

**DİJİTAL KAMUSAL ALAN OLUŞUMU ÜZERİNE BİR İNCELEME:
TWİTTER'DA KANAL İSTANBUL TARTIŞMALARI**

Büşra KAYA

Temmuz 2022

DENİZLİ

**DİJİTAL KAMUSAL ALAN OLUŞUMU ÜZERİNE BİR İNCELEME:
TWİTTER'DA KANAL İSTANBUL TARTIŞMALARI**

**Pamukkale Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Doktora Tezi
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı**

Büşra KAYA

Danışman: Prof. Dr. İsmet Parlak

Temmuz 2022

DENİZLİ

Bu tez çalışması YÖK 100/2000 programı kapsamında “Sosyal Medya” öncelikli alanında hazırlanmıştır.

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atıfta bulunulduğunu beyan ederim.

Büşra Kaya

ÖNSÖZ

Akademik anlamda bilimsel çalışma yapan ve özellikle doktora tezi yazan herkesin sabırlı ve dirayetli olması gereken zorlandığı günler muhakkak olmuştur. Bu günlerde en önemli olan şey yanımızda bulunan kişilerin bazen yardımı bazen hoşgörüsü bazen de anlayışıdır. Yanımızda olan kişilerin varlığı, bu zorlu günlerin ve hatta bazen ayların psikolojik olarak daha kolay atlatılmasına yardımcı olmaktadır. O yüzden bu tez çalışması zor günlerimde yanımda olan ve yardımlarını esirgemeyen kişilere teşekkür ile başlamaktadır.

Öncelikle, tez danışmanım olan ve bana her konuda destek sağlayıp yardımlarını esirgemeyen, yazmış olduğum metinleri tekrar tekrar okuyup gerekli düzeltmeleri yapmamı sağlayan çok değerli hocam Prof. Dr. İsmet PARLAK'a; yapıcı öneri ve eleştirileriyle çalışmama katkılarından dolayı jüri üyesi Pamukkale Üniversitesinden Prof. Dr. Naci KARKIN'a, tezimin özellikle yöntem kısmında beni yönlendiren, eksiklerimi kapatmama yardımcı olan Pamukkale Üniversitesi'nden Doç.Dr. Emel DİKBAŞ TORUN'a ve bana her yönden psikolojik destek sağlayan, yanımda olduğunu hissettiren Prof.Dr. Hüseyin ÖZGÜR'e teşekkürlerimi sunarım.

Sevgili arkadaşlarım, Özlem Özdeşim İKİZ'e, Burak GÖKALP'e ve Onur AYCAN'a, bu süreçte dostluklarını benden esirgemeyip her türlü yardımına koştukları için minnettarım.

Son olarak bu süreçte maddi ve manevi her konuda yanımda olan, destekleri ile sabırlarını benden esirgemeyen ve bu günlere gelmemde büyük emekleri olan sevgili annem Gamze KAYA'ya, babam Mehmet KAYA'ya ve bu hayattaki en büyük şansım olan kardeşim Bükre KAYA'ya sonsuz teşekkür ederim.

ÖZET

DİJİTAL KAMUSAL ALAN OLUŞUMU ÜZERİNE BİR İNCELEME: TWİTTER'DA KANAL İSTANBUL TARTIŞMALARI

Kaya, Büşra

Doktora Tezi

Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi

Tez Yöneticisi: Prof. Dr. İsmet Parlak

Temmuz 2022, IX + 242 Sayfa

Dijital kamusal alan oluşumu hem siyasal hem de iletişimsel anlamda oldukça büyük bir öneme haizdir. Bunun yanında, geleneksel kitle iletişim alanının önüne geçen Web 2.0 teknolojileri, bir iletişim alanı olmasının yanı sıra paydaşlar olarak vatandaşlara kolay ulaşabilir, az maliyetli, katılım olanağı sağlayan bir boyuta sahiptir. Konunun temelinde yer alan kamusal alan kavramını, genelde sosyal medya, özelde ise Twitter düzleminde tartışmak, çalışmanın başlangıç noktasını teşkil etmektedir. Çalışmanın öznesini oluşturan kavram dijital kamusal alandır. Bu kavram ışığında çalışmanın konusu; Web 2.0 teknolojilerinin ortaya çıkarmış olduğu sosyal medya mecralarında dijital kamusal alan oluşumu, işlevi ve önemidir. Bu tez çalışmasının genel amacı ise, kamusal alanın sosyal medyada hangi sınırlar ile oluştuğunun ya da oluşmadığının incelenmesidir. Dolayısıyla çalışmanın alana katkısı sosyal medya ve kamusal alan kavramlarını bütüncül bakış açısıyla ele alarak potansiyel olarak oluşabilecek dijital kamusal alanın varlığının sorgulanması ve bunun için gerekli olan ölçütlerin geliştirilmesidir.

Çalışmanın yöntemi nitel olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada öncelikle, kuramsal bir altyapı oluşturulmuştur. Twitter özelinde kamusal alan oluşumunun olanaklılığı ve hangi şartlar ve sınırlar altında oluşup oluşmadığı ortaya koyulmuştur. Bu olanakların ortaya koyulabilmesi için çeşitli ölçütler ve kriterler geliştirilmiş ve temel çalışma soruları ve varsayımlar belirlenmiştir. Kuramsal altyapıyı test etmek amaçlı Twitter özelinde Kanal İstanbul'a dair tartışmalar ele alınmıştır. Çalışmada çoklu veri toplama metodu ile içerik inceleme, sosyal ağ ve lokasyon analizi teknikleri kullanılmıştır. Bunlara ek olarak, *Nvivo* ve *Gephi* gibi analiz yapılmasına yardımcı araçlar kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Kamusal alan, Dijital Kamusal Alan, Twitter

ABSTRACT**A REVIEW ON DIGITAL PUBLIC SPHERE FORMATION: CANAL
ISTANBUL DISCUSSIONS ON TWITTER**

KAYA, Büşra

Doctoral Thesis

Political Science and Public Administration

Adviser of Thesis: Professor İsmet Parlak

July 2022, IX + 242 Pages

Formation of public sphere is of great importance with regard to political and communicational senses. In addition, Web 2.0 technologies, including social media tools, that take precedence over traditional media, provide the citizens as shareholders with easy-access for engagement and low-cost base for political participation. In this dissertation proposal it is basically aimed to make a discussion of public sphere through social media tools, particularly Twitter. The study begins with a discussion of the concept of public space, which is the core of the subject, on a social media platform, specifically Twitter. Thus, digital public sphere is the main subjects of the proposal. In the light of these main concepts, the proposal seeks some answers to frame what the importance of social media tools is and functions that Twitter plays with regard to digital public sphere formation. The general purpose of this thesis is to determine whether or not the public sphere has bounds on social media. Therefore, the study's contribution to the area is to challenge the existence of a digital public sphere that could emerge if the ideas of social media and public sphere are considered holistically, as well as to propose the essential criteria for this.

After reframing the hypotheses and research questions as;

- a) Is it possible to the formation of the public sphere on Twitter?
- b) if so, under what conditions and restrictions are valid?
- c) What are the criteria and metrics needed in order to uncover these possibilities?

The proposal plans to use some analytic tool Nvivo and Gephi in addition to employ content analysis and observation techniques.

The methodology of the proposal is framed mainly by Content Analysis (CA). This dissertation is supposed to be shaped by a theoretical background and a field analysis. NVIVO and Gephi as a qualitative research program are employed in discussing and commenting on the findings.

Key Words: Social Media, Public Sphere, Digital Public Sphere, Twitter

İÇİNDEKİLER

| | |
|----------------------------------|------|
| ÖNSÖZ..... | i |
| ÖZET..... | ii |
| ABSTRACT..... | iii |
| ŞEKİLLER DİZİNİ..... | vii |
| TABLolar DİZİNİ..... | viii |
| SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ..... | ix |
| GİRİŞ..... | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM

KAMUSAL ALAN: KAVRAMLAR VE MODELLER

| | |
|--|----|
| 1.1.Kavramsal Temeller Üzerinden Kamusal Alanı Okumak | 8 |
| 1.1.1. Aleniyet: Kamu ve Kamusallık | 10 |
| 1.1.2. Kapsayıcılık: Devlet ve Sivil Toplum | 11 |
| 1.1.3. Rasyonalite: Kamusal Akıl ve Aktörler | 13 |
| 1.1.4. Eşitlik: Demokrasi, İletişim ve Kamuoyu | 15 |
| 1.2. Kamusal Alan ve Özel Alan Ayrımı | 19 |
| 1.3. Kamusal Alan Tartışmaları | 23 |
| 1.3.1. Jürgen Habermas'ın Kamusal Alan Modeli: Söylemsel Kamusal Alan..... | 23 |
| 1.3.2. Jürgen Habermas'ın Kamusal Alan Modeline Eleştiriler..... | 29 |
| 1.3.3. Hannah Arendt'ın Kamusal Alan Modeli: Rekabetçi (Agonistik) & Birleşimsel Kamusal Alan..... | 32 |
| 1.3.4. Hannah Arendt'ın Kamusal Alan Modeline Eleştiriler..... | 36 |
| 1.3.5. Liberal Kamu Alanı Modeli | 38 |
| 1.3.6. Liberal Kamu Alanı Modeline Eleştiriler..... | 44 |
| 1.3.7. Kluge ve Negt'in Kamu Alanı Modeli | 46 |
| 1.3.8. Kluge ve Negt'in Kamusal Alan Modeline Eleştiriler | 51 |
| 1.4. Türkiye'de Kamusal Alan Tartışmaları | 52 |
| 1.4.1. Türkiye'de Kamusal Alan Kavramı ve İçeriği | 53 |
| 1.4.2. Tarihsel Süreç İçinde Türkiye'de Kamusal Alan Kavramı | 55 |
| 1.5.Kamusal Alanı Anlamak: Günümüz İçin Bir Değerlendirme..... | 62 |
| 1.5.1.Günümüzde Kamusal Alanın Muhtevası: Çoğul Kamusalılık ve Özelleşen Kamusal Alanlar | 62 |
| 1.5.2.Günümüzde Kamusal Alan Oluşumunu Etkileyen Faktörler | 64 |

İKİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL MEDYA ve SOSYAL MEDYA: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

| | |
|--|-----|
| 2.1. Geleneksel Medya..... | 71 |
| 2.1.1. Geleneksel Medyanın Özellikleri..... | 73 |
| 2.1.2. Geleneksel Medyanın İşlevleri..... | 74 |
| 2.2. Yeni Medya ve Web Teknolojileri..... | 79 |
| 2.2.1. Yeni Medya Kavramı ve Özellikleri..... | 80 |
| 2.2.2. Web 1.0'dan Web 2.0'a Geçiş..... | 83 |
| 2.2.3. Yeni Medyanın Geleceği: Web 3.0, Web 4.0 ve Web 5.0 Teknolojileri..... | 85 |
| 2.2.4. Web Teknolojileri, Filtre Balonları, Yankı Odaları ve Kamusal Alan..... | 87 |
| 2.3. Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak: Sosyal Medya..... | 90 |
| 2.3.1. Sosyal Medyaya Dair Tanımlar..... | 91 |
| 2.3.2. Sosyal Medyanın Gelişimi..... | 92 |
| 2.3.3. Sosyal Medyanın Özellikleri..... | 94 |
| 2.3.4. Sosyal Medya Araçları..... | 97 |
| 2.3.4.1. Sosyal Ağlar..... | 98 |
| 2.3.4.2. Bloglar..... | 99 |
| 2.3.4.3. Mikrobloglar..... | 100 |
| 2.3.4.4. Wikiler..... | 102 |
| 2.3.4.5. Forumlar..... | 103 |
| 2.3.5. Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları..... | 104 |

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DİJİTAL KAMUSAL ALAN

| | |
|---|-----|
| 3.1. Dijital Kamusal Alan Tartışmaları..... | 111 |
| 3.1.1. Liberal Yaklaşım..... | 112 |
| 3.1.2. Eleştirel Yaklaşım..... | 117 |
| 3.2. Kamusal Alan Modelleri Üzerinden Dijital Bir Kamusal Alan Fikri..... | 123 |
| 3.3. Dijital Kamusal Alanın Sınırları..... | 135 |

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BİLGİLERİ VE YÖNTEM

| | |
|---|-----|
| 4.1. Araştırmanın Konusu | 146 |
| 4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi | 147 |
| 4.3. Araştırmanın Yöntem ve Teknikleri | 149 |
| 4.3.1. Araştırmanın Yöntemi | 149 |
| 4.3.2. Örneklemin Belirlenmesi..... | 151 |
| 4.3.3. Araştırma Soruları ve Varsayımlar..... | 153 |
| 4.3.4. Ölçütler ve Teknikler..... | 154 |
| 4.3.4.1. Yapısal Ölçüt ve Lokasyon Analizi Tekniği..... | 154 |
| 4.3.4.2. İletişimsel Ölçüt ve Tematik İçerik Analizi Tekniği..... | 157 |
| 4.3.4.3. Söylem Biçimi Ölçütü ve Sosyal Ağ Analizi..... | 159 |
| 4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları | 161 |

