

KADIN CİNAYETLERİNİN ALTERNATİF MEDYADAKİ ALGISI

Sevim Büşra KÖSE
Marmara Üniversitesi
sevimbusrakurtulus@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-7106-3859>

Erhan AKYAZI
Marmara Üniversitesi
eakyazi@marmara.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-2463-2200>

Geliş tarihi / Received: 02.03.2020

Kabul tarihi / Accepted: 27.03.2020

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v06i1003

ÖZ

Kadın Cinayetleri özellikle günümüzde alternatif medyada kendisine önemli bir yer edinmiş toplumsal bir problem niteliğindedir ve tüm haber mecralarında yer almaktadır. Sosyal medyada kendine farkındalık oluşturacak aynı zamanda yayılımını sağlayacak bir nitelik kazanmıştır. Ulaştığı kitle, kitlenin ürettiği içerikler, kitleye yönelik kampanyalar göz önünde bulundurulduğunda dijital medyanın günümüzde ne kadar etkili bir mecra olduğunu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda çalışma dijital medyanın ülkemizde kadın cinayetleri sorununun kamuoyuna taşınmasında etkinliğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede dijital mecranın hem etkileneni hem de etkileyeni konumundaki kullanıcılarına yine dijital ortam üzerinden yapılan anket sorularının analizi yöntemi tercih edilmiştir. Anket yolu ile veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Bu araştırmada aktif sosyal medya kullanıcılarının kadın cinayetleri özelinde alternatif medyadaki tutumları, toplumsal figürlerin yaptıkları paylaşımların etkisi, geleneksel medya ile kıyaslandığında alternatif medyanın konu özelinde nerede durduğu ve kadın cinayetlerine yönelik yaptırımları bu kitlenin ne kadar caydırıcı bulduğu üzerine sorular yöneltilmiş ve veriler işlenerek çıkarımlar elde edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Kadın Cinayetleri, Geleneksel Medya, Alternatif Medya, Medya ve Kadın.*

PERCEPTION OF FEMICIDE IN ALTERNATIVE MEDIA

ABSTRACT

Especially today femicides have gained an important place in the alternative media, and qualifies as a social problem, and takes place in all news mediums. This social problem has gained a quality that will create self-awareness and spread it through social media tools. In this study, the questions of active social media users' attitudes on femicides on the alternative media, the effect of the social figures' sharings, where the alternative media stand in relation to the traditional media and the sanctions against femicides, and how detrimental this audience finds the sanctions for femicide were questioned and conclusions were drawn from the obtained data. It is observed how effective the digital media is as a medium considering the audience that it reaches today, the content produced by the audience, and the campaigns aimed at the audience. As a purpose and method in the context of reflection of digital media on the femicide problem, data were collected and analyzed from the users of this media through questionnaires.

Keywords: *Femicides Traditional Media, Alternative Media, Women and Media*

GİRİŞ

Kadın cinayetleri, dünyanın birçok toplumunda önüne geçilmek istenilen bir sorun niteliğindedir ve tüm haber mecralarında yer almaktadır. Kadınların taciz, tecavüz, namus davaları, kıskançlık ve benzeri birçok insanlık dışı sebeplerle darp edildikleri, öldürüldükleri veya tehdit edildiklerini normal bir habermiş gibi sürekli gözlemlenmektedir. Bir insanlık suçu olan cinayetler, söz konusu kadınlar olduğunda normal karşılanmaktadır, her kadının bu risk ve baskı altında yaşayarak kendilerini bu gibi tehditlerden koruyabilmek için kendilerince birtakım önlemler almaları beklenmekte ve bu gibi önlemleri almadıkları zaman birçok davada hafifletici sebepler olarak zanlı kimseleri çeşitli ithamlardan arındıracak bir sebepmiş gibi mahkemelerde kullanılmaktadır. Örneğin kadının gece dışarıda olması, kılık kıyafeti ile ilgili teşhircilik ithamları veya ilişki yaşadığı bir insandan şiddet görmesi bir anda mağdur konumdaki kadını zanlı karşısında azmettiren konumuna taşıyabilmektedir. Ne erkeklerin biyolojik avantajları ne kadınların görece fiziksel zayıflığı ne de iki cinsin üreme kapasiteleri arasındaki eşitsizlik kadınların ezilen konumunda olmasını zorunlu kılabilir. 'Beauvoir da, feminist hareketin en başından beri mücadele ettiği biyolojik belirlenimciliği reddeder' (Direk, 2017: 65).

Kadın cinayetlerini normalleşme, kanıksama, içselleştirme ve toplumun bir parçası olarak yorumlama sorunsalı içerisinde yeni medya, alternatif bir çıkış yolu olarak öne çıkmaktadır.

Tarihsel süreçte medyanın kendisine atfedilen dördüncü kuvvet sıfatına uygun olarak özellikle kamuoyu oluşturma anlamında çok başarılı işlere imza atmıştır ve atmaya da devam etmektedir. Kadın cinayetleri konusunda da medyaya düşen önemli görev kadın veya erkek ayrımında bulunmadan, insan ortak kimliği üzerinden vatandaşları bir noktada toplayarak, onlara bazı evrensel değerleri hatırlatmasında yatmaktadır. Dünya nüfusunun önemli bir çoğunluğunun farklı kimliklerle de olsa yer aldığı dijital platformlar farklı dillerde farklı içerikler oluşturabilme becerisi ile bu anlamda büyük bir potansiyel barındırmaktadır. (Güzel, 2006: 10).

