği fonlara ulaşmasını olanaksızlaştırıyordu. Bu engeli aşmak üzere, yerel medyanın ulusal reklam verenlerle ortak bir pazarlık mekanizması oluşturması için çaba gösterilmeliydi(<https://m.bianet.org/bianet/siyaset/743-bia-projesi-nasil-olustu> E.T: 04.04.2019).

BİA projesinin başarılı olmasıyla birlikte yeni bir proje sunan IPS Vakfı, “Medya Özgürlüğü, Bağımsız Gazetecilik, İzleme ve Haber Ağı” isminde BİA2 projesini uygulamışlardır. Bu projenin maddi kaynağı ise, 1.072.200 Euro tutarında bir bütçe ile uygulanan BİA2 projesinin masraflarının % 80’i Avrupa Birliği’nin İnsan Hakları ve Demokrasi İnisiyatifi (EIHDR) Programı’ndan sağlanan hibe ile karşılanmıştır” (Taylan, 2012, 228). Bu projenin amacı ve uygulamaları ise şunlardır; “ Toplumu enformasyonun sosyal ve kültürel değeri konusunda bilgilendirmek. Her alandaki hak ihlalleri ile ifade özgürlüğünün sınırlarını genişletmek üzere gerçekleştirilen düzenlemelerin uygulanışını izlemek ve haberleştirmek. Çok sesliliği ve kamu yönetimine katılımı arttırmak için yerel medyayı desteklemeye ve güçlendirmeye devam edebilmek. İnsan, kadın ve çocuk haklarının medyada daha sık ve daha nitelikli bir biçimde ele alınmasını özendirmek, gazetecilik standartlarını ve profesyonel etik anlayışını yerleştirmek ve geliştirmektir”(http://bianet.org/bianet/sayfa/hakkimizda, E.T: 04.04.2019).

BİA2 projesinin çalışmaları ise; BİA2 haberciliği ve Bianet, medya İzleme ve hukuksal Yardım. Eğitim alanındaki projelerini de şu şekilde sıralamak mümkün; yerel medya, hak kuruluşları, İfade özgürlüğü, radyo programlarıdır. Diğer projeleri ise; ‘Uluslararası Bağımsız Medya Forumu’, ‘BİA Editöryal Masası’, ‘Program Üretim Merkezi (PÜM)’ olmuştur⁸.

BİA3 projesi ise tamamlanmamış süren projeler arasında yer almaktadır. Projenin amacının “Hak Odaklı Habercilik anlayışının yaygınlaştırılmasına katkıda bulunmak” olarak belirtilmiştir. Öte yandan BİA3 projesinin çerçevesince gerçekleştirilen uygulama ve çalışmalar ise, “Bianet Haber sitesi, Medya Gözlem raporları, Okuldan Haber Odasına Programı ve BİA kitaplarıdır⁹.”

BİA projesinin en fark edilir ve ses getiren noktası ise, www.bianet.org alternatif medya haber sitesidir. Bu projenin medya oluşumunu yansıtan Bianet, bir nevi sergen konumundadır. Kasım 2000 yılından itibaren yayın hayatında olan Bianet’te 2019 yılı itibariyle yedi editör ve iki muhabir çalışmaktadır. Kadın, insan hakları ve ifade özgürlüğüne odaklanan Bianet.org, etik ve politik hak haberciliği kapsamında gazetecilik yürütülmektedir¹⁰.” Bianet.org; Bianet, Biamag, Kurdi, English, Kadın-LGBTİ ve Çocuk olmak üzere altı ana başlıktan oluşmaktadır. Bianet.org’nin haber listesinde ise şu başlıklar yer almaktadır; Tüm Haberler, Ayrımcılık, Çevre, Çocuk Eğitim, Emek, Engelli Hakları, Erkek Şiddeti, Göç, Hayvan Hakları, Hukuk, İfade Özgürlüğü, İklim Değişikliği, İnsan Hakları, Kadın, Kent, LGBTİ ve Medya olmak üzere on altı haber başlığı yer almaktadır.

⁸ Bkz. <http://bianet.org/bianet/sayfa/hakkimizda>

⁹ “Projenin süresi: 2007- 2010, projenin bütçesi: 747.887 Euro, projeyi destekleyen kuruluşlar: Avrupa Birliği- Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu, İsveç Ulusal Kalkınma Ajansı (SİDA)” Bkz. <https://bianet.org/bianet/sayfa/ips-iletisim-vakfi>

¹⁰ Bkz. <https://bianet.org/bianet/sayfa/bagimsiz-iletisim-agi>

3. ELDE EDİLEN VERİLER: KADIN ODAKLI HABERCİLİK BAĞLAMINDA; BİANET ‘KADIN’ VE BİANET ‘KADIN’ EDITÖRÜ İLE YÜZ YÜZE GÖRÜŞME

Kadın odaklı haberciliğin temelinde kadınların medyada temsil ediliş biçimleri, kullanılan dil ve kadın kimliğine haber içerisinde yer verirken kullanılan görsellerden oluşmaktadır. Mevcut ana akım medyanın kadın haberleri çoğunlukla kullanılan eril dil, temsil ediliş biçimleri, üçüncü sayfa haberlerinde şiddet ve tacizi ataerkil düzen perspektifinde toplumun dayattığı kalıpları yeniden üreten ve devamlılığına katkı da bulunan söylem ve görselleştirme ile temsil edilmektedir. Ataerkil düzenin karşısında kadının kimliği, toplum içinde eşit ve toplumsal cinsiyet kavramının hak odaklı kullanılabilirliğine destek veren, kadının ataerkil düzen tarafından şekillendirilmeye ve normalleştirilme çalışılan tüm eril dil, yanlış temsil ve ya temsil edilmeyişleri karşısında kadın odaklı habercilik perspektifinde hak odaklı eşit toplumsal cinsiyet kavramlarını haberlerinde ve haberciliklerinde yansıtan Bianet “Kadın” bölümü; kadın odaklı habercilik yapmanın yanı sıra BİA projeleri kapsamında düzenledikleri “Kadın Odaklı Habercilik” atölyeleri ve bu bağlamda yayınladıkları kaynaklarla kadın odaklı haberciliğin sürdürülebilirliği, devamlılığı ve ataerkil dilin hakim olduğu ana akım medyanın söylemlerini ve habercilik anlayışlarını bu anlamda evrilmesi için gazetecilere sundukları el kitapçıklar ve atölyeler ile medyada “Kadın Odaklı Habercilik” anlayışının yaygınlaşmasına önemli destekler vermektedir.

Bianet “Kadın” bölümü editörü Evrim Kepenek ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşme de kadın odaklı haberciliğin Bianet bağlamında ne kadar işlenebilir olduğunu ve kadın odaklı haberciliğin Bianet çatısı altında tam anlamıyla üretilebilir durumda olup olmadığı sorularını irdeleyerek, alternatif medya bağlamında kadın odaklı haberciliğin Bianet’te uygulanma esasları incelenmiştir.

Kadın odaklı haberciliğin, ana akım medyanın kadınlara karşı hak ihlali içeren içerikte haberciliğin yapılmasına karşı kadınların, eğitilmesiyle birlikte daha güçlü kılınması ve sonucunda kadınların haklarını koruma ve hak ihlallerine karşı daha güçlü müdahale etme sürecine erişebilmeleridir. Kadın odaklı habercilikte ‘Ötekilerin’

olarak nitelendiren her türlü hak ihlali, kalıplaştırılmış ataerkil habercilik anlayışının yıkımı hedeflenir. Bu bağlamda Bianet ‘Kadın’ bölümü editörü Evrim Kepenek kadın odaklı haberciliği bu araştırmanın kapsamında yapılan yüz yüze görüşmede şu şekilde değerlendirmiştir:

1. Sizce ‘Kadın Odaklı Habercilik’ Nedir?

–“Bizim yaptığımız habercilik özünde toplumsal cinsiyet odaklı haberciliktir. Kadın haberciliğini tek bir kotaya sığdıramayız. Sadece şudur ya da budur demek kadın odaklı haberciliğe haksızlık olur çünkü çok geniş bir alan. Özetleyecek olursam, kadınların özne ve öncelikli olduğu haberler yapmak diyebilirim. Bir kadın erkek tarafından öldürüldüğünde, örneğin; ‘Ahmet Ayşe’yi öldürdü.’ Öldüren kişinin Ahmet ölen kişinin ise Ayşe olduğunu anlatırız. Yani, Ahmet cinnet geçirdi, aşk cinayetiymiş şeklinde söylemlere yer vermeyiz. Olayı net bir biçimde anlatırız. Burada kadın bizim önceliğimizdir. Kadının ve LGBTİ+ hakkını her zaman ön planda tutarız ve haberi yazarken, bunu öncelleriz. Bizim haberimiz asla kadına ve LGBTİ+ ‘ya yeni bir mağduriyetine neden olmamalıdır. Toplumsal cinsiyet odaklı kadın haberciliği yapıyorsak eğer kadınlar ve LGBTİ+ açısından yeni bir hak ihlaline ve mağduriyete neden olmamalı. Örneğin bu bağlamda kişinin ismini, mahallesini ve yaşadığı kenti yazmayız genellikle çünkü bu bilgileri haberde verirsek kişi deşifre olabilir, hedef gösterilir ve tekrar saldırıya uğrayabilir bu da kişinin tekrar mağdur edilmesi anlamına gelir. Kadın odaklı habercilik bağlamında kullanılan dil çok önemlidir. Basit bir örnek olacak ama biz hala medyada bayan denildiğini biliyoruz. Kadın gazeteciler yıllarca mücadele ettiler; ‘bayan değil kadın’ diye bu bir aşamaydı. Ayrıca kadın haberlerini, öncelikli olarak kadın gazetecilerin yazması da aslında toplumsal cinsiyet bağlamında kadın odaklı habercilik demektir. Her zaman kadın ve LGBTİ+ açısından düşünmek ve ona göre haberi kurgulamak en başından itibaren, çok önemli. Yani, bu haber hak ihlaline neden olur mu? Bu haber kime fayda sağlayacak? Kadına ne gibi fayda sağlayacak? Kadını marjinal mi gösterecek? Yoksa aslında olması gerektiği gibi, sokakta eylem yapıyorsa eylem yaptığı konudaki haklarını mı gösterip anlatacak? Bu şekilde haberler yapıyoruz. Hem kadınları mağdur etmeyecek hem de kadınlar açısından da bir hak talebi iletecek, haberler önceliklidir.”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Bianet ‘Kadın’ haberlerinin kimlerin/neyin ya da hangi ideolojinin perspektifinde haber yapıldığı konusu irdelendiğinde hak ihlallerine karşın kendine ana akım medya da yer bulamamış, kadınların haberlerini kadın odaklı habercilik bağlamında üretildiği belirlenmiştir. Kepenek bu konu ile ilgili şu açıklamayı getirmiştir:

2. Kimlerin/Neyin/İdeolojinin Haberini Yapıyorsunuz?

-“Herhangi bir ideolojiye göre haber yapmıyoruz. Toplumsal cinsiyeti, önceleyen her şeyin haberini yaparız. Siyaset, eğer toplumsal cinsiyeti önceliyorsa, onunda haberini yaparız. Ama bu ideolojiden farklı bir şeydir. Örneğin, bugün CHP, HDP, MHP ya da AKP eğer kadın odaklı ve öncelikli bir şey yapıyorsa, onunda haberini yaparız. Ama kimsenin ideolojisine bağlı olarak değil, yine habercilik refleksleri ve habercilik ilkeleri içerisinde haber yaparız. Bu nedenle ideoloji ile işimiz yok. Daha çok hak ihlaline maruz kalan, sesini özellikle yaygın medyada duyuramamış, ana akım medyada kendine yer bulamamış ya da negatifleyen bir tabirle yer bulmuş kesimlerin, kadın ve LGBTİ+ insanların haberini yaparız. Mesela, anneler gününü baz alırsam. Anneler gününde nasıl haberler yapılıyor? Ünlü anneler esas alınıyor çoğunlukla. Tabi bunlar da yapsın ama o gün çalışan, anneler de var. Yoksun ve yoksul olan anneler de var. Örneğin bir kapıcı kadın vardır, biz gideriz onun haberini yaparız, ya da sokakta lavanta satıyordur ve çocuğu ile birlikte satmak zorunda kalıyordur. Onun yaşamış olduğu durumu daha gözler önüne serebilmek için onun haberini yaparız. Ya da anne olmak istemeyen kadınlar var. Kısır kadınlar var mesela onların da haberini yaparız.”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Kadın haberlerinin ana kaynakları sorgulandığında, Kepenek:

3. Haberlerinizde Asıl Kaynak Kim/Ne?

-“Haber, matematik gibi bir şey değil. Türüne göre değişiklik sağlayabiliyor. Bazen gelen bir basın bültenini esas alabiliriz bazen de bir kadınla röportaj yapabiliriz. Ama yaptığımız her haberi her iddiayı doğrulamak zorundayız. Örneğin, bize bir havayolu şirketinde taciz olayı olduğuna dair bir haber geldi. Biz haberi şuan için yayınlamadık. Çünkü havayolu şirketinde taciz olarak sunulan haber, basın açıklamasında okuduğumuz zaman havayolu şirketinin uçağının içinde olan bir öğretim görevlisinin başka bir kadına yapmış olduğu bir taciz. Yani havayolu şirketinin yetkilileriyle bir alakası olmadığını ilgili havayolu şirketini arayıp öğrendiğimizde hukuki sürecin işletildiğini öğrendiğimiz, taciz edilen kadınla da konuştuğumuzda net olmayan, soru işaretleri içeren ifadelerde bulundu. Haber kaynağımız, özne odaklıdır. Teyit almadan asla haberi yazmayız, bekletiriz. Hızlı haber bir yerde çökebilir. Yanlış haber olmaması çok önemlidir. Aynı zamanda sivil toplum kurumlarıyla da konuşuyoruz haber yaparken. Habere ilişkin konunun uzmanları ile görüşüyoruz. Mesela bir çocuk tacize maruz kaldı, uzman bir psikologla konuşabiliriz, öğretmeni ile konuşabiliriz. Söylediğim gibi haberin konusuna göre değişse de uzman görüşü de alıyoruz. İstatistik verilere bakıyoruz, özellikle güvenilir kaynakların, devletin tuttuğu istatistikler var ise onları da baz olarak habere ekleyebiliriz.”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Kadın odaklı habercilik esasında haber üretim süreci ve haberlere yaklaşımın önemi ve bu bağlamdaki etkisini bu çalışmanın ikinci bölümünde ayrıntılı tartışılmıştır. Bu bağlamda yapılan yüz yüze görüşmede Evrim Kepenek kadın haberlerini üretirken izlediği yaklaşım ve perspektifi şu şekilde ifade etmiştir:

4. Haber Üretirken, Nasıl Bir Yaklaşım, Görünge İzliyorsunuz?

-“Öncelikli olarak, ben toplumsal cinsiyet odaklı habercilik yaptığım için ilk önce bir habere bakıyorum, 5N1K’ya uygun mu? Doğru haber mi? Haber kimden gelmiş? Haberin öğeleri var mı? Sonrasında, haberi güncelleyebiliyorsam güncelliyorum. Güncel haber mi? Geçmiş haber mi? Çünkü artık geçmiş haberleri

yeniymiş gibi yayınlama modası var. Haber, hak odaklı mı? Kimseye bir zararı var mı? Yeniden kadını mağdur ediyor mu? Böyle bir perspektif ile bakıyorum eğer uygunsa, haberini yapıyoruz.”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Kadın odaklı habercilikte kadınlara eşit ve yeteri kadar temsil hakkı sağlanması önemli yükümlülükler arasında yer almakta, kadın odaklı haberciliğin temel yapı taşları arasındadır. Bu bağlamda Kepenek, haberlerinde kadın temsillere eşit ve yeteri kadar yer verip vermediği konusuna şu şekilde açıklık getirmektedir:

5. Haberlerinizde Eşit Ve Yeteri Kadar Kadın Temsillere Yer Veriyor Musunuz?

-“Evet veriyoruz. Bizim önceliğimiz, zaten eşit ve yeteri kadar kadın temsile yer vermek. Geçen gün bir mitinge gittim, röportajlar yapıyorum. Ama kadınlarla yapmayı tercih ediyorum. Zaten kadınların sesleri ve kendileri görünür değil medyada. Ana akım medyaya bugün baktığımızda, kadının camide yeri ne diye tartışılıyor ve tartışanların hepsi erkek. Ya da kadına yönelik taciz ve şiddet tartışılıyor, erkek gazeteci çıkıp konuşuyor sanki ülkede hiç kadın gazeteci yok, bu konularda çalışan onca kadın gazeteci olduğu halde. O yüzden bende önceliğimi bütün haberlerde kadınlar ve çocuklar olarak belirliyorum”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Kadın odaklı haberciliğin ve feminist medyanın bir diğer özelliği ise haber dili ve haberlerin oluşumda ki toplumsal cinsiyet eşitliğine katkıda bulunarak eril dilin üretimi ve medyada yer bulması sonucu oluşan toplumsal cinsiyet eşitsizliğidir. Kepenek, bu bağlamda kullandığı dili ve haber yazım tarzını şu şekilde ifade etmiştir:

6. Haberi Üretirken Kullandığınız Dil Ve Haberi Yazış Sisteminizle Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Katkıda Bulunuyor Musunuz? Yoksa Ataerkil Sistemin Medyada Yeniden Üretilmesine Mi Katkıda Bulunuyorsunuz?

-“Toplumsal cinsiyet odaklı habercilik yaptığımız için dil de bizim açımızdan çok önemli. Biz bazen bir kelimeyi bile, dakikalarca tartışabiliyoruz. Yani, ‘böyle mi desek şu şekilde mi söylesek ya da neden öyle demeyelim?’ diye. Bu duruma özellikle

çok dikkat ediyoruz. Kız çocuklarıyla ilgili haberler yaparken, taciz haberleri yaparken çok dikkatli oluyoruz. Bir kadına karşı tecavüz haberinde pornografikleştirmekten uzak oluyoruz detayları vermiyoruz. Bazı gazeteciler; ‘ama iddianamede yazıyordu. Yazabiliriz’ deseler de biz yazmıyoruz çünkü tecavüze uğradı demek zaten başlı başına bir durumu anlatan bir şey. Yani detay vermeye gerek yok zaten, tecavüz edildi, sözlü ya da fiziksel taciz edildi denildiği zaman anlaşılıyor. Bu tarz durumlarda dakikalarca haber içi söylemleri tartıştığımız oluyor. Ama Bianet’in dili oturduğu için artık eski kadar sık tartışılmıyor”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Alternatif feminist medya ve kadın odaklı habercilik prensibi sahibi alternatif medyanın karşı olduğu bir diğer konu ise haberlerde negatif yaklaşım, dil ve söylemler, temelinde toplumsal cinsiyet eşitliğini alan habercilik anlayışı ile ana noktasında kadına yönelik negatif dil, sürdürülebilir ataerkil yapı anlamına gelmektedir. Bu bağlamda Evrim Kepenek, Bianet kadın odaklı habercilik bağlamında olumlu ve ya olumsuz içeriklerin kimlere yönelik üretildiğini/üretilmediğini şu şekilde değerlendirmiştir:

7. Çoğunlukla Kimlerle İlgili Olumlu/Olumsuz İçerikler Üretiyorsunuz?

