



TÜRKİYE V. DİNÎ YAYINLAR KONGRESİ

Kadın Konulu Dini Yayınlar

02-04 Aralık 2011 - ANKARA

SANAL DÜNYADA KADIN YAYINCILIĞI

H. Hümeýra ŞAHİN
Tarihçi-Yazar

GİRİŞ

Bu tebliğde, 'Sanal Dünyada Kadın Yayıncılığı' üzerine genel bir panorama sunulmaya çalışılacaktır. Kuşkusuz bu başlık pek çok çağrışım yapabilir; sanal dünyada kadınları konu edinen yayınlar ele alınabileceği gibi, sadece kadınlarla ilgili –ki buna neler dahil edilirse- yayınlara da odaklanılabilir. Veya bizzat kadınların yaptığı yayıncılık faaliyetine de yer verilebilir. Fakat kongre başlığının 'Kadın Konulu Dini Yayınlar' olduğu göz önünde bulundurulursa, sanal dünyadaki 'dini' referanslı/kimlikli adresler üzerinden kadın yayıncılığı konusunu ele almak daha doğru olacaktır. Fakat bilindiği üzere, sanal dünya henüz kat'i sonuçlar çıkaracak kadar geçmişi olmayan bir mecradır. Bu nedenle hakkında şimdilik doğru analizler yapmak çok da kolay değildir. Bu başlığın altını dolduracak gelenekselleşmiş ya da markalaşmış 'kadın konulu dini yayıncılık' henüz mevcut olmadığından bu tebliğde dolaylı fakat kısmen bol bir malzemeye erişilebilecek bir noktadan hareketle 'dindar kadınların sanal dünyayı bir imkan olarak nasıl kullandıkları ve sanal dünyada buradan neş'et eden kadın yayıncılığı'nı ele alarak bazı sonuçlara ulaşılmaya çalışılacaktır.

Fakat ilk olarak internet teknolojisiyle doğan siber âlem ve bu âlemin iç dinamiklerine kısaca göz atarak siber âlemde gerçekleşen zihinsel dönüşüme değinmek yerinde olur.

SİBER ÂLEM

İnternet teknolojisi, tarım ve endüstri devriminden sonra hayatı en çok etkileyen dönüşüm olarak tanımlanmaktadır¹. Şüphesiz bu yaklaşım büyük ölçüde doğrudur. Matbaa, bilgiyi küçük bir azınlığın elinden alıp kitlelere sunarken, internet bilgiyi akıl almaz biçimde yaygınlaştırmıştır. Gündelik yaşamdan siyasete, kültürden ekonomiye kadar hemen her alanda büyük dönüşümlere neden olmaktadır. Hatta henüz ihtiyatla yaklaşılsa da, farklı siyasal sistemler üretebileceği bile ifade edilmektedir²; 'Ulus devletin buharlaşması', 'elektronik demokrasi' gibi kavram denemeleri bizlere önümüzdeki on yıllarda yepyeni siyasi yapılar vaad edebilir.

İnternet ve insan-makina ilişkisinin ortaya çıkardığı siber alan üzerine kuşkusuz pek çok tanımlama yapılabilir. Ancak burada siber âlemi, gerçek dünyadan ayıran temel esprîye odaklanarak, interneti coğrafyası olmayan bir siber alan olarak tarif etmek mümkündür. Siber alanın başlangıcını 19. yüzyılın ilk yarısında telgrafın bulunuşunda aramalıyız der James Carey. Ünlü iletişimciye göre, telgrafın en basit ve önemli tarafı 'taşımının ve iletişimin kesin olarak birbirinden ayrıldığını belirlemesidir³; 'Yani, bir iletinin gideceği mesafeyi aşma zamanı alıcı ve göndericiye önemsiz geldiğinde bu alan bağlamını yitirir'. Dolayısıyla coğrafya silikleşir. İletişim alanında telgrafın açtığı bu çığır şimdilik internet ile zirveye ulaşmıştır.

