



akademia

'FEMİNİST ALTERNATİF MEDYA'NIN İŞLEYİŞİ ÜZERİNE

Özet

Egemen düşünme biçimlerinin yaygınlaştırıldığı ve pekiştirildiği anaakım medyanın tarafsız olmayan yayın anlayışına muhalif olarak yayın hayatlarına başlayan ve anaakım medyanın aşılamaayan yapısal sorunlarını aşmaya çalışan alternatif medya örneklerinin aldığı mesafe bir türlü istenilen noktaya gelememiştir. Bu oluşumun içinde yer alan feminist alternatif medya örnekleri de aynı akıbetle karşı karşıya kalmaktadır. Her ne kadar kadın hareketleri, varolan medyayı eleştirerek dönüştürmeye çalışmanın yanı sıra, mali kaynak gerektirdiği için gerçekleşmesi çok zor olan bir işe girilerek kendi medyasını kurmaya ve devam ettirmeye çabalasa da; yine mali sorunlar ve yeterli ilgi alanları oluşmadığı için mesafe alınamamaktadır. Yeni hedeflerle yola çıkan feminist alternatif medya mecralarının bazıları sona ermektedir. Özellikle yeni medyanın sunduğu geniş imkanlardan yararlanarak Türkiye'de bu süreci internet yayıncılığı ile aşmaya çalışan örneklerde ise hedeflenen amaçlar gerçekleşmemiştir. Kadın hareketinin medyada bir farkındalık oluşturmayı başarmasına rağmen anaakım medyadaki toplumsal cinsiyet örüntülerinin yapı-bozuma uğratılması ve alternatif bir medya oluşturulması noktasında sorunlar aşılamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Medya, Feminist Alternatif Medya, Kadın Hareketi.

On Feminist Alternative Media

Abstract

Examples of alternative media first appeared with a counter stance to the non impartial publishing philosophy of dominant mainstream media which disseminate and reinforce dominant thinking structures, are far from the expected level. That's the case with the feminist alternative media productions regarded under this genre. Although feminist movements not only criticize and try to modify current media, but also try to establish and sustain their own media, which requires financial support and resources; they can't go any further as there are financial issues and they cannot instill sufficient level and fields of interest. Having set out for new objectives, some of the alternative feminist media outlets come to a halt. Expected outcomes couldn't be achieved in cases of Turkish feminist media movement notwithstanding the fact that they make use of unprecedented facilities and resources presented by the new media and Internet broadcasting. Although the feminist movement did achieve to raise awareness in the media, there are still issues waiting for solution in the deconstruction of social gender patterns in the media and forming an alternative media.

Keywords: Alternative Media, Feminist Alternative Media, Feminist Movement.

Giriş

Feminist alternatif medya kavramını irdelemeden önce alternatif medyanın ne olduğu ve hangi özellikleri nedeniyle feminist hareket için bir çıkar yol olarak görüldüğünü anlamak, sonrasında da böylesi girişimlerin ve oluşumların hangi aşamalardan geçtiği ve bu yapılanma içinde nasıl bir yol izlemeye çalışıldığını ortaya koymak gerekmektedir. Feminist mücadelede alternatif medya önemli bir noktaya tekabül etmektedir. Kadının temsili ve toplumsal örüntülerin oluşmasında önemli bir konum teşkil eden medyanın, feminist anlayışın tersine işleyen bu düzenden beslenmesi ve bu yapıyı koruma çabaları, eylem/hareket temelli bir aktivist ruhun doğmasına neden olmuştur. Bu yapılaşma eleştirel düşünen kadınları harekete geçirmiş, yerleşik ataerkil maddi ve sembolik üretim biçimlerine meydan okuma ve geleceği eşitlikçi-özgürlükçü bir perspektiften yeniden biçimlendirme projesinin önemli bir ayağı olan alternatif kavramını gündeme taşımıştır.

Bu yapılaşmanın temel dinamiklerini ortaya koyabilmek için ilk önce alternatif medyanın özelliklerinden ve kadın hareketin alternatif medyaya yönelmesinin nedenlerinden bahsetmek yerinde olacaktır. Alternatif medya kavramı son 30 yıldan bu yana iletişim çalışmalarına konu olmaya başlamıştır (Gibbs ve Hamilton, 2001, 117). Alternatif medyanın ortaya çıkışı 1960'lı yılların sonu ve 1970'lerin başına denk gelmektedir (Kidd, 1999, 1). Avrupa, Latin Amerika, ABD, Avustralya ve Kanada gibi ülkelerde feminist ve çevreci hareketlerin ve sosyalizmin artışı gösterdiği bir dönemde alternatif medyanın ortaya çıkışı, alternatif medyanın sosyal hareketlerin destekleyici unsuru oluşu ve demokratikleşme sürecindeki rolü ile bağlantılıdır (Atton, 2002, 41; Alankuş, 2000, 140). Egemene alternatif olarak betimlenen alternatif medya, azınlık gruplarının ve alt sınıfların iletişim sürecine katılımına olanak vermesi ve dinleyici/izleyici ile medya organı arasında yatay bir iletişim sağlamasıyla demokratik bir yapı kazanır (Atton, 2002, 8). Bütün bu özelliklerle bezenmiş bir medya yapılanması elbette kadın hareketi için önemli seçenek olmuştur. Çünkü kadın kurtuluşu hareketinin toplumsal mücadelesi aynı zamanda bir demokrasi mücadelesidir. Demokrasi ise tam ve özgür bir iletişim ortamını gerektirmektedir. Ancak kitle iletişim tarihi, bu araçlar aracılığıyla belirli kesim ve gruplar adına tanımlar yapıldığını, buna karşılık grupların kendilerini ifade etmeleri için çekinceli kaldıklarını ortaya koymaktadır. Bu gruplardan birini de kadınlar oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçları bu nedenle kadın çalışmalarının ve kadın kurtuluş hareketinin toplumsal eleştirilerinin temelinde yer alan kuramlardan biri olmuştur. Bu bir iktidar eleştirisinin parçasıdır. Kitle iletişim araçları kadın ve kadınlık hakkında oluşturduğu imgelerle kadın kimliğinin tanımlanmasında geleneksel öğelerin altını çizirken, aynı zamanda bu araçların kamusal alanın özünde yer almaları, genel olarak özel alana hapsedilmiş kadının bu alanda sözünün değersiz görülmesine neden olmuştur (Timisi, 1997, 1). Zaten feminist hareketinin özünde de kadının değersizleştirilmesine karşı bir direniş yatmaktadır.