-“Olumsuz içerik çok üretmiyoruz. Negatifleyen içerik bizde çok yer almıyor. Ama birisi olumsuzlayan bir şey söylemişse örneğin; geçenlerde Yargıtay 2. Hukuk Dairesi Başkanı Ömer Gençcan kadınlarla ilgili; nafakanın çok gereksiz olduğunu, süresiz nafakanın saçma sapan bir şey olduğunu belirten sözler söyledi. Mesela bu haberi yaptık. Bu haber negatifleyen bir haberdi ama bu şahıssı negatifleyendi. Bazen de bu haberleri yaptığımız zaman negatifliği yeniden üretmiş oluyorsun yaygınlaştırılmasına da neden oluyorsun. Kadınlarla ilgi o kadar saçma sapan şeyler söylüyorlar ki o yüzden bu tarz haberleri yaparken, az yapıp kime fayda sağladığına bakarak yapıyoruz. Örneğin, Yeni Akit sürekli LGBTİ’ler ile ilgili olumsuz haberler yapıyor. Bu olumsuzluğu haber yapmıyoruz. Eğer yaparsak, Yeni Akit’in söylediğini aslında biz yaymış oluyoruz. Ya da Dilipak, geçenlerde kadınlarla ilgili yine olumsuz ve saçma bir takım konuşmalar yaptı, ‘mini etek giyen kadın tecavüze uğrar eğer uğrarsa da bunu göze almış demektir’ şeklinde. Biz bunu da haber yapmadık çünkü biz bunu yazdığımız an tekrar bunun okunmasına neden oluyoruz. Yani yazarken sen

okuyorsun, insanlar bunu okuyorlar. Üç kişide okusa beş kişi de okusa aslında bunu tekrar üretmiş oluyorsun, bu nedenle çok dikkat ediyoruz. Olumlu olarak ise kadınların haklarını anlatmaya yönelik ya da hak gaspına maruz kaldıysa bir kadın onu anlatmaya ve daha görünür kılmaya yönelik haberler üretiyoruz.”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Bianet ‘Kadın’ bölümünde üretilen haberlerde haber kaynağı olarak erkeğin daha az temsil edilmesini Kepenek, şu şekilde açıklamıştır:

8. Haber Kaynağı Olarak Kimleri Daha Az Temsil Ediyorsunuz?

-“Erkekleri daha az temsil ettiğimiz söylenebilir. Eril zihniyeti daha az temsil ettiğimizi söyleyebilirim. Feminizmi kötüleyen, olumsuzlayan kesimleri daha az temsil ettiğimiz kesinlikle söyleyebilirim ve onları görünür kılmayız. Şiddet ve nefret yayan, hedef gösteren kesimlerin cümlelerini taşımayız ve yansıtmayız. Bizi yansıtmaz çünkü”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Alternatif medya bağlamında kadın odaklı haberciliğin, incelendiği Bianet ‘Kadın’ bölümünde yayınlanan özel kadın haberlerinin sıklığı şu şekilde ifade edilmiştir:

9. Ne Sıklıkla ‘Özel Kadın’ Haberleri Üretim Yayınlıyorsunuz?

-“Her gün en az bir özel kadın haberimiz oluyor. Ama 8 Mart ve 25 Kasım gibi özel günlerde o hafta boyunca dosyalar hazırlıyoruz. Bizim için 25 Kasım tek bir gün değil. 20 Kasım gibi başlıyoruz, o günden itibaren her gün iki üç tane özel haber üretiyoruz. Emekçi kadınları anlatıyoruz, mesela bu yıl Flormar direnişini anlattık. Melek Özman’ı anlattık, Filimmor’u yıllardır tek başına yapıyor ve çok zorlanıyor. Mesela 8 Mart’ta yine o hafta 1 Marttan itibaren başlayarak, her gün iki üç tane özel haber yaptık. Normal koşullarda özel günler dışında her gün bir ya da iki özel kadın haberimiz oluyor. Diğer haberlerimiz rutin haber oluyor ama eğer özel bir dönemse veya özel bir gündem varsa örneğin, nafaka yeniden günde geldi dün üç tane özel, nafaka haberi ürettik. Eğer Türkiye gündemi yoksa yabancı kaynaklıklardan çevirerek de haber oluşturabiliyorum”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Ayrıca ortalama olarak Bianet’te yayımlanan haberler incelendiğinde günde yirmi haber yayınladığı ve bu haberlerin altı-yedi tanesinin kadın odaklı haberler olduğunu yapılan yüz yüze görüşmede Kadın bölümü editörü Evrim Kepenek veriler ile ifade etmiştir. Kepenek:

10. Ortalama Olarak Bir Günde Haberlerinizin Yüzde Kaçı ‘Kadın’ Haberlerinden Oluşur?

-“Bianet olarak her gün 20 haber giriyorsak, bunun 6-7 tanesi kadın odaklı haberler oluyor”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Bianet web sitesinde Kadın haberleri bölümü “KADIN-LGBTİ” şeklinde başlıklandırılmıştır. Kadın haberleri ve kadın odaklı haberciliğin içerisinde yer almayan fakat başlı başına bir konu olan LGBTİ bireyleri haberleri ve haberciliği, kadın haberleri ile ortak payda da yer almamakla birlikte toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifinde yapılan habercilik anlayışı ve tarzı ortak nokta olarak belirlenmektedir. Bu konuda kadın odaklı habercilik bağlamında kadın haberlerinin neden ayrı bir başlıkta değil de LGBTİ ile ortak sekmede yer aldığına dair neden, yüz yüze görüşme de Kepenek, tarafından şu şekilde açıklanmıştır:

11. Neden Bianet Kadın-LGBTİ Aynı Sekme İçinde Yer Almakta?

-“Çünkü toplumsal cinsiyet odaklı habercilik yapıyoruz”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Cinsiyet odaklı habercilik tarzını benimsemiş olan Bianet; kadın haberlerini kadın odaklı habercilik bağlamında üretmekte fakat web sitesinin ana sayfasında olan sekmeler de toplumsal cinsiyet temelli perspektiflerinden dolayı kadın ve LGBTİ bireyleri aynı başlıkta ve sekme içerisinde karma olarak haberleştirmiştir. Fakat kadın haberleri içerikleri ve kadının toplumsal cinsiyet temelli temsili LGBTİ bireylerden oldukça farklıdır. Kadınların medyada yeterince yer bulamayışları ve kadına yönelik gerçekleştirilen, fiziki, psikolojik, toplumsal şiddet gibi unsurlarda ortak payda sağlamaktadır. Fakat ana akım medya da ataerkil sistem gözünden kadının temsiline karşı kadın odaklı habercilik unsuru LGBTİ bireylerin haberleri ve temsil

edilişlerinden ve biçilmiş toplumsal normlara karşı duruşları ile başlı başına farklı bir bölüm olarak işlenmelidir.

Alternatif medya örneği olarak Bianet ‘Kadın’ bölümünün diğer alternatif medya organlarından Kadın odaklı haberciliğin işlenişi ve yaygınlaştırılmasına yönelik çalışmaları bağlamından ayrılan özellikleri irdelendiğinde Kepenek, tarafından şu şekilde açıklanmıştır:

12. Bianet ‘Kadın’ Bölümünü Diğer Alternatif Medya Organlarından Ayıran Özellikler Var Mı? Varsa Nelerdir?

-“Evet var. Bianet’te biz her ay ‘Erkek Şiddeti Çetelesi’ haberleri yapıyoruz. Bizim yaptığımız bu haberi, değerlendirmeyi hiçbir medya kurumu yapmıyor. Toplumsal Cinsiyet Odaklı Habercilik kitabını çıkardık ayrıca, ‘haberde toplumsal cinsiyet kütüphanemiz’ var. Biz sadece bunun haberini yaparız geri çekiliriz şeklinde olaya bakmıyoruz. Bizim bakış açımız; biz haberi yaparız ve bu tarz haberlerin daha fazla olması için ne yapabiliriz ’in tartışmasını da o kütüphanede yapmaktayız. Medya ve toplumsal cinsiyet odağında kütüphanemizde birçok tartışma yapmanın yanı sıra, Cins Terimleri Sözlüğümüz var. Birçok kaynak çıkardık bu bağlamda bütün bu çalışmalar yalnızca bizde var. Bianet’i bir masa gibi düşünürsen, bir ayağı insan hakları yani hak odaklı habercilik, bir ayağı da kesinlikle toplumsal cinsiyet odaklı habercilik, bir ayağı çocuk odaklı habercilik, bir ayağı da politika haberleri oluyor. O yüzden haberde toplumsal cinsiyet bizim için tek bir, haber değil başlı başına bir bölüm. Bianet’i Bianet yapanlardan biri toplumsal cinsiyet odaklı haberciliktir. Biz sadece kadın haberi olarak bakmıyoruz; geliştirilmesi, devam ettirilmesi için başkalarının da kadın odaklı habercilik yapması için de olanaklar yaratıyoruz. Bunlar için; kitaplarımız, atölyelerimiz, kütüphanemiz, eğitimlerimiz var. Biz sadece, bakın biz kadın haberleri yapan bir web sitesiyiz demiyoruz, kadın haberleri medyada nasıl yayılabilir? Daha fazla kadın odaklı habercilik nasıl yazılabilir? Diye çalışmalar yapıyoruz. Bizim odaklandığımız önemli noktalardan biriside bu”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Bianet'in "Kadın" sekmesinin içerisinde yer alan bağlantılar başlığında birçok feminist grubun listesine yer verilmiştir. Bu bağlamda Bianet'in feminist gruplar ile organik bağ içinde olup olmayışı irdelenmiştir. Bianet 'Kadın' Bölümü editörü Evrim Kepenek bu bağlamda şu açıklamayı yapmıştır:

13. Bianet'in Feminist Gruplarla Organik Bir Bağı Var Mı?

-“Ben hiçbir feminist grubun üyesi değilim. Ama onlar bizim haber kaynaklarımız, bu yıl Aralık 2018’de 2019 yılının planlamasını yapmak için, tüm feminist örgütlerden inşaları davet ettik ve onlarla bir gün süren atölye çalışması yaptık. Bu atölyede; nasıl habercili yapalım? Hangi haberleriniz eksik? Siz bize ne öneriyorsunuz? Gibi sorular ile birlikte biz de önerilerimizi sunarak çalışma yaptık. Bu bağlamda bir bağımız var. Ama bunun dışında remi bir bağımız yok. Kadın mücadelesinde yer alıyoruz, 8 Mart’a gideriz, 25 Kasım’a gideriz, kadın gazeteciler ile ilgili eylemlere gideriz, hak ihlallerini duyururuz. Bunun dışında hiçbir gruba üyeliğimiz yok”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Kadın odaklı haberciliğin önemli özellik ve amaçlarından bir tanesi de toplum ve egemen güç üzerinde kadınlara yönelik yapılan her türlü hak ihlalinin kamuoyuna durulmasının yanı sıra belirlene hak ihlalleri ile ilgili hukuksal ve toplumsal yaptırımlara ve eşitliğe ulaşabilmektir. Bu bağlamda Bianet’te yayımlanan kadın haberlerinin kamuoyu ve siyasi açıdan pozitif yaptırımların sağlanmasında katkı sağlayıp sağlamadığı irdelenmiştir. Bu incelemede Kepenek şu açıklamayı getirmiştir:

14. Kadın Odaklı Haberlerinizden Sonra Herhangi Bir Haberiniz, Kamuoyu ve Siyasi Açıdan Pozitif Yaptırıma Neden Oldu Mu?

-“Genellikle yaptığımız ‘Çetelelerimiz’ her ay mecliste bir soru önergesi olarak karşımıza çıkıyor. Kadın milletvekilleri genelde bizim çetelelerimizi baz alıp, içerikteki rakamları kullanıyorlar soru önergelerinde. Bu durum bizim için güzel bir şey çünkü hem kaynak gösteriliyoruz hem de onlara bir katkı sağlıyoruz. Ayrıca, Elif Ünal arkadaşımızın yaptığı bir haber, lisede ki tacizi gözler önüne serdi ve baya ses getirdi bu haber. Bu haber sonucunda, lise açıklama yaptı, bakanlık komisyon kurulmasını önerdi. Benim yapmış olduğum çocuğa karşı bir taciz haberi, sonrasında

bu bağlamda bir soru önergesi verildi. Göçmen Suriyeli bir futbolcu, bir erkek çocuğuna cinsel tacizde bulunuyor. Mahkemeye aksettiriliyor olay tutanaklarında var ve olay gerçek, o bölgedeki yerel basın bu durumu haber yaptığında bir şekilde haberler kaldırttırılıyor, biz haberi yapınca tabi aynı tutumu bize gösteremedikleri için haberimiz üzerine milletvekilleri durumun araştırılması için soru önergesi verdi. Birçok haberimizde böyle geri dönüşler alıyoruz aslında, konu meclise bir şekilde taşıyor ya da kamuoyu oluşuyor. Mesela, trans mahpus Buse açlık grevinde, cinsiyet değişikliği istiyor ama olmuyor. Bu durumla ilgili de meclise soru önergesi verildi bizim haberimizden sonra ve yine bu durumla ilgili kampanya başlatıldı, sokak eylemi yapıldı”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Kadın odaklı habercilik kitabının önsöz bölümünde Sevda Alankuş, kadın odaklı haberciliğin amaçlarını tanımlarken ana akım medyanın “içine sızabilmek” bir diğer amaçtır şeklinde ifadelerle yer vermiştir. Bu ifadeye dayanarak Bianet’in kadın odaklı haberciliği ana akım medyanın içene sızdırabilmek adına bir amacı ve belirlediği yöntemi olup olmadığı irdelenmiştir. Bu bağlamda, Kepenek şu açıklamayı yapmıştır:

15. Kadın Odaklı Haberciliği/Gazeteciliği Ana Akım Medyanın İçerisine Sızdırabilmek Adına Bir Çabanız/Amacınız Var Mı? Varsa Bu Konuda Nasıl Bir Yöntem İzliyorsunuz?

-“Yaygın basında, ana akımda kadın haberleri çok kötü yazılıyor. Üçüncü sayfadan, çok alakasız içeriklerle karşılaşıyoruz. Mesela, Mehmet Ali Erbil’in kızı babasının hastanede yatmasıyla ilgili açıklama yapıyor, kızının bikinili fotoğrafı konuluyor, görseller de çok sıkıntılı. Biz bu durumun değişmesini istiyoruz, etki etmek istiyoruz. Ama bunu bizim yaptığımız eğitimle hem de bizim kullandığımız tarzla yapmaya çalışıyoruz. Bir de bu çetelelerimizi, afiş yaptık ve herkese gönderdik. İnsanlara kullandığımız kitapçıklarımızı da gönderdik. Aslında onlara da böyle bir bilgilendirme yapıyoruz isterlerse kullanabilirler. Onların içinde de yani ana akımda da bunlara çok dikkat eden, çok düzgün gazeteciler var. Onlarla da özellikle dirsek temasımız her zaman devam ediyor (Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Alternatif feminist medyanın ve kadın odaklı haberciliğin esaslarını irdelediğim ikinci bölümde de yer aldığı üzere, kadın odaklı habercilik kavramını yaygınlaştırmak kadın gazeteci sayısının ve yetkili kadın gazetecilerin yaygınlaştırılmasıyla daha mümkün olacaktır. Kadının sesini ve temsil edilmesini en iyi yine kadınlar yapabilir düşüncesinin hakim olduğu bu görüşe dayanarak Bianet’te ne kadar kadın gazeteci olduğunu ve kaçının yetkili pozisyonda olduğu irdelenmiştir. Bu bağlam paralelinde Kepenek:

16. Bianet Bünyesinde Kaç Tane Kadın Gazeteci Var? Kaçı Yetkili Pozisyonda?

-“Bianet bünyesinde, Ayça, Ayşegül, Pınar ve ben editörüm. Yani dört tane kadın editör var. Onun dışında, üç tane muhabir kadın arkadaşımız var. Koordinatörümüz kadın, Kurucumuz kadın, Nadire Mater. Onun dışında muhasebede çalışan ve sekreterlikte çalışan arkadaşlarımız kadın. İki genel yayın yönetmenimiz var. Aslında hepimiz yetkiniz. Hiyerarşik ve kesin çizgisi olan yapımız yok bu anlamda. Bianet’te hepimiz editör olarak çalışırken genel yayın yönetmenlerimizde editör gibi çalışıyor. Hepimiz eşit hak ve sorumluluklara sahibiz”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Ayrıca alternatif medyada ve alternatif feminist medya bağlamında kadın odaklı haberciliğin üretilmesinin en önemli unsuru çalışan kadınların kurumda eşit ve adil bir şekilde olması gerektiği bilinmektedir. Temelinde anlatılmak istene şey şudur; kadın odaklı habercilik yaparak kadınların haklarını koruma, temsil edilmişlerinin yeterliliği ve niteliğini iyileştirme ve kadına yönelik yapılan tüm şiddet ve taciz gibi temel insan hakları ihlali olan durumları toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın odaklı perspektif ile haberleştirilmektedir. Tüm bunları yaparken kadına yönelik eşit ve adil çalışma koşulları bütün bu sürecin temelini kapsamaktadır. Bu nedenle Bianet’in çalışma şartları değerlendirildiğinde kadınlara yönelik pozitif ya da negatif bir ayrımcılığın olup olmadığı irdelenmiştir. Bu konuda Evrim Kepenek şu ifadeleri kullanmıştır:

17. Çalışma Şartlarınızı Değerlendirdiğinizde Kadınlar Açısından Pozitif Veya Negatif Ayrımcılığın Yapıldığı Bir Ortam Var Mı? Varsa Örnekleyebilir Misiniz?

-“Aylık regli izi alma hakkımız var. Bu durum Türk medyasında çok yaygın bir durum değil. Kadınlar Bianet’te özgür bir ortamda çalışıyorlar. Hiçbir haberimize müdahale edilmiyor, kadın odaklı habercilik başlı başına bir konumuz. Kadın çalışanlar açısından zaten sendikalıyız, herhangi bir negatif ayrımcılığa rastlamadım”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Alternatif medya bağlamında Bianet’in kadın odaklı habercilik üretimi ve kurum içerisinde ki kadın gazetecilere yönelik tutumları üst paragraflarda incelenmiştir. Yüz yüze görüşme bağlamında Bianet ‘Kadın’ editörü Evrim Kepenek daha önce çalıştığı medya organlarında kadın odaklı habercilik üretimi bağlamında kadın gazetecilere sağlanan imkan, yetki ve istihdamları karşılaştırmıştır. Kepenek, bu karşılaştırmayı şu şekilde açıklamaktadır:

18. Bianet’ten Başka Bir Medya Kurumunda Çalıştıysanız, Kadın Odaklı Habercilik Üretimi Bağlamında Kurumdaki Kadın Gazetecilere Sağlanan İmkan, Yetki Ve İstihdamları Kısaca Karşılaştırır Mısınız?

-“Geçmişte çalıştığım hiçbir kurumu olumsuz hatırlamıyorum açıkçası. Ama bu bağlamda Bianet’in olanakları daha geniş, regli iznimizin olmasının yanında habercilik anlamında daha fazla kesime ulaşabiliyoruz. Önceliğimiz kadın odaklı habercilik olduğu için başka işler olsa bile öncelik hep kadın odaklı habercilik”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Alternatif medya içerisinde kadın odaklı haberciliğin yöntemini benimsememiş ya da daha az dikkate ala kurumların varlığı irdelendiğinde Kepenek konuya şu açıklamayı getirmiştir:

19. Alternatif Medya İçerisinde, ‘Kadın Odaklı Habercilik’ Yöntemini Benimsememiş Veya Daha Az Dikkate Alan Kurumlar Var Mı? (İsim Vermenize Gerek Yok Eleştiri Gibi Düşünebilirsiniz.)

-“Bazı kesimler kadın odaklı habercilik yaptıklarını söylüyorlar ama ideolojilere bağlı kalıyorlar. Bir partinin ideolojisiyle hareket edebiliyorlar. Başka bir ajansa bakıyoruz, oda bir partinin ideolojisine göre habercilik yapabiliyor. Sadece o kadınların yaptığı eylemleri veya sokak hareketlerini haber yapabiliyor. Bu örnekleri görüyoruz. Bu da sıkıntılı bir perspektif çünkü kapsayıcı değil”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Bu araştırma kapsamında tüm çalışmalar ele alındığında 15. Yüzyıla dayanan feminist medya birçok değişim ve gelişim gerçekleştirmiştir. Fakat değişmeyen konular ise İstekleri, sorunları ve bu bağlamda kendilerini temsil edemeyişleri olmuştur. Fakat 20 ve 21. Yüzyılı ele alacak olursak kadınlar kendi kurdukları feminist alternatif medya ile kadın odaklı habercilik bağlamında hak arayışları yaygınlaştırıp daha da duyulur ve görülür hale getirmiştir global bağlamda. Türkiye için önümüzdeki beş yılı göz önüne alındığında ‘Kadın Odaklı Habercilik ve Feminist Alternatif Medya’nın gelişimi ve geleceğinin değerlendirilmesi önemli bir ön görüş alanıdır. Akademik ve kadın odaklı habercilik çalışmalarının sürdürülebilirliği ve üretimi bağlamında önem arz eden bu ön görüşü Kepenek, iyimser şekilde nitelendirmiştir:

20. Önümüze deki Beş Yılı Göz Önüne Aldığınızda Türkiye Açısından ‘Kadın Odaklı Habercilik’ Ve ‘Feminist Alternatif’ Medyanın Gelişimini/Geleceğini Nasıl Ön Görüyorsunuz?

