

4.BÖLÜM

KADININ YENİ MECRASI: YENİ MEDYA

Sedat CERECİ⁷

► Giriş

Kadınların yeni medyayı, özellikle sosyal medyayı daha çok kullandıkları gerçeği, pek çok araştırmada doğrulanmaktadır. Modern çağda daha çok artan ve evrilen kadın gereksinimlerinin çoğuna yanıt vermeye çalışan yeni medya, özellikle kadınların kendilerini ifade etme, sosyal ortamlara katılma, sorunlarını dile getirme gibi konularda etkin olmaya çalışmaktadır. Bilgisayar temeli üzerinde anlık ileti paylaşımı olanağı sağlayan yeni medya, karşdakine görünmeden iletiyi aktarma ve ileti alma tekniği nedeniyle de ilgi görmektedir. Kadınların, içinde buldukları ortamda güvensizlik ve samimiyetsizlik nedeniyle kendilerini ifade edememeleri, görüşlerini açıklayamamaları sorunu, daha güvenli bulunan yeni medya ve özellikle sosyal medyada bir ölçüde çözümlenmektedir.

Modern çağın ve popüler kültürün başlıca ve en yaygın araçları olan yeni medya, çağın sayısız gereksinimini karşılarken, türlerle özgü sorunlara da yol açabilmektedir. Ancak her şeye rağmen yeni medya, başta çocuk ve gençler olmak üzere hemen herkes tarafından, yaşamın gerekli bir unsuru olarak kullanılmakta ve yaşamı yönlendirmesine izin verilmektedir. Bilgisayara dayalı yeni medya deneni medyanın da çok kullanıldığı ve özellikle kadınlar tarafından tercih edildiği ortaya konmaktadır (Popa ve Oprea, 2015: 1203). Araştırmalar, modern çağla birlikte yapay olarak art-

⁷ Prof. Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi, scereci@mku.edu.tr

kadar çok geniş bir alanda yayın yapan interaktif medya, günlük yaşamın yoğun ritmi içinde sorunlar yasayan, toplumsal baskılar nedeniyle görüşlerini açıkça dile getiremeyen, bazen de zaman geçirmek isteyen insanların özellikle katılmak istediği ortamlar sunmaktadır. Katılımcıların ilk sırasında da kadınlar gelmektedir (Kanai ve Dobson, 2016). Kadının güvenlik isteyen, tutkulu, ayrıntıcı, özgürlük, sevgi ve ilgi meraklısı psikolojisi kendini yeni medyada iyi hissetmektedir.

Özellikle erkek egemen toplumlarda veya iş dünyasında baskılar altında çalışan kadınların sıkça kullandıkları interaktif medya, kadınlara, gerçek dünyadan daha farklı, sanal bir ortamda, risklerden uzak görüşlerini dile getirme, sorunlarını açıklama olanakları sunan araçlar olarak görünmektedir (Zeisler, 2017: 8). Bu nedenle yenimedyaı sıkça kullanmakta, özellikle çok yakınlarında olan sosyal medyaya ilgi göstermektedirler. Kadınlar, sosyal medyayı, dünyalarında açılan yeni bir yaşam mecrası olarak algılamaktadırlar (Sarkar, 2014: 56). Sosyal medya aracılığıyla iletilerini paylaşan, sosyal bir ortama katılan kadınlar kendilerini mutlu ve güçlü hissetmekte, bazen önemli toplumsal veya siyasal kararların yönlenmesine katkıda bulunmaktadırlar. Görüşlerini açıklayıp bir sonuca dönüştüğünü görmek kadınların özgüvenlerini de güçlendirmektedir.

Her durumda yeni medyanın olanakları kadınların çok işine yaramakta, onların toplumda daha güçlü ve üretici bireyler olmasına katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle yeni medyanın kadınlar için sağladığı olanakların daha düzenli ve düzeyli biçimde planlanarak artması, kadınların daha da güçlenmesini sağlayacaktır.

► KAYNAKÇA

Anton, A. ve Schetsche, M. (2015). Anthropozentrische Transterrestrik Zur Kritik naturwissenschaftlichorientierter SETI-Programme. Zeitschrift für Anomalistik Band, 15: 21-46.