Yeni medyanın yaygınlaşması ve sosyal medyanın insan hayatının bir parçası olmaya başlaması ile kadın cinayetleri konusu üzerine derinleşen sosyal medya hesapları dikkat çekmeye başlamış ve insanların bilinçlenmesi gerektiğini, sesini çıkarması gerektiği ve bu durumun normal kabul edilmemesi gereken bir konu olduğunu yüksek sesle söyleyerek, büyük veya küçük kitlelere ulaşmaya çalışmaktadırlar. Belli spesifik bir dava üzerinde yoğunlaştıkları veya genel olarak belli başlı haberler üzerinde çeşitli kampanyalar ile tepkilerini dile getirdikleri gözlemlenmektedir.

Yeni medyanın yarattığı özgürlükçü ortam ve kitleleri etkileyerek harekete geçirme özelliği, zaman ve mekân kavramından bağımsız bir sosyal topluluk oluşturmaya izin vermektedir. Geçmiş bir kadın cinayetini protesto etmek için mahkeme salonları önünde toplanan onlarca kişi yerine şu anda bir kadın cinayeti üzerine binlerce ve hatta milyonlarca kişi aynı mecrada buluşup seslerini duyurabilmektedir. Araştırma özelinde incelenecek konu, alternatif medya ve geleneksel medyada ‘Kadın Cinayetleri’ konusunun yeterince ele alınıp alınmadığı, kadın cinayetlerine internet fenomenleri tarafından yeterince yer verilip verilmediği ve sosyal medya kullanıcılarının konu üzerine paylaşım yapıp yapmadıkları özelinde bir anket araştırması ile ‘Kadın Cinayetleri’ hakkındaki haberlerin yayılım alanını ve kullanıcı düşünceleri tespit etmektir.

GELENEKSEL MEDYADA KADIN CİNAYETLERİ

Dünyanın farklı toplumlarında gerek aile içi ve günlük hayatta, gerekse iş dünyası ve geleneklerde yazılı olmasa da kadın ve erkeğe biçilen birtakım konumlar bulunmaktadır. Örneğin ataerkil toplumlarda ev işleri ile çoğunlukla kadının ilgilenmesi gibi. Yazılı olmayan bu konumların zaman zaman üstü kapalı olarak medya aracılığı ile hatırlatıldığına dair örnekler bulmak mümkündür.

Nitekim kadının gerek geleneksel, gerekse yeni medyada temsilini işleyen çalışmalara bakıldığında bunu doğrulayan sonuçlara ulaşmak mümkündür. Toplumsallaşmanın içindeki alt kırılımlardan birisi olan toplumsal cinsiyet ilişkilerinin belirlenmesinde aileden başlayarak okul ile devam eden ve medya ile desteklenen pek çok kurum ve kuruluş önemli roller üstlenmektedir (Akmeşe ve Deniz, 2015: 316).

Haber türleri içerisinde bu cinayetleri meşrulaştırıcı söylemlerle kaleme alan yazarlardan yine nefret söylemi ile mağdurda suç arayan tweetlere geniş bir skalada ‘haber’ niteliğine bürünerek toplumlara servis edilmiştir. Taciz, tecavüz ve cinayet haberleri birçok farklı muhteviyatta günlük hayatın ‘sıradanlaştırılmış’ bir gerçeği olarak toplum tarafından kabul edilme noktasına gelmesine neden olmuştur. İnsanlar artık bir spor, ekonomi haberi okur gibi kadın cinayetlerini akıldışı bir insanlık suçu mahiyetinde değil, Türkiye’nin bir gerçeği olarak yorumlayacak noktaya gelmiştir. Çalışmaların çoğunda dikkat çeken nokta, kadınların hangi medya platformunda olursa olsun eril bakış açısı altında ele alındığı, nesne, cinsel obje ve toplumda yer alan stereotipler içinde ele alındığına dikkat çekilmektedir (Akmeşe ve Deniz, 2015: 313).

Bunun gibi tecavüz olaylarında da tecavüz ya da saldırıya uğrayan kadınlarla ilgili haberlerde, cümlelerin başına “gece eğlencesinden dönen kadın” veya “alkollü genç kız” gibi tanımlamalar yerleştirilerek, bu kadınların adeta kendilerine yapılan saldırıları kışkırttıkları ya da bunu hak ettikleri ima edilmektedir. Tecavüz haberlerinde mağdur kadınların suçlu gibi sunulduğu konusu kadın örgütlerinin mütemediyen dikkat çektiği bir konudur (Çelenk, 2010: 223).

Kadınların belirli kalıplar içerisinde değerlendirip cinsel obje, ev işlerinden sorumlu kimse veya cinayete kurban giden bir töre malzemesi şeklinde betimleyerek inşa edilen toplum bilinci, kadın cinayetleri hususunda farkındalık oluşturmaktan ziyade bunu pekiştirmekte ve meşrulaştırmaktadır. “Bu şekilde kadın ve erkeğin cinsiyetine dayalı olarak geliştirilen gösterimler, sunumlar kadına yönelik ayrımcılığı da belirginleştirmektedir” (Kan, 2012: 60). Kadın temsillerinde hatalarla dolu bir medya veya haber yaklaşımının toplum hayatında kadınlar aleyhine süregiden eşitsizlikleri sona erdirmek bakımından umut kırıcı bir tablo oluşturduğu açıktır (Çelenk, 2010: 235).

Kadının medyada eşitlikçi bir temsil olanağına kavuşmasıyla ilişkili yasal düzenlemeler, uluslararası sözleşmeler ve sorunun çözümüne yönelik stratejiler çok önemlidir (Çelenk, 2010: 236). Özellikle 21. yüzyılda, yeni medyanın da etkisi ile geleneksel medya mecraları kendini bu noktada revize etmek durumunda kalmış ve gerek dilini gerekse haber değerini sosyal medyadaki okuyucu kitlesine

ve etkileşimlere göre revize etmeye başlamıştır. Feminist eleştirinin açtığı yeni ve radikal ufuk, eğer kadınların hakikatinin dile gelmesi amaçlanıyorsa, haber üretim süreçlerinin ve haber örgütlerinin yeniden yapılandırılmaları gereğini gündeme getirmiştir (Dursun, 2010: 22).