-“Şuan da çok güçlü bir gelişim var. 5harfliler, Çatlak Zemin ve kadın odaklı radyo programları kuruluyor. Çok fazla çalışma var ve bunların daha da artacağını düşünüyoruz. Çünkü biz ne kadar güçlü olursak, ne kadar yaygınlaştırsak, bu tarz haberciliğin artacağını düşünüyorum. O yüzden önümüzdeki beş yılı çok iyi görüyorum açıkçası. Sadece kadın ajanslarının bile, sayısının artacağını düşünüyorum. Sadece kadınların çalıştığı, kadın kameramanların olduğu, yöneticilerinin, teknikçilerinin kadın olduğu kadın ajanslarının dahi artacağını düşünüyorum. Bugün bir Women TV kuruldu ama en tepesindeki isim bir erkek. Genel yayın yönetmeni kadın ama en baştaki isim erkek. Yine de bu da güzel bir gelişim. Çok seslilik her zaman iyidir, bu sayede kadınların sesi daha çok duyulabilir. Bizim görmediğimiz bir haberi başkası görebilir. Bu durum da haberlerin ve kurumların birbirlerini

güçlendirmesine neden olabilir. Bir yandan da kurumların sayıca artması denetleme mekanizmasını da arttıracaktır. Yani önceden sadece Bianet varsa kadın odaklı habercilikte, çok daha farklı ajanslar kurulduğu zaman bu da ister istemez herkesin kendisine dönüp bakmasına da neden olacaktır”(Kepenek, Yüz yüze görüşme, 28 Mart 2019).

Alternatif medya bağlamında kadın odaklı haberciliğin Bianet kadın editörü Evrim Kepenek ile yapılan yüz yüze görüşme de, Bianet ‘kadın’ bölümün de kadın odaklı haberciliğin kriterlerinin ve alternatif medya perspektifinde kadının temsil ediliş şekli, kadınlara yönelik hak odaklı habercilik anlayışı, habercilik anlayışında kadınların ana kaynak olarak kullanılması, objeleştirilmeden yeteri kadar ve eşit bir şekilde işlenişleri Bianet ‘kadın’ bağlamında irdelenip tespit edilmiştir.

Evrin Kepenek ile yapılan yüz yüze görüşme de kadın odaklı habercilik kitabında kadın odaklı habercilik için belirlenen soruların tümü yüz yüze görüşme de ‘kadın odaklı habercilik bağlamında tatmin edici olarak yanıtlanmıştır. Kadın odaklı habercilik için belirlenen soruların bazıları şunlardır:

- Kadın haberleri günün sonunda genel haberler içerisinde hangi oranda yer aldı?
- Özel kadın haberi yapıldı mı?
- Görüşüne başvurulmuş kadın yani esas kaynak olarak alınan kadın var mı?
- Haberi üretirken hak ihlali ortaya çıktı mı?
- Haberde kadın görseli kullanıldı mı? Kullandıydıysa ‘meta’ ya da ‘mağdur’ pozisyonda mı yer aldı?(Mater/Çalışlar, 2012, 196)

Mater ve Çalışlar kadını kadın odaklı habercilik ile daha görünür kılma bağlamında özellikler belirlemiştir. Bu özellikler bağlamında da yüz yüze görüşme yoluyla elde edilen verilerin örtüştüğü gözlemlenmiştir. Belirlene özellikler şunlardır:

- Ana sayfada (birinci sayfada) kadının sözü olmalı

- Kadının bir ismi vardır. Kadını erkekler üzerinden kardeş, sevgili, eş gibi tanımlamaktan kaçınılmalıdır.
- Tecavüz, taciz gibi ad kullanılmaması gereken haberlerde tecavüze uğrayan ve ya intihar eden kadınların isimleri ve görselleri kullanılmamalı.
- Kadın görseli kullanımında farkındalık içinde olunmalı. Kadını ‘vitrin ya da ‘mağdur’ gösteren görseller kullanılmamalıdır. Eğer kullanıyorsa bu konu tartışılmalı ve çözüm odaklı çalışılıp bu tutumdan vazgeçilmelidir(Mater/Çalışlar, 2012, 196)

Yapılan yüz yüze görüşme de yukarı da yer verildiği üzere kadın odaklı habercilik bağlamında kadın gazetecilerin kurum içerisindeki oranları, yetki alanları ve çalışma koşulları irdelenmiştir. Bu bağlamda Bianet ‘Kadın’ editörü Evrim Kepenek’in ifadeleri Mater ve Çalışların Kadın Odaklı Habercilik Kitabında belirlediği kadın odaklı habercilik bağlamında medya da kadın gazetecilerin sayısı, hakları ve konumlarıyla ilgili özelliklere paralel olarak beyan edilmiştir. Belirtilen özellikler şunlardır:

- Kurumlarda kadın gazeteci sayısının artırılması ve kadınların kurum içerisindeki pozisyonlarının eleştirel biçimde tartışılması,
- Çalışanları tamamı erkek olan medya yayın ve yayım organlarına dur diyerek daha adil bir ortam sağlanması,
- Çalışma koşullarının daha adil olması ve kadınlar aleyhinde bir ayrımcılığa yer vermeyecek şekilde geliştirilmesidir(Mater/Çalışlar, 2012, 196, 197).

BİA hak haberciliği dizisi kapsamınca yayımlanan ‘Kadın Odaklı Habercilik’ kitabında ‘Bianet’in Kadın Odaklı Haberciliği’ başlıklı çalışmada şu ifadeler yer verilmiştir: “Kullandığımız dili, kurguyu ve haberlere yaklaşımımızı yeniden sorguladık. “Kadın odaklı habercilik” yapmaya soyunduğumuza göre, öncelikle “medyanın kadına karşı ayrımcı, onu ikincil statüde ve erkeğe tabi olarak kuran söylemine karşı farkındalık geliştirmeye çalıştık. Böylece bir yanıyla çok yeni, bir yanıyla Bianet kurulduğundan beri kendi kendini gerçekleştiren, dilini ve anlatısını

bulmaya çalışan habercilik anlayışı sayfamıza yansıdı. Böylelikle kadınlarla ilgili hak ihlalleriyle ilgisi olsun ya da olmasın ele aldığımız tüm haberlerde kadınları merkeze almaya, ataerkil anlatıyı yerinden eden yeni bil dil oluşturmaya özen gösterdiğimiz bir süreç başladı”(Belge, 2012, 203,204).

BİA² projesi kapsamında ele alınan haber içeriklerinin belirledikleri dört ana ekseninde toplandığını belirten Burçin Belge, Bianet’in Kadın odaklı haberciliğini dört özellik üzerine dayandırmaktadır. Bu özellikler şu şekildedir:

- Kadına yönelik hak ihlallerinin takibi ve hak ihlallerinin haberleştirilmesi,
- Kadınları ilgilendiren ülke çapında ve uluslararası düzenlemelerin haberlere dahil edilmesi, kadınların isteklerinin, öneri ve eleştirilerinin kamuoyuna bildirilmesi ve ön planda tutulması.
- Kadın oluşumlarının etkinlik ve çalışmalarının takip edilmesi(Belge, 2012, 206).

4. BİANET ‘KADIN’ BÖLÜMÜ WEB ANALİZİ

Web sitesinin “oluşturulmasında, yönteminde amaç; kullanıcılara yararlı bir hizmet sağlamak ve kuruluşun hizmetlerini duyurmak için uygun bir pencere açmaktır”(Al/Bahşioğlu, 2000 309). Bir web sitesinin “içerik, şekil ve fonksiyonuna yönelik yapılan kalitatif(niteleyici) değerlendirmelerde genellikle bazı temel özellikler öne çıkmaktadır. Web sayfasındaki içerik değerlendirmesinde çoğu zaman bazı temel özellikler ön plana çıkmaktadır. Bu değerlendirmeler web sayfalarını içerik olarak değerlendirmekte ve beş ana kriter olarak belirlenmektedir. Bu kriterler basılı gereçler üzerindeki değerlendirmelerde de kullandığı için “geleneksel değerlendirme ölçütleri olarak” isimlendirirler. Doğruluk, yetkinlik, yansızlık, güncellik, kapsam”(Gürcan, 2003b’den akt. Taylan, 2012, 232,233).

Smith'e göre somut değerlendirmelerde temel olarak alınması gereken kriterler şu şekilde gruplanmaktadır:

- Doğruluk, web sitenin içerisindeki bilginin güvenilir ve tam olması. Bilgilerin doğrulanabilir olması, web sitesindeki içerikleri düzenleyen ve kontrol eden editörün çalışması, web sitesini oluşturan tüm içeriklerin; haber metni, kullanılan görsellerin doğruluğunu ifade eder.

- Yetkinlik ise, sitenin saygın bir kurum ya da işinde otoriterlermiş kişiler tarafından oluşturulması, gazetecinin ya da editörün siteye hakimiyeti, bilgi kaynaklarının işlenmesi, web sitesinin amacı ya da ideolojisinin varlığı ve ilgili sitenin içeriklerine ilişkin bilgi alınabilecek bir editörün varlığı gibi özellikleri temsil eder.

- Güncellik, web sitenin içeriklerinde tarihin yazılması, sayfanın güncellenme sıklığı, sayfaya eklene bağlantıların ulaşılabilir olması ve ulaşılan bağlantıların güncelliğini esas alır.

- Benzersizlik, içeriğinin değişik biçimler bakımından bulunmaması, web sitesi farklı boyutlardan üremişse bu biçimin aslında ki tüm özelliklere sahip olup olmadığı, değişik işlevlerin ilave edilip edilmediğini belirten özelliktir.

- Öteki referanslarla bağlantı ise, web sitesindeki içeriklerin değişik ve konu paralelinde dış bağlantılara sahipliği, mevzu ile ilgili içeriklerin değişik referanslar ile desteklenmesi şeklinde ifade edilir(Smith, 1997, parag. 43, 55'den akt. Taylan, 2012, 233, 234).

Taylan doktora tezinde (2012) nitel analiz şekli ortaya çıkartmıştır. Web sitelerinin analizine dayanan incelemelerin alternatif medya sitelerini incelemek için yeterli olmadığını belirten Taylan tezinde yer verdiği özömlene şekli beş ana başlık altında toplamıştır. Bu başlıkları; genel görünüm, içerik, tasarım, işlevsellik ve kullanıcıdır. Bu yaklaşım temel alınarak tezin bu kısmında Bianet 'Kadın' bölümünün genel görünüm, içerik, tasarım başlıkları bağlamında değerlendirilmiştir. Web sitesinin ilgili bölümünde kadın odaklı alternatif habercilik niteliği/varlığı/işlenebilirliği detaylı bir şekilde irdelenerek Bianet 'Kadın' bölümünün

kadın odaklı haberciliğe ve alternatif medya bağlamına etkisi ve katkısı gibi temel konular irdelenmiştir. Söz konusu bu çalışma kısmında niteliksel metin analizi yöntemi kullanılmıştır.

4.1. Bianet ‘Kadın’ Bağlamında Genel Görünüm Ve Alt Bölümler

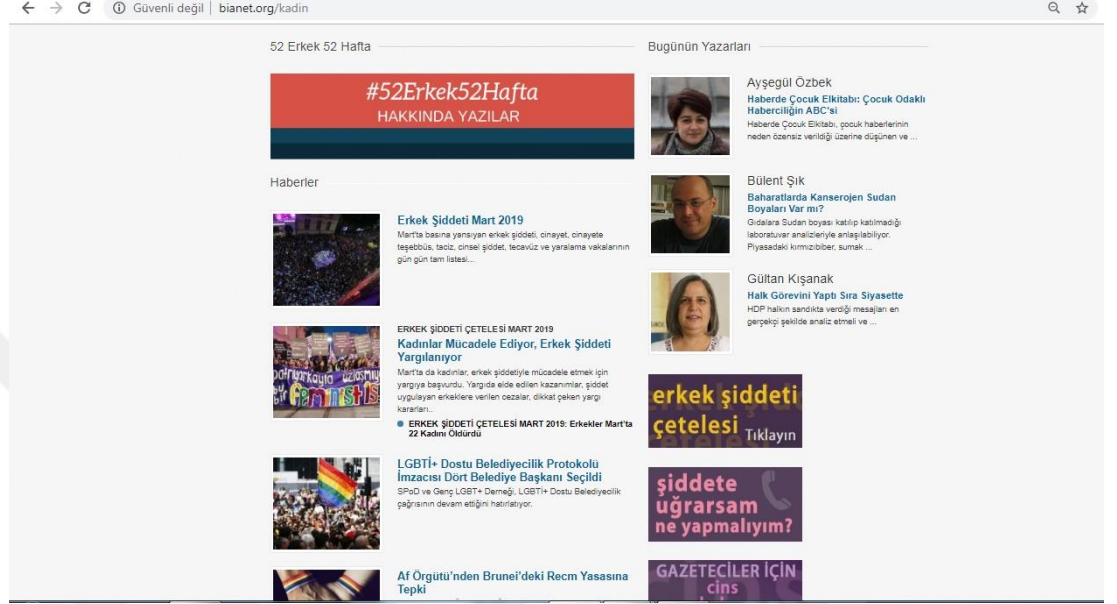
Sowards, web sitelerinde düzenli olarak bağlantıların belirli bir plan çerçevesinde yerleştirilmesi gerektiğini belirtir. Verilen bağlantıların erişebilirliği ve bağlantıların açılış hızının önemini vurgular. Eğer bağlantılar sorunluysa site yetkilileri tarafından onarılmalıdır aksi takdirde sitenin yetkinliği olumsuz bağlamda değerlendirilebilir(Sowards, 1997, 157’den akt. Taylan 2012, 241, 242). Bu bağlamda Bianet ‘Kadın’ web sitesini incelendiğinde tüm bağlantıların sayfa içinde net olarak görüldüğü, sade ve düzenli bir görüme sahip olduğu görülmektedir. Bianet ‘Kadın’ ana sayfasında tüm içeriklere hakim olmayı kolaylaştırmaktadır. Bianet ‘Kadın’ sayfasının genel görünümünde, sol en üst köşede kurumun logosu, en üst baş orta kısımlarda ise Bianet haber portalının diğer içeriklerinin olduğu altı sekme bulunmaktadır, bu sekler sırası ile; ‘Bianet’, ‘Biamag’, ‘Kurdi’, ‘English’, ‘Kadın-LGBTİ’ ve ‘Çocuk’ bölümleri yer almaktadır. ‘Kadın’ bölümü sekmesinde beş ana başlık mevcuttur. Bu Başlıklar; ‘Ana sayfa’, ‘Haber Listesi’, ‘Erkek Şiddeti-Çetele’, ‘Şiddete Uğrarsanız’ ve ‘Bağlantılar’ bölümleri yer almaktadır. Kadın ana sayfasının orta bölümünde fotoğraflar ile birlikte gündem haberleri yer almaktadır. Bu haberlerin alt kısmında “52 Erkek 52 Hafta” isimli logo bulunmakta. Logoya tıklandığında ise 2011 yılından beri her hafta erkekler tarafından ele alınan ‘Erkek şiddeti- Çetelesi’ haberleri yer almaktadır. Söz konusu logonun altında ise sütun halinde sayfa sonuna kadar güncel haberler resimleri ve manşetleriyle sıralanmıştır. Sağ orta köşe bölümünde ‘BİA Toplumsal Cinsiyet Odaklı Haber Kütüphanesi’ logo ve bağlantısı bulunmakta, logoya tıklandığında ise www.haberdetoplumscinsiyet.org linkli başka bir sekmeye yönlendirilmektedir. Bu logonun hemen altında ‘Bugünün Yazarları’ başlıklı bölümde ise ‘kadın’ bölümü köşe yazarlarının yazıları; fotoğraf, yazarın ismi ve günün yazısının başlığı yer almaktadır. ‘Bugünün Yazarları’ bölümünün hemen altında yani sağ orta alt kısımda alt alta sırasıyla ‘Erkek Şiddeti Çetelesi’, ‘Şiddete Uğrarsam Ne Yapmalıyım’, ‘Gazeteciler İçin Cins Bakış Sözlüğü’ logoları yer almakta tüm bağlantılar aktif bir şekilde ulaşılabilir. Bianet ‘kadın’ bölümünün en

alt kısmında ise ‘Bianet’, ‘IPS İletişim Vakfı’, ‘İletişim ve Künye’, BİA Kitaplığı’ logoları yer almaktadır. Söz konusu bağlantıların hepsine erişim sağlanmaktadır. Ana sayfa sağ en alt köşede ise alt alta dikey bir şekilde sırasıyla; ‘Bianet’, ‘Biamag’, ‘Kurdi’, English’, ‘Kadın-LGBTİ’ ve ‘Çocuk’ bağlantıları yer almıştır. Bianet ‘Kadın’ web sitesinin gel görüntüleri aşağıdaki gibidir:

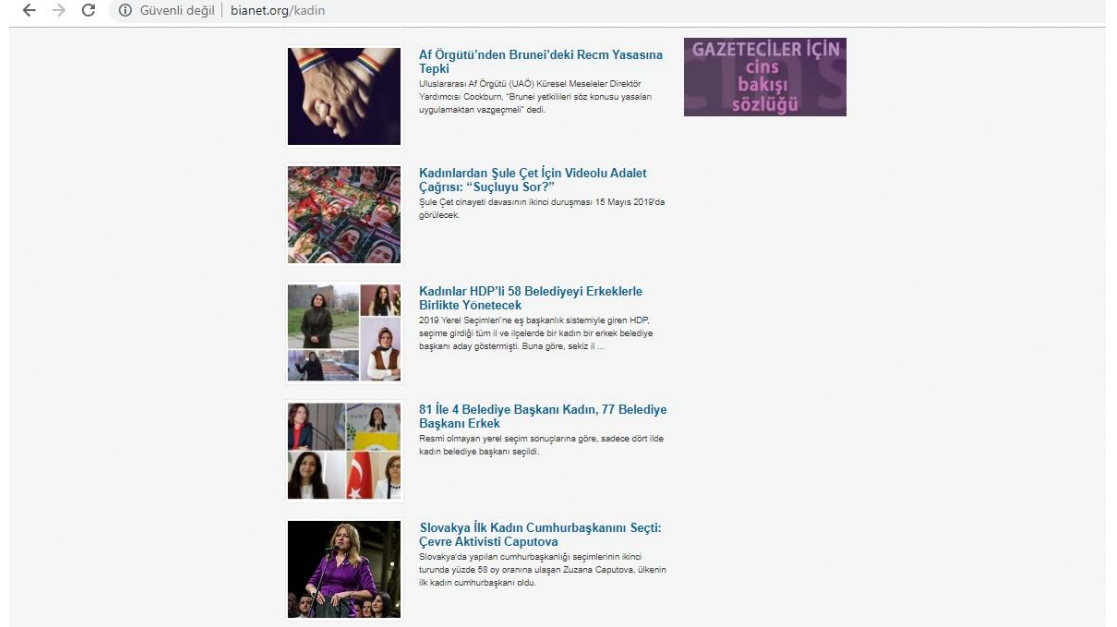
Şekil 1: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası (Üst bölüm)