Öte yandan anaakım medyada kadının temsili hep sorunlu bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumdan oldukça rahatsız olan feminist hareket, medyada en çok anne, eş ve cinsel nesne olarak işlenmesine karşı hep tavr almıştır. Ancak, az olmakla birlikte kadının medyada meslek sahibi olarak farklı yaşantılarla temsil edildiği durumlar da vardır. Bu durumlarda bile genellikle medya farklı kadın tiplerini ve farklı kadın yaşamlarını 'dişilik' paydası altında ortaklayarak, erkek egemen ideolojinin 'ideal' kadın imgesini yeniden üretir. Bu kadının en önemli özelliği, dış görünüşüdür (Gencel-Bek ve Binark, 2000, 14). Kadınlar kendi kimliklerini temsil etmeyen bu imgelerle mücadele etmeye başlamışlardır. Kadınların medyaya erişim, katılım ve denetiminin önünde de birçok engel vardır. Bunların başında erkeğin kadını kendisine tâbi gördüğü ataerkil toplum yapısı gelir. İletişim araçlarının mülkiyetinde tekel ya da yoğunlaşma, bir kaç büyük medya grubunun endüstriye egemen olması, medyanın erkekler tarafından denetimi, medya kurumlarında yeterince kadının çalışmaması, çalışanların da üst konumlara getirilmemesi, alt pozisyonlarda ve sorumluluğun ve iktidara katılımın daha az olduğu işlerde çalışmaları, medyanın siyasasında ve içeriğinde de çok etkili olmaktadır. Ticari kanalların gelir kaynağının reklamlar olması, reklamların ise çok izlenmeye bağlı olarak artması medyanın genelde kabul gören yaygın değer ve düşünceleri barındırmasına yol açmaktadır. Böylece, toplumsal cinsiyet ve kadınlara ilişkin sorunlar ticari kanallarda kâr getirecek ya da önemli konular olarak görülmeyip toplumsal cinsiyete ilişkin basmakalıp temsiller her gün yeniden üretilmektedir (Gencel-Bek ve Binark, 2000, 32). Bu sorunların varlığı ve inşa sürecindeki medyanın konumu kadınlar tarafından daha fazla sorgulanıp, medyaya yoğunlaşmalarını sağlamıştır. Ancak kitle iletişim araçlarının toplumsal sistem içerisindeki yapısı ve işleyişi muhalif söylem tarzlarının politik, kültürel ve toplumsal bir güç oluşturmaları yönünde önemli engeller oluşturduğu zaman içinde görülmüştür. Medyada kadınların daha fazla çalışması ve karar verme mekanizmalarında daha fazla etkili olmaya başlamaları bile üretilen mesajlardaki cinsiyetçi dilin dönüştürülmesi için yeterli olamamıştır. Örneğin, Amerikan gazeteciliği kadın egemen bir alan haline gelmiş ancak gazetecilerin

toplumsal konumları zayıflamış ve ücretleri azalmıştır. van Zoonen'in kuramsal kusurlar olarak nitelendirdiği bu tür siyasal hayal kırıklıkları, toplumsal cinsiyetin homojen ve evrensel bir anlamı olan ikili bir sınıflama olarak kavramsallaştırılması ve medyanın, sırasıyla toplumun ataerkinin ve kapitalizmin kontrol gereksinimlerine yardım olduğu biçimindeki öncülü ile ilgidir (1997, 312). Diğer yandan iletişim araçları her ne kadar feminist muhalefeti tanıyor ve kadınların mücadelesini geniş kitlelere aktarıyor görünse de feminizmin temel ilkelerini, vazgeçilmez bir tüketici pazarı olarak gördüğü kadınları etkilemek için kullanmıştır (Timisi, 2002, 418).

Alternatif Oluşum İçinde Feminist Medyanın Özellikleri

Egemen düşünme biçimlerinin anaakım medya organlarıyla yaygınlaştırılmasını önlemek için yeni bir iletişim biçimi kurmak isteyen kadınlar, dünyanın farklı yerlerinde farklı yollar bulmuşlardır (Köker, 1997, 25). Bu oluşumların en önemli ayaklarından birini de alternatif medya oluşturmuştur. Başta alternatif medyayı egemen medyadan ayıran ana unsur; dinleyici/izleyiciyi ana gelir kaynağı olarak kabul eden, amacı kazancı artırmak olan, toplumdaki hiyerarşik yapıyı korumaya yardımcı olan ve genellikle büyük ticari kuruluşlar tarafından yönetilen egemen medyaya karşın, alternatif medyanın, kar amacı gütmeyen, ticari kuruluşlardan bağımsız bir yapıya sahip oluşu ve mevcut hiyerarşik yapıyı yıkmaya çalışarak, yeni bir medya düzeni ve sosyal düzen oluşturmaya çalışmasıdır (Albert, 1993, 2). Alternatif medyanın filizlendiği 1970'li yıllara damgasını vuran feminist muhalefet de iletişim araçlarıyla üretilen mesajların dönüştürülmesi mücadelesine girmiştir. Feminist hareket içinde kitle iletişim araçlarının çeşitli açılardan eleştirilerin merkezinde olması, kadınların yeni ve farklı iletişim modelleri geliştirmelerinin itici gücünü oluşturmuştur (Timisi, 2002, 417).