İletişimi ulaşım şartına bağlı olmaktan çıkararak bu gelişme, insanoğluna hızlı ve daha düşük maliyetlerle iletişim kurma imkanı vermiştir. Zamanın ve mekanın olmadığı siber alanın gerçek dünyamızdaki yansımaları ise hızlı bir küreselleşme olmuştur. Bu yönüyle internet, zahmetsizce 'genişlikte' bir kazanım gibi görülebilir. Ancak bu gelişme 'yoğunlukta' kaybedilen bir alan ortaya çıkarmıştır. Bu kaybı en iyi izah edecek fikir için Kierkegaard'a başvurabiliriz der Dreyfus⁴. 'The present age' başlıklı yazısında mesafeli durduğu kamusal alan için Kierkegaard'ın yaptığı tanımlama internete uyarlandığında siber âlem de kısmen tanımlanmış olur; insan ilk elden deneyim sahibi olmadan, sorumluluk almadan ve almayı istemeden tüm kamusal sorunlar hakkında fikir sahibi olduğu ve yorum yaptığı tarafsız bir dünya içinde bulur kendini. Böylece aidiyet ve önem ortadan kalkar. Çünkü, bu kadar yoğun bilgi birikiminin insandaki karar aşamasını sürekli ertelediği, daha çok şey keşfettikçe insanın dünya görüşünü yeniden gözden geçirdiği ve

- 1 Kolektif, *Sanal Uzamı Ne Sanıyoruz?*, Cogito, İnternet: Üçüncü Devrim?, sayı: 30, 2002, s.5.
- 2 Bruce Bimber, *İnternet ve Siyasî Dönüşüm: Hızlandırılmış Çoğulculuk*, (çev.Cem Soydemir), Cogito, İnternet: Üçüncü Devrim?, sayı: 30, 2002, s. 167.
- 3 Jon Stratton, *Siber Alan ve Kültürün Küreselleştirilmesi*, (çev.Mehmet Doğan), Cogito, İnternet: Üçüncü Devrim?, sayı: 30, 2002, s. 81-81.
- 4 Hubert L. Dreyfus, *Bilgi Otobanında Nihilizm: Günümüz çağında Anonimlik karşısında bağlılık*, (çev. Ece Gamze Atıcı), Cogito, İnternet: Üçüncü Devrim?, sayı: 30, 2002, s.101.

karar ve harekete gerek kalmadan sonsuz düşünce olasılığının olduğu bir dünya sunulur internette.

O halde, internet kendi içsel dinamikleri ile var ettiği bu alanda aynı zamanda bu alana dahil olan herkese yeni bir zihin de giydirebilir. Sherry Turkle, 'Life on the Screen'da 'İnternet, postmodern yaşamı tanımlayan benliğin, yapılanma ve yeniden yapılanma deneyimlerinin defalarca yapıldığı önemli bir sosyal laboratuvar halini almıştır⁵' derken, insanoğlunun kendini binlerce kez yeniden yapılandırabileceği bir laboratuvarından bahsetmektedir.

SANAL DÜNYADA KADININ UZAMSAL KONUMU

İletişim dünyasında cinsiyetler arası rol paylaşımı söz konusu olduğunda, geleneksel medya ve yayın dünyasının sınırlı iktidar alanında erkek hâkimiyeti göze çarpar. Ancak sanal âlemde muktedir olmak cinsiyete değil, iyi internet kullanım becerisi ve dinamik bir zihin gücüne bağlıdır. Erkeklerin ağırlıklı olduğu bir gazetede kendine köşe edinemeyen bir kadın, eğer söyleyeceklerinin gücüne inanıyorsa cüz'i bir masrafa açtığı bir blogla, bir gazete köşesinde yapacağı etkiyi ikiye katlayabilir. Hatta gazetenin ulaşamadığı farklı mecralara ulaşır. Buradan hareketle geleneksel medya ve yayın dünyasındaki imkanlarla mukayese edildiğinde siber âlemin kadına daha münbit ve özgür bir alan açtığı görülür. Nitekim Meksika'dan California'ya Hollanda'dan Filipinler'e kadar dünyada kadın kimliğinin biçimlendirdiği internet örgütlenmelerinin sosyal ve siyasal yaşama etkisi bilinmektedir.⁶