BEŞİNCİ BÖLÜM

ANALİZ, BULGULAR VE YORUM

| | |
|--|-----|
| 5.1. Yapısal Ölçüt Analizi ve Bulgular | 163 |
| 5.2. İletişimsel Ölçüt Analizi ve Bulgular..... | 166 |
| 5.3. Söylem Biçimi Ölçütü Analizi ve Bulgular | 178 |
| 5.3.1. Nisan Ayı Enformasyona İlişkin Söylem Bulguları | 181 |
| 5.3.2. Nisan Ayı Siyasal Söylem Biçimine Dair Bulgular | 182 |
| 5.3.3. Nisan Ayı Özel Söylem Biçimine Dair Bulgular | 184 |
| 5.3.4. Nisan Ayı Kamusal Söylem Biçimine Dair Bulgular | 186 |
| 5.3.5. Mayıs Ayı Enformasyona İlişkin Söylem Bulguları..... | 189 |
| 5.3.6. Mayıs Ayı Siyasal Söylem Biçimine Dair Bulgular | 190 |
| 5.3.7. Mayıs Ayı Özel Söylem Biçimine Dair Bulgular | 191 |
| 5.3.8. Mayıs Ayı Kamusal Söylem Biçimine Dair Bulgular..... | 192 |
| SONUÇ VE DEĞERLENDİRME..... | 200 |
| KAYNAKLAR | 210 |
| ÖZGEÇMİŞ | 242 |

ŞEKİLLER DİZİNİ

| | |
|--|-----|
| Şekil 1: Kamusal Alan Kavramsal Şeması..... | 9 |
| Şekil 2: Dijital Kamusal Alanın Yapısı..... | 144 |
| Şekil 3: Türkiye Nüfusa göre dağılım..... | 163 |
| Şekil 4: Nisan Ayında Atılan Tweetlerin Kentlere Göre Dağılımı | 164 |
| Şekil 5: Mayıs Ayında Atılan Tweetlerin Kentlere Göre Dağılımı | 165 |
| Şekil 6: Nisan Ayı Söylem Biçimi Analizi | 180 |
| Şekil 7: Mayıs ayı Söylem Biçimi Analizi..... | 187 |

TABLOLAR DİZİNİ

| | |
|--|-----|
| Tablo 1: Karşılaştırmalı Kamusal Alan Modelleri..... | 52 |
| Tablo 2: Geleneksel Medya ile Yeni Medya arasındaki Farklar (Aktaş, 2007: 107) | 81 |
| Tablo 3: Yeni Medyanın Özellikleri | 81 |
| Tablo 4: Web 1.0 ve Web 2.0 Karşılaştırması (Patel, 2013: 411) | 85 |
| Tablo 5: Sosyal Medyaya Dair Tanımlar | 91 |
| Tablo 6: Sosyal Medya Araçlarının Tarihsel Sıralaması | 93 |
| Tablo 7: Sosyal Medyanın Özellikleri | 94 |
| Tablo 8: Sosyal Medya Siteleri Tasnifi..... | 97 |
| Tablo 9: Diğer Modeller ile Karşılaştırılmalı Dijital Kamusal Alan Özellikleri | 133 |
| Tablo 10: Normlar, Ölçütler ve Teknikler | 151 |
| Tablo 11: Tweetlerin Aktörlere göre Dağılımı | 167 |
| Tablo 12: Tweetlerin Kullanıcı Profiline Göre Dağılımı..... | 169 |
| Tablo 13: Tweetlerin İletişimsel Dağılımı | 170 |
| Tablo 14: Tweetlerin Niteliksel Dağılımı | 173 |
| Tablo 15: Söylem biçimi ve kriterleri | 179 |
| Tablo 16: Aylar Bazında Söylem Biçimi Dağılımı..... | 194 |

SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ

| | |
|---------|--|
| ABD | Amerika Birleşik Devletleri |
| ARPANET | Advanced Research Project Agency Network |
| BKZ | Bakınız |
| CERN | Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire |
| DARPA | Defence Department Advanced Research Projects Agency |
| WWW | World Wide Web |
| VB | Ve benzeri |
| VD | Ve Devamı |
| VS | Vesaire |
| 15M | 15 Mayıs |

GİRİŞ

Kamusal alan kavramı ilk kez Jürgen Habermas'ın “Kamusallığın Yapısal Dönüşümü” kitabında tanımlanmıştır. 1980'li yıllarda yaygınlaşan bu kavram, birçok farklı kuramcı ve çevrelerce tartışılmıştır. Bu bağlamda yeni görüşler ileri sürülmüş bu da yeni tanımların ve modellerin gelişmesine sebebiyet vermiştir. Yaşadığımız çağda, kamusal alan kavramı iletişim çalışmaları ve siyaset bilimi arasındaki en güçlü kuramlardan birini oluşturmaktadır. Bu kavram özellikle siyasal iletişim çalışmalarına yön vermektedir. Medyayı demokrasiye ve siyasetin meşruiyetine bağlayan daha geniş bir kuramsal çerçeve sunmakta ve demokrasinin pratikte nasıl çalıştığına veya çalışmadığına dair ip uçları verebilmektedir.

Kamusal alan en geniş tanımına göre; vatandaşların, toplumlarının yönetimi hakkında iletişim kurdukları mecradır. İlk kez bu tanımı ortaya koyan Habermas'a göre kamusal alan, ortak bir mesele üzerinde şahısların akıl yürüterek kamuoyu oluşturmak amacıyla rasyonel bir tartışmada buldukları yerdir. Bu alanda herkes eşittir ve alan herkese açıktır (Habermas,1997) Özbek ise kamusal alanı şu şekilde tanımlanmaktadır: “kamusal alanın tarihsel ve ilkesel olarak, devlet aygıtında yoğunlaşmış keyfi ve baskıcı iktidarı eleştirel olarak denetleyen ve dönüştüren demokratik muhalefetin alanı olarak anlaşılması gerekir (Özbek, 2010).

Habermas'ın kamusal alan tanımlaması ve ortaya koyduğu modellerle başlayan süreçte, farklı kuramcılar farklı kamusal alan modelleri geliştirmiştir. “Bu modellerin her biri toplum hakkında farklı bir yaklaşıma sahiptir ve bu bağlamda her biri farklı bir siyasal tercihi göstermektedir” (Yükselbaba, 2008: 228). Dolayısıyla kamusal alan tartışmalarında hem kavramın tanım üzerinde hem de modellerin oluşturulması bağlamında herhangi bir uzlaşmaya varılamamıştır. Bu durumun bir sonucu olarak ortaya konan modellerin hepsi çeşitli şekillerde eleştirilmiştir. Web 2.0 teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla, internet özelinde sosyal medyada oluşabilecek bir kamusal alanın, bahsi geçen kamusal alan kuramlarındaki pratik eksiklikleri kapatıp kapatamayacağı ve yapılan eleştirilere bir cevap niteliği taşıyıp taşıyamayacağı tartışmaları başlamıştır. Bu tartışmalar; “Sosyal medyada dijital bir kamusal alan oluşabilir mi?”, “Eğer oluşabiliyorsa bu alan herkese açık mıdır yoksa sadece belli kişiler mi erişebilir?”, “Dijital kamusal alan herkese eşit şekilde söz hakkı tanıyor mu”, “Bu alan argümanların, görüşlerin ve karşıtlıkların ifade edilebildiği ve fikir birliğinin

sağlanabileceği bir alan olarak ortaya çıkabilir mi?” yoksa, “internet, kolektif doğanın çıkarlarına uyum sağlamanın ve bunları barındırmanın imkânsız olduğu umutsuz bir parçalanma yeri mi?” sorularını doğurmuştur. Bu soruların net ve kesin bir cevabı bulunmamakla birlikte, bu belirsizlik, internetin potansiyel bir kamusal alanın muhtemel destekçisi olmasını ve entelektüel bağlamda araştırılmasını engellemez (Dahlgren, 2005).

Dijital anlamda bir gerçeklik sunan sosyal medya bir yandan iletişim ortamı sağlarken öte yandan aslında hayatın ta kendisi durumundadır. Özellikle küreselleşme bağlamında, sürekli gelişen teknolojiler göz önüne alındığında, sosyal medya hem özel bir alan hem de kamusal bir alan olma potansiyeli taşımaktadır. Özel ve kamusal alanlarda bireysel gerçekliklerin toplumsal gerçekliklere dönüşebildiği görülmektedir. Çünkü sosyal medya “en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiği, online medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunduğu en yeni fikirlerden biridir” (Mayfield, 2010: 6).

Web 2.0; ikinci nesil toplumsal iletişim sitelerini yani “vikileri”ve/veya “folksonomileri” diğer bir deyişle kullanıcılar tarafından çift yönlü olan, ortaklaşa ve paylaşarak oluşturulan genel bir sistemi anlatmaktadır. Web 2.0’ın amacı, “ağları daha çok insanın kullanabilmesi için programlar kurmak”tır (Eldeniz, 2010). Web 2.0 teknolojileri sonucu ortaya çıkan sosyal medya ile tek yönlü bir veri ve bilgi aktarımından kullanıcıların da katkı ve katılım sağlayabileceği çift yönlü bir sisteme geçiş yaşanmıştır. Aynı zamanda bunun bir sonucu olarak da sosyal medya platformları dinamik bir yapıya sahiptir. İzleyenler de benzer bir şekilde tüketici ve takip eden konumundan üretici ve katılımcı bir konuma geçiş yapmıştır. Bütün bunlar bir arada düşünüldüğünde ortak bir paylaşım, etkileşim ve iletişim alanı oluşmuştur. Web 1.0’dan Web 2.0’a geçişi açıklayan örnekler statik web sitelerinin yerini Wikipedia, Ekşi Sözlük, Facebook, Twitter ve Bloglar gibi kullanıcıların giriş yaparak içeriğe müdahale edebildikleri, katkıda bulunabildikleri ve düşüncelerini ve yorumlarını paylaşabildikleri siteler oluşturmaktadır (Civelek, 2009). Dijital cihazlarla erişebilen sosyal medya platformları, ekranların ötesinde sosyal hareketlilikler oluşturabilmekte ve vatandaşların karar verme ve kamu siyaseti üzerinde etkili olmalarını sağlayabilmektedir (Iosifidis: 2011). Sonuç olarak, aracılı kamusal alan artık bir dijital bir görünüm sergileyebilmektedir (Gripsrud ve Moe, 2010).

Sosyal medyanın yeni ve demokratik bir kamusal alan olup olmadığı sıklıkla tartışılmaktadır. Sosyal medya ve kamusal alan ile ilgili alan yazında süregelen tartışmalar, dijital ortamda kamusal alanın Habermas'ın, Arendt'in, liberal model ile Kluge ve Negt'in modellerinin eksiklikleri kapatıp kapatamayacağı, bu ortamın siyasal katılım mecrası olarak demokrasinin gelişimine katkı verip veremeyeceği ve toplumsal hareketleri nasıl etkilediği konularına odaklanmıştır. Bu çalışma ise bahsi geçen tartışmalardan farklı olarak, dijital kamusal alanın varlığını ya da yokluğunu direkt kabul ya da reddederek etkileri ve sonuçları üzerine odaklanmaktan ziyade, dijital ortamda bir kamusal alan oluşup oluşmayacağı ve oluşuyorsa hangi sınırlar dahilinde oluşabileceğine odaklanmaktadır. Kamusal alan üzerine yapılan tartışmalarda bir fikir birliğine varılamamış ve hatta genel hatları üzerinde bile konsensüs sağlanamamıştır (Yükselbaba: 2008: 228). Bu yüzden dijital ortamda bir kamusal alan oluşup oluşmadığını tartışmak daha da zorlaşmaktadır. Dolayısıyla çalışmada dijital ortamda kamusal alanın varlığı tartışılırken diğer kamusal alan modellerinde yer alan ortak unsurlardan yola çıkılarak bir inceleme yapılmasına karar verilmiştir. Bahsi geçen modeller Habermas, Arendt, Kluge ve Negt'in modelleri ile liberal modeldir. Bu dört modelde toplum ve siyaset ve dolayısıyla kamusal alan oluşumu bağlamında farklı yaklaşımlara sahiptir. Araştırmada bahsi geçen kamusal alan modellerinden yola çıkılarak belirlenen ortak normlar ele alınmakta ve şu sorulara cevap aranmaktadır:

- 1- Dijital alan, teknik ve formel kurumsal özellikleri açısından kapsayıcı bir alan mıdır yoksa dışlayıcı bir alan mıdır? Katılımcıların nicelik olarak dağılımı nedir?
- 2- Sosyal medyada yer alan tartışmalarda, farklı özelliklere sahip grupların eşit bir söylem imkânı bulunmakta mıdır? Yoksa kullanıcıların takipçi sayısı söylemsel etkileşim eşitliğini etkilemekte midir?
- 3- Dijital alan kamusal alanın varlığı için gerekli olan aleniyet özelliğine sahip midir?
- 4- Sosyal medyada gerçekleştirilen tartışmaların mahiyeti nedir?
- 5- Sosyal medyada bulunan söylem biçimleri nelerdir? Bu söylem biçimleri kamusal bir alan oluşumuna ne ölçüde ve ne şekilde katkı sağlamaktadır?