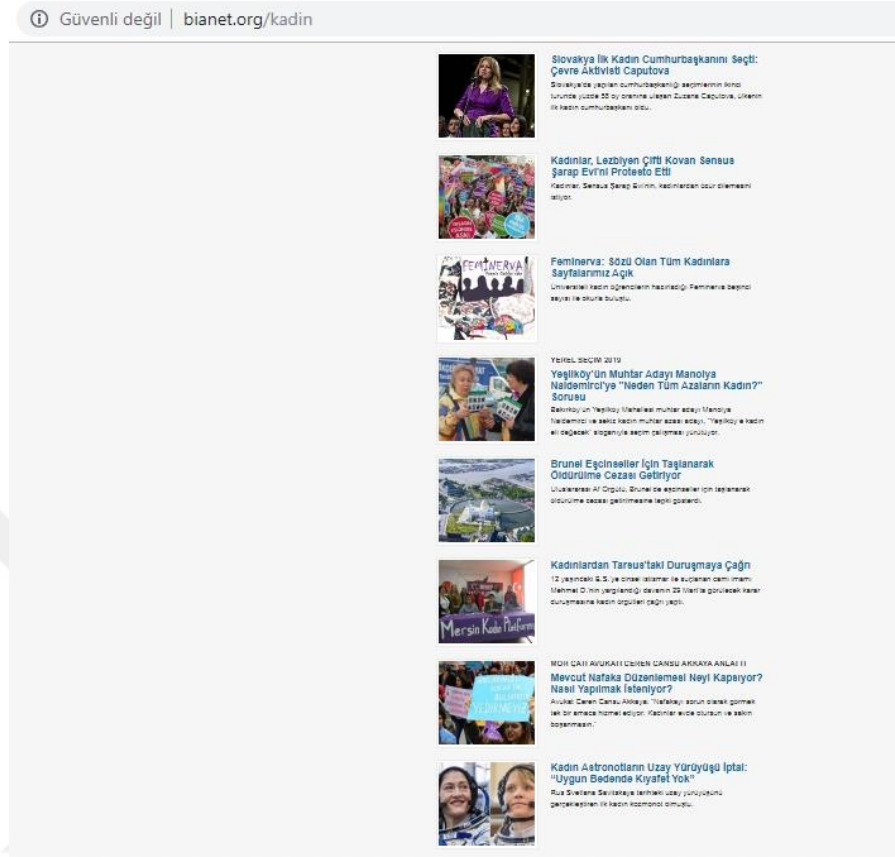
Şekil 2: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası (Orta kısım 1)



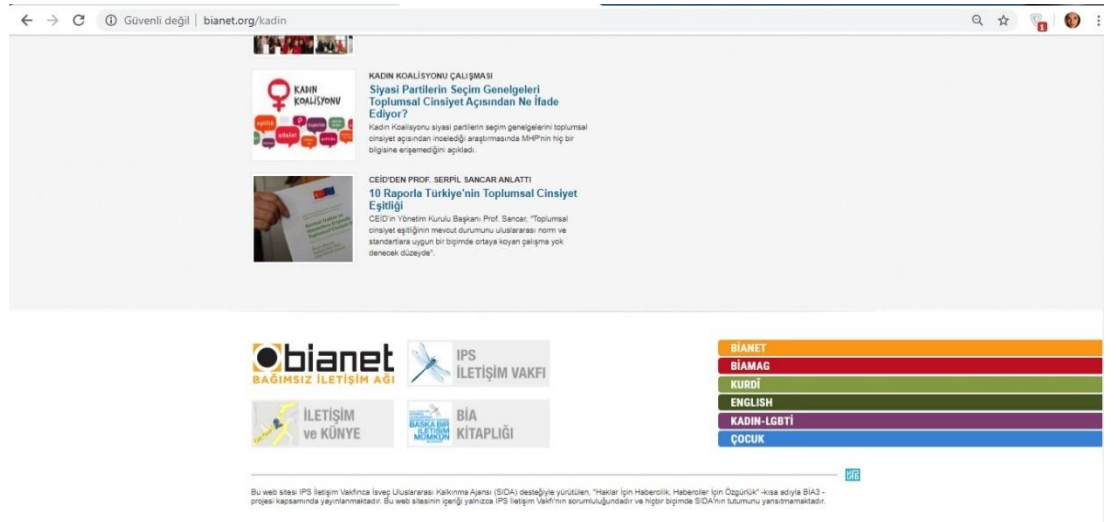
Şekil 3: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası (Orta kısım 2)



Şekil 4: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası (Orta kısım 3)



Şekil 5: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası (Son kısım)



İlgili şekillerden ve analizden görüldüğü üzere, bulunmak istenen enformasyonlara kolay ulaşım sağlayan görünüme sahiptir. Aynı zamanda etkin bir biçim sunulmaktadır. Bianet ‘kadın’ ana sayfasında yer alan tüm bağlantılara ulaşım sağlanması sayfanın güvenilirliği ve işlevselliği açısından oldukça önemlidir. Haber içeriklerine ulaşım hızlı ve kullanılan görseller kalitelidir. Yukarı kısımda bahsi geçen web sitesi değerlendirme özelliklerinin güncellik, teknik özellikler ve etkileşim bağlamında olumlu bir bakış ortaya konmaktadır. Özellikle en üst orta kısımda yer alan sitenin son güncellenme tarih ve saati web sitesinin dinamikliği ve günceliği açısından oldukça pozitif bir tablo ortaya koymuştur. Bianet ‘Kadın’ yalnızca kadın odaklı alternatif medya örneği sunmamaktadır. Toplumun her kesime uygun olarak kadınlara hak odaklı bilgilendirme, şiddet ve taciz gibi durumlarda yol izlemeleri açısından oldukça eğitici bir içeriğe sahiptir. Günde ortalama altı haberin yer aldığı ana sayfada haberlerin güncelliği Bianet ‘Kadın’ı dinamik kılan bir diğer özellik olmuştur. Sadece kadınlara yönelik bilgi akışı sağlamakla kalmayan Bianet ‘Kadın’ web sitesinde ‘Gazeteciler İçin Cins Sözlüğü’ ve ‘BİA Toplumsal Cinsiyet Odaklı Habercilik Kütüphanesi’ ile tüm gazeteciler için kadın odaklı, hak odaklı ve toplumsal cinsiyet odaklı haberciliğin yaygınlaştırılması ve diğer medya kuruluşlarınca üretilbilmesine olanak sağlayarak önceki bölümde bahsedilen, ‘Kadın Odaklı Habercilik’ kriterlerine uygun bir çizgi oluşturmuştur. Bianet, BİA projesinin ‘Vitrini’ olarak kabul edilir. Bianet ‘Kadın’ bu bağlama uygun, etkin ve kurumsal kimliğini ön plana çıkartarak web sitesi analiz kriterlerine uygun, olumlu bir tablo oluşturmuştur.

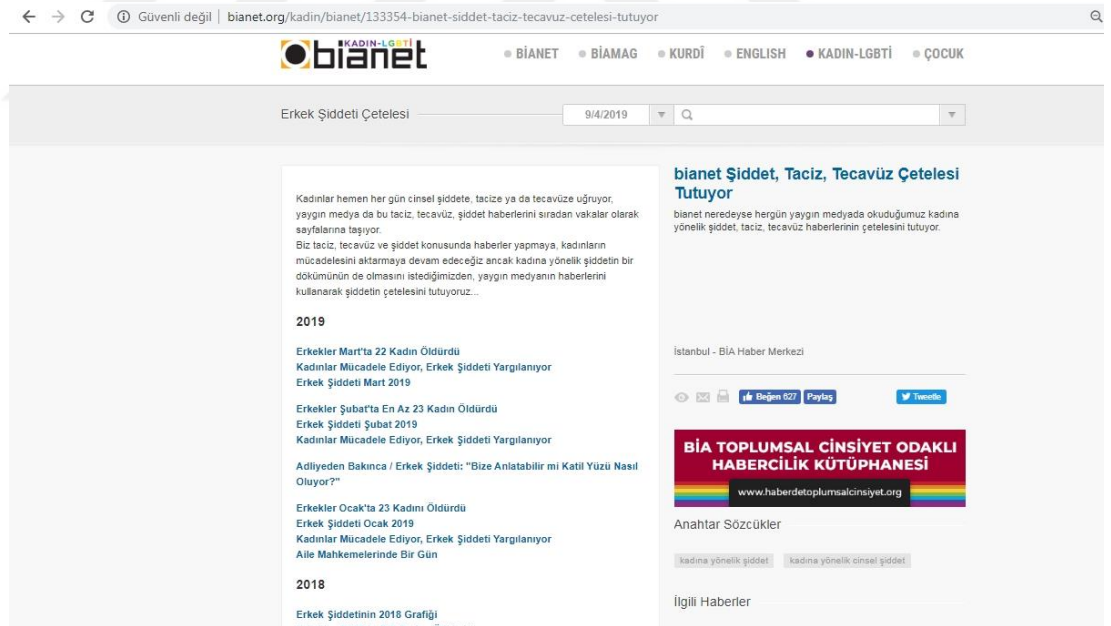
4.2. İçerik

Bianet ‘kadın’ web sitesinin içeriği haber, görsel ve bilgi öğelerinden oluşmaktadır. Web sitesinin biçimi tek başına yazılı haberlerden ve ya enformasyonlardan oluşmamaktadır. Haberlerin içerisinde ilgili video ve fotoğraflar yer almaktadır. Bu bağlamda Bianet ‘Kadın’ multimedya yapısına sahiptir. Web sitesinin içerisindeki tüm içerikler devamlı güncellenmekte, yukarıda belirttiğim gibi belirli bir düzen de olmamakla birlikte Bianet ‘Kadın’ logosunun sağ üst kısmında son güncellenme saati yer almaktadır.

Bianet ‘Kadın’ bölümündeki haberler ve içerikler mevcut ana akım medyada kendilerine yer bulamamış kadınların ya da kadınlar ile ilgili yapılan hak ihlallerini kadın odaklı habercilik bağlamında irdelemektedir. Özel kadın haberlerinde sıkça işlendiği bu bölümde kullanılan dil, haber yazım şekli, olaylara yöneltilen bakış açısı ve kullanılan görseller Bianet ‘Kadın’ı yalnızca alternatif medya değil ‘Alternatif Medya Bağlamında Kadın Odaklı Habercilik’ üretebilen bir platform yapmaktadır.

Erkek Şiddeti Çetelesi bölümünde 2011 yılından beri ay ay kadınlara yönelik erkek şiddetinin çetelesi tutulmuştur. Bu bölümde grafik, video ve fotoğrafların yazılı sıra somut verilerle yazılı metinlerden oluşmaktadır. Bu içerik Bianet ‘kadın’ bölümünün alternatif ve kadın odaklı habercilik üretiminin yanı sıra hak odaklı üretim modeli izlendiğini de göstermektedir.

Şekil 6: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Erkek Şiddeti Çetelesi(Üst Kısım)



Şekil 7: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Erkek Şiddeti Çetelesi(Orta kısım 1)

← → ↻ Güvenli değil | bianet.org/kadin/bianet/133354-bianet-siddet-taciz-tecavuz-cetelesi-tutuyor

2018

Erkek Şiddetinin 2018 Grafiği
Erkekler 2018'de 255 Kadını Öldürdü



ERKEKLER 2018'de

61 KADINA TECAVÜZ ETTİ

ERKEKLER 188 KADINI TACİZ ETTİ

ERKEKLER aralarında kız çocuklarının da olduğu 516 KADINI SEKS İŞÇİLİĞİNE ZORLADI

Erkekler Aralık'ta 30 Kadın Öldürdü
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor
Erkek Şiddeti Aralık 2018
Erkek Şiddetine Adliyeden Bakınca: Erkekler 43 Mahkemede Yargılandı

Erkekler Kasım'da 22 Kadın Öldürdü
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor
Erkek Şiddeti Kasım 2018
Erkek Şiddetine Adliyeden Bakınca: Erkekler 38 Mahkemede Yargılandı

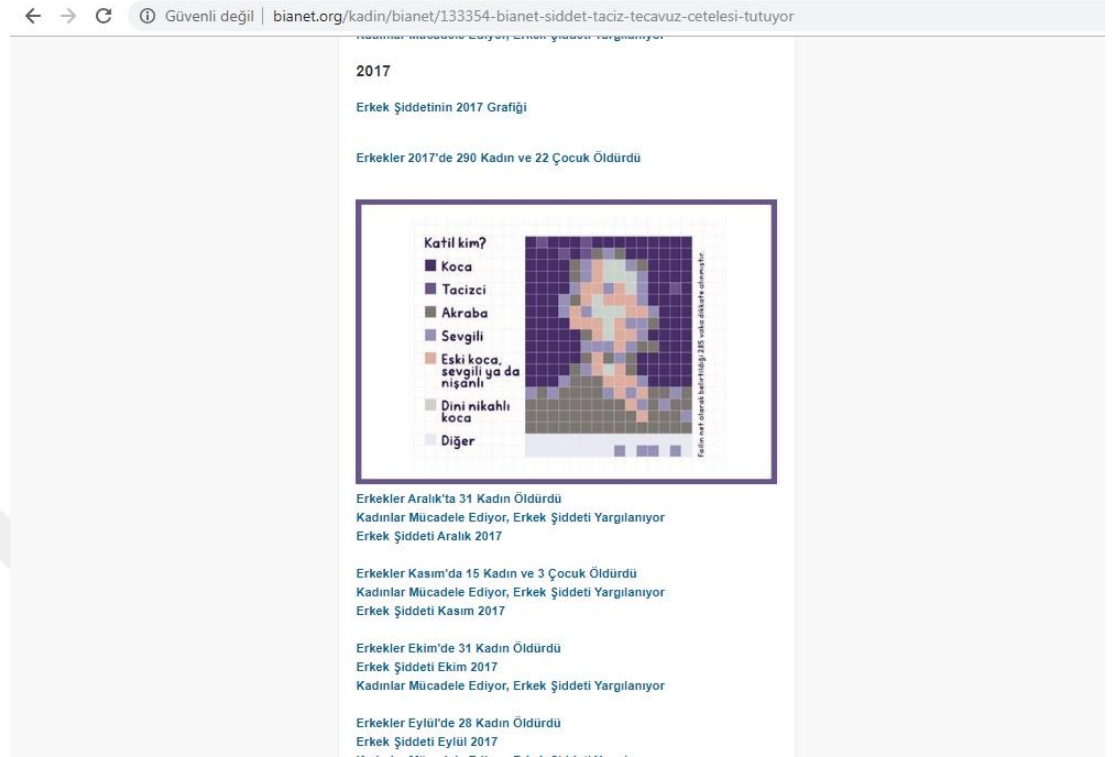
Erkekler Ekim'de 20 Kadın Öldürdü
Erkek Şiddeti Ekim 2018
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor

Erkekler Eylül'de 23 Kadın Öldürdü
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor
Erkek Şiddeti Eylül 2018

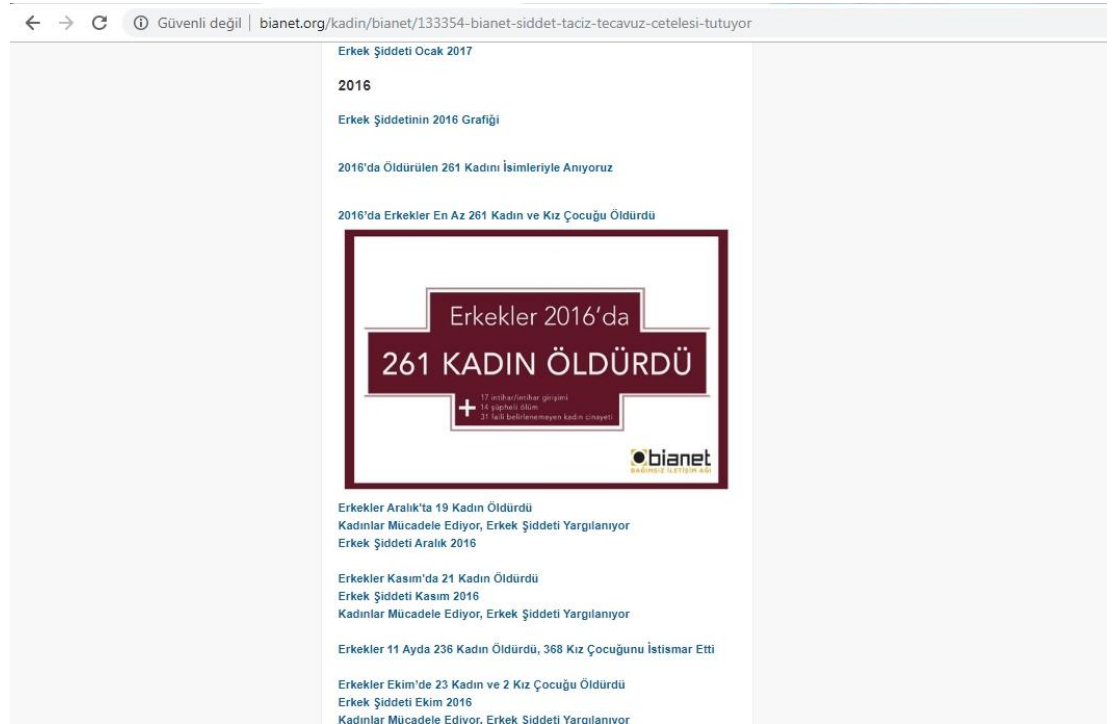
İlgili Haberler

Neden Erkek Şiddetinin Çetelesini Tutuyoruz?
01 Ekim 2009
Erkek şiddetinin çetelesini tutmak fikri; gazetelerin cinsiyetçi dil ve şiddet yeniden üretiyor olmasına, kadına ...

Şekil 8: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Erkek Şiddeti Çetelesi(Orta kısım 2)



Şekil 9: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Erkek Şiddeti Çetelesi(Son kısım)

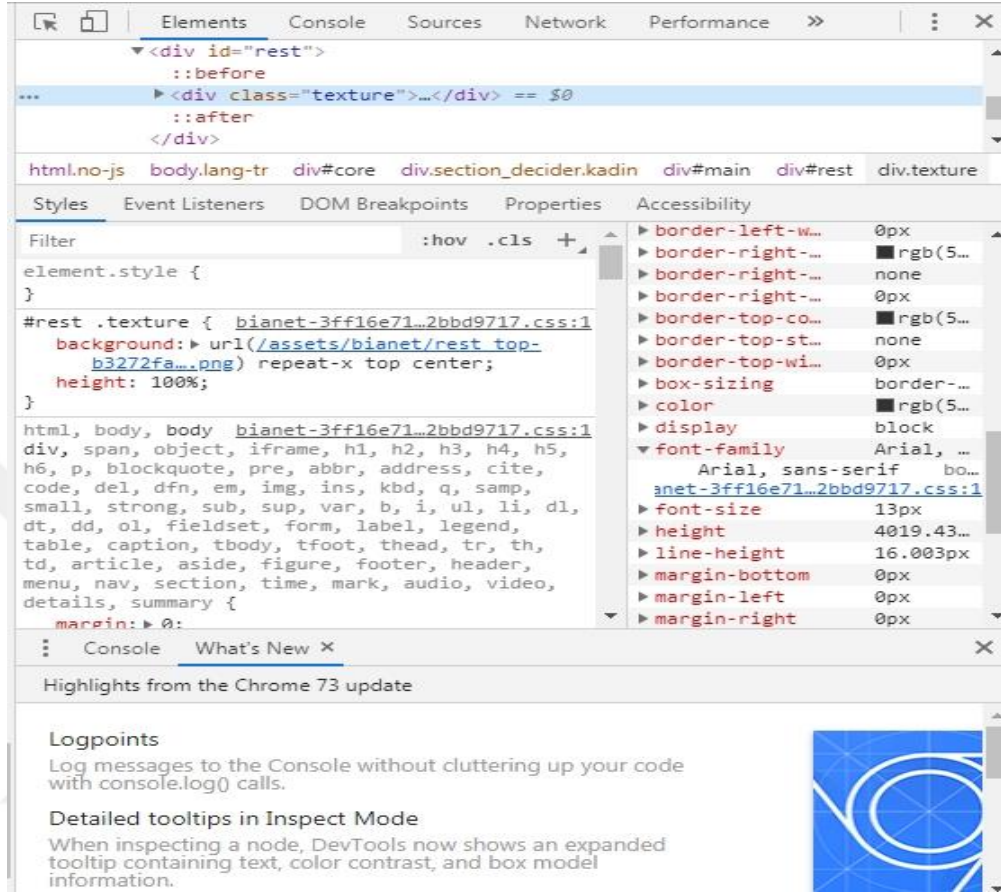


4.3. Tasarım

Web sitelerinin tasarımı, web sayfaları üzerindeki tüm bağlantıları ve görselliği oluşturan ve yayınlanmasını sağlayan programlamadır. “Bir web sitesinin oluşturulması aşamasında kullanıcıların ilgisini çekebilecek ve birbirine uyumlu renklerde seçilmiş bağlantılar, yazılar ve arka plan kullanılmalıdır. Renk kullanımı ve sayfa tasarımında temel amaç bir web sayfasının okunabilir olmasıdır. Aynı durum grafik, fotoğraf ve tablolar için de geçerlidir” (Sowards, 1997, 157’den akt. Taylan, 2012, 265).