Türkiye'deki duruma geçmeden önce, internet kullanım oranlarına bakmak yerinde olur; TÜİK verilerine göre, 2011 yılı Nisan ayında gerçekleştirilen Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre Türkiye genelinde hanelerin %42,9'u internet erişim imkânına sahiptir. 16-74 yaş aralığında yapılan araştırmaya göre internet kullanım oranı 16-24 yaş grubunda en yüksektir. Kadınların internet kullanım oranları her yaş grubunda erkeklerin gerisinde kalmaktadır.⁷

Her ne kadar kadınlar genel olarak erkeklerin gerisinde kalsa da, nihayetinde internetin son yıllarda artan kullanım oranlarına paralel olarak, internet kullanan kadın sayısı her geçen gün artmaktadır, denilebilir. İnternette özel olarak kadınlarla ilgili gündemler sağlık, çocuk bakımı, güzellik, zayıflama, diyet, ev dekorasyonu, moda, yaşam, mutfak gibi yaygın 'kadın ilgisi' olarak kabul edilen konulardır. Basit bir google taramasında kadınev Kadın.net, kadınlarsitesi.com, kadınlarkulubu.com, kadın.net, kadınsağlığı.com, elitkadın.com vb. gibi çok sayıda sitenin varlığı ile karşılaşılır. Fakat bu sitelerin çoğu özel

5 Dreyfus, a.g.m, s. 109.

6 Manuel Castells, *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi*, (çev. Ebru Kılıç) İstanbul 2006, s. 111-112.

7 *Bilgi Toplumu İstatistikleri 2011*, TC. Devlet Planlama Teşkilatı, Haziran 2011, s. 20.

bir kurumsal kimliği yok ve daha çok kes-yapıştır usulü ile hazırlanmış, özgün içerikten yoksun çalışmalardır. Ya da herhangi bir basılı yayının birebir siber alana taşınmış şeklidir. Öte yandan protest duruşları olan ya da aidiyet dünyalarını seçtikleri domainlerle ortaya koyan örnekler de göze çarpar; www.bayandegilkadın.com, www.birkadınfenomeni.com, www.kadınsam.com, www.kadingirisimciler.org, www.kadınkapısı.org, www.feminisite.net, www.kazete.org.tr, www.amargi.org.tr gibi. Bu sitelerin her biri tek tek ele alındığında bir hayli malzeme sunabilir. Öte yandan kadın bedeninin internetin denetimsiz teşhir alanında yaygınca kullanıldığı daha nice adres vardır. Ancak bu tebliğde konu çerçevesinde, sanal dünyada 'dindar kadın'ın varlığı ve bunun üzerinden kadın yayıncılığına odaklanılacağından buna kısaca değinip geçilecektir.

SANAL DÜNYADA DINDAR KADIN VARLIĞI & KADIN YAYINCILIĞI

Girişte de ifade edildiği gibi internet henüz yeni bir mecra olduğundan burada bir kadın yayıncılığı geleneğinden bahsetmek çok mümkün görünmemekle beraber dini referansları ya da kimlikleri çeşitli şekillerde yayınlarına yansıyan örnekler üzerinden mevcudun analizini şu sorular eşliğinde yapmak mümkündür:

Dindar kadın interneti bir imkan olarak nasıl kullanıyor? Tezahürleri nelerdir? Siber âlemde erkek egemen alanlarda kadın yazar oranı ne durumdadır? Sanal dünyada cinsiyetler arası bir iktidar değişiminden söz edilebilir mi? Blogdan internet sitesine, sanal dünyada sesini duyuran aktivist kadınlar, interneti bir imkana dönüştürebilmiş midir? Sanal dünyada yer almanın profesyonellik gerektiren şartları nelerdir? Dindar kadının 'nur'u internete nasıl yansımıştır? Dindar kadın sanal dünyaya ne getirmiş, sanal dünya dindar kadının hayatına ne getirip, hayatından ne götürmüştür?