Çalışmanın amacı Web 2.0 teknolojileri ile ortaya çıkan sosyal medya mecralarında ve Twitter özelinde dijital bir kamusal alan oluşup oluşmayacağını çok

boyutlu bir açıdan araştırmak ve oluşuyorsa bunun hangi şartlar ve/veya sınırlar altında gerçekleşebileceğine dair ölçütler ortaya koyarak bu ölçütleri test etmektir. Çalışmada Twitter’da, *Kanal İstanbul* konusunda atılan tweetler ele alınarak potansiyel kamusal alan oluşumu sorgulanmaktadır.

Yukarıda ortaya konulan genel çerçeve ve sorulardan yola çıkarak geliştirilmiş olan bu araştırma beş bölüm halinde planlanmıştır. Araştırmanın birinci bölümü kamusal alan tanımını açıklayan ve bu tanımın içinde yer alan diğer kavramlardan ve kamusal alan modellerinden oluşur. Kamusal alan kavramı üzerinde bir uzlaşma bulunmadığı için öncelik “kamu” ve “kamusallık” kelimelerinin etimolojisine ve kamusal alan dendiğinde ne anlaşılması gerektiğine verilmiştir. Kamusal alan kavramıyla yakın temasta bulunan kamusal akıl, kamusal aktörler, kamuoyu gibi kavramlar ele alınmış ve devlet ve sivil toplumda kamusal alanın yerine değinilmiştir. Çünkü kamusal alanda yapılan ve devletle alakalı olarak tartışmalar sayesinde siyasal kamusal alan tanımı ortaya çıkar. “Kamu” her ne kadar devletle birlikte anılsa da aslında kamusal alanda devlet kamusal alanda yer almaz (Yükselbaba, 2008: 5). Sonrasında kamusal/özel alan özelliklerine ve farklılıklarına değinilmiştir. Kamusal alan ve özel alan kaynaşmasına özellikle sosyal medya platformlarında oldukça rastlanmaktadır. Diğer bir deyişle kamusal alan ve özel alan arasındaki diğer modellerde ortaya konan net ayırım sosyal medya mecralarında belirmez. Bu durum kamusal alan oluşumunu ve genişlemesini etkiler. Çalışmanın devamında kamusal alan modelleri üzerinde durulmuştur. Kamusal alan modellerinin incelenmesi ve ortak normlarının belirlenmesi dijital ortamda potansiyel olarak oluşabilecek bir kamusal alanın varlığını belirlemek ve sınırlarını çizmek açısından bir temel oluşturmuştur. Dijital ortamda oluşabilecek bir kamusal alanın diğer modellerin eksiklerini kapatıp kapatamayacağını belirlemek adına bu modellere getirilen eleştiriler de açıklanmıştır. Son olarak çalışmanın alan araştırması Türkiye özelinde gerçekleştirileceği için, Türkiye’de kamusal alan tartışmalarına değinilmiş, günümüzde kamusal alanın durumu ve oluşumu için gerekli faktörler açıklanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümü dijital kamusal alanın potansiyel olarak oluştuğu düşünülen ve çalışmanın bir diğer ayağını oluşturan sosyal medya kavramına ayrılmıştır. Bu bölümde öncelikle sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki farklar ortaya konulmuş, sosyal medyaya ilişkin bir kavramsal çerçeve çizilmiş ve sosyal

medyaya dair çeşitli tanımlardan, sosyal medyanın gelişiminden ve özelliklerinden bahsedilmiştir. Çünkü sosyal medya platformlarının çift yönlü etkileşim ve iletişim kurabilmeyi sağlaması, bu ortamların bir tür kamusal alan olup olmadığına ilişkin tartışmaları başlatmasının doğal bir sonucudur. Çalışmanın devamında sosyal medya araçlarının neler olduğu ve Twitter'ın neden çalışma platformu olarak seçildiği açıklanmıştır. Bu noktada 2016 yılından beri kullanımda olan Twitter, açık hesaba sahip kullanıcılarının fikirlerinin diğer kullanıcılara iletilmesine olanak sağlayan yapısı, siyasal ve toplumsal gündemlerin ortaya çıkışı ve süreçlere etkisi ile öneme haizdir. Son olarak sosyal medya ve kamusal alan ilişkisine değinilerek sosyal medyanın sahip olduğu algoritmaların kamusal alan oluşumunu nasıl etkilediği ele alınmıştır. Sosyal medyanın sahip olduğu algoritmalar ile özellikle filtre balonları ve yankı odaları kavramları çerçevesinde, kullanıcıların kendi fikir ve ideolojilerinin dışında kalan söylemlere ulaşip ulaşmadığının belirlenmesi açısından incelenmiştir.

Bu araştırmanın üçüncü bölümü dijital kamusal alana dair kavramsallaştırmaya ayrılmıştır. Bu bölümde öncelikle dijital kamusal alan kavramının ne anlama geldiği ortaya konmuştur. Kamusal alan kavramı ve modelleri üzerinde alan yazında belli bir uzlaşma bulunmaması, dijital kamusal alan kavramının en azından bu çalışma için ne anlama geldiğinin ve nasıl değerlendirilmesi gerektiğinin belirlenmesini zorunlu kılmıştır. Her farklı siyasal bakış açısı Yükselbaba'nın (2008) da belirttiği üzere, kendi kamusal alan/özel alan yaklaşımını ortaya koymuş ve buna göre etkinlik alanını konumlandırmıştır. Dolayısıyla çalışmanın devamında bu alanda yer alan liberal ve eleştirel olmak üzere iki temel yaklaşımdan bahsedilmiştir. Habermas'ın, Arendt'in modelleri ile liberal modeli her ne kadar birbirlerinden oldukça farklı kamusal alan yaklaşımlarına sahip olsalar da aslında liberalizmin belirlediği sınırlar çerçevesinde oluşmuştur. Kluge ve Negt'in modeli ise işçi sınıfına dayandığı için eleştirel bir yaklaşımı içinde barındırmaktadır. Dolayısıyla bu noktada dijital kamusal alanın bu yaklaşımlara dair getirilen eleştirilere bir çözüm sunup sunmayacağına ya da benzerliklerinin ve farklılıklarının neler olduğunun incelenmesi ihtiyacı doğmuştur. Bu noktadan hareketle, son bölümde, dijital kamusal alanın diğer kamusal alan modelleriyle kıyaslanmış, bir dijital kamusal alan fikri ortaya koyulmuş ve potansiyel sınırları üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın dördüncü bölümü araştırma bilgilerini içermektedir. Bu bölümde öncelikle araştırmanın konusu ele alınmış, amacı, önemi ve katkısına değinilmiştir. Devamında örneklem seçimi ve neden bu örneklemin seçildiği üzerinde durulmuş, dijital kamusal alanın varlığını yokluğunu tartışmak için diğer kamusal alan modellerinde ortak olarak belirlenen normlar üzerinden yapısal, iletişimsel ve söylem biçimi olmak üzere üç özgün ölçüt belirlenmiş ve bu ölçütlerin hangi normları ne şekilde temsil ettiği ve bu ölçütler ile hangi tekniklerin kullanılacağı açıklanmıştır. Son olarak araştırmanın sınırlılıkları üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın son bölümü ise alan araştırmasına ayrılmıştır. Araştırma, Twitter'da gerçekleştirilen Kanal İstanbul tartışmalarında kamusal alan oluşumunun gerçekleşip gerçekleşmediği gerçekleşiyorsa hangi şartlar altında gerçekleştiği konusuna yoğunlaşmıştır. 01.04.2021-31.05.2021 tarih aralığında konu ile ilgili atılan tweetlerin tamamı incelenmiştir. Bu iki ayın seçilme nedeni tartışmaların bu aylarda yoğunlaşmış olmasıdır. Çalışmanın bu bölümde belirlenen ölçütler (yapısal, iletişimsel ve söylem biçimi) kullanılarak kamusal alan oluşumu ölçülmüştür. Yapısal ölçüt ile lokasyon analizi yapılarak kapsayıcılık, iletişimsel ölçüt ile tematik içerik analizi yapılarak eşitlik, açıklık, aleniyet ve söylem biçimi ölçütü ile sosyal ağ analizi yapılarak kamusal söylem varlığı araştırması gerçekleştirilmiştir. Verilerden elde edilen bulgular yorumlanmış ve bunlara dair tartışmalar ortaya konmuştur.

Bu araştırma, genel olarak sosyal medya veya özelde Twitter'ın bir kamusal alan oluşturup oluşturmadığına odaklanmış ve oluşuyorsa hangi kriterler ile ölçülebileceğine dair kuramsal bir tartışma yürütmüştür. Kanal İstanbul konusundaki tartışmalar üzerinde belirlenen ölçütleri uygulayarak bu platformdaki kamusal alanı betimlemeyi ve sınırlarını belirlemeyi amaçlamıştır. Buna ek olarak çalışma, bu alandaki akademik çalışmaların özellikle Türkiye'de çok fazla olmaması, yapılan çalışmaların ya sosyal medyayı bir kamusal alan kabul ederek ilerlemesi ya da tümüyle reddetmesi ve varlığını ölçen kriterlerin geliştirilmemiş olması konularındaki açıkları kapatarak, sonraki akademik çalışmalar için kaynak olarak kullanılmasını amacını taşımaktadır. Son olarak belirtmelidir ki; araştırma alanı olarak belirlenen Twitter ve araştırma örneklemini olarak belirlenen *Kanal İstanbul* konusu, genel veriler üretmeye uygun değildir. Sosyal medyada oluşan kamusal alanın çoğul ve heterojen bir nitelik taşıması bağlamında, genelleme iddiasına sahip olmayan bu araştırma, kullanılan ölçütlerle başka alanların ve

konuların araştırılmasına olanak sağlanmasını ve odaklandığı araştırma soruları için genelleme yapılamasa bile var olduklarını göstermeyi hedeflemektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAMUSAL ALAN: KAVRAMLAR VE MODELLER

Çalışmanın temelini oluşturan “kamusal alan” kavramının anlaşılması ve diğer kavramlarla ilişkisinin belirlenmesi için, ilk olarak bu bölümde kamusal alan kavramı üzerinde durulmuş, “kamusal alan nedir?” sorusuna çeşitli tartışmalar üzerinden yanıt aranmış ve özel alan kavramı ile ilişkisi ve farklılıkları açıklanmaktadır. Ardından, kamusal alan modelleri ve eleştirileri üzerine yapılan ilgili tartışmalara yer verilmiş ve Türkiye’de kamusal alan kavramı ve bu kavramın gelişimi üzerinde durulmuştur. Son olarak; bahsi geçen ideal kamusal alan kavramsallaştırmasının ve idealize edilen kamusal alan modellerinin dışına çıkılarak, günümüzde kamusal alanın durumu ve muhtevası ortaya konmaktadır.