Bianet web sitesinin tasarımı sade ve kullanıcı kolaylığı bağlamında oldukça işlevseldir. Web sitesinin tasarım ve teknik yapılanma ve sistemsel hizmetini Yeni Hayat Bilişim Teknolojileri Anonim Şirketi vermektedir. Sayfalardaki yazı tipi Arial, Sans-Serif’tir. Yazı boyutunda ise, 13 px kullanılmaktadır.

Şekil 10: Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası HTML Kodlama ve Tasarım



Haber sitelerinde kullanıcının kolay ulaşabilir ve rahat okuyabilir olması için özellikle hareketli tasarımlara çok yer verilmemesi ve çok fazla renk içermemesi pastel ve beyaz renklerin ağırlıkta olması Bianet ‘Kadın’ın rahat okunabilirliği ve sade tasarımıyla uyumludur. Bir diğer unsur ise Bianet ‘kadın’ web tasarımının bilgiye ulaşım bağlamında sunduğu kullanıcı kolaylığıdır. Sitede bulunan arama motoru, site haritası ve takvim kısmındaki güncel arşiv bölümü ile kullanıcı odaklı konforlu bir web site özelliklerini taşımaktadır.

SONUÇ

15. yüzyıldan beri kadınlar ataerkil toplumun oluşturduğu basmakalıp rolleri, ikincil konumda nitelendirilmeyi ve kamusal alandan ötekileştirilmeyi reddetmek için çeşitli mücadele ve dayanışma içinde hareket etmektedir. Feminist teoriler, akademik çalışmalar ve kendi medyalarını yaratmak bu mücadelelerin en önemli ayakları olmuştur. Kadınlar eril düzende, politik, sosyal, eğitim ve toplumsal olarak eşit şartlarda kamusal ve özel alanda varlıklarını sürdürebilmek ve eril sistem içinden sıyrılarak 'kimliksizleştirme' dayatmasına karşın kendi kimliklerini korumak, özne olarak varlıklarını sürdürmek için mücadelelerinin ve çalışmalarının global bağlamda duyulmasına ve böylece uluslararası ve yerel çapta daha çok kadına ulaşabilmek için medyada var olma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Fakat kadınlar medyadaki konumlarının ve temsil ediliş biçimlerinin ataerkil sistemin devamlılığı ve yeniden üretimine katkıda bulunmasından dolayı kendi medyalarını yaratma ihtiyacı duymuşlardır. Kadınların yarattıkları medya, söz hakkı bulamadıkları geleneksel medyaya karşı bir alternatif medyadır. Alternatif medya, hiyerarşik yapıdan uzak, maddi çıkar gütmeyen, içerik üretimlerini kolektif ve okuyucu/dinleyici/izleyici katılımlı ve ana akım medyada temsil edilmeyenlerin, söz hakkı verilmeyenlere temsil imkanı sağlayan; kurum içi ve içerik üretimlerinde demokrasi odaklı mecralardır.

Medyada cinsiyete bağlı ayırım ve ötekileştirmelerin mücadelesinde önemli bir role sahip olan alternatif medya; ürettiği haberlerde kullandığı dil, değer ve görseller bakımından geleneksel medya ile arasına kalın bir çizgi çekmiştir. Bu bağlamda ana akım medyada ötekileştirilen, özne olarak yer verilmeyen, sesleri duyurulmayan ve temsil ediliş biçimleriyle eril sistemin dayattığı cinsiyetçi rolleri reddeden kadınlar alternatif medyada tam anlamıyla kadın kimlikleriyle varlıklarını ortaya koymuşlardır. Alternatif medyanın en önemli yapısal özelliklerinden olan okuyucu/izleyici/dinleyici katılımı ile içerik üretilmesi ise alternatif feminist medya ve bu bağlamda oluşan kadın hareketleri açısından çok seslilik ve toplumsal sistematikte var olan her kadına ulaşma ve söz verme bakımından önemi yadsınamayacak bir fırsat olmaktadır.

Teknolojinin gelişmesi ve kolay ulaşılabilir hale gelmesiyle birlikte internet; maliyeti en aza indirmesi, global çapta yer ve mekandan bağımsız ulaşılabilirliği,

sansüre uğrama olasılığının daha az olması ve web 2.0 karşılıklı etkileşim olanakları bakımından alternatif medya ve buna paralel kadın hareketlerinin yaygınlığı, ulaşılabilirliği açısından önemli ulaşım aracı olmuştur. Bu bakımdan alternatif medyanın günümüzde web siteleri üzerinden okuyucu/dinleyici/izleyiciye ulaşması, karşılıklı etkileşim kurularak katılımcı habercilik ve maliyetin azalması bağlamında birçok alternatif medya organı tarafından tercih edildiği görülmektedir.

Bu çalışmada, Alternatif medyada kadın odaklı habercilik örneği olarak Bianet ele alınmıştır. Alternatif medyanın yapısal ve kuramsal esaslarını, toplumsal hareketler ile ilişkisini, sivil toplum eksenindeki konumunu, ana akıma alternatif seçenek bağlamındaki yapısının araştırılmasının ardından, Türkiye, dünyada toplumsal cinsiyet ve medya ekseninde incelenmiştir. Türkiye’de haber ve haberciliğin kuramsal, tarihi ve yapısal özellikleri, feminist teori ekseninde alternatif oluşumlarda feminist medya irdelenmiş ve bu bağlamda feminist teori kuramları geniş ölçüde araştırılmıştır. İkinci dalga feminizm ekseninde medyanın yanı sıra Türkiye ve dünyada alternatif oluşumlarda feminist medya; tarihsel ve gelişim süreçlerinin yanı sıra alternatif feminist medyanın kuramsal temelleri incelenmiştir. Kadın odaklı medya geniş ölçüde incelenmiş olup, habercilik yapısı, akademik ve alan çalışma örnekleri kuramsal özellikleri ve niteliklerine değinilmiştir.

Bağımsız İletişim Ağının kuruluşu ve temel nitelikleri, projeleri, tarihsel yapısı, finansal kaynakları incelenmiştir. Kadın odaklı habercilik bağlamında Bianet ‘Kadın’ bölümü araştırılmıştır. Alternatif medya bağlamında kadın odaklı habercilik bizzat üretim süreci sahibi olan Bianet ‘Kadın’ editörü Evrim Kepenek ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşme ile değerlendirilmeye alınmıştır. Kadın odaklı haberciliğin Bianet’te uygulanabilirliği ve alternatif medya bağlamında kadın odaklı haberciliğin temel niteliklerine uygunluğu irdelenmiştir.

Bianet ‘Kadın’ bağlamında web sitesi nitel analizi yapılmıştır. Genel görünüm, alt bölümler, içerik ve tasarım bağlamında ‘kadın odaklı habercilik’, ‘feminist’ ve ‘alternatif medya’ esas alınarak incelenmiştir. Bianet’in kadın odaklı habercilik ve alternatiflik niteliği araştırılarak web sitesi içeriğinde bulunan özellikleri taşıyıp taşımadığı değerlendirilmiştir.

Alternatif medya bağlamında feminist medya ve kadın odaklı habercilik son yıllarda kaynak bağlamında ivme ve çeşitlilik kazansa da bu konular perspektifinde geniş içerik ve enformasyon sıkıntısı yaşanmaktadır. Buna rağmen Bianet BİA projesi kapsamında çıkarmış olduğu ‘Kadın Odaklı Habercilik’ kitabıyla ve web sitesinde ‘Kadın’ bölümünde üretilen haber içerikleriyle alternatif medyanın temel kavramları ve kuramlarının özelliklerini taşımaktadır. Bunun somut ifadesi ise, ana akım medyada yer verilmeyen kişilere, içeriklere ve haberlere yer vermesiyle birlikte kullandığı görsel ve haber dili alternatif medyada kadın odaklı haberciliğin temel özelliklerinin tam anlamıyla karşılandığı görülmektedir.

Haber üretim aşamasında okuyucu ile etkileşim olması ve içeriklere kolektif katkıda bulunulmasıyla da alternatifliğin temel özelliklerini yansıtmaktadır. Bianet’in içerik kaynakları doğrudan öznedir. Bianet’in kapılarının herkese açık olduğunu ve üreten her bireye ev sahipliği yaptığı gözlenmiştir. Bianet web sitesi üretken ve araştırmacı olan her muhabir adayına ve muhabire açık bir yapıya sahiptir.

Bağımsız İletişim Ağının haber dağıtım merkezi olan Bianet.org, kar amacı gütmeyen haber dağıtım ağıdır. Çeşitli sivil toplum örgütleri, meslek odaları, Avrupa Birliği tarafından verilen fonlar, yurt dışı kaynaklı vakıfların ve bireysel bağışlar ile finanse edilen bir kurumdur. Bianet’in Bağımsız iletişim Ağı’nın BİA projeleri kapsamında ‘vitrin’ olarak var olması, Bianet’in herhangi bir maddi kar amaçlamaması ve alternatif medyanın maddi çıkar gütmeme yani ticarileşmeme özelliğini taşıdığını göstermiştir.

Hiyerarşinin yani iş tanımlarının web sitesinde yer alan künyede net bir şekilde yapılması ve unvan derecelendirilmesi alternatif medyada hiyerarşi ve unvan olmaması özelliğine ters düşmektedir. Bu konu Bianet ‘kadın’ editörü ile yapılmış olan yüz yüze görüşmede irdelenmiştir. Künyede unvanlar ve hiyerarşik yapı gözükse de hepimiz eşit yetkideyiz cevabı alınmıştır. Bu bağlamda tüm çalışanlar eşit ise unvan verilmesi ve dolayısıyla hiyerarşik yapıya gereksinim duyulması çelişkili görülmüştür. Bu bağlamda alternatif medyanın en önemli temel özelliği olan hiyerarşik yapının olmaması maddesine ters düşmektedir.

Feminist, kadın odaklı medya perspektifi ve özelliklerinin birçoğu alternatif medya ile paraleldir. Alternatif medyada kadın odaklı habercilik bağlamında feminist düşünce ile birlikte oluşturulması gereken içeriklerin özelliklerinden ek olarak; kadınlar arasında enformasyon ve iletişim kurulmasıdır. Bu özellik kadın arası bilgi kaynağı olma açısından önemli bir noktadadır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde Bianet web sitesinde ‘Kadın’ bölümünde yer alan “BİA Toplumsal Cinsiyet Odaklı Habercilik Kütüphanesi” ve “Gazeteciler İçin Cins Bakış Sözlüğü” kadın odaklı haberciliğin yaygınlaştırılması ve yeniden üretilmesi açısından kadınlara ve gazetecilere iletişim ve etkileşim imkanı sunmaktadır. Buna paralel olarak Bianet web sitesi ‘kadın’ bölümünde bulunan “Şiddete uğrarsam ne yapmalıyım?” bölümü feminist hareket içinde bilgi edinme ve hak odaklı yaşama ve yaşatma bağlamında öğretici pozisyonundadır. BİA projeleri kapsamında düzenlenen herkese açık atölyeler ve Hak Haberciliği Dizisi’nin ikinci yayını olan “Kadın Odaklı Habercilik” kitabı feminist alternatif medyada önemli özelliklerden olan kadınlar arası bilgi ve iletişim kaynağı olma açısından Bianet önemli bir potansiyele sahiptir.

Feminist alternatif medya ve kadın odaklı habercilik açısından önemi yadsınamayacak bir diğer özellik ise toplumun her kesiminden kadının, feminist düşüncenin varlığının geçerliliği bağlamında toplumsal etki alanı yaratılmasına katkı sağlamaktır. Kadınların eğitim, siyasi, kamusal ve özel alanda oluşturmak istedikleri düzenlemelerin ve amaçların doğrultusunda hak odaklı yaşamak ve yaşatmak, kadınların toplumsal cinsiyet rollerinde eşit ve özne olarak varlıklarının kabulünü amaçlanmaktadır. Bianet ‘Kadın’ web sitesinde bu doğrultuda BİA projesi kapsamında yayınlanan “İnsan Hakları Haberciliği”, “Kadın Odaklı Habercilik”, “Hak Örgütleri, Medyada Görünür Olmak” Ve “Toplumsal Cinsiyet Odaklı Habercilik” kitapları ücretsiz ve sansürsüz biçimde Bianet web sitesinde yer almaktadır. Dil seçenekleri olan bu içeriklerin ve haberlerin toplumun her statüsünden kadınların hedeflerine ulaşması açısından önemli enformasyon kaynağı görevi görmektedir. BİA projeleri kapsamında düzenlenen atölyeler ve etkinlikler kadınların politik, ekonomik, eğitim ve toplumsal rollerinin eşit ve eril sistemin dayatma rollerinden uzak, yeniden inşasına katkı sağlamaktadır. Bianet web sitesi içeriğinde geçmiş etkinlik ve atölyelerin içeriklerine ulaşılmakla birlikte hali hazırda devam eden projeler ve gelecek projelerin

bilgisi yer almaktadır. Tüm bu özellikler ‘Kadın Odaklı Haberciliğin’ esasında kadın sorunlarına ışık tutarak görünür hale gelmesini sağlamaktadır.

Kadın odaklı haberciliğin esaslarında, kadın odaklı habercilik yapabilmek için kurumların ve muhabirlerin bağlı kalması gereken temel esaslar vardır. Öncelikle kadın odaklı haberciliğin ne olduğunu ve ne olmadığını farkında olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda Bianet ürettikleri içeriklerde; kullandıkları dil, kadınları özne olarak kullanmaları, kadın öncelikli haber üretmeleri, kadına yönelik hak ihlallerinin kamuoyuna duyurulması ve hak odaklı habercilik anlayışı, ürettikleri içeriklerde kadınları mağdur ya da hedef haline getirmemeleri kadın odaklı haberciliğin uygulandığını göstermektedir.

Kadın odaklı haberciliğin bir diğer esası ise haberlerde kimin ya da kimlerin haberlerinin yapıldığı konusudur. Kadın odaklı habercilik daima kadın temel alınarak geleneksel medyada kendine yer bulamamış, hakkı gasp edilmiş ya da söyleyecek sözü olan her kadın haber olabilir. Bianet ‘Kadın’ haberlerinin kimlerin/neyin ya da hangi ideolojinin perspektifinde haber yapıldığı konusu irdelendiğinde, hak ihlallerine karşın kendine ana akım medyada yer bulamamış kadınların haberlerinin kadın odaklı habercilik bağlamında üretildiği görülmüştür.

Kadın odaklı habercilikte asıl kaynak kadın olmalıdır. Bunun en temel nedeni ise eril sistemin kadınlar adına kendi sistemlerinin devamlılığı için söz söylemeleridir. Eril medyada kadın daima bir erkeğin kimliğinin(eşi, sevgilisi, kız kardeşi, annesi) altında temsil edilmektedir. Kadın odaklı habercilik bağlamındaki haberler, kadınların kimliklerini korur ve özne olarak kadını temsil eder. Haberin içeriği ve konusuna göre ilgili uzman görüşlerine başvurulduğu durumlar olsa da ana kaynak kadındır. Bu özelliği ile de kadın odaklı haberciliğin önemli noktalarından olan, haberde esas kaynak özelliğine uygunluk gösterdiği belirlenmiştir.

Kadın odaklı haberciliğin ve feminist medyanın bir diğer özelliği ise haber dili ve haberlerin oluşumundaki toplumsal cinsiyet eşitliğine katkıda bulunarak eril dilin üretimi ve medyada yer bulması sonucu oluşan toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yok edilmesidir. Bu bağlamda Bianet ‘Kadın’ haberlerinin toplumsal cinsiyet odaklı habercilik kapsamına uygun olduğu belirlenmiştir. Sadece haber dili değil web

sitelerinde bulunan “toplumsal cinsiyet odaklı habercilik kütüphanesi” de kadın odaklı haberciliğin önemli bir özelliği olan haber dilinin tüm medya organlarına yayılmasına da katkı sağlamaktadır. Sağlanan bu katkı aynı zamanda alternatif medyanın yapısal kuramlarındandır.

Alternatif feminist medya ve kadın odaklı habercilik prensibi sahibi alternatif medyanın karşı olduğu bir diğer konu ise haberlerde negatif yaklaşım, dil ve söylemler, temelinde toplumsal cinsiyet eşitliğini alan habercilik anlayışı ile ana noktasında kadına yönelik negatif dil, sürdürülebilir ataerkil yapı anlamına gelmektedir. Bu bağlamda Bianet ‘Kadın’ bölümündeki içeriklerde olumsuz ya da nefret söylemine yer veren herhangi bir içerik gözlenmemiştir. Kadınları negatifleyen ya da olumsuzlayan olaylara yer vermek bu tür içeriklerin yeniden üretilmesine katkı sağlamaktadır. Bu açıdan kadınlar üzerinde olumsuz hitap ve negatifleyen olayların habere çevrilmesinde Bianet’in haber üretiminde yaygın bir konuma sahip olmadığı belirlenmiştir.

Kadın odaklı habercilik bağlamında üretilen haberlerde haber kaynağı olarak kadınların temsil edilmesi ve özel kadın haberlerine sık yer verilmesi önemli özelliklerdendir. Bianet ‘Kadın’ haberlerinde erkeklerin çok çok az temsil edildiği kadınların haber kaynağı olarak temsil edildiği habercilik anlayışı gözlenmektedir. Özel kadın haberi üretiminde ise günde en az bir özel kadın haberi yayınladıkları belirlenmiştir. Bianet’in özel kadın haberleri 1 Mart haftası ve 25 Kasım gibi özel günlerin olduğu haftalarda artış göstermektedir. Her iki özellik bağlamında da Bianet’in alternatif medya bağlamında kadın odaklı haberciliğin yukarıda açıklanan iki özelliğine de uygun habercilik anlayışı olduğu belirlenmiştir.

Bianet’in web sitesinde yer alan altı sekme çeşitli bölümlere ayrılmıştır. Bu konu ile ilgili ayrıntılı bilgi bu çalışmanın üçüncü bölümünde yer almaktadır. Bu altı bölümden bir tanesi de “KADIN-LGBTİ” bölümüdür. Bu kategorize ediliş biçimi alternatif medya bağlamında kadın odaklı habercilik ile çelişmektedir. LGBTİ bireylerinin haberleri ve bu konuya ait içerikler başlı başına farklı bir konu olarak incelenmelidir. Kadın odaklı habercilik, LGBTİ bireylerinin haber ve haberciliği anlamında ortak bir paydada yer almamakla birlikte toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında haber dili ve ana akım medyada temsil hakkı bulamama gibi açılardan

ortak noktada birleşmektedir. Fakat bu ortak nokta kadın ve LGBTİ bireylerinin aynı başlık altında habercilik bağlamında işlenmesi için yeterli değildir. Bianet ‘Kadın’ bölümü editörü Evrim Kepenek ile yapılan yüz yüze görüşmede Bianet web sitesinde “Kadın-LGBTİ”nin neden aynı sekmede olduğu sorulmuştur. Toplumsal cinsiyet odaklı habercilik yaptıkları için aynı sekmede yer aldığı cevabı verilmiştir. Ayrıntılı bilgi için üçüncü bölüme bakabilirsiniz. Fakat bu cevap tam anlamıyla kadın odaklı habercilik bağlamında LGBTİ bireylerinin haberleri ile kadın haberlerinin aynı sekmede oluşunu açıklayabilecek yetkinlikte değildir. Kadın haberleri içerikleri ve kadının toplumsal cinsiyet temelli temsili LGBTİ bireylerden oldukça farklıdır. Kadınların medyada yeterince yer bulamayışları ve kadına yönelik gerçekleştirilen fiziki, psikolojik, toplumsal şiddet gibi unsurlarda ortak payda sağlamaktadır. Fakat ana akım medyada ataerkil sistem gözünden kadının temsiline karşı kadın odaklı habercilik unsuru LGBTİ bireylerin haberleri ve temsil edilişlerinden ve biçilmiş toplumsal normlara karşı duruşları ile başlı başına farklı bir bölüm olarak işlenmelidir. Bu bağlamda Bianet web sitesinin baştan düzenlenip kadın haberlerinin ve LGBTİ haberlerinin farklı sekmelerde ayrıştırılmaları gerekmektedir.