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 (akt. Köker, 1997, 31). 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, direnmeçi 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). Diğer amaçlarını ise şöyle sıralayabiliriz; “- Medyanın kadınlarla ilgili içeriğini artırmak, geliştirmek, - Feminist harekete görünürlük sağlamak, hareketi mobilize etmek, - Kadın konuları denen şeyleri tüm diğer konularla ilişkilendirmek, - Kadınları bilgilendirmek, - Feminist bir kamusal alan oluşturmak, - Egemen kamusal alana feminist bileşenler sokmak, - Kadınların bakış açılarının, medya aracılığıyla, toplumu dönüştürmesine katkıda bulunmak.” (Ross ve Carolyn, 2006).

Bugüne kadar varolan kadın medyasının üzerinde durulan ve örgütlenmenin temelini oluşturan ilkelere de kısaca değinirsek; bunlardan ilki birçok özelliği ortaya koyan katılımdır. Feminist iletişim araçlarının ortak paydası katılımdır. Toplumsal iletişimi bozan kitle iletişim araçlarına küçük bir azınlığın egemen olmasına karşı çıkan feminist medya, medya organlarına sahip olmada tam ve eşitlikçi bir katılımı öngörür. Böylece iktidar ilişkilerini sorgulayan bu yapıyla birlikte mülkiyet yapısıyla ilgili ortaya çıkan sorunları bertaraf etmek fırsatı doğacaktır. Dolayısıyla feminist medyanın kâr etmek gibi bir niyetleri yoktur. Reklam bu yapının koşulu değildir; bu araçların çıkarılmasında topluluğun gönüllü katkıları esastır. İkincisi ise etkileşimdir. Egemen anlayışın oluşturduğu yapıda merkezden kitleye doğru bir mesaj aktarımı söz konusudur. Yani mesajın üreticisi ve alıcısı kesindir. Feminist medya ise bu ayrımı ortadan kaldırarak, bu süreçte topluluğun bütün üyelerini hem kaynak hem de alıcı olarak tasarlamıştır. Bir diğer ilke ise otoritenin sorgulanmasıdır. Feminist medyanın yönetiminde ve mesajın oluşturulmasındaki kolektif ve katılımcı yapısı otoriteyi tek merkezli olmaktan çıkarıp tek tek her bireye yayar. Son olarak bu ilkelere arasında olumlu ayrımcılık vardır. Her alanda toplumsal örüntüler yüzünden geri kalan kadınları teşvik edecek politikaların uygulamaya konulması olumlu ayrımcılık olarak adlandırılmaktadır. Buradaki amaç başlangıç aşamasında eşit bir konumda olmayan kadın ve erkek temsili arasındaki açığı kapatmaya yöneliktir. Hakim medyada egemen olan erkek anlayışının kırılması düşüncesiyle feminist medyada erkeklerin çalışması engellenmiştir. Bu yapılanma hem kadınların kendi başlarına çalışma biçimlerini

kendilerinin geliştirebileceğini göstermesi açısından hem de kadınların özgürce konuşabildikleri bir ortam oluşması bakımında önemlidir. Kısaca değinilen bu unsurlar feminist medyayı hakim iletişim araçlarından ayıran temel özelliklerdir (Timisi, 1997, 54-58).

Feministlerin medyaya karşı duruş biçimlerinden biri kadınlar tarafından çıkartılan yazılı yayınlardır. Öncelikle feminist düşüncenin yaygınlaştırılması amacıyla küçük, yoğun ve aktif kadın grupları arasında haber mektupları ve el ilanları gibi küçük çaplı iletişim araçları kullanılmaya başlanmıştır. Ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde farklı ilgilerle örgütlenen kadın grupları, öncelikle yer altı notları ile birbirleriyle iletişim kurmuşlardır. Bu iletişim modeli bilinç yükseltme tekniğinin bir uzantısı olarak görülürken, giderek dergi, gazete, radyo ve son dönemlerde televizyon ve yeni iletişim teknolojileri de yaygın olarak kullanılarak, geniş toplumsal kesimlerin kadın konularına duyarlılıkları artırılmaya çalışılmıştır. 1970'li yıllarda başlayan süreçle birlikte kadınların kendileri için yaptığı en önemli işlerin başında kendi iletişim araçlarına sahip olmaları, kendi iletişim biçimlerini varolan egemen iletişim ortamında yaşatma çabaları gelmektedir. Bu kadınların düşünce ve ifade özgürlüğü, çoğulcu iletişim adına gerçekleştirdikleri en önemli kazanımdır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de bu yönde adımlar atılmıştır (Köker, 1997, 28-29).