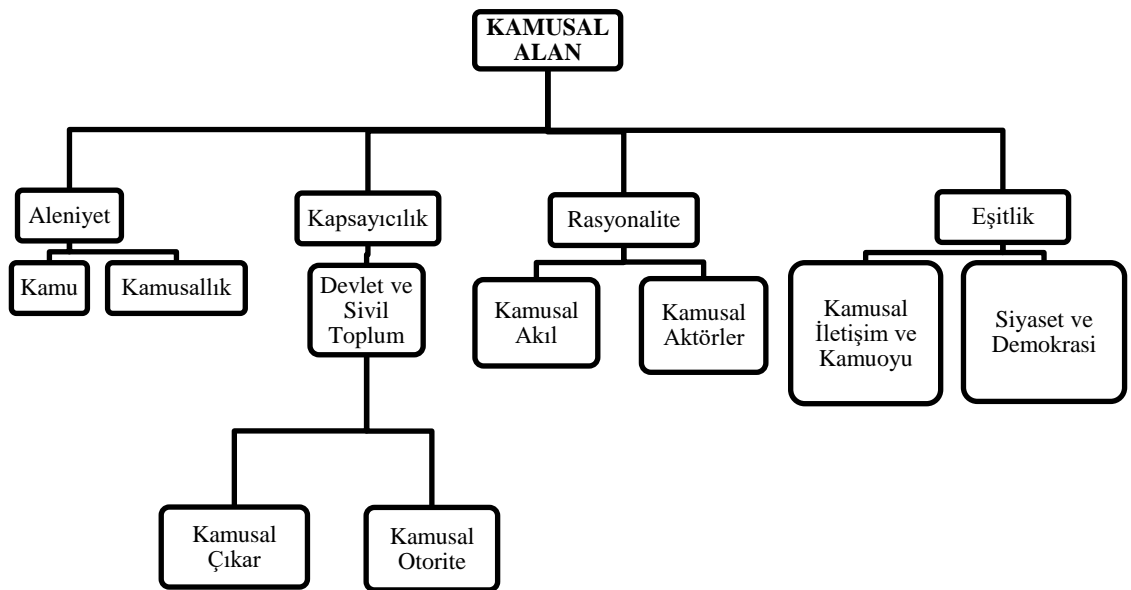
1.1. Kavramsal Temeller Üzerinden Kamusal Alanı Okumak

Kamusal alan, özel alan, kamu ve kamusal vb. kavramlar özellikle, Jürgen Habermas’ın, 1962’de yayımlanan *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* adlı kitabıyla birlikte yoğun olarak tartışılmaya başlanmıştır. Bu kavramlar ile ilgili akademik sorgulamalar ise, Habermas’ın felsefi tartışmalarının İngilizce yayınlanmasından sonra ortaya çıkmıştır (Lunt ve Livingstone, 2013). Kamusal alan kavramının akademik sorgulamalara tabi tutulması sonucunda, bu kavramın hem kendi içinde sahip olduğu sınırları çizebilmenin hem de diğer kavramlarla farkını ortaya koyabilmenin oldukça güç olduğu görülmüştür. Dolayısıyla kavramın tanımı tarihsel sürece ve farklı bakış açılarına göre değişiklik göstermektedir.

Kamusal alan kavramı her ne kadar Habermas’ın kitabıyla tartışmaya açılmışsa da bu kavram tarihsel olarak 17.-18. yüzyıllarda modern topluma geçiş ile birlikte ortaya çıkmıştır (Tetik, 2015: 196). 19. yüzyılda kitleler tüketim kültürüne adapte olarak eleştirel işlevlerini kaybetmeye başlamışlardır (Van Horn Melton, 2011: 15). 20. yüzyılın son çeyreğine gelindiğinde, kavram alan yazındaki kilit kavramlardan biri haline gelmiştir. Kavramsal zorluklara ve karmaşık konfigürasyona rağmen, bu kavram, siyaset bilimi, kültürel çalışmalar, iletişim bilimleri ve yeni medya sosyolojisi gibi alanlarda ortaya çıkmış ve son dönem alan yazının çoğuna hâkim olmuştur. Kamusal alan kavramı, soğuk savaş sonrası Batı toplumlarının, toplumsal ve siyasal problemlerini aşma maksatlı kullanılmasıyla birlikte, oldukça önemli hale gelmiştir. Neoliberal dönemde ise var olan demokratik meşruiyet krizlerini aşmak için sosyal bir

kuram olarak görülmüştür. Bu haliyle kavram, liberal demokratik uygulamanın alanı ve konusu olarak da ele alınabilir (Dean, 2003: 95). Kamusal alan kavramının tarihsel bağlamı özellikle 1973’lerde yapısal olarak açığa çıkan kapitalist krizden önceki döneme aittir. Bundan dolayı kamusal alan kavramın toplumsal ayağını ulus devlet yapısı oluşturmaktadır (Özbek, 2010: 14).

Tarihsel süreç ve çeşitli kuramlar göz önüne alındığında, “Kamusal alan nedir?” sorusuna cevap verebilmek adına, kamusal alan ile alakalı ve kamusal alanı niteleyen bir kavram seti kullanılarak kavram şeması oluşturulmuştur. Şekil 1’de görüleceği üzere; kamusal alan kavramının diğer kavramlar ile girift bir ilişkisi bulunmaktadır. Kamusal alana dair şekilde gösterilen nitelikler ve kavramlar aslında birbirlerine oldukça bağlıdır ve biri olmadan diğeri olamaz niteliktedir. Buna ek olarak, kamusal alan kavramı kendisi ile ilişkili kamu, kamusalılık ve kamuoyu vb. kavramlarla karıştırılabilmektedir. Kavram tematik bütünlüğü içerisinde, devlet ve sivil toplum arasındaki bilgi paylaşımını, kamusal iletişimi ve kamuoyu oluşumunu içermektedir. Aynı zamanda, kamusal alan hem toplumsal hem de siyasal açıdan bütün kuramcılar ortak olan bir dizi normu içermektedir: Bunlar; eşitlik, aleniyet, kapsayıcılık ve rasyonelliktir. Bu normlar kamusal alandaki eylemler için geçerlidir (Dean, 2003: 95). Bu bölümde bahsi geçen normlar üzerinden kamusal alan kavramının ne olup ne olmadığı “kamusalılık, kamu, akıl, siyaset, iletişim ve demokrasi” gibi bizatihi kendisi ile ilgili olan diğer kavramlara atıfla tartışılmakta ve açıklanmaktadır.



Şekil 1: Kamusal Alan Kavramsal Şeması

1.1.1. Aleniyet: Kamu¹ ve Kamusalılık

Kamusal alan kavramı ele alınmadan önce kavramın bizatihi kendisiyle ilgili olan ve kendisiyle sıkça karıştırılan “kamu” ve “kamusallık” kavramları üzerinde durulması gerekmektedir. Çünkü; “kamusal”, “kamu” ve “kamusallık” kavramlarının sahip oldukları anlam, bahsi geçen döneme, tarihsel süreçteki siyasi mücadelelere ve kültüre göre değişmektedir. Değişik tarihsel süreçlerden geçerek ortaya çıkan bu kavramlar, birbirleri içine geçmiş halde bulunan bulanık bir ilişki içindedir (Habermas, 1997: 57).

Kamu kavramı birbiriyle ilişkili olan fakat aynı olmayan iki farklı anlamı karşılamaktadır. *Kamu* kavramı hem herkes tarafından görülebilirlik anlamı taşımakta hem de ortak bir dünyaya referans vermektedir (Arendt, 2018: 92-95). *Kamu* kavramının görülebilirliği, vatandaşların kamu işlerine katılımını üstlenen demokratik idealler ile alakalıdır. Buna karşılık en genel anlamıyla kamu terimi; “toplumun tüm kesimlerine açık, özele değil kamuya ait olan, aileyi ve piyasayı içermeyen buna karşılık kolektivizmi ve dayanışmayı içeren, kolektif mülkiyet, kamusal eylem, vatandaşlar ve vatandaşlık hakkı, kamusal mekanlar, kamusal kurumlar ve temsil alanı olarak kavramsallaştırılabilmektedir” (Durmuş, 2012: 34). Kamusal alanın ise, iki farklı boyutu bulunmaktadır. Bunlardan biri mekânsal boyut diğeri ise normatif boyuttur. “*Kamusal alanın mekânsal anlamı; bir yandan kamusal mekânları, bir yandan kamuoyu, kültür ve tecrübeyi, diğer yandan da ulus altı birliklerden küresel düzleme dek uzanan kamuları içermektedir. Kamusal alanın anlam üretimi açısından normatif bir ilke olması ise ortak, aleni, açık, eleştirel olduğu varsayımına dayanmaktadır*” (Özbek, 2010: 41). Bu noktadan hareketle, kamusal alanın içinde çeşitli kamuların bulunduğu görülmektedir.

Kamusallık terimi ise vatandaşlık ve ortaklığı içermektedir. Diğer bir deyişle özel olmayan, herkes tarafından erişilebilir ve gözlemlenebilir olan şeyleri ifade etmektedir (Papacharissi, 2002). *Herkes açık ve özele karşılık, herkesin erişebileceği*

¹ “Kamu” kelimesinin anlamı kullanıldığı yere göre değişebilmektedir. Türk Dil Kurumu'nun (2020) internet sitesi incelendiğinde, Türkçede “kamu” kelimesinin 3 ayrı anlamı bulunduğu görülmektedir. İlk olarak kamu “Halk hizmeti gören devlet organların tümü” anlamına gelmektedir. İkinci olarak “bir ülkedeki halkın bütünü, halk ya da amme” anlamı taşımaktadır. Son olarak ise “Hep, bütün” anlamına gelen bir tanımı bulunmaktadır. Kamusal alan kavramsallaştırılmasının dışında, kamu kelimesinin son iki anlamı düşünüldüğünde; “herkesin alanı, herkese açık” anlamlarını taşıdığı aşikardır. Bu bölümde kamu kelimesi bu anlamıyla değerlendirilmiştir. Bir sonraki bölümde ise “kamu” devletin bir organı olarak değerlendirilmektedir.

şeklinde anlaşılmalıdır (Batorski ve Grzywinska, 2017: 357). Kamu ve kamusal alandan farklı olarak kamusal kavramı kamusal alanın tarihsel, kültürel iktisadi boyutu ile değil, siyasal ve ahlaki boyutu ile ilgilidir (Deveci, 1998). Vatandaşların, rasyonel halk söylemiyle kamuoyunu ifade ettikleri sosyal yaşamın bir parçası (Habermas, 1997) olan kamusal alan herkese açık ve genel bir alandır ve işlevi vatandaşların demokratik siyasete bilinçli görüş bildirmesini ve katılımı güvence altına almak için kamu işleri hakkında bilgi, fikir ve tartışmaların sağlanması gereken bir alan olarak ortaya çıkmaktadır (Dahlgren, 2009: 34; Batorski ve Grzywinska, 2017: 358).

1.1.2. Kapsayıcılık: Devlet ve Sivil Toplum

Kamusal alan kavramı, feodal beylerin, kralların, kilisenin ve burjuvazinin, her alanda varlıklarıyla gezindikleri bir zamanda ortaya çıkan burjuvazinin sınırlandırılmış alanlar düşüncesini gerçekleştirmeye çalıştığı bir dönemde, özel olanın dışında kalanı yani herkesin temsilini anlatan bir kavramdır. Bu yüzden de kamusal alan, toplumdaki bütün bireylerin temsil edildiği (kapsayıcı) ve aleni bir alan olarak kavramsallaştırılmıştır (Ünüvar, 2014: 207). Kamusal alan, tarihten bağımsız bir alan olarak ortaya çıkmamıştır; içinde bulunduğu toplumdaki doğmuştur. Toplumun tüm kesimlerini kapsamakla birlikte, bir devlet kurumu değildir. Diğer bir deyişle iktidarın herhangi bir ayrıcalığa sahip olmadığı yeri belirtmek için kullanılmakta ve toplumu içermektedir (Dacheux, 2012: 21-22).

Kamu kavramı devlete, *özel* kavramı ise piyasaya ve aileye atıfta bulunmaktadır (Dean, 2003: 95). Yani *kamu* denildiğinde devlet veya devlet ile ilgili işler anlaşılabilir (Onat N., 2013: 11). Fakat *kamusal alan* sivil toplumun içinden ortaya çıkan bir alanı ifade etmektedir (Calhoun, 1992: 267). Aynı zamanda, kamusal alanın, kamusallığı, siyaseti, hak ve hürriyetleri, ailenin düzenlenmesini ve devletin sınırlarını belirleyen bir işlevi bulunmaktadır (Sennett, 2016). Bu anlamda kamusal, sivil topluma dönüşmektedir (Onat N., 2013: 102). Dolayısıyla kamusal alan, devlet ve sivil toplum bağlamında ele alınmalıdır. Süreç içerisinde şekillenen kamusal alan ve kamu kavramlarının birbirinden farklı ve oldukça çeşitli anlamları bulunmaktadır. Kamu kavramı en genel hali ile kamu çıkarı kavramıyla özdeşleşmiştir (Sennett, 2016: 31). Bu noktadan hareketle, devlet ve sivil toplum arasındaki ilişkiyi kuran ve düzenleyen bir alan olan kamusal alan, vatandaşların iktidarın uygulanmasına rehberlik etmeyi amaçladığı kamusal çıkar alanını ifade etmektedir (Sousa vd., 2013: 9).

Kamusal çıkar (public interest) kavramı “devletin faydasına olan şey” anlamında kullanılmamaktadır. Kamusal çıkar kavramı en genel ifade ile toplumdaki diğer bireylerin menfaatlerini içermektedir. Kamusal çıkar kavramı devletin bir yandan doğru işler yapıp yapmadığını ifade ederken diğer yandan kamusal işlerin hukuka uygunluğunu denetleyebilmektedir. Kısaca kamusal çıkar kavramı kamu hukukuna uygunluk ölçütü olarak değerlendirilebilir (Saraç, 2002: 7). Kamusal alan, toplum üyelerinin bir araya gelerek kamusal çıkar ile ilgili tartışmaları yaptığı ve ortak fikir oluşturduğu bir mekandır (Taylor, 2006: 89). Kamusal çıkar kavramının çağdaş hukuktaki yeri, modern iktidar kavramı ile bağlantılıdır. Çünkü kamu otoritesi kavramı, kamusal çıkar kavramı üzerinden kendine bir meşruluk zemini sağlayabilmektedir.