- Bahrini, R. ve Qaffas, A. A. (2019). Impact of Information and Communication Technology on Economic Growth: Evidence from Developing Countries. *Economies*, 7 (21): 1-13.
- Barabas, J. ve Jerit, J. (2009). Estimated the Causal Effects of Media Coverage on Policy-Specific Knowledge. *American Journal of Political Science*, 53, (1): 73-89.
- Barbarosoğlu, F. K. (2008). *Medya Senfoni*. İstanbul: Timaş.
- Barsch, S. (2019). Die Frühe Neuzeit: Erfindungen und Entdeckungen (eBook / PDF). https://www.weltbild.de/artikel/ebook/die-fruehe-neuzeit-erfindungen-und-entdeckungen_19743486-1, 24.05.2019.
- Baumgartner, P. ve Herber, E. (2013). Höhere Lernqualität durch Interaktive Medien? –Eine Kritische Reflexion (Buchkapitel mit eigenem Titel). Helga, Braun und Walter Weidinger (Hrsg.) *Erziehung & Unterricht*, 3 (4): 327-335.
- Broadcasterinfo (2008). Professional Sound Elite Serisi Boom Direkleri, 56: 42.
- Castano, C. ve Webster, J. (2011). Understanding Women's Presence in ICT: The Life Course Perspective. *International Journal of Gender, Science and Technology*, 3 (2): 364-386.
- Cereci, S. (2002). *Communication Insufficiency*. İstanbul: Metropol.
- Cereci, S. (2014). Kadınların Yeni Medyadaki Gücü: İnteraktif Televizyon. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 24: 1-12.
- Davis, C. V. (2008). POND-Women Revelations: The Subaltern Register in Maithil Women's Expressive Forms. *The Journal of American Folklore*, 121 (481): 286-318.
- Dayal, M. ve Chaudhry, N. (2017). Social Media & Women: A Twist in the Tale. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 22/9 (16): 10-17.
- Drames, T. S. (2016). The Impact of Internet Social Networking on Young Women's Mood and Body Image Satisfaction: An Experimental Design. *PCOM Psychology Dissertations*. 395. https://digitalcommons.pcom.edu/psychology_dissertations/395.
- Douglas, S. J. (2006). The Turn Within: The Irony of Technology in a Globalized World. *American Quarterly*, 58 (3): 619-638.
- Dube, S. C. (1957). Some Problems of Communication in Rural Community Development "Economic Development and Cultural Change", 5 (2): 129-146.
- Duncker, E. (2001). Symbolic Communication in Multidisciplinary Cooperations. *Science, Technology & Human Values*, 26 (3): 349-386.

- Eveland, W. P. ve Shah, D. V. (2003). "The Impact of Individual and Interpersonal Factors on Perceived News Media Bias". *Political Psychology*, 24 (1): 101-117.
- Ferber, P. ve Foltz, F. ve Pugliese, R. (2005). "Computer-Mediated Communication in the Arizona Legislature: Applying Media Richness Theory to Member and Staff Communication". *State & Local Government Review*, 37 (2): 142-150.
- Fischer, F. Ve Mandl, H. ve Todorova, A. (2010). *Lehren und Lernen mit neuen Medien*. Handbuch Bildungsforschung. Netherlands: Verlag.
- Flowers, J. F. ve Haynes, A. A. ve Crespin, M. H. (2003). The Media, the Campaign, and the Message. *American Journal of Political Science*, 47 (2) : 259-273.
- Geserick, C. (2005). Eine Recherche zu Studienergebnissen im Zusammenhang mit Nutzung, Chancen und Herausforderungen im Familienalltag. *Neue Medien im Familialen Kontext*, 47: 5-43.
- Gordon, B. (2003). Embodiment, Community Building, and Aesthetic Saturation in "Restroom World", a Backstage Women's Space. *The Journal of American Folklore*, 116 (462): 444-464.
- Hacke, S. ve Welling, S. (2009). Die Wissensgesellschaft und die Bildung des Subjekts – ein Widerspruch? *Medien und soziokulturelle Unterschiede*, 17: 1-22.
- Han, X. (2018). Women's Empowerment in Digital Media: A Communication Paradigm. *Handbook of Communication for Development and Social Change*, Singapore: Springer.
- Haring, S. (2011). Neue Medien - "alte" Frauen. *Medienkompetenz für ein Aufweichen von Klischees*. *Magazin Erwachsenenbildung*, 13 (8): 1-11.
- Hogan, M. ve Strasburger, V. C. (2018). Social Media and New Technology: A Primer. *Clinical Pediatrics*, 57 (10): 1-12.
- Hogue, J. V. ve Mills, J. S. (2019). The Effects of Active Social Media Engagement with Peers on Body Image in Young Women. *Body Image*, 28: 1-5.
- Hunter, L. W. ve Lafkas, J. J. (2003). Opening the Box: Information Technology, Work Practices, and Wages. *Industrial and Labor Relations Review*, 56 (2): 224-243.
- Jovanovic, M. N. (2003). Local vs. Global Location of Firms and Industries. *Journal of Economic Integration*, 18 (1): 60-104.
- Junior, I. H. ve Teixeira, M. M. ve Silva, B. D. ve Rodrigues, C. M. O. ve Dias, F. R. ve Azevedo, R. R. (2019). The Interactive Digital TV based on Distance Education: Integrated Collaboration Environments. *Digital Communication Policies*, 153-171, file:///C:/Users/