Türkiye ve Dünya'dan Örnekler Çerçevesinde Feminist Alternatif Medyanın İşleyiş Biçimleri

Küçük ölçekli iletişim araçlarının dışında 1970'lerden itibaren kadınlar toplumsal kesimlerin tümüne erişmeyi sağlayacak olan araçları da kullanmaya başlamışlardır. Bunlar arasında özellikle dergi ve gazeteler ilk sıraya oturmaktadır (Timisi, 1997, 58). Ancak birçok problemle karşı karşıya kalan feminist alternatif medya kuruluşları özellikle mali sorunlar yüzünden son dönemlerde yeni medyaya yönelmektedir. Etkinliklerini ve yapılanması bu mecra üzerinden yapılandırmaya başlayan feminist hareket, 2000'li yıllarda farklı bir oluşumun içindedir. Bu bölümde feminist alternatif medyaya örnek teşkil eden yayınlardan özellikle dergilere ve dergilerin internet yayınlarına, aynı zamanda bu yayın kurumlarının işleyiş biçimlerine ve aksayan noktalarına vurgu yapılmaya çalışılacaktır.

Kadın örgütleri, medyayı eleştirerek dönüştürmeye çalışmanın yanısıra, mali kaynak gerektirdiği için gerçekleşmesi çok zor olan bir işe girerek kendi medyasını kurmaya ve devam ettirmeye çabalamaktadır. Örneğin Hindistan'da Kali for Woman örgütü, Asya'nın en önde gelen yayınevlerinden birine sahiptir. 1984'de Asya'da *Kadın ve Medya* kitabıyla başlangıç yapan yayınevinin kitapları çeşitli dillere çevrilerek uluslararası ölçekte satılmaktadır. Yine Hindistan'daki bir diğer kadın örgütü, Jagori, kadın hareketine mesajlar taşımak için farklı araçları kullanarak broşürler, posterler ve kasetler üretmektedir. FIRE (Feminist Uluslararası Radyo Denemesi), Kosta Rika'da internet üzerinden İspanyolca ve İngilizce yayın yapan ilk feminist radyo istasyonudur. FIRE'da kadının insan hakları, çevre, ırkçılık, cinsellik, eğitim, sanat ve kültür gibi çeşitli temalar toplumsal cinsiyet bakış açısından ele alınmaktadır. Aynı zamanda kadınlara ilişkin etkinlikler, konferanslarla ilgili özel yayınlar yapılmaktadır. Radyo istasyonu 100'den fazla ülkede dinlenebilmektedir. Şili'de Fempress adlı örgüt medya ve internet için feminist makaleler ve radyo programları hazırlamakta, Suriye Kadın Birliği Arap Kadınının Dergisi'nin yanısıra Sinema Kulübü'nün çalışmalarını desteklemektedir. Filistin'de Filistinli Kadınlar Birliği tarafından diğer örgütlerle etkileşim içinde Filistin toplumundaki kadının basmakalıp rollerle temsil edilmesini ortadan kaldırmayı amaçlayan televizyon ve radyo programları yapılmaktadır (Gencel-Bek ve Binark, 2000, 44). Örneklerini sunduğumuz bölgelerin genellikle ekonomik açıdan geri kalmış ve toplumsal açıdan da ataerkil yapının daha baskın olduğu ülkeler olduğu görülmektedir. Ataerkil yapının hakim olması noktasında Türkiye'nin de örnek olarak gösterilen ülkelere nazaran daha etkin bir profil çizdiğini söyleyebiliriz.

1970'li yıllarda Batı demokrasilerinde yeniden ivme kazanan feminist kadın hareketleri, 1980'lerden sonra Türkiye'de de benzeri bir hareketin yeşermesine zemin hazırlamıştır. Bu dönemde gerek sivil toplumun gelişmesi gerekse aktivistlerin eylemleri ile kadına ilişkin çeşitli konular ve sorunlar kamuoyuna taşınmış, yaklaşımlar çeşitlenmiş, kadın örgütlerinin sayısı artmaya başlamış, yeni bir feminist bilinç oluşmuştur (Gürcan ve Özdoğan, 2006, 52; Çakır, 2006). Kadınların feminizmi tartışmaya açmalarıyla birlikte feminist olarak nitelenebilecek yayınların artışı ivme kazanmıştır. 1980 sonrasında Ankara ve İstanbul'da biraraya gelen kadınlar bu yayınların ortaya konulmasında en büyük paya sahiptirler. Bu gruplarda bir araya gelen kadınların özellikleri; orta sınıf, okumuş, çoğu akademisyen, sanatçı ve yazar olmalarının yanı sıra 1980 öncesi dönemin toplumsal hareketleri içinde sol, Marksist gelenek içinden gelmekte olmalarıdır (Timisi, 1998, 421).