Bu noktada kamusal otorite (public authority) kavramı da önemlidir. Çünkü, kamusal otorite, kamusal alanın aktörü olan vatandaşların oluşturduğu *kamusal söylem alanından* farklıdır. Vatandaşların devletin gerçekleştirmiş olduğu eylemlere yönelik yaptıkları eleştiriler arttıkça ve toplumsal müzakere ortamı genişledikçe kamusal alanın siyasi sınırları genişlemektedir. Dolayısıyla, devlet kurumlarından bahsedilirken kamu otoritesi alanı kavramının kullanılması daha yerinde olacaktır. Çünkü bu noktada devletin sahip olduğu otorite kamusal alanın yürütücüsü olarak görülse de bu devletin kamusal alanın içinde bulunduğu anlamına gelmemektedir. Diğer bir deyişle devlet kamusal alanın dışındadır. Devlet otoritesinin kamu otoritesi olarak ele alınması kamusal alan özelliğinden kaynaklanmaktadır fakat bu, devletin tüm vatandaşlar ile ilgilenmesi gerekliliği ile ilgilidir. Kamusal otoritenin denetimi önceki bölümde bahsi geçen aleniyet ilkesi ile gerçekleştirilmektedir (Habermas, 2010: 95-96). Dolayısıyla, kamusal alan kavramını, şiddet tekeline elinde bulunduran devletin keyfi eylemlerini engelleyen ve kamusal hakları güvenceye alan anlamında kullanmak yerinde olacaktır. Sonuç olarak devlet, kamusal alan değildir ve kamusal alan da devletin alanı değildir. Kamusal alan devletin karşısında durmaktadır ve onu dengeleyen bir ağırlık oluşturmaktadır. Çünkü kamusal alan aslında devletin koyduğu kurallar dışında bulunan söylemsel kanaatler gövdesidir (Fraser, 2010: 129).

Kamusal alan, sosyo-politik organizasyonun hayati bir bileşenidir. İnsanların, vatandaş olarak bir araya geldiği ve toplumun siyasi kurumlarını etkilemek için bağımsız görüşlerini dile getirdiği alandır. Sivil toplum, bu görüşlerin örgütlü bir tezahürüdür ve devlet ile sivil toplum arasındaki ilişki demokrasinin temel taşıdır. Vatandaş tartışmalarını farklı fikirler ve çatışan çıkarlar üzerinden yapılandıracak ve

kanalize edebilecek etkili bir sivil toplum olması gerekmektedir. Çünkü devletin vatandaşlarla etkileşimi, büyük ölçüde siyasi pazarlama ve özel çıkar grupları tarafından şekillendirilen ve dar bir siyasi seçenek yelpazesinde tercih ile karakterize edilen seçim dönemlerine indirgenmiştir. Ancak, kamusal alan kavramı eğer sezgisel değere sahipse; bunun nedeni modern toplumların kurumsal inşasının diğer iki temel boyutu olan sivil toplum ve devletin ayrılamaz olmasıdır (Castells, 2008b). Diğer bir deyişle, vatandaşlar, genel çıkarlar hakkında fikirlerini ifade etme ve yayınlama özgürlüğü ile adeta bir devlet kurumu gibi hareket ederler. Geniş bir devlet kurumunda bu tür bir iletişim, bilgi aktarımını ve kamusal ve özel alanları etkilemek için özel araçlar gerektirir. Bu araç devlet ve sivil toplum arasındaki bir iletişim ağı ya da diğer bir deyişle özel bireylerin oluşturduğu kamusal gövde olan kamusal alandır (Habermas, 2010: 99). Vatandaşlar, sivil toplum ve devlet arasındaki kamusal alan aracılığıyla iletişim, halkla ilişkilerde istikrar ve sosyal değişim arasındaki dengenin korunmasını sağlar (McChesney R. W., 2007). Çeşitli sivil toplum biçimleri kamusal tartışmayı yürürlüğe koyar ve nihayetinde devletin kararlarını etkiler (Stewart, 2001). Dolayısıyla kamusal alan özgür bireyle devletin kaynaştığı bir platformu ifade etmektedir (Çaha, 2014: 86). Zira, kamusal alanda sivil toplum temsilcilerinin özel bir rol oynamaları gerekmektedir (Ferree vd., 2002: 301).

1.1.3. Rasyonalite: Kamusal Akıl ve Aktörler

İdeal kamusal alan türdeşliğin bulunduğu, rasyonel ve seküler bir alan olarak modern aydınlanmacı düşüncenin bir parçası olarak ortaya çıkmıştır. Bu yüzden de Kant, kamusal alanı, Aydınlanma Çağında doğmuş, devlet ve vatandaşlar arasındaki modern bir siyasal müzakere alanı olarak tanımlamıştır (Dacheux, 2012: 16). Kamusal alan, eleştiriyi, rızayı, müzakereyi ve aklı barındırmaktadır.

18. yüzyıl aydınlanmasında, bütün eylemlerin ve düşüncelerin akıl süzgecinden geçirilmesi anlayışı hakimdir (Kedik, 2011: 230). Aydınlanmaya ulaşabilmek için özgür olmak gerekmektedir, özgürlüğe ulaşabilmek için ise *kamusal akıl* kullanılmalıdır. Bu yüzden aklın, kamusal amaçlarla, kamu içinde kullanılması, ideal bir kullanım olarak ortaya çıkmaktadır. *Kamusallık* ilkesinin etik kategorizasyonu ve rasyonaliteye göre işlemesi, kamusal aklın ancak eleştirel olarak kullanılmasıyla anlam kazanabilmektedir (Çiğdem, 2010: 508).

Kamusal akıl ise; bireylerin sahip olduğu kanaatlerin toplamı anlamına gelmemektedir ya da egemen kanaat demek değildir. Çünkü, kamusal tartışma ve

eleştiri sonucu ortaya çıkan gündelik düşünce ile kanaatler oluşmaktadır. Bu kanaatler toplamı da kamuoyunu oluşturur. Buradaki önemli nokta; kamusal tartışma kamusal aklın süzgecinden geçirilen kanaatler ile kamuoyunun oluşmasıdır (Özbek, 2010: 42). Dolayısıyla kamusal alan aleni ve rasyonel bir alan olarak varlık göstermektedir. Kamusal alan özgürlüğün ve aklın alanı olarak idealize edilmiştir ve bireyler nitel değişikliğe uğrayarak kamunun bir parçası haline gelmişlerdir. Bu nedenle özel çıkarlar, gelenekler ve din, kamusal alanda bulunması gereken türdeşliğin kaybolmaması için içeri alınmamaktadır (Öztürk, 2019: 6).

Rasyonel akıl, modern kamusal alanda tartışmaya katılmak için bir ön şarttır. Fakat rasyonel aklın varlığı, toplumsal grupların kamusal alandan dışlanmasına neden olabilmektedir. Çünkü kamusal alanda gelenek ve göreneklere veya dini argümanlara yer yoktur (Koroğlu, 2013: 436). Bu yüzden kamusal alan aslında seküler ve türdeş bir alandır. Din olgusu doğası gereği özel ve öznedir, özel alana ait bir olgu olarak değerlendirilmektedir. O nedenle kamusal akıl yürütme, metafizik alanının dışında konumlanmıştır. Aydınlanma düşünürlerinin kilise tekeline karşı çıkması dolayısıyla; kamusal akıl ya da burjuva erdemi, dinin yerini almıştır. Böylece din kamusal alanın tarihsel gelişimi açısından da özel alana mecbur kalmıştır (Koroğlu, 2014: 1495).

Kullanıldığı çağa ve yere göre anlamı farklılaşmakla birlikte kamusal akıl kavramı en genel haliyle “toplum içerisindeki sorunlara akıl yürüterek çözüm üretmek” şeklinde idealize edilmiştir. Dolayısıyla akıl kamusal ile paralel bir doğrultuda ilerler ve aklın gerilemesi kamusalın da gerilemesine neden olur. Bu yüzden ideal kamusal alanın eşitsizlikler bağlamında nötr olma zorunluluğu bulunmaktadır (Öztürk, 2019: 8).

En basit haliyle kamunun akli olan kamusal alanın konusu siyaset, adalet ve kamusal çıkardır; içerisinde müzakereci demokrasiyi barındırmaktadır (Rawls, 2006: 143-161). Müzakere sürecinde toplum içindeki farklı düşünceler ve kesimler için birleştirici olan temel unsur hukuktur. Hukukun meşruiyeti ise özellikle demokratik bağlamda düşünüldüğünde kamusal alanın varlığına bağlıdır. Çünkü yasalar ancak kamusal aklın somut hale geldiği kamusal alanın varlığı ile rasyonel bir şekilde vatandaşlar tarafından algılanabilir (Çelebi, 2010: 273-274).

“... (K)amusal akıl, üç şekilde kamusaldır: Vatandaşların akli olmasından dolayı kamunun akıldır; konusu kamunun iyiliği ve temel adalet meseleleridir ve doğası ve içeriği, bunların toplumun adalet anlayışı tarafından ifade edilen idealler ve ilkeler tarafından belirlenmesinden ve bu anlamda herkesin görüşüne açık olmasından ötürü kamusaldır” (Rawls, 2007: 247).

Kamusal alanın aktörleri (kamusal insanlar) özgür ve rasyonel ajanlar olarak, çıkarları hakkında rasyonel seçimler yapan, çeşitli alternatifleri araştıran ve tutarlı, açıklanabilir bir seçim yapan vatandaşlar olarak kavramsallaştırılır. Kamusal insanların, başkalarıyla yaptıkları tartışmalar, tam olarak arkadaşlar arasında olmasa da en azından düşmanlar ve hatta yabancılar arasında da değildir. Bu nedenle kamusal insanlar bir konu üzerinde aynı fikirde olmayan, ancak o konu üzerinde tartışmak için yeterli ortak fikirleri olan insanlardır (Dean, 2003: 96).

Kamusal alan aktörlerinin normatif talepleri, bir bütün olarak kamusal alana uygulanacak şekilde formüle edilmiştir; ancak bu formülasyon kamusal alanda farklı boyutlarda gerçekleşebilmektedir (Gerhards ve Neidhardt, 1993). Kamusal alan aktörleri, üç farklı formda katılımında bulunmaktadır. İlk form kamusal alanla karşılaşmadır. Bu formda vatandaşlar günlük yüz yüze iletişimde bulunmaktadır ve bu tür iletişim sokaklarda, parklarda, barlarda vb. gerçekleşmektedir. Bu form sabit bir organizasyon yapısına sahip değildir ve vatandaşlara çok çeşitli konuları tartışma fırsatı vermektedir. Toplum üzerindeki etkisi oldukça zayıftır ve ulaşılan insan sayısı nispeten azdır. İkinci form, belediye binası toplantıları, halka açık dersler veya protesto kampanyaları da dahil olmak üzere “genel etkinlikler”dir. Çok örgütlü bir yapıları bulunmamaktadır, uzmanlar ve kanaat önderlerinin katılımıyla gerçekleştirilir. Kitle iletişim araçları ise üçüncü formu oluşturmaktadır. Tam teşekküllü teknik ve örgütsel altyapıya sahiptirler. Gazeteciler, uzmanlar ve kolektif aktörler gibi uzmanlar tarafından yönetilir (Gerhards ve Schäfer, 2010: 144).

1.1.4. Eşitlik: Demokrasi, İletişim ve Kamuoyu

Kamusal alan, yukarıda bahsedildiği üzere toplum ve devlet arasında aracılık eden bir alandır. Kamusal alan, uzun mücadeleler neticesinde edinilen ve o zamandan beri devlet otoritelerinin demokratik kamu kontrolünü kolaylaştıran kamusal bilgi hakkı ilkesine dayanmaktadır. Bu noktada kamuoyu, rasyonel akıl yürütme bağlamında, kamusalıktan uzak bulunan kitlelerin kanaatleri şeklinde ortaya çıkmaktadır (Habermas, 1997). Bu yüzden kamuoyu kamusal alana nazaran daha dar bir çerçeveye sahiptir.

Kamuoyu kavramı yukarıda ele alınan *kamusal çıkar* ve *kamusal otorite* kavramlarına benzer şekilde 18. yüzyılda kullanıma girmiştir. Kamusal alan, kamuoyu ve kanaat kavramlarının, bu dönemde kullanılmaya başlanması, aslında bir rastlantı

değildir kaldı ki bu kavramlar arasındaki farkların belirlenmesi de aynı dönemde gerçekleşmiştir. Kamuoyunun tanım olarak kamusal alandan farkı, kıyas edilebilir bir kamunun önderliği altında hayat bulabilmesinden ileri gelmektedir (Habermas, 2010: 95-96). *Kamusal alan* kavramıyla anlaşılması gereken şey ise “her şeyden önce, toplumsal yaşantımız içinde kamuoyuna benzer bir şeyin” oluşturulduğu ve herkesin erişim hakkının bulunduğu bir alan olmasıdır. Bu alanda vatandaşlar, birbirleriyle herhangi bir engel ile karşılaşmadan iletişim kurabilirler. Diğer bir deyişle, bir araya gelme ve ilişki kurma özgürlüğüne ve ortak oldukları alanlarla ilgili görüşlerini dile getirme ve yayma özgürlüğüne sahiptirler. Bu iletişim türü, bilgi aktarmanın kesin yollarını içerir.