Kadın odaklı haberciliğin önemli unsurlarından olan kamuoyu oluşturma ve politik açıdan pozitif yaptırımlara yol açmasıdır. Bu özellikler aynı zamanda feminist alternatif meydanında önemli temellendirmeleri arasında yer almaktadır. Bianet ‘Kadın’ bölümünde yer alan “Erkek Şiddet Çetelesi” bölümündeki veriler ve haberler yapılan yüz yüze görüşme ile belirlenmiştir ki birçok kez mecliste soru önergesi olarak sunulmuş ve ilgili komisyonlar oluşturulmuştur. Bu bağlamda meclis konuşmalarında ilgili haberlerin içeriğinde verilen veriler milletvekilleri tarafından sıkça kürsü konuşmalarında kaynak olarak kullanılmıştır. Bianet web sitesinde yer alan birçok kadın haberi sonrasında sokak eylemleri yapılarak kamuoyu oluştuğu belirlenmiştir. Bu bağlamda kadın odaklı haberciliğin işleniş ve uygulanışlarının yanı sıra amaçlanan sonuçlarının da belirli bir düzeyi Bianet’in üretimlerinde yer almaktadır.

Bianet’in kadın haberlerini medyada cinsiyetçilik ve cinsiyetçilikle mücadele bağlamında ele alındığında, geleneksel medyada yer alan kadın haberlerinden dil, içerik, bakış açısı ve kullanılan görseller bakımından eril sistemin tüm dayatmalarından uzak eşit ve feminist bakış açısı perspektifinde kadın odaklı

habercilik üretiminde bulunduğu belirlenmiştir. Bu konular bağlamında BİA projeleri kapsamında kamuoyuna açık eğitimleri, yayınları ve atölyeleri ile medyada cinsiyetçilikten uzak hak odaklı, kadın odaklı haberciliği esas alan bakış açısını yaygınlaştırmayı ve enformasyon kaynağı konumundadır. Tüm bu çalışmaların ve kadın odaklı habercilik bakış açısının ana akım medyaya ‘sızabilmesi’ için daha geniş kitlelere ulaşabilecek çalışmalar yapılması ve daha görünür kılınması gerekmektedir. Hak ihlalleriyle mücadele anlamında kadın odaklı haberciliğin perspektifinde kadınların mücadeleleri, hak arayışları, kamusal ve özel alanda özne olarak varlıklarının temsil edilişlerini daha görünür kılmak için Bianet ‘kadın’ bölümünün daha ön plana çıkarılması ve yaygınlaştırılmasına dair uygulamalar yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Sonuç olarak, alternatif bağlamda kadın odaklı habercilik ve feminist alternatif medya özelinde Bianet ‘Kadın’ ana akım medyada var olan ataerkil yapıya bir alternatiflik sunması literatürde olan kadın odaklı habercilik, feminist alternatif medya ve alternatif medya özelliklerinin çoğunluğunu karşılamaktadır. Özellikle hak odaklı habercilik ve kadın odaklı haberciliği yalnızca haber üretim aşamasında sınırlı bırakmaması aynı zamanda kamuoyuna bu konularda bilgi kaynağı olarak çalışmalar yapması Bianet’i emsal teşkil etmektedir. Ancak web sitesinde “Kadın-LGBTİ” bölümlerinin aynı sekmede yer alması kadın odaklı habercilik literatürünü gölgede bırakabilecek ve birbirinden farklı içeriği sahip bu başlıkların aynı sekme içerisinde yer alması birbirinin görünürlüğünün gölgelenmesine neden olmaktadır. Kadın odaklı habercilik bağlamında çalışmalar yapan ve üretim aşamasında bu esasa bağlı kalan bir kurum web sitesinde kadın ya da LGBTİ için farklı bir sekme açtırmalıdır. Bu Bianet için kabul edilemeyecek bir hatadır. Ancak web sitesinin aktif olması ve belirli bir periyod içinde olmamakla birlikte gün içerisinde çok sık güncellenmesi ve ortalama sekiz kadın odaklı haberin üretilmesi Bianet’in alternatif medya bağlamında kadın odaklı haberciliğin en önemli örneklerinden biri olduğu belirlenmiştir.

KAYNAKÇA

- Akça, Baştürk, Emel; Ergül, Seda. Kitle İletişim Çalışmaları Alanında Toplumsal Cinsiyet Çalışmalarının Gelişimi; Temel Yaklaşımlar Ve Çalışmalar Üzerinden Bir Çerçeve Çizme Çabası, “Toplumsal Cinsiyet ve Medya Temsilleri”, Yavuz, Şahinde (Der.) Heyamola Yayınları, İstanbul 2016.
- Alankuş, Sevda. “Demokrasi ve ‘Başka-Medya’ İlişkisi: Türkiye’deki Yaygın-Dışı Medya Ortamını Anlamak Üzere Teorik Bir Çerçeve”, Başka Bir İletişim Mümkün: İstanbul Uluslararası Bağımsız Medya Forumu Bildiriler içinde, (Der.) S. Çelenk, İstanbul: IPS İletişim Vakfı, 2008b.
- Alankuş, Sevda. Barış Gazeteciliği El Kitabı, IPS İletişim Vakfı, İstanbul, 2016.
- Alankuş, Sevda. Kadın Odaklı Habercilik,(İkinci Basım) IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 2012.
- Atton, Chris, “News Cultures and New Social Movements: Radical Journalism and the Mainstream Media”, Journalism Studies, Vol. 3, No. 4, 2002b.
- Atton, Chris. “Alternative Media”, Londra, Sage, 2002a.
- Atton, Chris. Alternatif Medyaya Yaklaşmak: Teori Ve Metodoloji, (Der.) Yanikkaya, Berrin; Çoban, Barış. “ Kendi Medyanı Yarat- Alternatif Medya- Kavramlar-Tartışmalar Önekler”, Kalkedon Yayınları, C. 1, İstanbul, 2014.
- Bailey, Olga; Cammaerts, Bart; Carpentier. “Alternatif Medyayı Anlamak” Kafka Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 2015.
- Bailey, Olga; Cammaerts, Bart; Carpentier. Understanding Alternative Media, Open Universty Press, Berkshire, 2007.
- Baştürk, Akça; Tönel, Ebru. Erkek(Lik) Çalışmalarına Teorik Bir Çerçeve: Feminist Çalışmalardan Hegemonik Erkekliğe (Ed.) Erdoğan, İlker. Medyada Hegemonik Erkek(Lik) Ve Temsil, Kalkedon Yayınları, İstanbul 2011.
- Beauvoir, Simone De. Kadın 3, Çev. Bertan Onaran, Payel Yayınları, İstanbul, 1993
- Belge, Burçin. Bianet Ve Kadın Odaklı Habercilik, (Der.) Alankuş, Sevda. Kadın Odaklı Habercilik,(İkinci Basım) IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 2012.
- Benek, Kazım. Osmanlı’da Basının Doğuşu Ve İkinci Meşrutiyete Kadarki Gelişimi, Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S. 6-7, C. 27-39, 2016.

- Berger, John. Seeing is Believing, Penguin Books, London, 1972.
- Bilik Yıldırım, Şenay. Engellilere İlişkin Haberlerin Hak Haberciliği Bağlamında Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2011.
- Binark, Mutlu., Gencel-Bek, Mine. Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar, Kalkedon Yayınları, İstanbul, 2007.
- Busby, Linda. Kitle İletişim Araçlarında Cinsiyet-Rol Araştırması, İletişim Dergisi, C.25, S.4, Aralık, 1975.
- Bülbül, Hatice. Erkek Kimliğinin Oluşumundaki Faktörler: İktidar, Emek Ve Arzu. “Tolumsa Cinsiyet Ve Medya”, Kuruoğlu, Huriye; Aydın, Bermal. (Der.), Detay Yayıncılık, Ankara, 2014.
- Campbell, V. Theorizing citizenship in citizen journalism. Digital Journalism, 3(5), 2015.
- Carpentier, Nico. Expandingcommunity Media Beyond Theconfinements Of Locality. Translocalism And The Growth Of The Communicative Rhizome, Media And Change, In E. Vartanova (Ed.) The Media And Changes. In Press, 2007a.
- Ceyhan, Çağdaş. “Anaakım Medyaya Karşı Alternatif Medya: Alternatif Gazeteler Olarak Ahali ve Mülksüzler”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2008.
- Coşkun, Mustafa Kemal. Demokrasi Teorileri ve Toplumsal Hareketler, Dipnot Yayınları, Ankara, 2007.
- Çaha, Ömer. Osmanlıda Sivil Toplum, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 49(3-4), 1994.
- Çoban, Barış Ataman, Bora. Direniş Çağında Türkiye’de Alternatif Medya (Birinci Baskı). Kafka Epsilon, İstanbul, 2015.
- Daly, Mary. Gyn/Ecology, Beacon, Boston, 1978.
- Davaz, Aslı. Kadın Süreli Yayınları Bibliyografyası Hanımlar Alemi'nden Roza'ya, Kadın Eserleri Kütüphanesi Ve Bilgi Merkezi, İstanbul, 1998.
- Demir, Işıl. Yeni Toplumsal Hareketlerin Alternatif Medya İle İlişkisi
- Demir, Şerif. İktidar-Basın İlişkilerinin Osmanlı Devletinde Görünümü (1831-1918), The Journal Of Academic Social Sciense Studies, S.33, Bahar 2015.

- Demiroğlu, Topal, E. Yeni Toplumsal Hareketler: Bir Literatür Taraması. Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi, 2(1): 133-144, 2014.
- Demirtaş, Oktay. “Türk Basınında alternatiflik Arayışları- Alternatif Medya Olgusu”, Cinius Yayınları, İstanbul, 2017.
- Devran, Yusuf; Özcan, ömer, faruk. Habercilikte hegemonya mücadelesi: yurttaş gazeteciliği: fırsat mı tehdit mi?, Marmara üniversitesi İletişim Fakültesi, Global Media Journal TR Edition, 7(14) Bahar, 2017.
- Doğaner, Yasemin. Hürriyet ve Modernleşme Enstrümanı Olarak Osmanlı’da Basın, Edebiyat Fakültesi Dergisi, C. XXIX, S. 1, Haziran 2012.
- Donnovan, Josephine, Feminist Teori, Çev. Aksu, Bora; Gevrek, Meltem; Saylan, Fevziye. İletişim Yayınları, İstanbul, 1997.
- Donovan, Josephine. Feminist Teori, (On Birinci Basım), İletişim Yayınları, İstanbul, 2016.
- Dow, Bonnie. Feminist Approaches To Communication, (Ed.) Eadie, William, 21st Century Communication: A Reference Handbook, Los Angeles, 2009.
- Downing, J. D.H. et al.” Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements”, Londra, Sage, 2001.
- Dursun, Çiler. Haber Ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek, Alankuş, Sevda. (Der.) “Gazetecilik Ve Habercilik”, (İkinci Baskı), IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 2005.
- Dursun, Çiler. Kadına Yönelik Şiddet Karşısında Haber Etiği, Fe Dergisi 2 (1), 2010.
- Erdoğan, Mehmet. Alternatif Medya Örneği Olarak Uçan Süpürge Web Sitesi Analizi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2017.
- Erol, Devrim, Deniz. Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Türkiye Yazılı Basında Şiddet Haberleri Ve Haber Fotoğrafları. “Tolumsa Cinsiyet Ve Medya”, Kuruoğlu, Huriye; Aydın, Bermal. (Der.), Detay Yayıncılık, Ankara, 2014.
- Fiske, John. İletişim Çalışmalarına Giriş, çev. Süleyman İrvan, Ark Yayınları, Ankara, 1996.
- Fromm, Shulamith. Cinselliğin Diyalektiği, Çev. Arıtan, Aydın. Arıtan Yayınevi, İstanbul, 1981.

- Gallagher, Margaret. Media And The Representation Of Gender, (Eds.) Cynthia, Carter; Steiner, Linda; Mclaughlin, Lisa. "The Routledge Companion To Media And Gender", Routledge, New York, 2014.
- Gencel-Bek, Mine; Binark, Mutlu. Medya ve Cinsiyetçilik, Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, Ankara, 2000.
- Girgin, Atilla. Türkiye’de Yerel Basın, Der Yayınları, İstanbul, 2009.
- Girgin, Atilla. Yazılı Basında Haber Ve Habercilik Etik’i, (İkinci Basım), İnkılap Yayınları, İstanbul, 2003.
- Girgin, Atilla; Özay, Seçil. Haber Yazmak, (Dördüncü Basım), Der Yayınları, İstanbul, 2013.
- Hillery, George. Definitions Of Community: Areas Of Agreement, Rual Sociology, 1955.
- İlhan, Vahit. Feminist Alternatif Medyanın İşleyişi Üzerine, Erciyes İletişim Dergisi, Cilt:3,Sayı:3, 2-10, Kayseri, 2014.
- İmançer, Dilek. Toplumsal Cinsiyet Oluşumuna İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar, "Medya Ve Kadın", İmançer, Dilek (Der.) Ebabil Yayıncılık, Ankara, 2006.
- Karabacalı, Alpay. Başlangıçtan Günümüze Türkiye’de Basın Sansürü, Gazeteciler Cemiyeti, 1990.
- Koloğlu, Orhan. Osmanlı’dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi, Pozitif Yayınları, İstanbul, 2013.
- Köker, Eser. Feminist Alternatif Medya Üzerine, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık. (1995-1996), (1997).
- Köse, Hüseyin. Alternatif Medya, Yirmidört Yayınevi, İstanbul, 2007.
- Kuruoğlu, Huriye; Aydın, Bermal. Tolumsa Cinsiyet Ve Medya, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014.
- Lernish, Dafna, Gender: Representation İn The Media, (Ed.) Wolfgang Donsbach, The International Encyclopedia Of Communication: 1945-1951, Malden, MA: Blackwell Publishing, 2008.
- Lievrouw, Leah. "Alternatif ve Aktivist Yeni Medya", Kafka Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 2016.

- Mater, Nadire; Çalışlar, İpek. Medyadaki Durumu Tersine Çevirmek, (Der.) Alankuş, Sevdâ. Kadın Odaklı Habercilik,(İkinci Basım) IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 2012.
- Mill, John Stuart. The Subjection Of Women, United Kingdom, 1869.
- Minic, Danica. Feminist Medya Teorisi Ve Aktivizmi, SUB Yayınları, İstanbul, 2016.
- Mitchell, Caroline. “Dangereously Feminine? Theory and Praxis of Women”’s Alternative Radio”Women and Media: International Perspectives. Chapter 8, 2004.
- Murray, Mary. The Law of the Father?: Patriarchy in the Transition from Feudalism to Capitalism, Routledge, London, 2005.
- Mutlu, Erol. İletişim Sözlüğü, Ark Yayınevi, Ankara, 1995.
- Mutlu, Erol. İletişim Sözlüğü, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2017
- Navaro, Ilana. “ABD’de Alternatif Medya”, Kamusal Alan içinde, (der.) M. Özbek, İstanbul: Hil Yayınevi, İstanbul, 2004.
- Öktem, Altay. “Şeytan Aletleri: Genel Kültürden Kenar Kültüre Fanzinler ve Öteki Kitaplar”, Everest Yayınları, İstanbul, 2006.
- Özdemir, Özlem. İki Sistemli Kuram Olarak Sosyalist Feminizm, Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, C. 9, S.2, 2017.
- Özer, Ömer. Liberal Basın, Literatürk Yayınları, Konya, 2010.
- Pelizzon, Sheila Margaret. Kadının Konumu Nasıl Değişti Feodalizmden Kapitalizme, Çev. İhsan Ercan Sadi, Cem Somel, İmge Kitapevi, Ankara, 2009.
- Prehn, O. From Small Scale Utopism To Large Scale Pragmatism, İn Jankowski, N; Prehn, O; Stappers, J. (Eds.) The People’s Voice. Local Radio And Television İn Europe, Paris, London And Rome: John Libbey And Company, 1992.
- Rizomatik Bir Medya Örneği: Sendika.Org, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2015.
- Schell, Jonathen. The Unconquerable World: Power, Nonviolence, And The Will Of The People, Metropolitan, New York, 2003.
- Scott, Alan. Ideology and the New Social Movements, Routledge. Londra, 1990.
- Segal, Lanne. Ağır Çekim, Çev. Ersoy, Volkan. Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1990.
- Shinar, Dov. “Bağımsız Medya ve Barış Gazeteciliği” (der.) Çelenk, Sevilay. Başka Bir İletişim Mümkün, IPS Vakfı, İstanbul, 2008.

- Şakar, Müjdat. Basın İş Hukuku, Beta, İstanbul, 2002.
- Şener, Gülüm; Ögün, Emre, Perrin. “Sokak ile Sibermekân arasında Direniş Ağlarını Örmek: Gezi Parkı Eylemleri”. Y. İncoğlu; S. Çoban (Der.) İnternet ve Sokak. Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2015.
- şning, John D.H. “Alternative Media and the Boston Tea Party”, Questioning the Media: A Critical Introduction içinde, (Ed.) J. Downing; A. Mohammadi, A. Sreberny-Mohammadi, Thousand Oaks, Sage, 1995.
- Taylan, Ahmet. “Alternatif Medya ve Bianet Örneği: Türkiye’de Alternatif Medyaya Dair Etnografik Çalışma”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, 2012.
- Taylor, Charles. Modes of Civil Society. Public Culture 3 no. 1, 1990.
- Timisi, Nilüfer. Medya ve Kadın: Temel Sorun Noktaları. Çitci, Oya. (Ed.). 20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek Konferansı. Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü, Yayın No: 285, 1998.
- Timisi, Nilüfer. Medyada Cinsiyetçilik. Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1997.
- Tokgöz, Oya. Temel Gazetecilik, (Üçüncü Baskı), İmge Kitapevi, Ankara, 1994.
- Tokgöz, Oya. Temel Gazetecilik, İmge Kitabevi Ankara, 2003.
- Tong, Putnam, Rosemarie. Feminist Düşünce, Gündoğan Yayınları, İstanbul, 2006.
- Törenli, Nurcan. “Çağdaş Kamu Yönetimi-Yönetişim Yaklaşımına Eleştirel Bir Bakış: Bilgi Toplumunda İnsani Kalkınmanın Bir Aracı Olarak Kamusal İlgi Gereksiniminin Karşlanması”, İdare Etmek mi? Yönetmek mi? içinde, (Der.) S. Engin, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2007.
- Tuchman, Gaye. Introduction: The Symbolic Annihilation Of Women By The Mass Media, (Eds.) Thuchman, Gaye; Benet, James; Daniels, Kaplan, Arlene. “Hearth And Home: Images Of Womenin The Mass Media”, Oxford University, New York, 1978.
- Uyguç, Ünal; Genç, Ali. Radyo, Televizyon Haberciliği, Avcıol Basım- Yayın, İstanbul, 1998.
- Walker, D “Women as Leaders in Alternatif Media”, içinde Gender and Women's Leadership: A Reference Handbook O'Connor, K (Ed.), Sage Publications, 2010.