Türkiye'de farklı mecralarda yayın hayatına giren feminist alternatif medyanın özellikle dergicilikte belirli bir mesafe aldığını ancak sadece bu alanda dikkat çeken bir yayının politikası izleyebildiğini görüyoruz. 1985 yılında kadınlar tarafından sahip olunan ilk feminist medya örneği olan Feminist dergisi yayın hayatına geçmiştir. Reklamdan ve piyasa ilişkilerinden uzak duran dergide, gönüllülük esasına dayanan bir çalışma sergilenmiştir. 1988 yılında ise ikinci bir feminist dergi olan Sosyalist Feminist Kaktüs, 1995'de Pazartesi adıyla yeni bir dergi aylık olarak yayın hayatına girmiştir (Timisi, 1997, 63-64). Feminist hareket içinde yer alan farklı gruplarca çıkartılan dergilerden bazıları şunlardır: Feminist, Sosyalist Feminist Kaktüs, Mavi Çorap, Eksik Etek, Rosa, Pazartesi, Roza, Jujin, Kadın Bülteni, Kadın Postası, Emekçi Kadınlar Bülteni (Köker, 1997, 35). Diğer yandan bu dönemde yer altı notlarını hatırlatan fanzinler de bazı örnekleriyle ortaya konulmuştur. Fanzinler, belirli bir alt-kültür grubu taraftarları tarafından, hatta bazen tek bir kişi tarafından kendi ilgi alanları ile ilgili olarak yine kendi-kendilerine yayınladıkları, çoğunlukla alternatif formatlarda (el yazısıyla veya gazetelerden kesip yapıstırarak vb.) ürettikleri dergiler/gazetelerdir (Alankuş, 2005, 68). Ancak alternatif örgütlenme biçimiyle bağımsız kadın dergileri mevcut yapı içerisinde uzun soluklu olamamışlardır. Yayın hayatlarındaki süreksizlikleriyle dikkat çeken dergiler, bu anlamda profesyonel ilgiler aracılığıyla değil, grup aidiyetinin sözünün kurulması için var olduklarından, gerek mali dayatmalar gerekse çalışma yükü fazlalığı nedeniyle kısa sürelerle ve sınırlı sayılarla çıkmışlardır. Alternatif kadın dergilerinde sektörün hiyerarşik ilişkilerine karşı duruş da birçok problemin yaşanmasına zemin hazırlamıştır. Haber yapım sürecinde olsun toplantılara katılımda olsun resmi ve gayri resmi kurallar devreye girmiş; feminist medyalardaki örgütlenme biçimini ve dergilerin yapılmasını zorlaştırmıştır.

Diğer yandan Türkiye'de feminist alternatif dergilerin Pazartesi dışında kalanları ulusal dağıtım ağları içinde yer almamışlardır. Aslında bir zorunluluk olarak gerçekleşen bu ortamda dergiler, dağıtımlarını abonelik veya kitapçevleri aracılığıyla sağlamıştır. Ayrıca dergiler, alternatif yayıncılığın ilkelerinden biri olan, tecimsel reklam almama anlayışını uygulamaya çalışmışlardır (Köker, 1997, 38). Ancak tüm dünya bu anlayıştan taviz vererek, alternatif medya olma özelliğini kaybeden örneklerle doludur. Doğrudan ve katılımcı bir politika izlemeleri ve kâr amacı gütmemelerine karşılık geniş kesimlere seslenmenin pratik olarak maliyeti, bu tür yayınların reklam almalarına neden olmuştur. Bu duruma örnek olarak Kenya'da yayınlanan Viva, Almanya'da Emma ve Amerika'da Ms dergileri verilebilir. Okurların yaygın katılımıyla belirlenen içerik düzenlemesine karşılık, reklama duyulan ihtiyaç dergiyi birçok kısıtlamayla karşı karşıya bırakmıştır. Bunun sonucu olarak da dergiler kısa sürede sıradan kadın dergilerine dönüşmüştür (Timisi, 1997, 58). Yine de kadını meta olarak gösteren reklamlardan öte pazar payı az olan ürünlerin reklamlarına yönelmeleri alternatif anlayışının tamamen kırılmadığını göstermektedir.

Türkiye'deki Feminist Alternatif Medya Alternatif Olabildi Mi?

Türkiye'de yayınlanan feminist dergilerin özellikle son dönemlerde yeni medyaya kaydığını görmekteyiz. Bu kapsamda Türkiye'deki örneklerine baktığımız zaman; kadınlara mahsus gazete olarak kendini nitelendiren Pazartesi önceleri www.pazartesi.org sonrasında da www.pazartesidergisi.com adresindeki web sitesinde; Amargi feminist dergisi önceleri www.amargi.org.tr sonrasında da www.amargidergi.com adresindeki web sitesinde ve Kültür ve Siyasette Feminist Yaklaşımlar dergisi www.feministyaklasimler.org adresindeki web sitesinde; Türkiye ve dünyadan kadın haberleri, yazı ve röportajlara yer veren bir platform olarak Uçan Süpürge, www.ucansupurge.org adresindeki web sitesinde yayın hayatlarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. Peki Pazartesi dergisi alternatif bir medya kurumu mudur? Ya Amargi dergisi veya Feminist Yaklaşımlar sitesi alternatif medya kurumları mıdır? Bu kurumlarda kararlar nasıl alınıyor? Alternatif bir web sitesinin veya internet servis sağlayıcısının nasıl olması gerekir? Hangi dışsal koşullar 'alternatif' amaçlardan ödün vermeye zorluyor ve bu çerçevede verilen ödümler dışsal baskılara verilen mantıklı yanıtlar mı, yoksa kurumların içindeki kararlılık eksikliğini mi yansıtıyorlar; buna nasıl karar verebiliriz? Bütün bu sorular, en azından alternatif medyayı alternatif kılanın ne olduğuna bağlıdır. Başat yanıt şimdiye kadar hep öz-tanımlama olagelmıştır. Bazı örnekler haricinde alternatif medya ilkelerine tam olarak uyan bir yayın kuruluşu neredeyse yoktur. Alternatif bir medya kuruluşunun kendine özgü nitelikleri vardır ancak hangi niteliklerin alternatif olduğu konusunda hiçbir zaman yaygın şekilde dile getirilmiş bir mutabakat olmamıştır (Albert, 2006). Ayrıca bu soruların yanıtları, halen internet aracılığıyla da yayınlarını sürdüren daha önce bahsedilen dört yayın organı incelenerek, verilmeye çalışılacaktır.