Kamusal alan bünyesinde, kimliği, tarihselliği, ilişkiselliği ve değiştirilebilirliği barındırmaktadır. Dolayısıyla kamusal alanda kimlikler varlığını koruyarak bir iletişim alanı oluşturmaktadır. Bu sebepten kamusal alanın, kimlikleri yok etmeyen bir iletişim alanı olarak düşünülmesi gerekmektedir (Keyman, 2014: 71). Habermas’ın kavramsallaştırdığı *ideal iletişim durumu* ya da *iletişimsel eylem* kuramı kamusal alanın aktörleri arasındaki eşitliği, iletişim kanallarının engelsiz olmasını içermektedir (Habermas, 1997). Kamusal alan, kamusal tartışmayı ve kamuoyu oluşumunu kolaylaştıran kurumsal iletişim alanlarını içerecek şekilde oluşmaktadır. Kamusal alan bu noktada üniter değildir, iletişimsel alanların bir dağıtıcısıdır. Bu alanlar siyasi etki açısından eşit değildir ve ana akım ile karşıt-kamusal alanlar arasında ayrımının yapılması gerekliliğini beraberinde getirmektedir².

Kamusal alan, insanların ortak endişeleri bulunan meseleleri tartıştıkları ve fikir birliğine varılması gereken konular üzerinde bilinçli olarak hareket ettikleri bir alandır (Dean, 2003: 95). Fakat kamusal alan sadece söylemsel bir alan olmanın ötesinde, aynı zamanda kurumlar, iletişim ve düzenleme örgütleri tarafından şekillendirilen ve bunlarla doldurulan bir alandır. Böyle bir kavramsal arka plan göz önünde bulundurulduğunda, kamusal alan “içinde sivil toplumun yüzdüğü deniz olan kamuoyu ve söylem ile gündelik yaşamın devam eden somut olayları arasındaki orta zemindir” (Alexander, 2006: 4). Kamusal alanın, kamuoyu oluşturması çerçevesinde düşünüldüğünde, sosyolojik bir bakış açısı ile kültürel, kurumsal ve yapısal katmanlarını farklılaştırması

² Buna ek olarak, kamusal alana erişim evrensel değilse, birçok dışlayıcı mekanizma (sınıf, etnik köken veya cinsiyete dayalı mekanizmalar gibi) kamusal alana eşit erişimini ve katılımını engeller (Enjolras ve Steen-Johnsen, 2017: 101).

gerekmektedir. Çünkü kamusal alan aynı zamanda kültürel bir olgu olarak da ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden kamusal alan aslında sivil toplumun iletişim kurumlarını, iletişim medyasını, kamuoyu araştırmalarını ve sivil dernekleri de içermektedir (Alexander, 2006). Somut anlamda, kamusal alan toplumun geri kalanıyla derinlemesine iç içe geçmiştir ve diğer alanlardaki faaliyetlerle bağlantılıdır (Alexander, 2006: 193-194).

Modern topluluklarda, toplum ve devlet arasındaki ilişki belirlenirken otoriter devlet ve liberal yapı ön plana çıkmaktadır. Kamusal alan kavramı demokratik toplumlarda hem siyasal sürecin hem de temel hak ve özgürlüklerin belirlendiği rekabetçi bir alan olarak ortaya çıkmaktadır (Ercins, 2013: 304). Dolayısıyla kamusal alan kavramı, siyasal bir içerik taşımaktadır. Bu yüzden kamusal alan; insanların ortak endişeleri bulunan meseleleri tartıştıkları ve üzerinde fikir birliğine varılması gereken konular üzerinde bilinçli olarak hareket ettikleri demokratik bir alan olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu demokratik alanda, vatandaşlar mevcut sorunlarını eşit şartlarda dile getirerek çözmeye çalışmaktadırlar. “Kamusal alanın sınırları, toplumdaki düşünce, ifade özgürlükleri, gösteri ve yürüyüş yapma hakkı, örgütlenme, tanınma, kendini tanıtmaya ve diğer insan hakları ve özgürlüklerinin gelişmişliği ile çoğulculuğun durumuna bağlı kabul edilmektedir”. Bu bağlamda kamusal alanın genişliği ifade özgürlüğü gelişmişliği ile bağlantılıdır (Onat, 2013: 11-12). İfade özgürlüğünün gelişmişliği ise demokrasi ile doğrudan ilişkilidir. Şu haliyle kamusal alan, modern toplumun ve demokrasinin kurucu örgütlenme ilkesini oluşturmaktadır (Habermas, 1997: 61). Bu nedendir ki kamusal alan ve demokrasi birbirlerini tamamlayan ve yine birbirlerinin var oluşlarına olanak sağlayan yapılardır. Dolayısıyla bu yapının ortadan kalkması demokrasiyi zedeleyebilmektedir. Benzer şekilde demokrasinin olmadığı toplumsal ve siyasal bir düzende kamusal alan ancak yapay ya da biçimsel bir görünüm sergilemekten ileri gidemeyecektir.

Kamusal alan, istikrarın ve toplumsal dengenin korunmaya çalışılması istenci ile sivil toplum ve devlet arasında iletişim kurmaktadır. Vatandaşlar, sivil toplum veya devlet bu etkileşimin taleplerini karşılayamazsa veya sürecin iki veya daha fazla kilit bileşeni arasındaki iletişim kanalları engellenirse, temsil ve karar alma sisteminin tamamı bir çıkmaz haline gelmekte ve sonuç olarak bunu bir meşruiyet krizi takip etmektedir (Habermas, 1997). Bu kriz, bir bakıma devlette yer alan güç ilişkilerinin

yeniden tanımlanmasına yol açan otorite krizidir (Sassen, 2006). Liberal demokrasilerde ortaya çıkabilecek meşruiyet krizi, müzakerede bulunanların temsil yetersizlikleri, vatandaşların depolitizasyonu ve kamusal alanda gerçekleşmesi gereken eylemin seyirlik hal alması gibi nedenler üzerinde yoğunlaşmaktadır (Doğanay, 2003). Dolayısıyla demokrasinin bu meşruiyet krizinden kurtulabilmesi ve vatandaş katılımına dayalı karar alma süreçlerinin demokratikleştirilmesi için kamusal alanda bir çözüm yolu bulunması gerekmektedir. Bu bağlamda kamusal alan, vatandaşların görüşlerini ifade edecekleri bir tür mücadele ve müzakere alanıdır (Köker, 1993: 115-116).

Kamusal alan, özgürlük, eşitlik ve dayanışmanın, evrenselleştirme vaatlerini gerçekleştirmek için mücadele edilen siyasal bir alan olduğu kadar aynı zamanda kendine özgü sembolik kodlar üzerine kurulmuş anlam ağlarından oluşan kültürel bir alandır da. Bu sembolik boyut, demokratik bir topluma ait olma ve demokratik bir topluma katılma duygusu oluşturmada, kritik öneme sahiptir (Alexander, 2006). Fakat kamusal alan siyasal alan ile aynı anlamı taşımamaktadır. Kamusal alan söylem ve eylemi içermektedir. Kamusal alanda önemli olan olgu “toplumsallık”tır. Çünkü kamusal alan aslında, vatandaşların birlikte yaşama sınırlarını, toplumun sahip olduğu ahlak kurallarını ve yaşam biçimini belirleyen süreçtir (Keleş, 2012: 10).

1.1.5. Değerlendirme

Kamusal alan kavramı, bu kavramın sahip olduğu normlar ve ilişkili kavramlar her ne kadar, tarihsel süreçlere, kullanıldığı yere ve kullanan kişinin düşüncesine, deneyimlerine ve hatta dünya görüşüne bağlı olarak değişkenlik gösterse de bir takım ortak özellikler içermektedir.

İlk olarak; kamusal alan kavramı kapitalizm ve modernleşme sonucu ortaya çıkmış bir kavramdır. İkinci olarak; kamusal alan sivil toplumun içinden çıkan ve kamusal çıkar tartışmalarının müzakere edildiği bir alandır. Kamusal alanın gündemi kamusal çıkarlara ve bu kamusal çıkarların müzakeresine bağlıdır. Bir şeyin kamusal çıkar olup olmadığı yine kamusal alanda müzakere edilmektedir. Bu alan devletin hegemonya alanının ve devlet kurumlarının dışındadır. Diğer bir deyişle sivil toplum ve devlet arasında aracılık eden bir alandır. Üçüncü olarak kamusal alan, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulduğu alandır. Kamusal alan, devlet, sivil toplum ve kamusal alan aktörleri arasındaki iletişim mekanıdır. Dördüncü olarak, kamusal alanın aktörleri kamusal insanlardır. Bu insanların rasyonel ve özgür seçimler yaptığı varsayılmaktadır. Dolayısıyla kamusal alan kamusal insanların (kolektif öznelerin) oluşturduğu bir

alandır. Beşinci olarak; kamusal alanın en temel normlarından birinin aleniyet/açıklık ilkesi olduğu görülmektedir. Çünkü kamusal alan hem geçmişte hem günümüzde üzeri örtülmüş birçok konunun tartışıldığı bir alandır. Aynı zamanda toplumun tüm kesimlerini kapsayan bir alandır ve herkes tarafından erişilebilir nitelikte olmalıdır. Kamusal alana katılan herkes eşit ve özgürdür. Dolayısıyla kamusal alan oluşabilmesi için vatandaşların kamusal alana erişimi ve katılımının garanti altına alınması elzemdir. Kamusal alanda bütün bireylerin söz hakkı bulunmalıdır, ancak bu şekilde kamusal alan farklı düşüncelerin müzakere ortamı olarak ortaya çıkar. Altıncısı “kamusal alan, vatandaşların kanaat ve iradelerinin ortaya çıktığı, adalet ve özgürlük mücadelelerinin verildiği; siyasal iktidarın bir özyönetim ilkesi olarak kamusalallığa, iletişimsel akla dayanarak rasyonelleştirildiği alandır” (Özbek, 2010: 57). Bu bağlamda kamusal alan, bireylerin, toplumu ilgilendiren ortak çıkarlar (kamusal çıkar) üzerinde eleştirel bir kamusal akıl yoluyla rasyonel müzakerelerde bulunduğu alandır.

Bu noktadan hareketle; kamusal alanın aşağıdaki boyutlardan herhangi biri açısından tanımlanabileceği görülmektedir: (1) kamusal alan, insan iletişimi, bilgisi ve etkileşimi için fiziksel bir alandır; (2) kamusal alan, insan eylemlerinin karakteristiğine dayanan, fiziksel olmayan, metaforik veya dijital bir alanıdır; (3) kamusal alan iki taraf arasında en azından bir çeşit bilgi alışverişinin olduğu bir alandır; (4) kamusal alan, şiddet içeren ve/veya içermeyen görüş biçimlerinin açıkça ifade edildiği ve entelektüel ya da entelektüel olmayan tartışmanın gerçekleştirildiği yerdir; (5) siyasi konuların hem devlet hem de devlet dışı aktörler tarafından kasıtlı veya kasıtsız siyasi sonuçlara yol açtığı bir yerdir (Rappa, 2002: 7).