- Lenovo/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/MRF-SZ3KZ/572-2037-2-PB.pdf.
- Kanai, A. ve Dobson, A. (2016). Digital Media and Gender. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/9781118663219.wbegs-s653#accessDenialLayout>. 28.05.2019.
- Kellstedt, P. M. (2000). "Media Framing and the Dynamics of Racial Policy Preferences. *American Journal of Political Science*, 44: (2) 245-260.
- Kerres, M. ve Rehm, M. (2014). Soziales Lernen im Internet – Plattformen für das Teilen von Wissen in informellen und formellen Lernkontexten. Duisburg: Springer.
- Koščo, V. (2016). Sovereignty: Analysis of its Current Issues in Certain Countries. *Izziviprihodnosti / Challenges of the Future*, 1 (1): 27-41.
- Klein, H. K. ve Kleinman, D. (2002). The Social Construction of Technology: Structural Considerations. *Science, Technology & Human Values*, 27 (1): 28-52.
- Lian, F. (2017). Analysis of the Impact of New Media Era on Traditional Computer Education. *EURASIA Journal of Mathematics Science and Technology Education*, 13 (10): 6987-6993.
- Linke, G. (2007). Memory, Media and Cultural Mediation. *American Studies*, 52 (3): 343-360.
- Liu, J. T. ve Wilson, D. (2001). Developing Women in A Digital World. *Women in Management Review*, 16 (8): 405-416.
- Lucas, A. (2013). When I Run in My Bare Feet: Music, Writing, and Theater in a North Carolina Women's Prison. *American Music*, 31 (2): 134-162.
- Madula, P. ve Kalembo, F. W. ve Yu, H. ve and Kaminga, A. C. (2018). Healthcare Provider-Patient Communication: A Qualitative Study of Women's Perceptions during Childbirth. *Reproductive Health*, 15: 135.
- Mintz, S. (2001). Selected Internet Resources on Family History. *OAH Magazine of History*, 15 (4): 77-79.
- Murtiningsih, B. S. E. ve Advenita, M. ve Ikom, G. E. S. (2017). Representation of Patriarchal Culture in New Media: A case study of News and Advertisement on *Tribunnews.com*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8 (3): 143-154.
- Neuhäusler, P. ve Frietsch, R. ve Rothengatter, O. (2015). Patentierung computer implementierter Erfindungen-Aktuelle Rechtslage und ökonomische Implikationen. *Fraunhofer ISI Discussion Papers Innovation Systems and Policy Analysis*, 46: 1-31.