YENİ MEDYADA KADIN CİNAYETLERİ

Geleneksel medyanın doğası gereği ortaya çıkan tek taraflı aktarım, haberlerin aktarıldığı muhteviyatı insanların okuyarak tüketmesinden öteye geçmez iken yeni medya haberciliği bu durumu değiştirmiştir. Okuyucular / kullanıcılar / takipçiler tükettikleri haberlere yorumlar getirebilir, kolektif zekâ ortaya koyarak çıkarımlarda bulunabilir ve rahatça örgütlenebilmektedir.

Kişisel çıkarların ve kâr amacının dışında kamu ve özel sektörün toplumsal faydayı gözeterek toplum ve insanlık adına olumlu şeyler yapmasını tarif eden sosyal sorumluluğun muhataplarından birisi de şüphesiz ki medyadır. Özellikle ülkemizde toplumsal bir yara haline gelen kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerinin olayların peşinin bırakılmaması adına haberleştirilerek gözler önüne serilmesi de söz konusu sosyal sorumluluğa bir örnek olarak gösterilebilir. Bu noktada yeni medyaya geleneksel medyadaki haberlerde yer bulamayan olayların duyurulması, dezavantajlı ve mağdur kesimlerin sesi olma açısından önemli görevler düşmektedir. Bu işlevini yerine getirmesi sırasında yeni medyada örneklerine rastlanan özendirici ve meşrulaştırıcı içeriklerden uzak durulması da ayrıca önem arz etmektedir. (Yegen, 2014: 26).

Yeni medya yalnızca haberi servis etmekle kalmaz, onu aynı zamanda etkileşime de açmış sayılır. Feminizm gibi, insanlar arasındaki toplumsal ilişkiler örüntüsünü ya da çevrecilik gibi, insanlarla doğa arasındaki toplumsal ilişkiler örüntüsünü tamamen dönüştürmeyi amaçlayan hareketler, toplumların üzerine inşa edildiği temel ilkelere itiraz ederek başlamışlardır (Castells, 2007: 506). Haberler dahil paylaşılan her içerikte durum böyledir ve yeni medyada kadın cinayetleri ile ilgili haberlerde yeni bir dil inşa edilmiştir. Örneklerini hâlâ yeni medyada da görmekle birlikte 'alkollü genç kız, bardan dönen iki kadın' gibi söylemlerin, özellikle cinayet ve şiddet haberleri ile birlikte sosyal medya kullanıcıları tarafından çok tepki çekmesi sebebi ile toplumsal vicdana göre şekillendirilen bir dil inşa etmek durumunda kalmıştır. Bununla birlikte, son yıllarda artan kadına şiddete paralel biçimde bu alanda farkındalık yaratmayı amaçlayan çalışmaların ve paylaşımların da özellikle sosyal medyada artış gösterdiği görülmektedir (Vural, 2015: 149).

Kadın cinayetleri, özellikle cinayetin araştırılma sürecinde mağdurun yakınları veya çeşitli kadın kolları tarafından sahiplenilerek sosyal medyada kamuoyu oluşturulmasına ve farkındalık yaratılmasına destek vermektedir. Delil yetersizliği

veya benzeri süreci sınırlandıracak durumlarda, süreç hakkında daha fazla bilgi toplamaya ve toplum vicdanı tarafından sürecin birinci elden takibine varan uygulamalarla cinayetlerin aydınlatılması oluşturulan kamuoyunun da etkisi ile gündemden düşmemekte ve sosyal medya kullanıcılarının takibinde kalmaktadır.

Üniversite öğrencisi Özgecan Aslan vakasının, cinayetin hemen ardından sosyal medya gündemine; #kadınaşiddetinsanlığaihanet, #sendeanlat, #özgecanaslan başlıkları ile açılan etiketlerle gelmesi toplumsal düzeyde farkındalık yaratmak amacıyla uygun bir örnektir (Vural, 2015: 149). Özgecan Aslan vakası ardından sosyal medyada paylaşılan on binlerce tweet, post veya paylaşım ve bu sayede oluşturulan kamuoyu, gündem oluşturarak hem farkındalığı arttırmış hem de geleneksel basınında gündemde kalan bu konu üzerine daha fazla haber yapmasını sağlamıştır.

Anonim kimliklere izin vermesi açısından internet dünyasının cinsiyet anlamında tam bir fotoğrafı çekilememekle birlikte en azından ülkemizdeki hâkim söylem ve dile bakıldığında eril bir karakter göze çarpmaktadır. Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerinin hız kesmediği bir ortamda eril dili bir miktar törpülemek, kadının toplum içinde önemli olduğu gerçeğini bir kez daha ortaya koyacak dilin hâkimiyetini sağlamak ve kadın haklarının mücadelesi için yeni medya önemli imkânlar sunan bir mecra olarak karşımızda durmaktadır. (Aslantürk ve Turgut, 2015: 73).

Sosyal medya kullanıcıları, sahip oldukları iletişim ağı sayesinde vermek istedikleri mücadeleyi hızlı bir şekilde binlerce, on binlerce insanla paylaşabilmekte ve bu gücü gerek kamuoyu oluşturmak gerekse farkındalık yaratmak için kullanabilmektedir.