- Watkins, Craig; Emerson, Rana. Feminist Media Criticism And Feminist Media Practices, Annals Of The American Academy Of Political And Social Science, Feminist Views Of The Social Sciences, S. 571, 2000.
- Weicheri, Kurt. Die Anderen Medien, Theorieund Praxis Alternativer Kommunikation, Vistas Verlag Gmbh, Berlin, 1987.
- Whitaker, Brian. News Limited: Why You Can't Read All About It, Minority Press Group Series No.5, Minority Press Group, London, 1981.
- Wollstonecraft, Mary. A Vindication Of The Rights Of Women, Gece Kitaplığı, Ankara, 2018.
- Yanikkaya, Berrin; Çoban, Barış. “ Kendi Medyanı Yarat- Alternatif Medya- Kavramlar- Tartışmalar Önekler”, Kalkedon Yayınları, C. 1, İstanbul, 2014.
- Yavuz, Şahinde. Toplumsal Cinsiyet ve Medya Temsilleri, Heyamola Yayınları, İstanbul 2016.

İTERNET KAYNAKLARI

- Akkent, M., (2013), Feminist Kadın Dergilerinin Büyük Büyük Büyükannesi, <http://bianet.org/bianet/kadin/145572-feminist-kadin-dergilerinin-buyuk-buyuk-buyukannesi> 11.04 2019 tarihinde erişilmiştir.
- Al, U. ve Bahşioğlu, H., (2000), “Türkiye’deki Üniversite Kütüphanelerine Ait Web Sitelerinin içerik Açısından Değerlendirilmesi”, Bilgi Dünyası, 1 (2), s. 307 329. yunus.hacettepe.edu.tr/~umutal/publications/webevaluation.pdf, 20.04.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Alankuş, Sevdâ. (2001), “Alternatif Olarak Yerel Medya ve BİA”, <http://www.bianet.org/bianet/medya/908-alternatif-olarak-verel-medya-ve-bia> 11.11.2018 tarihinde erişilmiştir.
- Albert, Michael (1997), “What Makes Alternative Media Alternative? Toward a Federation of Alternative Media Activists and Supporters-FAMAS”, Z Magazine, <http://www.zcommunications.org/what-makes-alternative-media-alternative-by-michael-albert>’den 03.10.2018 tarihinde erişildi.
- Allen, D. (2006), The Eight Characteristics of Women's Media. <http://ekawenats.blogspot.com.tr/2006/05/eight-characteristics-of-womens-media.html> 20.10.2018 tarihinde erişilmiştir.
- Alternative Media Global Project, <http://amgp.skamp.eu.org/map/europe/turkey:bianet> 26.04.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Amargi Feminist Dergi, http://www.amargidergi.com/yeni/?page_id=21 21.03.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Atabek, Ümit (2001b). “Alternatif Medya ve İletişim Teknolojileri”, 2. Ulusal İletişim Kongresi, İstanbul, <http://mediaif.emu.edu.tr/pages/atabek/docs/altermedya.html>, 05.10.2018 tarihinde erişildi.
- Atton, Chris (2001), “Approaching Alternative Media: Theory and Methodology”, International Communication Association (ICA) OurMedia Conference, Washington DC, ABD,

- <http://www.ourmedianet.org/papers/om2001/Atton.om2001.pdf>, 05.10.2018 tarihinde erişilmiştir.
- Bianet, (2010), Tarih Tarih Bianet'in 10 Yılı
<https://m.bianet.org/bianet/medya/121736-tarih-tarih-bianet-in-10-yili>
04.04.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Bianet, <http://bianet.org/bianet/sayfa/hakkimizda> 04.04.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Chomsky, Noam. (1997), “What Makes Mainstream Media Mainstream”, Zmag.<https://chomsky.info/199710/> 17.10.2018 tarihinde erişilmiştir.
- Çakmak Deniz, (2012), “Yurttaş Haberciliği Nedir?”
<https://dagmedya.net/2012/12/30/yurttas-gazeteciligi-nedir-ceviren-deniz-cakmak/> 04.01.2019 tarihinde erişildi.
- Çoban Barış, “Toplumsal Hareketler ve Yeni Alternatif-Radikal Medyalar” (Elektronik Versiyonu) Yeditepe Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi 2011, Sayı:14, Sayfa: 1, https://www.academia.edu/1512589/Toplumsal_Hareketler_ve_Yeni_Alternatif_-_Radikal_Medyalar?auto=download 05.01.2019 tarihinde erişildi.
- Inter Press Service, <http://www.ips.org/institutional/get-to-know-us-2/our-history/> 26.04.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Karahisar Tuba, “Basın İş Kanunu’na Göre Gazetecilerin Yasal Hakları”, <https://dergipark.org.tr/download/article-file/2954> 01.04.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Kırık Ali Murat, Korkmaz Murat, “Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinde Medyanın Rolü” (Elektronik Versiyonu) Uluslararası Hakemli Psikiyatri Ve Psikoloji Araştırmaları Dergisi, Eylül / Ekim / Kasım / Aralık 2014, Sayı: 01, Sayfa: 14, <http://www.uhpdergisi.com/dergi//toplumsal-cinsiyet-esitsizliginde-medyanin-rolu201412.pdf>, 08.03.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Kürkçü Ertuğrul, (2010), “BİA Projesi Nasıl Oluşturdu?” <https://m.bianet.org/bianet/siyaset/743-bia-projesi-nasil-olustu>, 05.04.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Merdoğlu Ebru, “Bilimsel Araştırmada Görüşme Teknikleri” <https://www.guncelpsikoloji.net/arastirma-yontemleri/bilimsel->

arastirmalarda-gorusme-teknikleri-h6154.html 25.04.2019 tarihinde erişilmiştir.

Ölçekçi Haluk, (2016) “Alternatif Bir Medya Olarak Fanzinler”, Yayınlanmış Makale, Gazi Üniversitesi, https://www.jasstudies.com/Makaleler/1386499076_25-Dr.%20Haluk%20%C3%96L%C3%87EK%C3%87%C4%B0.pdf, 28.12.2018 tarihinde erişildi.

Öner, Sema. “Türk Basınının İlk Resmi Gazetesi Takvim-i Vekayi’de Padişah Portresine İlişkin Haberler”, Yıldız Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dergisi, Dergi Park Akademi, <https://dergipark.org.tr/download/article-file/212199> 15.04.2019 tarihinde erişilmiştir.

Palabıyık Osman, (2016), “Bir Direniş Hali: Türkiye’de Fanzinler” <http://www.artfulliving.com.tr/edebiyat/bir-direnis-hali-turkiyede-fanzinler-i-5434> 28.12.2018 tarihinde erişildi.

Sezen Didem (2016), “Otonom Medya Deneyimleri” <https://bianet.org/biamag/medya/172275-otonom-medya-deneyimleri> 22.12.2018 tarihinde erişildi.

Timisi Nilüfer, (2010), “ Medya’da Hak Haberciliği” <https://bianet.org/biamag/medya/124294-medyada-hak-haberciligi> ‘den 18.12.2018 tarihinde erişildi.

EKLER

EK-1 Bianet.org ‘Kadın’ Bölümü Editörü İle Yüz Yüze Görüşme Soru Formu

1. SİZCE ‘KADIN ODAKLI HABERCİLİK’ NEDİR?
2. KİMLERİN/NEYİN/İDEOLOJİNİN HABERİNİ YAPIYORSUNUZ?
3. HABERLERİNİZDE ASIL KAYNAK KİM/NE?
4. HABER ÜRETİRKEN, NASIL BİR YAKLAŞIM, GÖRÜNGE İZLİYORSUNUZ?
5. HABERLERİNİZDE EŞİT VE YETERİ KADAR KADIN TEMSİLLERE YER VERİYOR MUSUNUZ?
6. HABERİ ÜRETİRKEN KULLANDIĞINIZ DİL VE HABERİ YAZIŞ SİSTEMİNİZLE TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİNE KATKIDA BULUNUYOR MUSUNUZ? YOKSA ATAERKİL SİSTEMİN MEDYADA YENİDEN ÜRETİLMESİNE Mİ KATKIDA BULUNUYORSUNUZ?
7. ÇOĞUNLUKLA KİMLERLE İLGİLİ OLUMLU/OLUMSUZ İÇERİKLER ÜRETİYORSUNUZ?
8. HABER KAYNAĞI OLARAK KİMLERİ DAHA AZ TEMSİL EDİYORSUNUZ?
9. NE SIKILIKLA ‘ÖZEL KADIN’ HABERLERİ ÜRETİP YAYINLIYORSUNUZ?
10. ORTALAMA OLARAK BİR GÜNDE HABERLERİNİZİN YÜZDE KAÇI ‘KADIN’ HABERLERİNDEN OLUŞUR?
11. NEDEN BİANET KADIN-LGBTİ AYNI SEKME İÇİNDE YER ALMAKTA?

12. BİANET ‘KADIN’ BÖLÜMÜNÜ DİĞER ALTERNATİF MEDYA ORGANLARINDAN AYIRAN ÖZELLİKLER VAR MI? VARSA NELERDİR?

13. BİANET’İN FEMİNİST GRUPLARLA ORGANİK BİR BAĞI VAR MI?

14. KADIN ODAKLI HABERLERİNİZDEN SONRA HERHANGİ BİR HABERİNİZ, KAMUOYU VE SİSYASİ AÇIDAN POZİTİF YAPTIRIMA NEDEN OLDU MU?

15. KADIN ODAKLI HABERCİLİĞİ/GAZETECİLİĞİ ANA AKIM MEDYANIN İÇERİSİNE SIZDIRABİLMEK ADINA BİR ÇABANIZ/AMACINIZ VAR MI? VARSA BU KONUDA NASIL BİR YÖNTEM İZLİYORSUNUZ?

16. BİANET BÜNYESİNDE KAÇ TANE KADIN GAZETECİ VAR? KAÇI YETKİLİ POZİSYONDA?

17. ÇALIŞMA ŞARTLARINIZI DEĞERLENDİRDİĞİNİZDE KADINLAR AÇISINDAN POZİTİF VEYA NEGATİF AYRIMCILIĞIN YAPILDIĞI BİR ORTAM VAR MI? VARSA ÖRNEKLENDİREBİLİR MİSİNİZ?

18. BİANET’TEN BAŞKA BİR MEDYA KURUMUNDA ÇALIŞTIYSANIZ, KADIN ODAKLI HABERCİLİK ÜRETİMİ BAĞLAMINDA KURUMDAKİ KADIN GAZETECİLERE SAĞLANAN İMKAN, YETKİ VE İSTİHDAMLARI KISACA KARŞILAŞTIRIR MİSİNİZ?

19. ALTERNATİF MEDYA İÇERİSİNDE, ‘KADIN ODAKLI HABERCİLİK’ YÖNTEMİNİ BENİMSEMEMİŞ VEYA DAHA AZ DİKKATE ALAN KURUMLAR VAR MI? (İSİM VERMENİZE GEREK YOK ELEŞTİRİ GİBİ DÜŞÜNEBİLİRSİNİZ.)

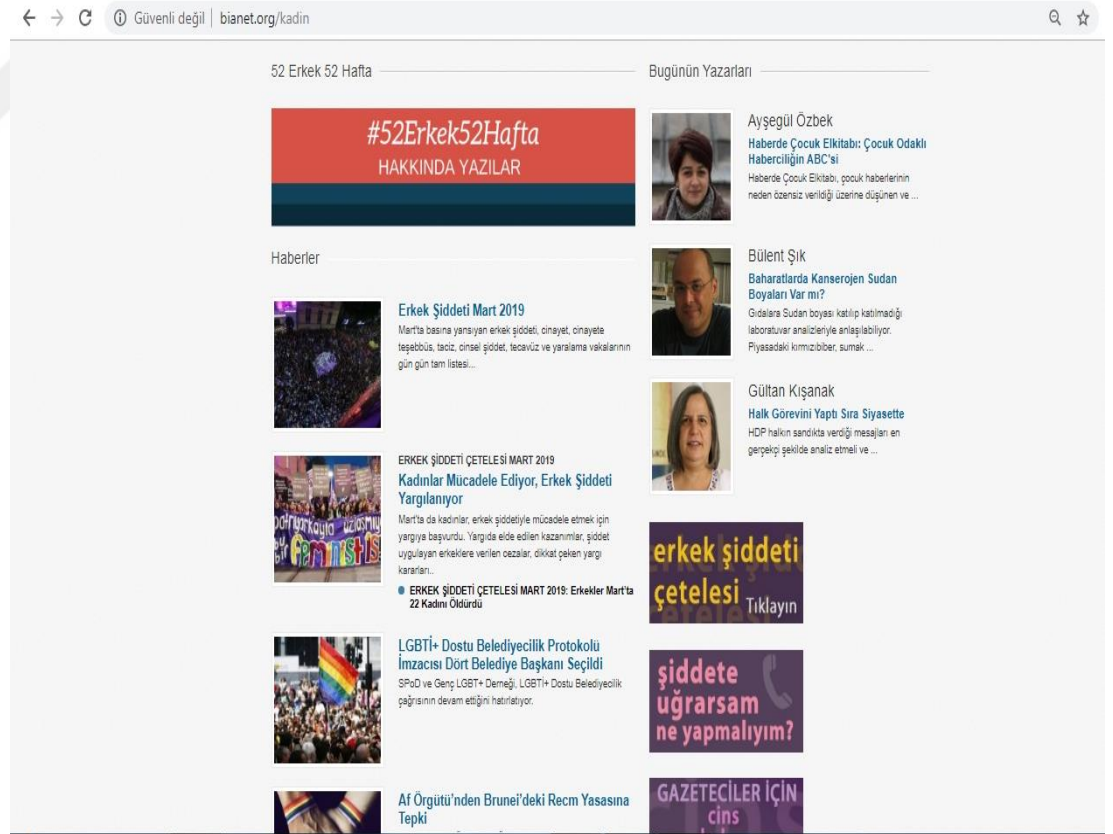
20. ÖNÜMÜZEDEKİ BEŞ YILI GÖZ ÖNÜNE ALDIĞINIZDA TÜRKİYE AÇISINDAN ‘KADIN ODAKLI HABERCİLİK’ VE ‘FEMİNİST ALTERNATİF’ MEDYANIN GELİŞİMİNİ/GELECEĞİNİ NASIL ÖN GÖRÜYORSUNUZ?

EK-2 WEB SİTESİNDEN GÖRSELLER

a) Ana sayfa



b) Ana Sayfa Orta Kısım(1)



c) Ana Sayfa Orta Kısım(2)

← → ↻ Güvenli değil | bianet.org/kadin

52 Erkek 52 Hafta

Bugünün Yazarları

#52Erkek52Hafta
HAKKINDA YAZILAR

Haberler

Erkek Şiddeti Mart 2019
Martta başına yansıyan erkek şiddeti, cinayet, cinayete teşebbüs, taciz, cinsel şiddet, tecrübe ve yaralama vakalarının gün gün tam listesi...

ERKEK ŞİDDETİ ÇETELESİ MART 2019
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor
Martta da kadınlar, erkek şiddetiyle mücadele etmek için yargıya başvurdu. Yargıda elde edilen kazanımlar, şiddet uygulayan erkeklerle verilen cezalar, dikkat çekici yargı kararları.

ERKEK ŞİDDETİ ÇETELESİ MART 2019: Erkekler Mart'ta 22 Kadını Öldürdü

LGBTİ+ Dostu Belediyecilik Protokolü İmzacısı Dört Belediye Başkanı Seçildi
SPAD ve Genç LGBTİ+ Derneği, LGBTİ+ Dostu Belediyecilik çalışmalarını devam ettiriyor.

Af Örgütü'nden Brunei'deki Recm Yasasına Tepki

Bugünün Yazarları

Ayşegül Özbe
Haberde Çocuk Elkitabı: Çocuk Odaklı Haberçiliğin ABC'si
Haberde Çocuk Elkitabı, çocuk haberlerinin neden önemli olduğu üzerine düşünün ve ...

Bülent Şık
Baharatlarda Kanserojen Sudan Boyaları Var mı?
Gıdalara Sudan boyası katılıp katılmadığı laboratuvar analizleriyle anlaşılıyor. Piyasadaki kırımcıların: sumak ...

Gülten Kışanak
Halk Görevini Yaptı Sıra Siyasette
HDP halkın sandıkta verdiği mesajları en gerçekçi şekilde analiz etmeli ve ...

erkek şiddeti çetelesi
Tıklayın

şiddete uğrarsam ne yapmalıyım?

GAZETECİLER İÇİN cins

d) Ana Sayfa Orta Kısım(3)

← → ↻ Güvenli değil | bianet.org/kadin

Af Örgütü'nden Brunei'deki Recm Yasasına Tepki
Uluslararası Af Örgütü (UAÖ) Küresel Meseleler Direktör Yardımcısı Cookburn, "Brunei yetkilileri söz konusu yasanın uygulamaktan vazgeçmeli" dedi.

Kadınlardan Şule Çet için Videolu Adalet Çağrısı: "Suçlu Sor?"
Şule Çet cinayeti davasının ikinci duruşması 15 Mayıs 2019'da görülecek.

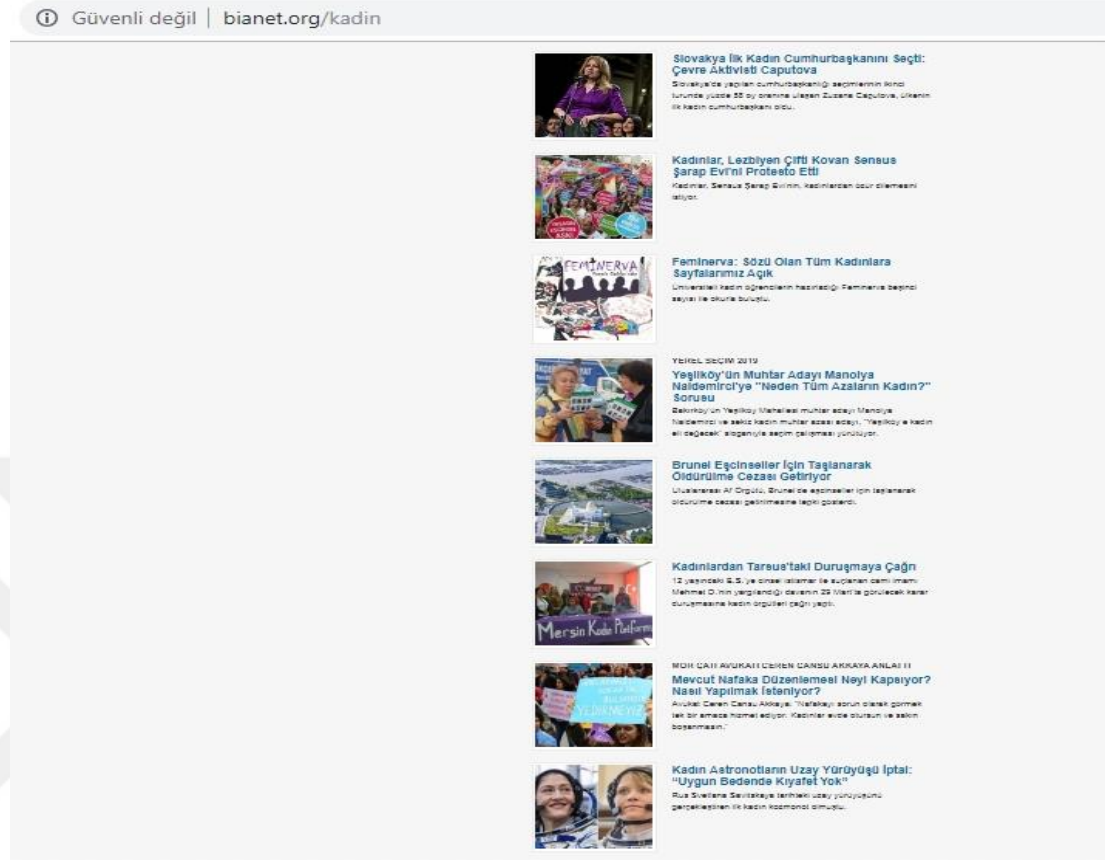
Kadınlar HDP'li 58 Belediyeyi Erkeklerle Birlikte Yonetecek
2019 Yerel Seçimleri ne eş başkanlık sistemiyle giren HDP, seçime girdiği tüm il ve ilçelerde bir kadın bir erkek belediye başkanı aday göstermişti. Buna göre, seviz il ...