Bütün getiri ve götürüleriyle internette dindar kadınların etkin olduğu mecralara göz atıldığında şu örneklerden hareketle bazı sonuçlara varılabilir:

-**Kadın konulu siteler:** Gündemi kadın gözüyle yorumlayan, kurucularının kimliklerinde ya da söylemlerinde dini referanslar olan kadın odaklı web siteleri;

www.kadınhaberleri.net, www.kadınnews.com, www.kadıncahararınca.com, www.mumine.com, www.kadınpenceresi.com

Sitelerin sloganları;

Kadınpenceresi, Kadın, sağlık, bebek, anne, yemek tarifleri, oya, örgüler,

Kadınhaberleri.net, Türkiye'nin ve dünyanın dikkatinden kaçan gerçekler sadece kadınhaberleri manşetlerinde. Kadın Haberleri, bağımsız, özgür haber-analiz kaynağınız

Kadınnews.com, kadın gözüyle gündem

Mumine.com, mumine kadınlar sitesi

Adı geçen siteler içinde Kadınhaberleri.net, güncel olayların daha çok sansasyonel ve magazin boyutuyla ilgilenen bir yayın içeriğine sahipken, kadınnews.com politika, eğitim, kültür gibi alanların diğerine göre daha ön planda olduğu bir yayın çizgisiyle gündemi kadın gözüyle değerlendirmektedir. Mumine.com ise, daha çok forum özelliği taşıyan bir sitedir. Kadincakararınca.com adlı site, tasarım ve içerik itibarıyla adı geçen sitelerle benzer olmakla beraber, geniş bir yayın grubunun kadınlara özel sayfası olması dolayısıyla daha kurumsal bir kimliğe sahiptir. Adı geçen diğer sitelerin hemen hepsinde siteyi tanımlayan ya da kurumsal bir manifesto içeren bölüm mevcut değildir. Hakkımızda bölümü en fazla site işleyişindeki işbölümünü ortaya koymaktadır. Site yayıncıları kendileri ya da amaçları hakkında bir bildirim yapmaktan uzak durmaktadırlar. Adı geçen siteler arasında ziyaretçi oranı en yüksek kadincakararınca.com, ikinci sırada ise kadınhaberleri.net yer almaktadır.⁸

Bu sitelerin hemen hepsi yalnızca Türkçe yayın yapmaktadır. Ziyaretçi profillerine uygun reklam almaktadır. İletişim bilgileri bölümünde bu sitelerin yayınlarını profesyonel ofis ortamında yaptıklarını gösteren bir bilgi bulunmamaktadır. Tasarımlarına bakıldığında ise, kadın sitelerinin hâkim rengi, mor, pembe ve kırmızıdır. Yüksek maliyet gerektiren özgün tasarımlar yerine, düşük bedelli hazır site arayüzleri kullanmışlardır. Bu sitelerde daha çok kadın yazarlar olmakla birlikte aralarında kadınlı ilgili konularda yazan erkek yazarlar da vardır.

-**Kişisel web siteleri;** Siber alemde doğrudan kadınlarla ilgili ikinci bir mecra, kadınlara ait kişisel web siteleri ya da bloglardır. Bir topluluk lideri, aktivist, yazar ya da mesajını bağımsız olarak geniş kitlelere taşımak üzere kendi adıyla web sitesi hazırlayan kadın sayısı çok değildir; www.cemalnur.org, www.nevinmeric.com, www.salihaerdem.com gibi siteler ulaşılabilenler arasında zikredilebilir.