Toplum kurumlarının teknolojiyi insanların ihtiyaçları ve arzularının denetimine sokan kültürel toplumsal hareketlerce yeniden inşası, öyle görünüyor ki, direniş kimliği etrafında inşa edilen komünlerden bu komünlerde beslenen değerlerden fıskıran yeni proje kimliklerinin zirvelerine doğru uzun bir yürüyüşü gerektiriyor (Castells, 2007: 507).

Alternatif medya yardımı ile oluşturulan kamuoyu, özellikle söz konusu kadın cinayetleri hususunda bilhassa kitlelerin hassas ve yoğun empati kurabildiği noktalar olmakla beraber toplumsal açıdan değiştirilmeye çalışılan bakış açılarının önemli bir destekçisi olmaktadır.

Bu çerçevede medya okuryazarlığı bağlamında eleştirel medya çözümlemeleri yapılması önem arz etmektedir. Özellikle ekonomik ve siyasi gündemin yoğunluğuna göre yer bulduğu kadarı ile medyanın kadına yönelik şiddeti çeşitli programlarında sunma biçimi ve stratejileri ile şiddetin ortaya çıkmasında kadının

rolünü verme sırasında bağlantıları yeniden üretmeye yönelik kötü örnekler bakıldığında söz konusu çözümlerinin önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır (Gül ve Altındal, 2015: 173).

Çağın gerekliliği olan hızlı ve anlık iletişim bu gibi hususlarda özellikle kendisine destek arayan her mağdurun, kendine bir noktada çıkış noktası yaratabilmesini ve aradığı desteği bulabilmesini de sağlamaktadır.

Kadının toplum ve kamusal alan içerisinde haklı olan yerinin bir kez daha sağlanması, kadına yönelik şiddetin ve cinsiyet eşitsizliğinin sonsuza kadar önlenmesi adına kamuoyu önünde görünür kılınması ve kadınlar arasındaki dayanışmanın artırılması için dijital platformlar içinde ayrı bir yere oturulması gereken sosyal medyaya önemli görevler düşmektedir (Özkan, 2018: 58).

Şule Çet vakası, bu noktada örnek gösterilebilir. Şule Çet ve arkadaşlarının vakanın aydınlatılması için sosyal medyada kurduğu kamuoyu baskısı 29 Mayıs 2018'de gerçekleşen olaydan itibaren devam eden süreci an an, tüm gelişmeleri ile paylaşmaya devam etmektedir. Soruşturma sürecinden bugüne @suleicinadalet adı ile Twitter'da kurulan hesap 45 bin takipçiye ulaşmış ve binlerce RT ve beğeni ile sayfa paylaşımları takipçilerinin çok üzerinde etkileşim alan içerikleri ile aradıkları destekleri bulmakta ve olayın üzerinden bir seneden fazla süre geçmiş olmasına rağmen sıcak ilgiyi üzerinde toplayabilmektedir (Suleicinadalet, 2019).

Kadın Cinayetlerinin Alternatif Medyadaki Algısı Üzerine Bir Araştırma

Araştırmanın Evreni

Kadın cinayetlerinin yeni medyadaki paylaşımlarının yarattığı algı ve yeterliliği üzerine hazırlanan anket, aktif sosyal medya kullanıcıları hedeflenerek hazırlanmıştır. 15 Nisan - 1 Mayıs 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilen ankete rastgele yöntem ile seçilmiş 840 tekil kullanıcı katılım göstermiştir. Aktif sosyal medya kullanıcıları baz alınarak yapılan anket sonuçları, aktif sosyal medya kullanıcılarının davranışlarını betimlemektedir. Katılımcıların %76,8'ini kadınlar ve %23,2'sini erkekler oluşturmaktadır. Ankete katılan katılımcılarından %3,3'ünü 18 yaşından küçükler, %42,8'i 18 - 24 yaş aralığında, %33,7'si 25 - 35 yaş aralığında, %11,2'si 35 - 44 yaş aralığında ve %8,4'ü 44 yaş ve üzerindedir. Twitter, Facebook, Whatsapp ve çeşitli mesajlaşma programları ile 840 katılımcıya sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların %66,5'i üniversite, %17,6'sı yüksek lisans ve üzeri, %14,8'i lise, %1,1'i orta öğretim eğitim seviyesine sahiptir.

Araştırmanın Amacı

Anket sorularına verilen cevaplar doğrultusunda kadın cinayetleri konusunun medyada yer alması, yeterliliği, toplumsal figürlerin konu hakkında yeterli paylaşım yapıp yapmadığı, insanların verilen cezaları yeterli bulup bulmadığı ve geleneksel medya ile kıyaslandığında ne durumda olduğu gibi farklı başlıklardan sorular sorularak verilerden gerekli çıkarımlar gerçekleştirilmiştir. Bu noktada makalenin hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

H1: Alternatif medya kadın cinayetleri konusuna yeni bir perspektif kazandırır.

H2: Alternatif medyada kadın cinayetleri konusunda yapılan paylaşımlar etkilidir.

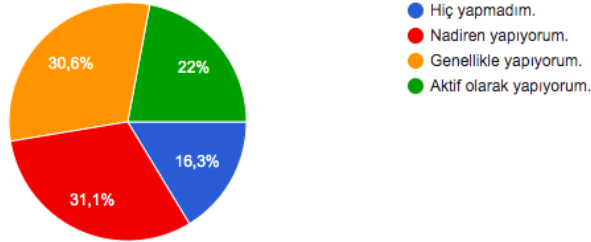
H3: Geleneksel medyada kadın cinayetlerine yeterince yer verilir.

H4: Topluluk üyeliğinden bağımsız kullanıcılar kadın cinayetleri hakkında paylaşımı yapar.

H5: Medyada kadın cinayetlerine yeteri kadar yer verildiği takdirde azalır.