İlk başta bu dört yayın kurumlarının reklam almayarak anaakım medyadan net bir şekilde ayrıldığını belirtmek gerekmektedir. Bu kurumlar yayın hayatlarını devam ettirmek için abonelik sistemiyle satış yapmakta ya da bağlı bulunduğu dernek veya vakfa yapılacak destek çağrılarıyla gerekli maddi ihtiyaçlarını temin etmektedirler. Ayrıca habercilerin çalışma pratikleri içinde ve haber idaresi birimlerinde haber değeri atfedilmeyen kürtaj, aile içi şiddet, tecavüz, eşcinsel aşk, kadın sağlığı gibi gündelik yaşam eleştirisiyle beslenen, özel alanın içinde kabul edildiğinden dile getirilmeyen sorunların (Köker, 1997, 30), bu yayın organlarınca sıkça işlendiği görülmektedir. Bu yayın anlayış yapısıyla dahi ana akım medyaya karşı alternatif bir duruş sergilediklerini söylemek mümkündür. Okur/yazar ikiliğinin kaldırılmasına ilişkin çaba ise büyük oranda kendini gerçekleştirilememiştir. Diğer özellikleriyle değerlendirdiğimiz zaman bu yayınların alternatif yayıncılık şablonuna tam olarak uymadığını, kendi yapılarına göre farklı uygulamalara başvurduklarını belirlenmektedir.

Bu yapıya örnek oluşturabilecek ve ilk akla gelebileceklerden biri ‘popüler feminist yayın projesi’ olarak hayata geçen ve ulusal dağıtım ağına giren ilk süreli yayın olan *Pazartesi* dergisidir. Kadın Kültür ve İletişim Vakfı’nın yayın organı olarak 1995 Mart ayında yayın hayatına başlayan *Pazartesi Dergisi*, kadınların sadece kurban ya da mağdur olarak haber değeri taşıdığı ulusal yaygın medyaya karşı farklı bir habercilik anlayışı gütmüştür. Bu açıdan feminist alternatif medya özelliğini taşıdığını söylemek mümkündür. 2002’nin Mart ayında maddi sebeplerle yayın hayatına ara veren dergi 2003 Kasım sayısı ile birlikte yeniden yayın hayatına dönmüştür. Alternatif medyanın kurumsal anlamda işleyiş biçimi, mevcut sektörel yapı içinde hayat bulmasını zorlaştırmaktadır. Böylesi bir durumun yaşanması alternatif medyanın yapılanmasının getirdiği sektörel uyumsuzlukla doğrudan alakalı olarak görülmektedir. Ayrıca dergi, okurlarıyla yazarları arasında hiyerarşi kurmayarak her okurunun aynı zamanda derginin yazarı olabileceğini göstermiş ve kadınların buldukları alanda kağıda dökmek istedikleri her şeye sayfalarında yer vererek (Demir, 2012, 217) alternatif medya özelliğini ortaya koymuştur. *Pazartesi Dergisi*, 106 sayı boyunca aylık dergi olarak sürdürdüğü yayınını 2006 yılında iki aylık dosya seçkiler halinde sürdürmeye karar verirken güncel habercilik yapacağı alanı da internet web sitesi olarak belirlemiştir. Amaçlarını bu şekilde daha fazla kadına ulaşmak, daha fazla kadının katkısıyla daha dolu bir dergi çıkarabilmek olarak belirleyen dergi, 2007 yılının sonundan beri web sitesini güncellenmediği gibi basılı olarak da varlığını sürdürmemiştir. Dergide olduğu gibi basım, dağıtım ve idari yapılarla uğraşmadan mali problemlerle karşılaşmadan yayın hayatını sürdürmenin kısmen mümkün olduğu bir internet sitesi aracılığıyla *Pazartesi Dergisi* sadece arşiv sayılarıyla yayın hayatını sürdürmeye çalışmaktadır. Binlerce kadına ulaşmak, sitede yer alacak forum aracılığıyla kadınlarla iletişim sağlamak ve en önemlisi feminizm üzerine tartışma ortamı oluşturmak amacıyla (Demir, 2006) açılan sitede bugün sadece derginin eski sayılarına ulaşılabilir. Özellikle yeni medyanın sunduğu geniş imkanlara rağmen beslenen umutlar ve hedeflenen amaçlar gerçekleştirilememiştir.

Ataerkillik ve onunla bütünleşmiş iktidar sistemlerine karşı ve alternatif seçenekler için feminist teoriyi yaygınlaştırmak ve güçlendirmek isteyen *Amargi*, parti, devlet gibi merkezi yapılardan örgütsel olarak bağımsız bir oluşumdur. Hiyerarşik bir örgüt olmayan *Amargi*’de bir yönetim organı yoktur. Hedeflerini, ihtiyaçlar doğrultusunda, komisyonlar, atölyeler ve çalışma grupları aracılığıyla hayata geçirmektedir. Herkes kendi yürüttüğü çalışmada inisiyatif sahibidir. Örgütlenme modeli statik değil ve sürekli olarak çalışma tarzlarını ve ilkeleri gözden geçirip değiştirebiliyorlar. *Amargi* dergisi, kurulduğu 2006 yılından bu yana, iki editör tarafından yürütülüyor: Pınar Selek, Aksu Bora. Yayın kurulunda hiç erkek yok, etkinlikler de sadece kadınlara açık. 3 ayda bir yayınlanan *Amargi Feminist Dergisi*, özellikle yurtiçi ve yurtdışı aboneliklerle yayın hayatını sürdürmektedir (amargi.org.tr, amargidergi.com). Böylece üzerindeki mali baskıları hafifletmeye çalışan *Amargi*, reklam almayarak alternatif yayıncılıkta ısrar etmektedir Okuyucunun aynı zamanda yazar olabileceği bir ortam olmamasına rağmen; okuyucuların projelere ve sosyal medyanın imkanları dahilinde aktif şekilde tartışmalara katılımı sağlanarak, alternatif yayıncılık bir nebze olsun gerçekleştirilmiş olmaktadır.