81 İle 4 Belediye Başkanı Kadın, 77 Belediye Başkanı Erkek
Resmi olmayan yerel seçim sonuçlarına göre, sadece dört ilde kadın belediye başkanı seçildi.

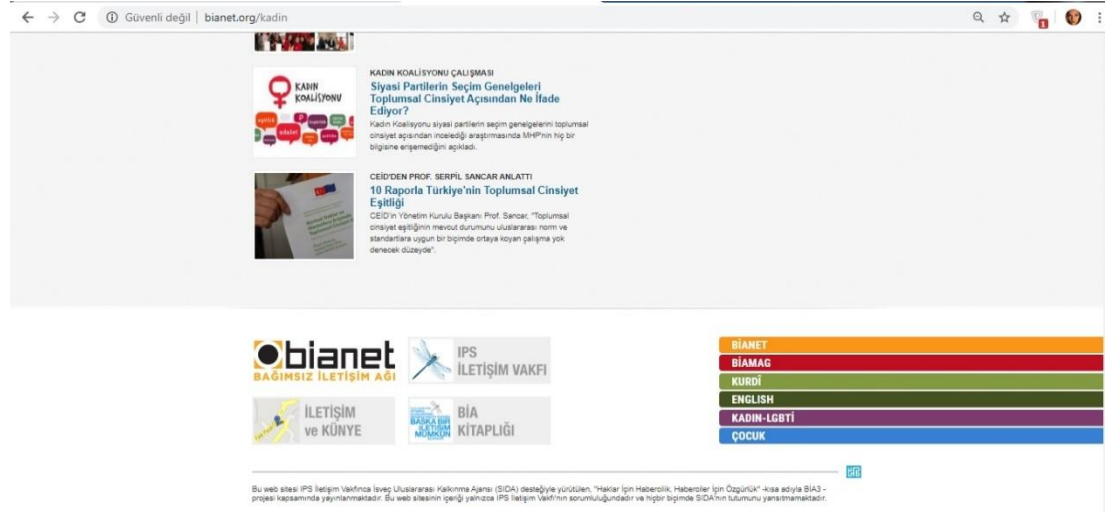
Slovakya İlk Kadın Cumhurbaşkanı Seçti: Çevre Aktivisti Caputova
Slovakya'da yapılan cumhurbaşkanlığı seçimlerinin ikinci turunda yüzde 58 oy oranına ulaşan Zuzana Caputova, ülkenin ilk kadın cumhurbaşkanı oldu.

GAZETECİLER İÇİN cins bakışı sözlüğü

e) Ana Sayfa Orta Kısım(4)



f) Ana Sayfa Son Kısım



g) Erkek Şiddeti Çetelesi (Üst Kısım)

← → ↻ ① Güvenli değil | bianet.org/kadin/bianet/133354-bianet-siddet-taciz-tecavuz-cetelesi-tutuyor

bianet • BİANET • BİAMAG • KURDİ • ENGLISH • KADIN-LGBTİ • ÇOCUK

Erkek Şiddeti Çetelesi 9/4/2019

Kadınlar hemen her gün cinsel şiddete, tacize ya da tecavüze uğruyor, yaygın medya da bu taciz, tecavüz, şiddet haberlerini sıradan vakalar olarak sayfalarına taşıyor. Biz taciz, tecavüz ve şiddet konusunda haberler yapmaya, kadınların mücadelesini aklamaya devam edeceğiz ancak kadına yönelik şiddetin bir dokümanın de olmasını istediğimizden, yaygın medyanın haberlerini kullanarak şiddetin çetelesini tutuyoruz...

2019

Erkekler Mart'ta 22 Kadın Öldürdü
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor
Erkek Şiddeti Mart 2019

Erkekler Şubat'ta En Az 23 Kadın Öldürdü
Erkek Şiddeti Şubat 2019
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor

Adliyeden Bakınca / Erkek Şiddeti: "Bize Anlatılabilir mi Katil Yüzü Nasıl Oluyor?"

Erkekler Ocak'ta 23 Kadın Öldürdü
Erkek Şiddeti Ocak 2019
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor
Aile Mahkemelerinde Bir Gün

2018

Erkek Şiddetinin 2018 Grafiği

bianet Şiddet, Taciz, Tecavüz Çetelesi Tutuyor
bianet neredeyse hergün yaygın medyada okuduğumuz kadına yönelik şiddet, taciz, tecavüz haberlerinin çetelesini tutuyor.

İstanbul - BİA Haber Merkezi

Beğen 527 Paylaş Tweet

BİA TOPLUMSAL CİNSİYET ODAKLI HABERCİLİK KÜTÜPHANESİ
www.haberdetopluksalcinsiyet.org

Anahtar Sözcükler
kadına yönelik şiddet kadına yönelik cinsel şiddet

İlgili Haberler

h) Erkek Şiddeti Çetelesi (Orta Kısım 1)

← → ↻ ① Güvenli değil | bianet.org/kadin/bianet/133354-bianet-siddet-taciz-tecavuz-cetelesi-tutuyor

2018

Erkek Şiddetinin 2018 Grafiği
Erkekler 2018'de 255 Kadını Öldürdü

ERKEKLER 2018'de
61 KADINA TECAVÜZ ETTİ
ERKEKLER 188 KADINI TACİZ ETTİ
ERKEKLER
aralarında kız çocuklarının da olduğu
516 KADINI
SEKS İŞÇİLİĞİNE ZORLADI

Erkekler Aralık'ta 30 Kadın Öldürdü
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor
Erkek Şiddeti Aralık 2018
Erkek Şiddetine Adliyeden Bakınca: Erkekler 43 Mahkemede Yargılandı

Erkekler Kasım'da 22 Kadın Öldürdü
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor
Erkek Şiddeti Kasım 2018
Erkek Şiddetine Adliyeden Bakınca: Erkekler 38 Mahkemede Yargılandı

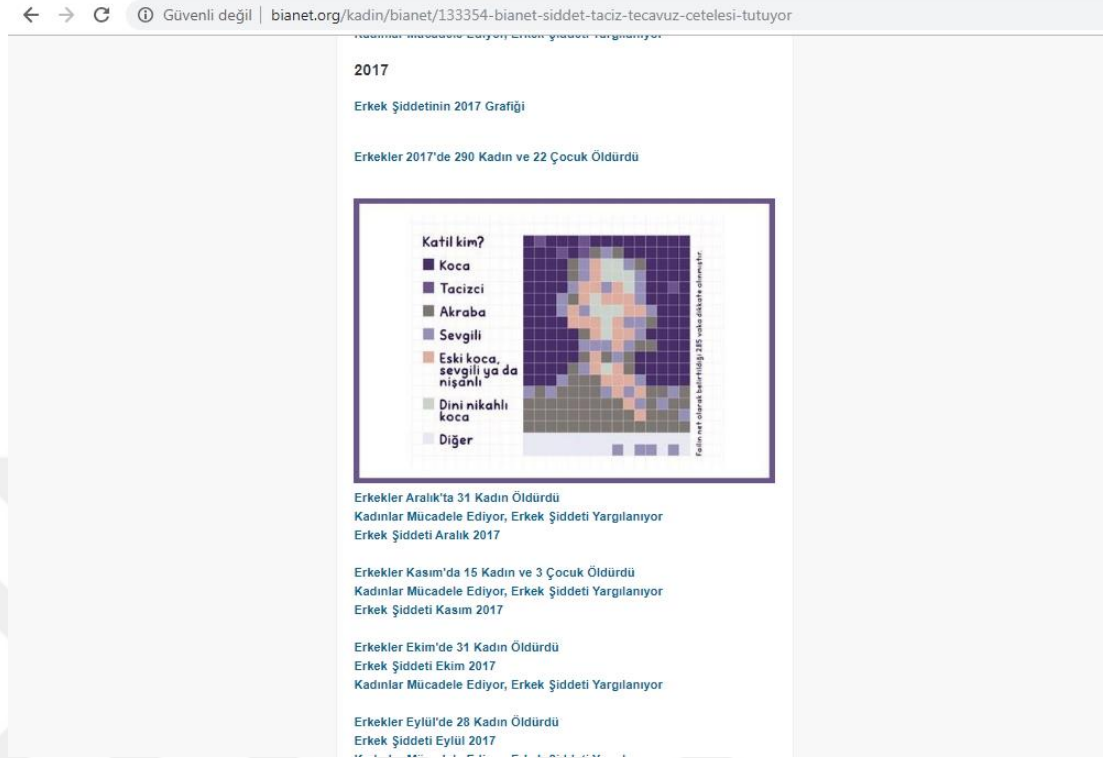
Erkekler Ekim'de 20 Kadın Öldürdü
Erkek Şiddeti Ekim 2018
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor

Erkekler Eylül'de 23 Kadın Öldürdü
Kadınlar Mücadele Ediyor, Erkek Şiddeti Yargılanıyor
Erkek Şiddeti Eylül 2018

İlgili Haberler

Neden Erkek Şiddetinin Çetelesini Tutuyoruz?
01 Ekim 2009
Erkek şiddetinin çetelesini tutmak fiori; gazetelemin cinsiyetçi dilde şiddetli yenden ureliyor olmasına, kadına ...

i) Erkek Şiddeti Çetelesi (Orta Kısım 2)



j) Şekil 11: Bağlantılar

← → ↻ Güvenli değil | bianet.org/kadin/baglantilar

19:18 son güncelleme | [Bianet Bültenine Abone Ol](#) | [f](#) [t](#) [s](#) [v](#)

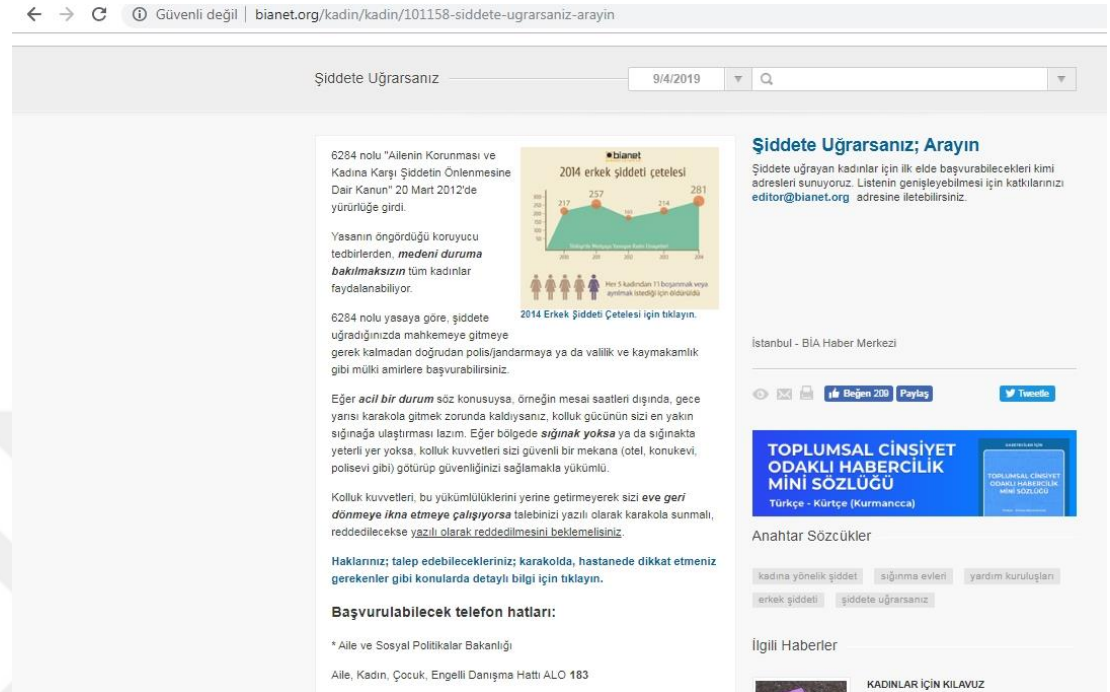
bianet KADIN-LGBTİ

• BIANET • BİAMAG • KURDİ • ENGLISH • KADIN-LGBTİ • ÇOCUK

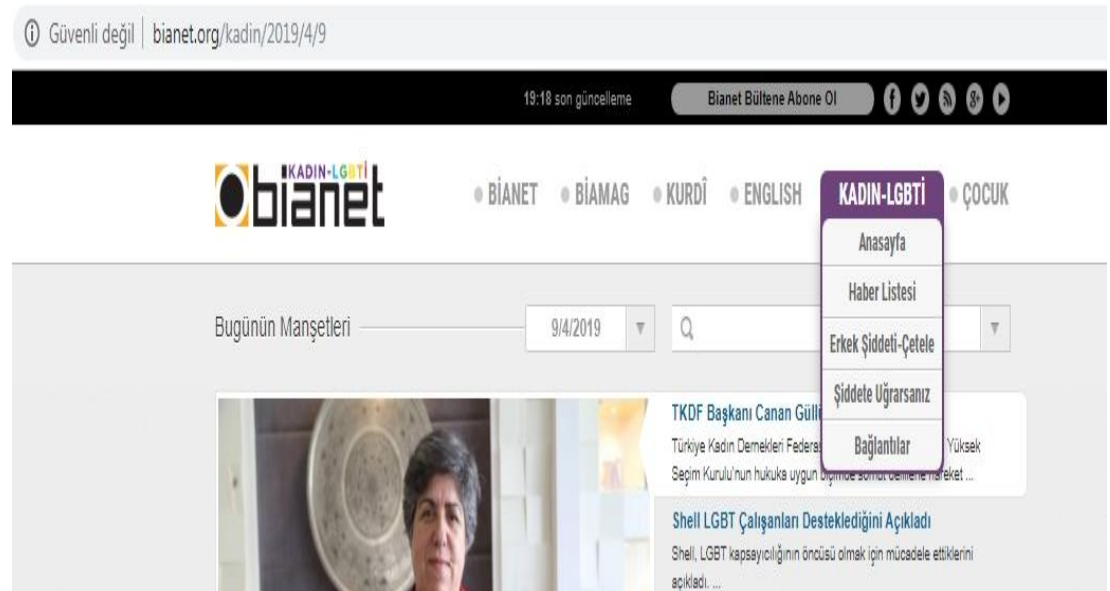
Bağlantılar 9/4/2019 Q

Türkiye	Dünya
Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı	Birleşmiş Milletler Kadınlar İçin Kalkınma Fonu (UNIFEM)
Amargi Kadın Akademisi	BM Kadın ve Cinsiyet Eşitliği Üzerine Kurumlar Arası Ağ (WomenWatch)
Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Demeği (KADER)	Uluslararası Af Örgütü - Kadına Yönelik Şiddet Kampanyası
Türkiye Kadın Girişimciler Demeği (KAGIDER)	Avrupa Konseyi Kadın Erkek Eşitliği Yönetim Komitesi
Ayrımcılığa Karşı Kadın Hakları Demeği (AKDER)	BM Kalkınma Programı (UNDP)
Uçan Süpürge	
Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)	
Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu (SHÇEK)	
Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü	
Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)	
Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Türkiye	
kadın haberleri	
Akoder	
Kadın İnsan Hakları-Yeni Çözümler Vakfı	
Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı	
Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü (KSSGM)	
Van Kadın Demeği (VAKAD)	

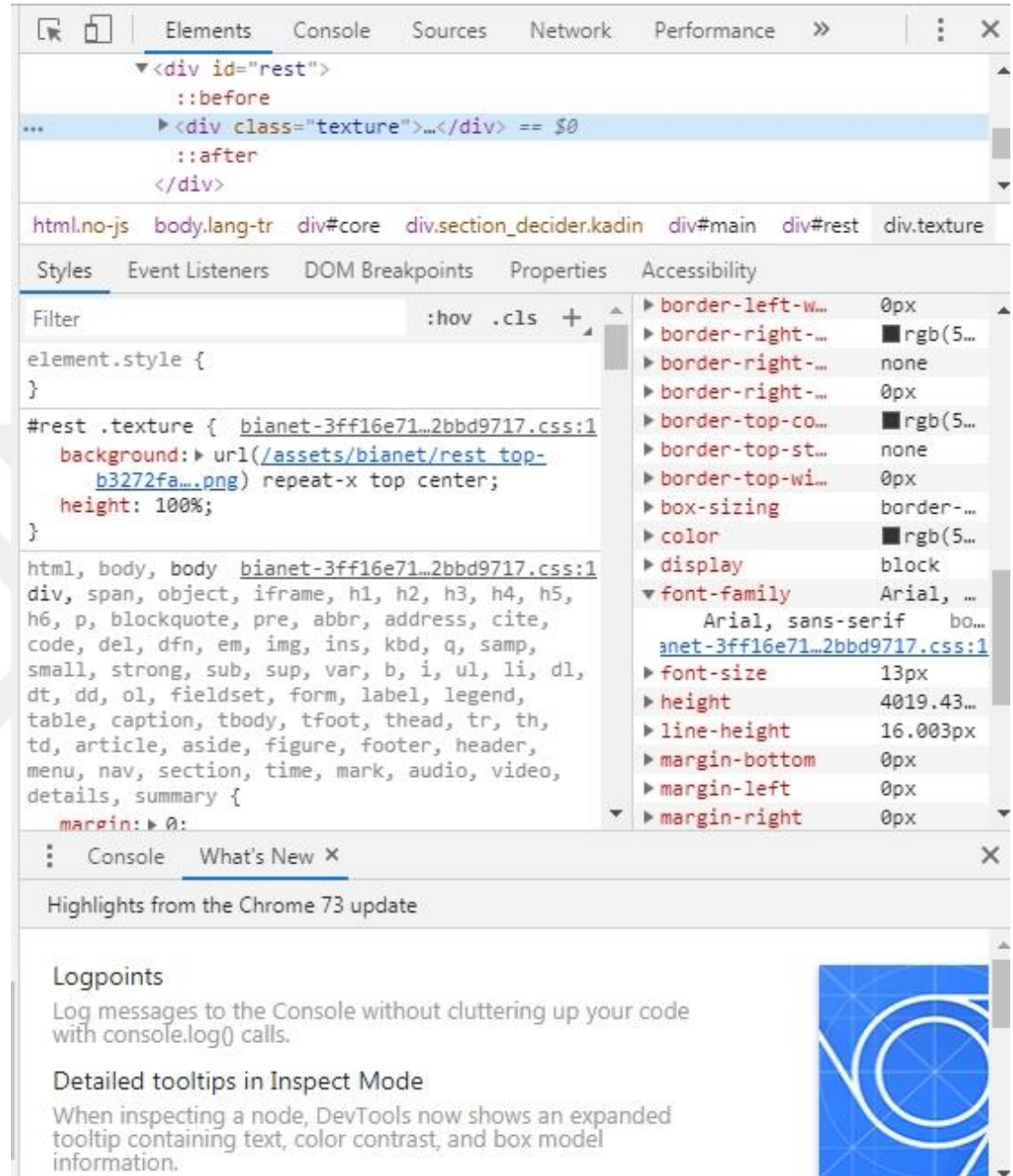
k) Şekil 12: Şiddete Uğrarsanız Bölümü



1) Şekil 13: Kadın Bölümün Tüm Alt Bölmeleri



m) Bianet ‘Kadın’ Web Sitesi Ana Sayfası HTML Kodlama ve Tasarım



ÖZGEÇMİŞ

13 Eylül 1993 tarihi, Ankara İli doğumluyum. İlk ve Orta Okulu, Hacettepe Beytepe İlköğretim Okulunda, Liseyi Çankaya Kılıçarslan Lisesinde tamamladıktan sonra, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümünü kazandım. Bu bölümden 2016 yılında mezun oldum.

Beş yıl boyunca yerel ve ulusal gazetelerde muhabir, editör ve araştırmacı gazeteci olarak çalıştım.

2016 yılında da, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya Ve İletişim Sistemleri Bölümünde yüksek lisans eğitimine başladım.

Özel ilgi alanlarım; haber ve haber yazma teknikleri, temel gazetecilik, Alternatif medya, kadın odaklı habercilik, feminist teori, feminist medya, internet haberciliği, toplumsal cinsiyettir.

Aday: Gözde AKTEKİN