Araştırmanın Soruları ve Bulgular

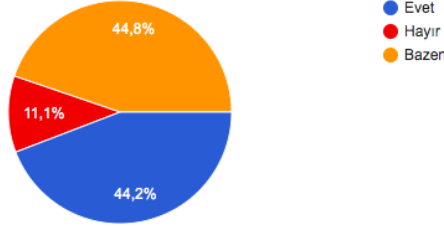
Kadın cinayetleri ile ilgili sosyal medyada paylaşım yapıyor musunuz?



Grafik 1: Kadın Cinayetleri ile İlgili Sosyal Medyada Paylaşım Durumları

Ankete katılanların %16.3'ü kadın cinayetleri ile ilgili sosyal medya hesaplarından daha önce hiç paylaşım yapmadıklarını bildirmiştir. Nadir olarak paylaşım yaptığını ifade eden %31.1, genellikle paylaşım yaptığını ifade eden %30.6 ve aktif olarak paylaşım yaptığını ifade edenler ise %22 oranındadır.

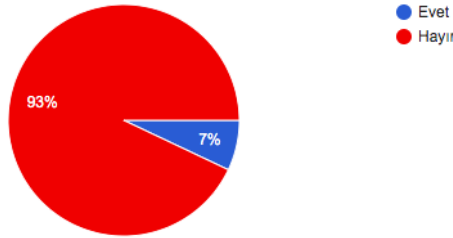
Kadın cinayetleri ile ilgili sosyal medyada paylaşımlar yapmanın konu ile ilgili çözüm sürecine katkısı olduğuna inanıyor musunuz?



Grafik 2: Kadın Cinayetleri Paylaşımlarının Çözüme Katkısı

Kadın cinayetleri ile ilgili sosyal medyada paylaşımlar yapmanın konu ile ilgili çözüm sürecine katkısı olduğunu düşünen kesim %44.2 gibi büyük bir orana sahiptir. Kitlenin %44.8'i ise bazen çözüm sürecine paylaşımların katkısı olacağına inanmaktadır. %11.1'lik katılımcı ise paylaşımların çözüm sürecine bir katkısı olduğunu düşünmemektedir.

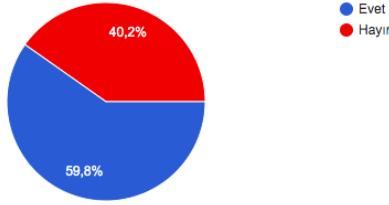
Geleneksel medyada bu konunun yeterince işlendiğini düşünüyor musunuz?



Grafik 3: Kadın Cinayetlerinin Geleneksel Medyada İşlenişi

Geleneksel medyada kadın cinayetleri konusunun yeterince işlenmediği konusunda anket katılımcıların %93'ü hem fikirdir. %7'si ise yeterince konunun işlendiğine inanmaktadır.

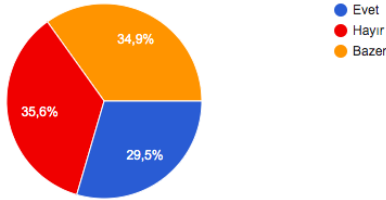
Geleneksel veya alternatif medyada kadın cinayetleri konusuna yeteri kadar yer verilirse azalacağına inanıyor musunuz?



Grafik 4: Kadın Cinayetlerinin Azalacağına Olan İnanç

Geleneksel veya alternatif, medyalarda kadın cinayetleri konusuna yeteri kadar yer verildiği zaman azalacağına inancı olan kesim %59.8'dir. Geri kalan %40.2'lik kesim ise yer verilse dahi kadın cinayetlerinin azalacağına inanmamaktadır.

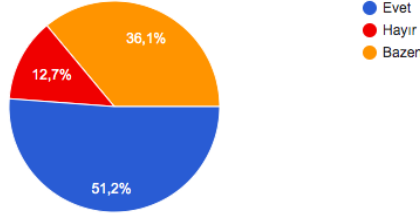
Toplumsal figürlerin (fenomen, sanatçı, medyatik kimseler vb.) kadın cinayetlerine karşı sosyal medyada gösterdikleri tepkiler sizi de paylaşım yapmaya teşvik ediyor mu?



Grafik 5: Kadın Cinayetlerine Tepki Gösteriminde Toplumsal Figürlerin Etkisi

Toplumsal figür dediğimiz; fenomen, sanatçı, medyatik kişilerin yaptıkları kadın cinayetlerine karşı olan paylaşımlar katılımcıların %29.5'ini paylaşımlara teşvik ediyor. %34.9'unu bazen paylaşım yapmaya teşvik ederken %29.5'ini ise hiç teşvik etmemektedir.

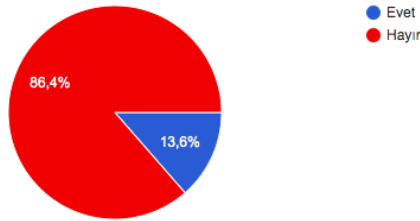
Toplumsal figürlerin kadın cinayetlerine karşı sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar, sizce toplumda duyarlı ve bilinçli hareketlerin artmasını tetikliyor mu?



Grafik 6: Toplumsal Figürlerin Sosyal Medyadaki Kadın Cinayetleri Paylaşımlarının Etkisi

Katılımcıların %51.1'ine göre toplumsal figürlerin kadın cinayetlerine karşı sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar duyarlı ve bilinçli hareketlerin artmasını tetikliyor. %36.1'i bazen bu durumu tetiklediğini ifade ediyor. %12.7'si ise toplumsal figürlerin yaptığı paylaşımların etkisine inanmamaktadır.