Adı geçen ilk iki sitede de, hâkim rengin mor olması, sanal âlemde kadını temsil eden renk tercihinin yaygın şekilde mor olduğunu göstermektedir. Sözkonusu sitelerde şahıslar hakkındaki bilgi kamusal alandaki tanınırlıklarının ötesine geçmemektedir. Kitap çalışmaları, konferans duyuruları ve belli periyotlarda yazdıkları yazılar sitenin ana malzemesini oluşturmakta, hatta zaman zaman bir nevi tebliğ alanına dönüşebilmektedir.

-**Kurumsal Siteler:** Kadın örgütleri, STK'lar ve kadın odaklı diğer oluşumların web sitelerine bakıldığında ise, bir hayli adresle karşılaşmak mümkündür. www.baskentkadın.org, www.tdv-kadınfaaliyetleri.org, www.medyasofa.org, www.gikap.org, www.hazargrubu.org, www.ak-der.org, www.hekva.org.tr, www.hikde.org, www.kasadsaglik.com, www.ikadder.org en belli başlı olanlardır.

Bu siteler, hakkımızda, faaliyetler, projeler, galeri, basında gibi başlıklar altında kurumsal vizyonlarını anlatan içeriklere sahiptir. Görselliklerini, yukarıda sayılan kadın

8 www.alexa.com

odaklı yayın yapan sitelerden farklı olarak kurumsal vizyonlarını yansıtan daha özel tasarımlar oluşturur. Kullanılan renkler mor ve pembenin ötesine geçse de, yaygın kadın algısını yansıtan figürler içermektedir. Bu sitelerin temel işlevi, kurumun dünyaya açılan penceresi fonksiyonu icra etmesidir. Kurumların vizyonu ve faaliyet alanlarını anlatan formal ve kurumsal bir dil ve yayın üslupları vardır.

KADINLARLA İLGİLİ YAYINLAR

İnternette kadınlarla ilgili bir başka mecra, kadınla ilgili yayınlara ulaşılabilecek sitelerdir ki, içlerinde dini kadın yayınlarının da bulunduğu en belli başlı adres şimdilik www.kadineserleri.org 'dur; 'belge yoksa tarih de yok' sloganı ile kadın konulu bir kütüphane olan Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı'nın arama motoru içeren yayın organıdır.

TEMATİK SİTELER

Tebliğ çerçevesinde kalmak kaydıyla, 'kadın' konusunun bazı temalarla kurduğu özdeşimden hareketle birkaç tematik siteye bakıldığında şu temaların yaygınlığı göze çarpar:

Kadın ve aile; www.kadinveaile.com, www.ailevekadın.com, www.biruya.com (anne ve çocuk portalı)

Bu sitelerin ortak özelliği 'eğitim' temasının yoğun şekilde işlenmesi, çocuk yetiştirme vb konulara daha didaktik bir üslupla eğilinmesidir. Fakat burada dikkati çeken önemli bir husus, geleneksel basılı yayıncılıkta olduğu gibi internet yayıncılığında da çoğunlukla aile konusunun tek figürünün kadın olmasıdır. Bu sitelerde de, erkeğin ailedeki varlığı bir kenara bırakılarak aile daha çok kadının sorumluluğu üzerinden ele alınır. Kuşkusuz bu içerik, toplumdaki yaygın temayülün yansımasıdır. Nitekim aileyi korumak ve desteklemek üzere faaliyet gösteren aktif bir derneğin web sayfasındaki yönetim kurulu üye listesi de bir istisna ile sadece kadınlardan oluşmaktadır. İstisnai erkek üye ise, 'denetleme' kurulu üyesidir. Sanal dünyaya yansıyan da, işte bu 'aileyi ilgilendiren etkin bir inisiyatifin sadece kadınlardan oluşması' realitesinden başka bir şey değildir.