Kültür ve Siyasette Feminist Yaklaşımlar, dört ayda bir çıkan elektronik bir dergidir. Yayın politikası gereği kültürlerin ve kimliklerin çeşitliliğini gözeten; anti-militarist ve demokratik bir çizgiyi benimseyen Feminist Yaklaşımlar'ın feminist aktivizm ile feminist teorinin buluşabileceği bir zemin oluşturmak hedefleri arasındadır. 2006 yılında yayın hayatına başlayan ve internet üzerinden abonelik sistemi ile çalışan dergi şimdilerde tüm makaleleri internet sitesinden okurlarıyla paylaşmaktadır. Mali bağımsızlığın sağlanması adına derginin çıkarılabilmesini sağlayacak altyapı koşulları için de okurlardan sitede belirtilen hesap numaralarına destek yapmaları istenmektedir. Yayın kurulunda yine sadece kadınlar vardır. Mor renkli tasarımıyla dikkat çeken site, okuyucunun yazar olabileceği alternatif medya özelliğini taşımamaktadır. Kadın gündemlerini dikkate alarak oluşturulan dergi çerçevesi, yayın kurulu ile danışma kurulu arasındaki görüş alışverişisiyle şekillenmektedir. Materyallerin yayınlanmasına yayın kurulunun ve hakemlerin onayının ardından karar verilmektedir. Dergide, feminist inisiyatifin öncelikli bir konumda bulunması anlamında kadınlar lehine pozitif ayrımcılık uygulanmaktadır. Kadınlar tarafından yazılmış metinlere de öncelik verilmektedir (feministyaklasimlar.org). Bu yapısıyla dergi, duruşu noktasında alternatif medyaya örnek teşkil etmektedir ancak feminist alternatif medyanın ilkelerinin tam olarak uygulandığı söylenemez.

Uçan Süpürge 1996 yılında Ankara'da bir grup kadın tarafından kurulmuştur. Kuruluş amacını; kadın kuruluşları ve kadın hareketine duyarlı kişiler arasında iletişim, işbirliği ve dayanışmayı arttırmak, onların deneyimlerini genç kuşaklara aktarmak, ulusal ve uluslararası bir iletişim ağı oluşturmak olarak belirlemektedir. Kendini 'iletişim merkezi' olarak tanımlayan Uçan Süpürge toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasını, kadınların güçlenmesini ve eşitsizlikten kaynaklı sorunların çözümüne katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Uçan Süpürge; bölge toplantıları, radyo ve televizyon programları ve en önemli etkinliklerinden biri olan Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali'ni gerçekleştirmektedir. Uçan Süpürge'nin dergisi Uçan Haber ise yayın hayatına 1998 yılında başlamıştır. İlk yıllarda iki aylık periyotlar halinde ve 'bülten' formunda yayımlanan Uçan Haber, zamanla sayfa sayısını arttırıp ele aldığı konuları derinlemesine inceleyerek 'dergi' halini almıştır. Uçan Haber, 2007 yılının başından bu yana özel sayı olarak yayımlanıyor; "Medya", "Yerel Siyaset", "Erken ve Zorla Evlilikler". Üç özel sayı Uçan Haber arşivinde yer almaktadır. 'Kadın ve Medya' başlıklı özel sayısı 24. kez basılan Uçan Haber, iki yılda bir de İngilizce olarak yayımlanmaktadır. Derginin yanı sıra, kadın örgütlenmesi, uluslararası sözleşmeler, iletişim eğitimi gibi birçok konuda yapılan atölye çalışması, eğitim ve seminerlerin sonucunda hazırlanan kitaplarla birlikte sinemayla ilgili yayınlar da faaliyetleri arasında yerini almaktadır. Diğer yandan Uçan Süpürge'nin 14 Şubat 2002'de açılan www.ucansupurge.org adresindeki web sitesi, toplumsal cinsiyete duyarlı habercilik yapan, Türkiye ve dünyadan kadın haberleri, yazı ve röportajlara yer veren bir platform oluşturmuştur. Uçan Süpürge'nin alternatif medya özelliklerini taşıyan etkinliklerinden biri ise yerel kadın muhabirler ağını kurmuş olmasıdır. 2003 yılında kurulan bu kadın haber ağı, yereldeki kadın haberlerinin gündeme taşınması, kadınların kendi haberlerini yaparak taleplerini ve önceliklerini görünür kılması amacıyla kurulmuştur. Böylece gönüllü muhabirlerden oluşan alternatif bir kadın haber ağı örgütlenmesi ortaya çıkmıştır (Doğan, 2012, 221). Bu çerçevede örgütsel yapı anlamında alternatif medya özelliğini tam olarak gerçekleştiremeyen Uçan Süpürge, mali noktada piyasadan ve reklamdaki uzak kalmayı başarmıştır. Bu açığı ise Uçan Süpürge Kadın İletişim ve Araştırma Derneği'ne yapılacak bağışlar ve etkinlikler için sponsorluk faaliyetleriyle gidermeye çalışmaktadır.