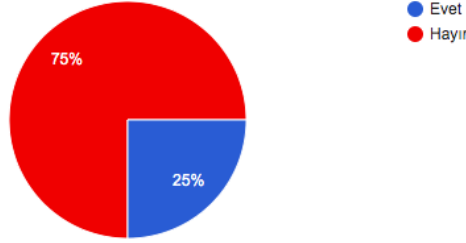
Toplumsal figürlerin kadın cinayetleri ile ilgili sosyal medya yeteri kadar paylaşıldığını düşünüyor musunuz?



Grafik 7: Toplumsal Figürlerin Kadın Cinayeti Paylaşımlarının Yeterliliği

Katılımcıların %86.4'ü toplumsal figürler tarafından kadın cinayetleri ile ilgili sosyal medyada yeterince paylaşım yapıldığını düşünmemektedir. %13.6'sı ise yeterince paylaşım yapıldığına inanmaktadır.

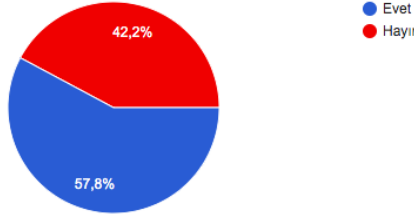
Kadın cinayetlerine tepkinizi göstermek için herhangi bir sosyal platforma (Sanal veya sivil topluluk) üye misiniz?



Grafik 8: Sosyal Platforma Üyelik Durumu

Katılımcıların %75'i kadın cinayetlerine tepki göstermek için sanal veya sivil sosyal platformlara üye olmamış, %25'i ise üye olduğunu belirtmiştir.

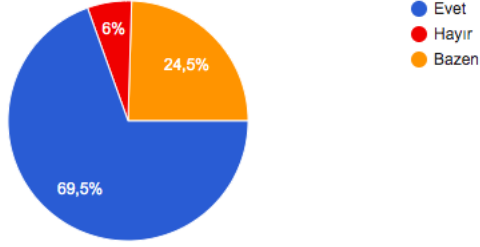
Kadın cinayetleri ile ilgili sivil veya sanal platformlarda protesto amaçlı bir eylem veya paylaşımında bulundunuz mu?



Grafik 9: Kadın Cinayetleri ile İlgili Paylaşım Durumu

Katılımcıların %42.2'si kadın cinayetleri ile ilgili protesto amaçlı sanal veya sivil platformlardan paylaşımında bulunduğunu belirtmiştir. %57.8'i ise konu ile ilgili protesto amaçlı paylaşım yapmadığını belirtmiştir.

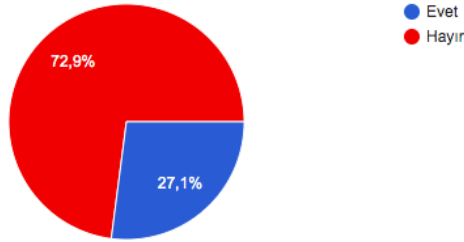
Sizce medyada kadın cinayetleri meşrulaştırıcı etkenlere bağlanarak pekiştiriliyor mu?



Grafik 10: Kadın Cinayetlerinin Medyada Pekiştirilmesi

Anket katılımcılarının %69.5'i kadın cinayetlerinin meşrulaştırıcı etkenlere bağlanarak pekiştirildiğini öne sürmektedir. %24.5'i bazen meşrulaştırıldığını, %6'sı ise bu şekilde bir yaklaşım olmadığını ifade etmiştir.

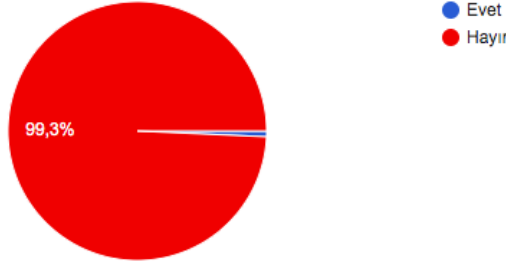
Kadın cinayetleri paylaşımlarının sosyal medyada yeteri kadar etkileşim aldığına inanıyor musunuz?



Grafik 11: Sosyal Medyada Kadın Cinayetleri ile İlgili Paylaşımların Etkisi

Katılımcıların %72.9'u kadın cinayetleri ile ilgili sosyal medya paylaşımlarının yeteri kadar etkileşim aldığını düşünmüyor. Geri kalan %27.1'i ise paylaşımların yeteri kadar etkileşim aldığını ifade etmiştir.

Ülkemizde kadın cinayetlerini önlemeye yönelik tedbirlerin yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?



Grafik 12: Kadın Cinayetlerine Yönelik Tedbirlerin Etkisi

Anket katılımcılarının %99.3'ü ülkemizde kadın cinayetlerini önlemeye yönelik tedbirlerin yeterli olmadığını düşünmekte, %0.7'si ise alınan tedbirleri yeterli bulmaktadır.

Araştırma Sonucu

15 Nisan - 1 Mayıs 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilen ankete rastgele yöntem ile seçilmiş 840 tekil kullanıcı katılım gösterdiği anket sonucunda sosyal medyada kadın cinayetleri konusunda yapılan paylaşımlara karşı kullanıcıların düşünceleri, etkileşim seviyeleri, paylaşımların etki alanı hakkındaki düşünceleri, geleneksel ve alternatif medyada yapılan haberlerin karşılaştırmalı etkisi ve toplumsal figürlerin yaptıkları paylaşımlar hakkındaki düşünceleri ölçümlenmeye çalışılmıştır. Ek olarak ise ülkedeki kadın cinayetleri üzerine alınan tedbirlerin yeterliliği üzerine katılımcıların düşüncesi sorgulanmıştır.