KADINVEDİN; WWW.KURANDAKADIN.COM, WWW.MUSLUMANKADIN.COM

İlki bir yayın grubunun kadınlara dair bakış açısını yansıtan bir site iken, diğeri, yetersiz bir içerikle İslam'ın kadına verdiği hakları anlatan makale ve yazılardan oluşmaktadır. Bu çalışma sırasında kadın ve din konusunu bilimsel, bütüncül ve güvenilir kaynaklara dayanarak ele alan kurumsallaşmış bir web sitesine rastlanılmadığını burada özellikle ifade etmek gerekir.

KADIN VE MODA; WWW.ALADERGİ.COM, WWW.FIRUZESTYLE.COM

Yaklaşık birkaç yıldır siber âlemde dindar kadın çevrelerine hitap eden sitelerde kadın kelimesi ile yan yana görmeye alışık olduğumuz bir başka kavram modadır. Aladergi.com, henüz yeni bir 'yaşam tarzı' dergisinin internet versiyonu iken, firuzestyle.com blogdan siteye dönüştürülmüş ve varlığını internet üzerinden inşa eden bir moda adresidir. Bu örneklerden de görülebileceği gibi internet artık dindar kadının modaya dair beğeni ve tercihlerini de içeren bir mecra olma yolundadır.

GENEL WEB SİTELERİ

Kapsamlı bir medya organı fonksiyonu icra eden sitelerde de, kadına ayrılan özel köşeler mevcuttur. İnternet haberciliğinde önde gelen bir web sitesinde⁹ kadına ayrılan müstakil bir köşeye odaklanıldığında ortaya çıkan tablo incelemeye değerdir. Söz konusu sitenin genel site haritasında 'siyaset, güncel, yaşam, ekonomi, spor, sağlık, medya, bilim, teknoloji, otomobil, eğitim, kültür, yemek, emlak' başlıklarının hemen yanında 'kadın'a ayrılmış müstakil bir bölüm yer alır. Alt başlıklarda ise, 'aile, çocuk, bakım, moda, alışveriş, iş hayatı, sosyal yaşam' gibi bir bölümlene dikkati çekmektedir. Site kendince orta yolu bulmuş görünmektedir. Ana başlıkta söz gelimi 'ekonomi, siyaset' vb. alanları kadın köşesinden ayırmış, ancak alt başlıkta kadınlarla ilgili 'yaygın' sitelerdeki başlıklandırmanın biraz dışına çıkarak 'moda, alışveriş' gibi temaların yanına kadın ilgilerinin sadece bunlardan ibaret olmadığını vurgularcasına 'iş hayatı, sosyal yaşam' başlıklarını da yerleştirmiştir. Buradan da anlaşılacağı üzere, internet ortamındaki kadın yayıncılığı site sahibinin genel dünya görüşü içinde kadına bakışıyla doğrudan irtibatlıdır.

E-POSTA GRUPLARI

İnternetin sunduğu imkanlardan birisi, ülkenin dört bir yanına dağılmış, hiçbir ortak örgüte ya da gruba mensup olmadan ve örgütlü lobi faaliyetlerine dair hiçbir deneyimi olmayan insanların bir araya geldiği e-posta gruplarıdır.¹⁰ Bu imkan, sanal cemaat üyelerine hızlı, pratik ve ucuz bir iletişim imkanı sağlar. Sanal cemaat üyeleri, zihinsel ve duygusal olarak kendilerini öteki üyelerinin çoğuyla hiçbir zaman yüz yüze karşılaşmasalar bile kolektif bir bünye ile özdeşleştirerek mevcudiyetlerini sürdürürler.¹¹ Kadın medyaacıların bulunduğu 'medyasofa', kadın akademisyenlerin bulunduğu 'meridyencircle' ve güncel

9 www.haber7.com

10 Bruce Bimber, 'İnternet ve siyasi dönüşüm': Hızlandırılmış Çoğulculuk', Cogito, İnternet: Üçüncü Devrim?, sayı: 30, 2002, s. 167.