- Oliveira, D. (2017). Gender und Digitalisierung Wie Technik alle in die Geschlechterfragen nicht lösen wird. Düsseldorf: Hans-Böckler-Stiftung.
- Ottner, C. (2018). Zum Verhältnis zwischen Medien und Politik am Beispiel von Karikaturen. *Informationen zur Politischen Bildung. Medien und Politische Kommunikation*, 43: 47-53.
- Oudshoorn, N. ve Rommes, E. ve Stienstra, M. (2004). "Configuring the User as Everybody: Gender and Design Cultures in Information and Communication Technologies". *Science, Technology & Human Values*, 29 (1): 30-63.
- Özdemir, Ö. (2008). Mobil İletişim Teknolojileri ve Üçüncü Nesil (3N). *Broadcasterinfo*, 58: 112-114.
- Parry, J. A. (2000). "What Women Wanted": Arkansas Women's Commissions and Era. *The Arkansas Historical Quarterly*, 59: (3) 265-298.
- Perlman, B. J. (2012). Social Media sites at the State and Local Levels: Operational Success and Governance Failure. *State & Local Government Review*, 44, (1): 67-75.
- Popa, D. ve Oprea, D. (2015). Gender Representations and Digital Media. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 180: 1199-1206.
- Premlata and Tanuja Jukariya. 2018. Role of Media in Empowering Women. *International Journal of Current Microbiology and Applied Sciences*, 7 (04): 1618-1623.
- Ravallion, M. (2012). Mashup Indices of Development. *The World Bank Research Observer*, 27 (1): 1-32.
- Robert, D. L. (2002). The Influence of American Missionary Women on the World Back Home. *Religion and American Culture: A Journal of Interpretation*, 12 (1): 59-89.
- Rolls, S. (2018). Investing in Young Women: Sustaining Women-Led Community Media. *Media Development Gender and Media A holistic agenda* Ed. Philip Lee, Toronto: World Association for Christian Communication.
- Sagmeister, S. (2013). Geschlecht, Körpersprache und Macht – Wenn zweidas Gleiche tun, ist es noch Langenichtdas Selbe! Benachteiligungen, die für Frauen Durch Ihre "Typische" Körpersprache Entstehen Können. Wien: Gefördert von der Hochschüler*innenschaft an der Universität Wien.
- Sarkar, S. (2014). Media and Women Image: A Feminist Discourse. *Journal of Media and Communication Studies*, 6 (3): 48-58.

- Sassenberg, K. ve Kimmerle, J. ve Utz, S. ve Cress, U. (2017). Soziale Beziehungen und Gruppen im Internet. Enzyklopädie der Psychologie, VI: 1-32.
- Schaffner, B. (2005). "Priming Gender: Campaigning on Women's Issues in U.S. Senate Elections". *American Journal of Political Science*, 49 (4): 803-817.
- Shahzalal, M. ve Hassan, A. (2019). Communicating Sustainability: Using Community Media to Influence Rural People's Intention to Adopt Sustainable Behaviour. *Sustainability*, 11 (812):1-28.
- Sokari, V. ve Gama, U. G. ve Haliru, Z. A. ve Amadu, K. ve Yemi-Peters, O. E. (2017). Application of Information and Communication Technology Facilities in Technical Services Operations at Bayero University Library, Nigeria. *Journal of Information and Knowledge Management*, 8 (1): 52-58.
- Sousa, F. ve Nicolay, G. ve Home, R. (2016). Information Technologies as a Tool for Agricultural Extension and Farmerto-Farmer Exchange: Mobile-Phone Video Use in Mali and Burkina Faso. *International Journal of Educationand Development using Information and Communication Technology (IJEDICT)*, 12 (3): 19-36.
- Speer, S. A. (2012). "The Interactional Organization on Self-praise: Epistemics, Preference Organization ,and Implications for Identity Research". *Social Psychology Quarterly*, 75 (1): 52-79.
- Şenbay, N. (1992). *Söz ve Diksiyon Sanatı*. 3. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Toolley, J. T. (2000). Using Media-Based Data in Studies of Politics. *American Journal of Political Science*, 44, (1): 156-173.
- Unger, M. Ve Zilian, S. ve Polt, W. ve Altzinger, W. ve Scheuer, T. ve Bekhtia, K. (2017). Technologischer Fortschrittund Ungleichheit: eineempirische Analyse der Entwicklung in Österreich 2008-2014. *WirtschaftundGesellschaft*, 43 (3): 405-437.
- Wood, H. ve Taylor, L. (2008). Feeling Sentimental about Television and Audiences. *Cinema Journal*, 47 (3): 144-151.
- Zajdel, K. (2014). Large Families in the Social Structure-Problems and Possibilities of Support. *Social Problems of the Contemporary Families*, Ed. Małgorzata Prokosz, Krzysztof Zajdel, Wrocław: Wydawnictwo APIS.
- Zeisler, A. (2017). Media's Gender Gap: Investigating Relationships between Women's News Productionand Consumption. MIP Project, <http://www.mediaimpactproject.org/uploads/5/1/2/7/5127770/womennewsroom.pdf>, 28.05.2019.

Zhang, L. (2004).Reviews : Monroe E. Proce, Media andSovereignty: The Global Information Revolutionandits Challenge toStatePower. Convergence: The International Journal of Researchinto New Media Technologies, 10 (2): 121-124.