Katılımcıların %16.3'ü kadın cinayetleri ile ilgili hiç paylaşım yapmadığını ifade etmiştir. Geri kalan %83.7'lik büyük bir kısım bazen, genellikle veya aktif olarak paylaşım yaptığını dile getirmiş. Bu noktada aktif sosyal medya kullanıcılarının kadın cinayetleri gibi toplumsal bir sorun hakkında sosyal medyada sessiz kalmadığını ve paylaşımları ile destek vererek farkındalık oluşturmaya çalıştığı çıkarımı yapılabilir.

Katılımcıların %11.1'i kadın cinayetleri ile ilgili paylaşımlar yapmanın çözüm sürecine etkisi olmayacağını düşünürken, %89.9'u etkisi olduğuna veya bazen etkisi olduğuna inanmaktadır. Bu durumda ilk soruda %16.3'lük bir kesim paylaşım yapmadığını dile getirmişti fakat paylaşım yaparak destek vermediği halde paylaşım yapmanın çözüm sürecine katkısı olacağına düşünen kesimin bir

kısmı da %89.9'luk dilimde yer aldığını görebiliriz. Bu noktada ankete katılan tekil kullanıcıların ezici bir çoğunluğu sosyal medyada kadın cinayetleri ile ilgili yapılan paylaşımların çözüm sürecine etkisi olduğuna inanmaktadır.

Geleneksel medyada konunun yeterince işlenip işlenmediğinin ölçümlendiği soruda, katılımcıların %93'ü yeterli bulmadığını ifade etmiştir. Bu noktada konu ile ilgili geleneksel medyaya olan güvenin sadece %7'lik kısımda devam ettiğini geri kalan kesimin ise yapılan haberleri yeterli bulmadığını anlaşılmaktadır. Geleneksel medyaya olan güven özellikle kadın cinayetleri konusunda çok düşük seviyelerdedir.

Anket katılımcıları, geleneksel veya alternatif hangi medya olursa olsun %59.8'lik bir oran ile kadın cinayetleri konusunda daha fazla yer verildiği takdirde azalacağına inanmaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmı konuyu daha fazla gündeme taşımanın farkındalık yaratacağına inanmaktadır.

Katılımcıların %35.6'sı toplumsal figürlerin yaptıkları paylaşımların kendilerini paylaşma teşvik etmediklerini ifade etmiştir. Bu durumda %64.4'ü toplumsal figür paylaşımlarından bazen veya genellikle etkilenmektedir. Bu noktada toplumsal figür paylaşımlarının konu ile ilgili efektif bir etkiye sahip olduğu çıkarımı yapılabilir. Yine toplumsal figürlerin yaptıkları paylaşımların duyarlılık ve farkındalık yaratıp yaratmadığını ölçümlemek için sorulan soruda katılımcıların %12.7'si etkilemediğini düşünürken, %87.3'ü toplumsal figür paylaşımlarının etkisine tamamen veya bazen inandığını belirtmiştir. Fakat toplumsal figür paylaşımları katılımcılara göre %86.4 oranında yeterli bulunmamaktadır. Bu tarz paylaşımların arttırılması ve gündemde kalması gerektiği konusunda hemfikir oldukları çıkarımı yapılabilir.

Anket katılımcılarının %75'i sivil veya sanal topluluklara üye olmadığını dile getirmiştir fakat %57.8'i sivil veya sanal platformlarda protesto amaçlı kadın cinayetleri hakkında paylaşımlarda bulunduğunu belirtmiştir. Bu noktada bir platforma üye olmadığı halde bağımsız ve kendi arzusu ile konuyu protesto edenlerin oranı oldukça yüksektir.

Ankete katılanların %94'ü kadın cinayeti haberlerinin meşrulaştırıcı etkenlere bağlanarak pekiştirildiğini öne sürmekte veya bazen bu şekilde tutumlarda bulunulduğunu ifade etmiştir. Bu noktada katılımcıların %94 gibi bir çoğunlukla kadın cinayeti hususundaki haberlerin dilinden veya bakış açılarından rahatsız olduğunun altını çizebiliriz.

Ankete göre kadın cinayetleri konusunda sosyal medyada yeterince etkileşim olmadığını ifade eden %72'lik bir kesim bulunmaktadır. Katılımcıların perspektifindeki bu yetersizliği gerek etkileşim sayısı gerek paylaşım sayısı olarak yorumlayabiliriz. Geri kalan %28'lik kesim ise etkileşimlerin yeterli olduğunu düşünmektedir.

Anketin en dikkat çekici sonuçlarından biri ise ülkedeki kadın cinayetlerine yönelik tedbirlerin %99.3'lük dilim tarafından yeterli bulunmamasıdır. Her ne kadar paylaşım, etkileşim, interaktif içerik üretimi konusunda genellikle birçok noktada ayrılabilen katılımcıların en büyük buluşma noktası anket içerisinde alınan tedbirlerin yetersiz oluşudur.

SONUÇ

Türkiye'de son 10 yılda 3000'i aşkın kadın cinayeti kaydedilmiş, bu istatistik içerisinde sadece 2019 yılında 474 vaka gözlemlenmiştir. Türkiye'de her üç kadından biri hayatında en az bir kez olmak suretiyle fiziksel şiddet görmektedir. Kadına yönelik her türlü ayrımcılığı, şiddeti ve cinayetleri eleştiren, bakış açılarını değiştirmek isteyen, farkındalık yaratmaya yönelik içeriklerin üretilmesi çalışmaların haklı gerekçeleri olarak gözlemlenir.