11 Necdet Subaşı, *Sanal Cemaat Örtüntüleri*, Bilişim Toplumuna Giderken... Psikoloji, Sosyoloji ve Hukuk'ta Etkiler Sempozyumu, 23-24 Mart 2001, Ankara, s.5.

mevzuların yoğun olarak ele alındığı 'buluşankadınlar' dindar kadınlar arasında revaçta olan e-posta gruplarıdır.

Yukarıda sayılan belli başlı mecralar içinde dindar kadınların en yaygın ve efektif kullandığı internet fonksiyonu belki de bu e-posta gruplarıdır. Zira e-posta coğrafi uzaklık ya da saat farkı nedeniyle gecikmez; gönderici ve alıcı arasında bir koordinasyon gerektirmez; kolaylıkla dosyalanabilir, değiştirilebilir, güncellenebilir ve düzenlenebilir; arşivlenebilir ve istendiğinde tekrar kullanılabilir ve oldukça ekonomiktir.¹² Siyasetten medyaya, akademi-den sosyal örgütlenmelere kadar pek çok açıdan e-posta grupları önemli fonksiyonlar icra etmektedir. Söz gelimi, 'buluşankadınlar' adlı e-posta grubu son aylarda politik gündeme de yansıyan ses getirici bir kampanyayı tamamen internet grubu üzerinden örgütlemiştir. Seslerini duyurma, gerektiğinde siyasete yön verme potansiyeli olan bu imkan kadınlara aynı zamanda geniş bir networke sahip olma fırsatı da vermektedir.

SOSYAL MEDYA

Sosyal medya herhangi bir e-posta adresine sahip olmak dışında hiçbir bedel ödemeye gerek kalmadan herkesin dahil olabildiği en cazibeli sosyal laboratuvarlardan biridir. Kapısından içeri giren herkesi 'aklında ne olduğu' sorusu ile karşılayan ve ona aklının gidebildiği sınırlar ölçüsünde yeniden yapılanma fırsatı veren bir arenadır. Bireye orada etkin olduğu müddetçe var olduğu hissiyatını aşıl原因 ya da 140 karakterle insana kendi bireysel medyasının imparatoru olma fırsatı veren bir mecradır. İstanbul'da iken Miami'de yaşıyor görünmenin, sıradan bir ev kadını iken saltanatlı bir iş kadını olabilmenin, fakirken zengin, hatta kadınken erkek olabilmenin mümkün olduğu bir mecradır aynı zamanda. Bu arena, araştırmacılara dindar kadının kimlik denemelerine dair zahmetsizce ulaşabilecekleri bol ve çeşitli malzeme sunmaktadır. Sayısız fotoğrafın yüklendiği albümlerden 'dindar kadın'ın özel ya da kamusal alandaki bütün halleri görülebilir; 'dindar kadın evde, arabada, doğum günü partisinde, piknikte, seyahatte, konferansta, aile yemeğinde, denizde ve daha pek çok alandadır. Dindar kadının 'nur'u çok sayıda değişik fotoğraf karesinde, kimi zaman özenle sergilenmiş silüetler olarak sosyal medyayı aydınlatmaktadır. Özel ve kamusal hayatta maruz kaldığı bütün engellemelere sosyal medyada adeta baş kaldıran kimi 'dindar kadın'ların gündelik hayatta olmadığı kadar özgür davrandığı da görülebilmektedir. Hatta karşı cinsten ünlü bir gazeteciye 'gece onu rüyasında gördüğünü' milyonlarca sakini olan bu sosyal medya ülkesinde adeta haykırarak kadar özgür olduğunu gösteren örnekler vardır. Kimi sosyal medya profillerinde ise, kendini sergileme aşırılığının öteki ucunda, kimliği tescil üzere ayrılmış profil resim alanına 'çiçek', 'manzara' ya da 'çocuğu'nun resmini koyarak kendisini başka şeyler üzerinden tanımlama eğilimi göze

12 Gamze Göker, *İnternetin Türkiye Kadın Hareketi Üzerindeki Etkisi: Kadın Kurultayı E-grubu Örneği*, XII. "Türkiye'de İnternet" Konferansı 8-10 Kasım 2007, Ankara, s. 269.