1.2. Kamusal Alan ve Özel Alan Ayrımı

Kamusal alan kavramının tanımlanabilmesi için özel alan kavramının tanımlaması zorunludur. Çünkü kamusal alanın ne olmadığı sorusuna verilen cevap özel alan kavramını karşılar. Bu haliyle her iki kavram da birbirlerinin karşıtı olarak alan yazında kullanılmaktadır. Kavramların bahsi geçen karşıtlık üzerinden tanımlanmalarının en büyük nedeni; birinin genişlemesinin diğerinin daralmasına sebep olmasıdır. Kamusal alan ile özel alan arasındaki ilişkiyi Arendt şu şekilde özetler:

“Özel/mahrem[leştirici] terimi, kökündeki mahrum kılıcılık anlamını, kamusal alanın bu çoğul anlamıyla olan ilişkisinden almaktadır. Tümüyle özel bir yaşam sürdürmek hakiki bir insani yaşam için özsel olan şeylerden yoksun kalmak demektir her şeyden önce; başkaları tarafından görülmenin ve duyulmanın sağladığı gerçeklikten; başkalarıyla müşterek bir şeyler dünyası aracılığıyla birleşmenin ve ayrılmanın sağladığı “nesnel” bir ilişkiden, yaşamın kendinden daha kalıcı bir şeyler başarma olanağından yoksun kalmak demektir.” (Arendt, 2018: 104):

Kamusal alan ve özel alan arasındaki ilişki Sennett'e göre çelişkiden çok birbirinin ikamesi şeklindedir. Sennett bu ayrımı şöyle ifade eder:

“Kamusal ve özel ifade tarzları birbiriyle çelişen şeyler olmaktan çok birbirlerinin alternatifiydiler. Kamusal alanda toplumsal düzen sorunu işaretlerin yaratılmasıyla çözülmüşken, özel alanda bakıp büyütme sorunu aşkın ilkelere bağlanarak, çözülmese bile çözülmeye çalışıldı. Kamusal alanı yöneten itkiler istenç ve yapıntı, özel alanı yönetenler ise kısıtlamalar ve yapıntının silinip gitmesiydi. Kamusal alan insan yaratımıydı; özel alan ise insanlık durumuydu.” (Sennett, 2016: 133)

Kamusal alan ve özel alan arasındaki ayrım 18. yüzyıl sonunda, modernizm projesinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Timur, 2008: 40). Fakat bu karşıtlığa dayalı ayrımın toplumsal ve tarihsel temeli “Yunan toplumsal biçimlenimine ait olan Helenik kamu Model’ine” kadar uzanmaktadır (Habermas, 1997: 61). Aristoteles, kamusal alan özel alan ayrımını ilk yapan kişidir. Ona göre; her vatandaşın kendine ait olan (idion) ve kamusala ait olan (koinon) iki farklı varoluş düzeni bulunmaktadır. Antik Yunan polisleri, vatandaşların ortak amaçlarını gerçekleştirdikleri bir koinondur (Bahçeci, 2018: 113). Özel alan (oikos) ise ev/hane hayatını temsil etmektedir. Oikos da erkeğin yiyecek sağlama, kadının ise doğurma görevi bulunmaktadır. Bu ev/hane özel alanı siyasi olmayan görev/emek alanıdır (Yılmaz, 2006: 360). Aristoteles’ten sonra birçok düşünür kamusal alan özel alan ayrımı yapmıştır. Fakat Antik Yunan, kamusal ve özel ayrımının en açık biçimde ortaya konduğu dönemdir. Bu dönemde siyasal alan kamusal alanı, ev/hane ise özel alanı temsil etmektedir. Dolayısıyla vatandaşlar sahip oldukları görüşleri ve kimlikleri poliste kazanmaktadır ve bu iki alan kesin olarak birbirinden ayrılmış durumdadır. Ekonomik ve siyasal gücü ellerinde bulduran aristokrat erkekler kamusal alanda söz sahibidirler. “*Antik Yunanda köleler, kadınlar ve yabancılar bu mekânın dışında tutulmuştur*” (Arendt, 1996:161).

Orta Çağ Avrupa’sında, feodal toplum düzeninin varlığı göz önünde bulundurulduğunda, kamusal alan, özel alandan tek ve ayrı bir alan değildir (Habermas, 2010: 97). Antik Çağ’da var olan keskin kamusal ve özel alan ayrımı, Orta çağ Avrupa’sında ortadan kalkmıştır. Çünkü, Orta Çağ’da kamusal ve özel alanlar aynı iktidar yapısına sahiptir ve birbirinin içine geçmiştir. Bu dönemde “egemenliği simgeleyen semboller, aynı zamanda kamuyu da simgelemektedir. Hükümdarın gücü ve ihtişamının bir gösteri şeklinde sunumu kamusal bir mahiyet taşımaktadır” (Yükselbaba, 2008: 63).

Kamusal yaşamın özel yaşamdan ayrılması sanayileşme sonucunda gelişen kapitalist toplum yapısı ile doğrudan ilişkilidir. Özellikle devleti oluşturan bürokrasinin

ve ordunun kurulmuşluğu ile kamusal alan ve özel alan arasındaki ayrım somutlaşmıştır (Timur, 2008: 40). Özellikle 17. ve 18. Yüzyıllardaki toplumunun ekonomik faaliyetleri aile ile doğrudan bağlantılıdır. Kısacası, burjuva toplumunun, sahip olduğu tecrübenin ve ideolojinin kamusal alan formunda belirgin duruma geldiği görülmektedir (Kluge ve Negt, 2018: 69). Özel alan ve kamusal alan ayrımının sınırlarını net bir şekilde çizen J. Locke, J.J Rousseau ve F. Hegel'dir. Locke, özel hayatı/alanı kadının alanı olarak tanımlamıştır. Bunun bir sonucu olarak da özel alan kadının sahip olduğu düşünülen duygusallık, aşk, merhamet ve özveri alanı olarak görülmüştür. Kamusal alan ise tam aksine erkeğin alanıdır. Bu alanda rasyonellik bulunmaktadır, aynı zamanda sözleşme ve mübadele ilişkileri gerçekleşmektedir. Locke ile benzer şekilde Rousseau ve Hegel de cinsiyetçi bir yaklaşım sunarak özel alanı kadınların, çocukların, özürülülerin dünyası olarak, kamusal alanı ise devleti ve devlet sevgisini taşıyan erkeklerin alanı olarak tanımlamıştır (Çaha, 2014: 84). Özellikle kentlerin modernleşme süreci, kamusal alan ve özel alanın tamamen ayrılmasına neden olmuştur. Bu ayrımın sonucunda da kamusal alan üzerindeki denetim ve kontroller arttırılmıştır (Kedik, 2011: 234). Böylece kamu kavramı modern bir anlam kazanarak sadece aile ve yakınlardan oluşan bir yaşam bölgesi değil aynı zamanda farklı sınıflardan ve gruplardan insanları da kapsayan bir alan haline gelmiştir (Sennett, 2016: 32).

19. yüzyıla gelindiğinde ise kamusal alana tam bir karışıklığın ve karmaşanın hâkim olduğu görülmektedir (Sennett, 2016) Çünkü kamusal alanda var olan problemler bireycilikle çözülemeyecek konumdadır. Modern insanda narsist duygular vardır bu yüzden de ortak hareket edip bir mutabakat sağlanamamaktadır. Kentlerde amaçsız, köksüz ve tehditkâr insan grupları hızla artmaktadır (Sennett, 2016: 184). Dolayısıyla bir müzakere ortamı oluşmaktan çok uzaktır. Özellikle sanayi kapitalizminin kentli kamusal kültürle girdiği ikili ilişkinin bir çıktısı olarak 19. Yüzyılda burjuva toplumunda özelleşme baskısının bulunduğu görülmektedir (Sennett, 2016: 36).

20. yüzyılın özellikle ikinci yarısında, sosyal refah devleti anlayışıyla birlikte burjuva kamusal alanı dönüşüme uğramıştır. Liberal rekabetçi kapitalizmden tekelleşmiş kapitalizme geçiş sonucunda, devlet ve toplum iç içe geçmiştir. Dolayısıyla devlet toplumsallaşmaya başlamıştır. Bu dönemde özel alanın özellikle hizmet alanında yapması gereken işler devlet eliyle gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Habermas, 1997: 262-263).

Yaşadığımız çağda ise kamusal alan ve özel alan kavramları özellikle siyaset ve demokrasi tartışmalarına eklenmiştir. Her farklı siyasal bakış kendi kamusal/özel tanımlamalarını yapmıştır. Sonuç olarak kamusal ve özel alan ile ilgili çok farklı bakış açıları ortaya konmuştur (Yükselbaba, 2008: 227). Antik dönemden modern dönemlere kadar kullanılmakta olan kamusal alan ve özel alan kavramları arasındaki ayrım topluma ve siyasete dayanmaktadır. Fakat buradaki önemli nokta bu kavramların değişkenliğine rağmen gerçekte ifade ettikleri anlamın değişmemesidir. Her ne kadar kamusal ve özeline neyi ifade ettiği konusunda bir uzlaşma bulunsada kapitalizmin yükselişi ile birlikte kamusal alan ve özel alanın birbirinin içine oldukça geçtiği görülmektedir. Geleneksel toplumlar incelendiğinde, bu toplumlarda kamusal alanın sınırlı özel alanın ise daha geniş olduğu görülmektedir. Geleneksel toplumların aksine modern toplumlarda ise; özel alanın sahip olduğu kapsam daralmaktadır ve işlevleri azalmaktadır. Kamusal alan ise özel alanın bulunmadığı yerlerde varlığını sürdürebilmektedir (Çaha, 2003: 80). Günümüzde kamusal alanın durumu ilerideki bölümde daha detaylı tartışılmaktadır.

Sonuç olarak; özel alan ve kamusal alan arasındaki ayrım, modernliğe özgü bir ayrımdır. Çünkü bu ayrım özel çıkarlar ya da bireyin kendisini ilgilendiren meseleler ile kamusal çıkarlar yani toplumun genelini ilgilendiren meseleler üzerinde yapılan ayrım anlamına gelmektedir (Özgül, 2012: 4530). Bu iki alan zaman zaman birbirinin içine geçebilir ya da farklı boyutlar ve anlamlarla değerlendirilebilir. Bu kavramların ayırt edilebilirliği analitik iki kritere bağlıdır: görünürlük ve kolektivite (Özbek, 2004: 44). Görünürlük kriteri kamusal alan kavramsallaştırılmasındaki ilgili bölümde (1.1) tartışılmıştır. Kolektivite ise, bireysel çıkarı değil kamu çıkarı ifade etmektedir. Yani kamusal alanın özel alandan ikinci farkı bireye değil topluma yönelik olmasıdır. Kamusal talepler, kolektif bir şekilde temsil edilmelidir, bu yüzden talepler örgütlenmiş kurumlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Onat N., 2013: 93). Özel alanda ise kolektivizmin yerini bireysel çıkarlar almıştır. Bu nedenle kamusal alanın bir kişi ya da bir grup tarafından kontrol edilmesi ve müzakere ortamını ortadan kaldıracak şekilde tek bir söylemin var olması kamusal alanı bozmaktadır (Alejandro, 1993: 220). Özetle kamusal alan kavramının, açıklığı, görülebilirliği, kolektivizmi ve kapsayıcılığı barındıran, özel alanın ise kapalı, bireysel, herkes tarafından görünebilir olmayan ve herkesin rahatlıkla giremediği (Peters ve Cmiel, 1997: 259-260) bir alan olduğu söylenebilir.

1.3. Kamusal Alan Tartışmaları

Kamusal alan modern toplumlar için kritik öneme sahiptir. Toplumların kendilerini ilgilendiren konuları iletmek için bir forum görevi görmekte ve vatandaşların siyasi, ekonomik ve toplumsal gelişmeler hakkında kendilerini bilgilendirmelerine, seçkinleri gözlemlemelerine ve kontrol etmelerine izin vermektedir. Bu önemli rolü nedeniyle, birçok bilim insanı, kamusal alanın nasıl yapılandırılması gerektiğini tanımlayan farklı normatif kuramlar formüle etmiştir (Gerhards ve Schäfer, 2010: 144). Bu çerçevede “kavramın anlamının ve kapsamının kişilerin dünya görüşüne göre farklılıklar” (Yükselbaba, 2008: 227) gösterdiği söylenebilir. Bunun bir sonucu olarak çok sayıda tartışma ve model ortaya konmuştur. Bu nedenle dijital kamusal alan meselesi tartışılmadan önce kamusal alan modellerinin üzerinde durulması ve konunun izahı zorunluluğunu doğurmuştur. Kamusal alandaki tartışmaları henüz bir konsensüse ulaşamadığından çalışmada Seyla Benhabib’in³ yaptığı kamusal alan modeli tasnifleri baz alınmıştır. Fakat buna ek olarak modellerin tam olarak ortaya koyulabilmesi ve kamusal alanın açıklanabilmesi açısından Kluge ve Negt’in karşıt kamusal alan düşüncesi de ele alınmaktadır. Dört ayrı alt başlıkta irdelenen bu düşünürlerin her birinin alana yaklaşımları oldukça farklıdır. Aşağıda bahsi geçen bu yaklaşımlar, kamusal alanla ilgili birçok tartışmayı da başlatmıştır. Bu yaklaşımlar aynı zamanda, sosyal medya, dijital kamusal alan ve demokrasi üzerine düşünebilmek adına yeni bakış açıları da sağlamaktadır. Modellerin açıklanmasının ardından kamusal alan tartışmalarını yürütecek karşılaştırılmalı bir tablo hazırlanmakta, birbirlerinden farklı yönlerine ilişkin açıklamalar sunulmaktadır.

1.3.1. Jürgen Habermas’ın Kamusal Alan Modeli: Söylemsel Kamusal Alan

Habermas, “*Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*” adlı kitabında burjuva kamusal alanının oluşmasından itibaren var olan süreci inceleyerek onu oluşturan, değiştiren ve dönüştüren süreci ele almaktadır. Bu çalışmasında burjuva kamusal alanı analizinden önce üç kamusal alanın varlığından bahsetmiştir. Bunlardan ilki orta çağda feodalite döneminde var olan temsili kamu anlayışıdır. İkincisi orta çağ sonrasında burjuva kamusal alanının oluşmasını sağlayan zemini oluşturan edebi kamudur. Son olarak kapitalist dönemde ise siyasi kamunun varlığından bahsetmektedir.