Alternatif medya birçok konuda olduğu gibi kadın cinayetleri hususunda da toplumsal bir probleme farkındalığı yaygınlaştıracak yeni bir perspektif kazandırmıştır. Yukarıda araştırmanın amacında belirtildiği üzere sosyal medyanın kadın cinayetlerine olan etkisi araştırılmış, anket çalışmasından elde edilen sonuçlara göre etkili bir platform olan sosyal medyanın ülkemizde kadın cinayetleri konusunda daha etkin kullanılmasına ihtiyaç duyulduğu ortaya çıkmıştır. Ankete göre sosyal medya kullanıcılarının büyük bir çoğunluğu (%99.3'ü), alınan tedbirleri yetersiz bulmakta ve çeşitli paylaşımlarla, etkileşimlerle veya yönlendirmelerle kullandıkları hesaplar aracılığı ile sürece kendi çapında destek vermekten yana ve toplumsal figürlerin de desteklerini bu konuda faydalı bulmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları bu noktada kendi sesini kendi yaratmakta ve algıyı yeniden inşa etmek adına tepkisini belli etmektedir. Kadın cinayetlerinin kamuoyunda yankı uyandırması adına alternatif medyanın işlevi büyüktür.

Alternatif medyanın sağladığı özgürce içerik üretme imkânı toplumda ötekileştirilen kesimin kendine ve düşüncelerine bir nevi yer açma aracıdır. Yeni nesil medya anlayışına göre, kadın cinayetleri konusunun sosyal medyadaki varlığı farkındalığı artırmaya, oluşturulan kamuoyu baskısı ile ülkelerin yaptırımlarını bile zaman içerisinde şekillendirmeye yönelecektir. Sosyal medya kullanıcıları, gerek tutumları gerekse etkileşimleri ile yeni bir toplum inşa ederken, toplumsal problemleri de kendi anlayışlarına uygun şekilde biçimlenmesi hususunda idrak sahibi ve ne istediğini dile getirmekten çekinmeyen bir yapıya bürünmüştür. Kadın cinayetlerinin sebeplerini, sonuçlarını, nedenlerini, suçluların yetersiz ve caydırıcı cezalardan mütevellit rahatça suç işlemeye teşvik olduğunu ve basına yansıyan dilin bile bu durumu meşrulaştırmaktan öteye gitmediğini düşünerek ona yönelik adalet arayan bir düşünce sistemi ile bilinçli bir şekilde paylaşımlarına yer vermektedir.

Kadına yönelik ayrımcılığı pekiştiren üslup, eril bakış açısı ile servis edilen içerikler kadına yönelik ayrımcılığı da pekiştirmektedir. Medya kadın ve erkek ayrıştırmaksızın, insani değerlerle ortak bir dil inşa etme gücüne sahiptir fakat bu yeni dili ancak kamuoyu baskısı ile toplumun bunu arz etmesi aracılığıyla gerçekleştirebilir. Ankete göre her ne kadar sosyal medya provakatif söylemlerin, trollerin ve sahte haberlerin yaygın olduğu bir bilgi çöplüğü niteliği taşısa da kullanıcıların birçoğu özellikle toplum nazarında hassas olan kadın cinayetleri gibi konularda bir bilinç inşa edebilmiştir. Geleneksel medya kanalları özellikle bu noktada haberleri servis ederken geçirdiği süreçler nedeni ile hızını, güvenilirliğini ve inandırıcılığını kaybetmiş durumdadır. Aktif alternatif medya kullanıcıları bu noktada talep ettikleri efektif etkiyi geleneksel medyada bulamamakta ve kendi ürettikleri içeriklerle sesini duyurmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akmeşe, Z. ve Deniz, K. (2015). Kadına Yönelik Cinsiyetçi Söylemin İnternet Haber Portallarında Yer Alma Biçimleri. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 1(8): 311-326.
- Aslantürk, G. ve Turgut, H. (2015). 8284 Vakası: Ekşi Sözlük'te Cinsiyetçi Kamusallığın Yeniden Üretilmesi. İlef Dergisi. 2(1): 45-76.
- Castells, M. (2007). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. Bilgi Üniversitesi Yayınları. İstanbul.
- Çelenk, S. (2010). “Kadınların Medyada Temsili ve Etik Sorunlar”, *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Editörler: Çaplı ve Tuncel. Ankara.
- Direk, Z. (2017). Cinsel Farkın İnşası. Metis Yayınları. İstanbul.
- Dursun, Ç. (2010). Kadına Yönelik Şiddet Karşısında Haber Etiği. Fe Dergi, 2(1): 18-32.
- Gül, S. ve Altındal, Y. (2015). Medyada Kadın Cinayeti Haberlerindeki Cinsiyetçi İzler: Radikal Gazetesi. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 24: 168-188.
- Güzel, M. (2006). Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü, *Küresel İletişim Dergisi*, 1: 1-16.
- Kan, D. (2012). Yeni Medya Aracı Bilgisayar Oyunlarında Toplumsal Cinsiyetin İnşası. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC*, 2(4): 52-60.
- Özkan, S. (2018). Kadına Yönelik Şiddet ve Sosyal Medya Aktivizmi: Kadın

Cinayetlerini Durduracağız Platformu Örneğinde İçerik Analizi. *Yeni Düşünceler*. 9: 57-69.

Vural, Z. (2015). Nefret Söylemi ve Yeni Medya. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 2(1): 132-156.

Yegen, C. (2014). İnternet Haberciliğinde Kadın Cinayeti Haberlerinin Sunumu: Posta Gazetesi Örneği. *TOJDAC Dergisi*. 4(3): 15-28.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

Url-1: <https://twitter.com/suleicinadalet> (Erişim Tarihi. 7 Haziran 2019)

Atıf için:

Köse, S.B. Akyazı, E. (2020). Kadın Cinayetlerinin Alternatif Medyadaki Algısı. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(1): 47-64.