Sonuç

Egemen medyanın dikey iletişimine karşı yatay bir iletişim sağlaması (Downing, 1995, 1) ve küçük azınlıkların fikirlerini savunması (Atton, 2002, 12) alternatif medyanın başlıca özellikleridir. Alternatif medya organizasyonlarının, radikal sosyal değişikliklerin destekleyicisi olduğu Hamilton ve Atton (2001, 121) tarafından vurgulanmaktadır. Belirtilen ilk hedefin gerçekleşmediği ülkemizde, alternatif medyanın radikal sosyal değişikliklerin destekleyici olarak mesafe aldığını söylemek mümkündür. Türkiye'ye özgü durumlar,

yapılaşmış haber üretim süreçleri veya sektörel ve idari yapının zorlamaları nedeniyle alternatif medya ilkelerinin ele alınan yayın organları tarafından yeterince uygulanmadığını belirtmek gerekmektedir. Bu durumda mevcut gazetecilik anlayışları/pratikleri farklı ölçütlerle yeniden tanımlanabilir. Ayrıca, 'yepyeni' gazetecilik anlayışlarının/pratiklerinin peşine de düşülebilir, hatta düşülmelidir. Nitekim alternatif medya örgütlenmeleri bunu çeşitli biçimlerde yapmaya çalışmışlar ancak yeterli derecede zemin bulamamışlardır. Burada en önemli görev okuyucuya düşmektedir. 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. Yani, sivil toplum medyası cephesinde umut veren yeni bir gelişme yok (Alankuş, 2005). Kadınlar için çeşitli iletişim araçlarını kullanmak özellikle bilgisayar ağı olarak interneti kullanmak bu noktada bir çözüm olabilir; tabi ki yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı noktasındaki cinsiyetçi ayrımın üstesinden gelinmek kaydıyla. Kadınların alternatif medyasını güçlendirmek ve okuyucular arasında anaakım medyaya karşı eleştirel bir bakış açısı geliştirilmelidir. Feminist alternatif medyanın, bilinç oluşturma ve dikkat çekme noktasında çözüm olabileceği düşünülmektedir ancak genelde 'marjinal' olarak algılanmasının önüne geçilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Alankuş, S. (2000). *Alternatif Olarak Yerel Medya ve Bir Girişim. Bağımsız İletişim Ağı, Özgür Üniversite Formu, Sayı 12. s. 132-151.*
- Alankuş, S. (2005). *İkinci Baskı Önsözü. S. Alankuş (Der.), Gazetecilik ve Habercilik. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları: 7, s. 11-14.*
- Albert, M. (1993). What Make Alternative Media Alternative?. Erişim: 6 Ocak 2007, <http://www.zmag.org/instructionals/rtinstrue/id93.htm>.
- Albert, A. (2006). *Alternatif Medyayı Alternatif Kılan Nedir?* Erişim: 15 Aralık 2006, www.bgst.org/keab/albert20061112.asp.
- Atton, J. (2002). *Alternative Media. London: SAGE Publications.*
- Çakır, S. (2006). *Türkiye'de Kadın Tarihi Çalışmaları-1* Erişim: 28 Nisan 2006, <http://www.bianet.org/2006/04/28/78369.htm>.
- Demir, B. (2006). *Pazartesi Artık İnternet'te de Olacak.* Erişim: 18 Ocak 2006, <http://www.bianet.org/2006/01/18/73505.htm>.
- Demir, B. (2012). *Alternatif Kadın Medyası Örneği: Pazartesi Dergisi*, S. Alankuş (Ed.). Kadın Odaklı Habercilik. İstanbul: BİA. s. 211-218.
- Doğan, S. (2012). Uçan Süpürge: Yerel Kadın Muhabirler Ağı'nın Öyküsü ya da Hayat, Haberdır. S. Alankuş (Ed.). *Kadın Odaklı Habercilik*. İstanbul: BİA. s. 219-226.
- Downing, J. (1995). *Alternative Media and the Boston Tea Party, Questioning the Media*. California: Sage Publication.

- Gencel-Bek, M. ve Binark, M. (2000). *Medya ve Cinsiyetçilik*, Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, Ankara.
- Gibbs, P. L. ve Hamilton, J. (2001). *Alternative Media in Media History. Media History*, Vol.7 (2). pp. 117-118.
- Gürcan, A. ve Özdoğan, F. (2006). *Türkiye'de Kadın Hareketi Tarihi ve Aile Araştırma Kurumu. Kadın Çalışmaları Dergisi*, 1 (3), s. 50-63.
- Hamilton, J. ve Atton, C. (2001). Theorizing Anglo – American Alternative Media: Toward a contextual history and analysis of US and UK scholarship". S. Alankuş (Ed.). *Media History*, Vol. 7, No.2. pp. 119-135.
- Köker, E. (1997). *Feminist Alternatif Medya Üzerine, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık*. (1995-1996), s. 23-44.
- Kidd, D. (1999) The Value of Alternative Media. *Peace Review*. Vol.11. pp. 113-117.
- Ross, K. Carolyn, M. (2006). *Women and Media: A Critical Introduction*, Blackwell Publishing.
- Timisi, N. (1997). *Medyada Cinsiyetçilik*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Timisi, N. (1998). *Medya ve Kadın: Temel Sorun Noktaları. O. Çitci (Ed.). 20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek Konferansı. Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü*, Yayın No: 285. s. 407-424.
- Timisi, N. (2002). *1980'ler Türkiye'si'nde Feminist Hareket: Ankara Çevresi. 90'larda Türkiye'de Feminizm*. İstanbul: İletişim Yayınları. s. 13-40.
- van Zoonen, Liesbet (1997). Medyaya Feminist Yaklaşımlar. S. İrvan (Der.). *Medya Kültür Siyaset*. Ankara: Ark Yayınları. s. 301-335.

İnternet Kaynakları

www.amargi.org.tr / www.amargidergi.com

www.feministyaklasimlar.org

www.pazartesi.org / www.pazartesidergisi.com