çarpmaktadır. Hülasa, sosyal medya, dindar kadının bütün varlığını çekinmeden ortaya koyduğu ya da tam tersine silikleştirmeye tabi tuttuğu bir mecra olabilmektedir.

SONUÇ

Buraya kadar, konu başlığında geçen kelimelerle google'da yapılan bazı taramalardan ulaşılabilen çeşitli örneklerden hareketle internette dindar kadının izi sürülmüştür. Bütün bunlar üzerine, henüz sanal dünyada dindar kadının dünyasının yeterli ve yetkin olarak okunabileceği bir yayıncılığın varlığından söz etmek için erkendir. Dolayısıyla 'kadın konulu dini yayıncılık' başlığı altında sunabilecek kayda değer bir örnek yoktur. Siber âlem kadına ister kendini 'setrederek', ister belirlediği bir mikyas ölçüsünde ya da sınırsızca kendini 'ifşa ederek' varlık gösterebileceği pratik ve ucuz bir alan açmaktadır. Fakat bu imkanın özellikle bu kongrenin başlığını oluşturan 'kadın ve din' ekseninde verimli ve ciddi bir yayıncılık için yeterince kullanıldığını söylemek zordur.

Halbuki, sanal dünyanın, sunduğu 'bilgi edinme, iletişim, online eğitim, örgütlenme' imkanlarının yanında dindar kadının dünya görüşünü özgürce ifade edebileceği bir mecra olma potansiyeli vardır. Fakat bu potansiyeli kullanacak girişimlerin projelerini planlarken, internetin doğasında -girişte de ifade edildiği gibi- 'genişlikte' bir kazanım gibi görülen ancak 'yoğunlukta' kaybedilen bir alan olduğu gerçeği unutulmamalıdır. İnternetin doğası geleneksel medya ve yayın dünyasının verdiklerini vermeyebilir ancak başka imkanlar sunabilir. Öte yandan bu konuda yapılacak bir girişim, 'yaygın kadın ilgisi' diye tanımlanan konular dışında başka alanlardaki kadın etkilerini de artık hesaba katmalıdır. Zira artık kadının spordan akademiye, siyasetten kültüre genişleyen ilgi alanları ve etkinlikleri, eskisinden farklıdır. Konu bütün yönleri ile ele alınarak internetin doğru kullanımı ile sanal dünya bir avantaja dönüştürülebilir. Andrew Saphiro'nun dediği gibi, 'internetin içine ne koyarsanız internet odur'.

Oturum Başkanı: Biz de Hümeysra Hanım'a çok teşekkür ediyoruz. Sanal, siber âlemi bize kısaca tanıttı. Nasıl bir zihinsel dönüşüm meydana getirdiğini zamansız ve mekânsız bir arenada nasıl özgürlüğe doğru insanların sanal olarak koştüğünü ve orada nasıl bir takım sanal gerçekliklerin ortaya çıktığını anlattı. Kadın sitelerine dair çeşitli sunumlar, göstergeler ortaya koydu. Kendisine çok teşekkür ediyoruz.

Böylece ilk üç sunumumuzu tamamlamış oluyoruz ve müzakereye geçiyoruz. Diğer üç sunumu aradan sonra size takdim edecek tebliğçilerimiz.

İlk müzakereyi yapmak üzere de Fadime Özkan Hanımefendi'yi davet ediyorum. Buyursunlar. Beş dakika süreniz var efendim.