³ Çalışmanın tamamı için bkz: Seyla Benhabib (1992). *Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas*, Cambridge, MIT Press, s. 72-98.

Habermas'a göre refah devletinde bir önceki dönemde var olan kamusal alanlar bir çöküş sürecine girmektedir. Bu dönemde kamusal alan kamusal alanın özel alan ise özerkliğini kaybederek birbiri içine girmiş bir yapıyı oluşturmaktadır. Bu yapı ideolojik anlamda bir söyleme dönüşmüştür. O yüzden kamusal alan bu süreçte söylemsel bir niteliğe sahiptir. Genel olarak Habermas bu çalışmasında burjuva toplumuna dair bir eleştiri getirmektedir. Bu eleştiri ile var olan burjuva toplumunun çatışmalarını, dönüşümünü ve nasıl yozlaştığını ortaya koyan faktörleri açıklama amacı gütmektedir. Calhoun'a göre Habermas burjuva kamusal alanı modelini ortaya koyarken aslında amacı formel anlamda demokrasinin ve hukukun olumlu özelliklerini canlandırarak Marksist gelenekte var olan ihmal edilmişlikleri dengeleyici bir model ortaya koymaktır (Calhoun, 1992). Bu modelde feodalizmden kapitalizme geçiş ile birlikte kamusal alan yapısal bir dönüşüme uğramıştır. Bu geçiş ile beraber dönüşüme uğramasının en önemli nedeni kamusal alana yeni olguların ve aktörlerin eklenmesi ile kamusal alanın genişlemesi ve artık medya aracılığı ile çeşitli müzakerelerin gerçekleştirilmesidir. Burjuva devletinde kamusal alan özel alanın ihtiyaçlarına ve taleplerine bağımlı bir hale gelmiş ve hatta anayasa normları bile, kendi gerçekliği ile bağdaşmayan bir burjuva modeli toplumuna göre uyarlanmıştır (Habermas, 1997: 173). Böylece burjuvanın sahip olduğu kamusal alan özel alanla iç içe geçmiştir.

Temsili kamu modelinde kamu ve özel alan arasında, antik modele uygun bir karşıtlık bulunmamaktadır (Habermas, 1997: 62). Bu dönemde temsili kamunun bağlı olduğu feodal otoritelerin yani kilisenin, prenslerin ve soyluların sahip olduğu otoritenin çözülmesi kutuplaşma süreci ile gerçekleşmektedir (Habermas, 1997: 73). Bu dönemde toprak eğer kamusal alan olarak düşünülürse, aile reisi tarafından kullanılan iktidar, ikinci dereceden bir kamusal iktidar olarak varlık gösterir. Bu noktada özel ve kamusal egemenlik tek bir iktidardan kaynağına ve toprağına bağlı olarak özel hak bağlamında değerlendirilebilir bir hal alır (Habermas, 1997: 62-63). Geç orta çağın feodal toplumlarında sosyolojik ve kurumsal anlamda özel alandan ayrılmış şekilde varlığını sürdürebilen bir kamusal alandan bahsedilemez. Var olan bu temsili kamu bir toplumsal alan ya da bir kamu alanı olarak kendini ortaya koymaz, bu alan daha çok statü belirtisi olarak varlık göstermektedir (Habermas, 1997: 64-65). Temsili kamusal alanın varlığı bireylerin vasıflarına bağlıdır ve kendini "soylu davranış kodu" olarak ortaya koymaktadır. Bireylerin sahip olduğu bu soylu kodlar (kılık-kıyafet, jestler, retorik,

hitap vb.) fiziksel bir nitelik ile alakalı değildir. Bu yüzden de önemini hiçbir zaman yitirmemekte ve bu erdemler kamusal olarak sergilenebilmelidir (Habermas, 1997: 66).

Habermas'a göre soylu kodların varlığına dayanan temsilî kamunun çöküşünde, özellikle kapitalist dönemde gerçekleşen ekonomik gelişmeler itici gücü oluşturmuştur. Buna göre 17. yüzyıldan itibaren hane içinde yani özel alanda varlık gösteren ekonomi hane dışında varlık göstermeye başlamıştır. Ekonomi hane dışına çıkarak kârlılık ve çıkar kavramları üzerinden değerlendirilmeye başlanmıştır. Hanenin yerini pazarlar almıştır ve ticari işletmeler pratiği oluşmuştur. Soylu insan otoritesini sergilerken otoriteye dönüşür ve kamusal bir şahıs halini alır. Fakat bu, temsili bir şahıstır. Temsili kamunun çöküşüyle, burjuvazinin temsil edemeyeceği bir temsili kamuya ancak kendini yenileyerek ulaşabilir. Bu noktada halkın temsili kamu ile ilişkisi ortadan kalkmıştır ve halk daha farklı türden bir kamusalığın taşıyıcısı konumuna gelmiştir (Habermas, 1997: 72-74). Başka bir deyişle temsili kamunun çöküşüyle burjuvazi de kendini kamusal alanda yer edinmek adına dönüştürmek zorunda kalmış, halk ise kamusallığını ve kamusal alanı farklı bir türe dönüştürmüştür.

Temsili kamunun çöküşü göz önüne alınarak değerlendirildiğinde, modern devletlerin ortaya çıkışı ile modern anlamda bir kamusalılık oluşmaya başlamıştır. Modern toplumun ortaya çıkışıyla ticaretin ve mal dolaşımının artmasına ek olarak haber dolaşımı da yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu haber dolaşımının artışı ile yeni iletişim alanı kamusalılık eksikliğinden kaynaklı olarak var olan iletişim biçimlerine eklenmiştir. Mal ve haber dolaşımında var olan bu süreklilik ilişkisi kesintisiz devleti de zorunlu kılan bir yapı oluşumuna sevk etmektedir. Oluşan bu modern kamusalılık kamu erkinin alanı olarak varlığını ortaya koymaktadır. Bu alan varlığını özellikle (istikrarlı) devlet yönetiminde ve (düzenli) orduda ortaya koymuştur. Kamusal alan devlete ilişkin olanla bir tutulmuştur (Habermas, 1997: 80). Habermas'a göre kamusal alan toplum ile kamu erki arasında bir yerde bulunmaktadır. Devlet kamusal alanın yöneticisi olarak varlık gösterse de aslında kamusal alanın bir parçası değildir. Çünkü kamusal alanda devlet tüm vatandaşların iyiliği ile ilgilenmek durumundadır. Bunun bir sonucu olarak da kamusal alan devletin dışında bulunan toplumsal iletişim ve katılım süreçlerine eklenmiştir (Habermas, 1997: 95-96).

Burjuva toplumu eski toplumlarda var olan devlete benzer bir şekilde inşa edilmiştir. Özel alan yani hane ile sınırlandırılan ekonomik faaliyetler kamu alanında varlık göstermeye başlamıştır (Habermas, 1997: 81). Her ne kadar başlangıçta kamu

erki ile burjuva özel alanı bir tutulsa da yukarıda bahsedilen mal dolaşımına ek olarak haber dolaşımının da ortaya çıkışı ile bu düzen değişmeye başlamıştır (Habermas, 1997: 82-83). Bu dönemde siyasal gazeteler tüccarlar için değil tüccarlar gazeteler için vardır. Çünkü kamusal haberleşme özel haber akışına bağımlıdır. Haber dolaşımı sadece mal dolaşımına bağımlı değildir aynı zamanda haberin kendisi de mal konumuna erişmiştir (Habermas, 1997: 84). Bu dönemde tacirler şirketler aracılığı ile devletle dolaysız bağlantılar kurmuştur. Bu sayede tacirler, bankacılar ve yayıncılar burjuva topluluğu içinde yer almaya başlamıştır. Ortaya çıkan burjuva sınıfı “okuma topluluğu” olarak beliren kamusal topluluğun taşıyıcısı konumuna gelmiştir (Habermas, 1997: 87). Böylece hükümet karşısında itibar kazanan bu grup kamu erkinin karşısında bir güç oluşturmaya başlamış ve kamusal topluluğun burjuva kamuoyu olarak kendi bilincinin farkına varmasına sebep olmuştur. Kamusal çıkar sadece devlet tarafından değil aynı zamanda da bu grup tarafından kendi çıkarı olarak kullanılabilmesine sebebiyet vermiştir (Habermas, 1997: 88). Bu okuma topluluğu Habermas tarafından edebi kamu olarak adlandırılmıştır.

Edebi kamu özellikle 17. yüzyılda İngiltere’de ve 18. yüzyılda Kıta Avrupası’nda burjuva aktörlerin felsefe, edebiyat ve sanat alanlarında eleştirel bir okuma yapma ve özgür tartışma ortamı oluşturarak eşitlikçi ilişkilere dayalı bir ortam oluşturabilmesiyle varlık göstermiştir. Edebi kamu alanını yönlendirecek güçlü bir aristokrasi sınıfı bulunmamaktadır. Habermas’a göre edebi kamu burjuvazinin ortaya çıkardığı bir kamu değildir, sarayın temsili kamusunun bir devamı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kamu anlayışı okumuş orta zümrelerin modern devlet aygıtı olan monarkın şahsından ayrılarak özerkleşebildiği ölçüde saraylı-soylu toplumu ile girdikleri ilişki neticesinde öğrendikleri bir süreçtir (Habermas, 1997: 96). Burada şehir sadece ekonomik toplumun hayat merkezi değil aynı zamanda sarayın kültürel-siyasal karşıtlık alanı olarak da değerlendirilmektedir. İlk edebi kamu oluşumu kahvehanelerde, salonlarda ve yemek davetlerinde görülmektedir. Buna göre hümanist-aristokrat toplum burjuva-entelektüelleri ile münazarada bulunarak, çökmekte olan saray kamusalılığına ait kalıntılar ile burjuva kamusalılığı arasında ilişki kurarlar (Habermas, 1997: 97). Bu noktada devlet ve toplum arasındaki ayrımın bir benzeri kamusal alan ve özel alanda da varlığını sürdürmektedir. Kamusal alan kamu erkiyle sınırlı olarak görünürken gerçek alanda var olan kamu anlayışı özel alanda yer almaktadır. Bunun nedeni ise bahsi geçen bu kamunun özel şahıslar tarafından oluşturulmasından ileri gelmektedir. Habermas’a

göre özel alan burjuva toplumunu diğer bir deyişle mahremiyeti, haneyi mal/haber dolaşımını ve toplumsal emeği kapsamaktadır. Var olan siyasal kamu anlayışı ise edebi kamudan doğmuştur. Böylece kamuoyu oluşturularak toplumun ihtiyaçları devlete ileilmektedir (Habermas, 1997: 98). Buradaki önemli nokta devlet ile var olan bu ilişkinin aleniyet ile değil gizlilik ile gerçekleşmesidir.

Habermas'a göre devlet eli ile düzenlenen kamu, özel şahısların oluşturduğu bir kamusal topluluk tarafından ele geçirilmiştir. Bu topluluk tarafından ele geçirilen alan kamusal erke karşı bir eleştiri alanı inşa etmiştir. Böylece kamusal topluluğa özgü kurumlar ve müzakere platformlarıyla nitelik kazanan edebi kamuda değişim gerçekleşmiştir. Edebi kamu ile halka yönelik olan edebi kamu deneyimleri siyasal kamuya nüfuz etmiştir (Habermas, 1997: 127). Bu noktadan itibaren burjuva kamusunun siyasal ödevi, sivil toplumun düzenlenmesi olarak şekillenmiştir. Burjuva kamusunda var olan akıl yürütme toplumsal ve siyasal olarak önceden biçimlendirilmiş genel kurallar doğrultusunda gerçekleşmektedir (Habermas, 1997: 131). Var olan kamu alanında kadınlar ve kendi hayatını kazanamayanlar siyasal kamuda olduğu kadar hukuksal anlamda da bir yer edinmemişlerdir. Gelişmiş burjuva kamusu, kamusal bir topluluk olarak bir araya gelmiş olan mülk sahibi özel şahısların özdeşliğine dayanmaktadır (Habermas, 1997: 133). Fakat burada mülk sahiplerinin oluşturduğu kamusal alan ve insan topluluğunun oluşturduğu kamusal toplum özdeşleşebilir bir konumda değildir.

Kamusallığın siyasal işlevlerinin dönüşümüyle kanıtlanan çözümlenin nedeni kamusal alan ve özel alan arasındaki ilişkinin yapısal çözümlenmesinden kaynaklanmaktadır (Habermas, 1997: 257). Kamunun yapısal dönüşümü üç şekilde gerçekleşmiştir. 1- Kamusal alan ve özel alan kaynaşma eğilimi göstermektedir. Burjuva kamusu, devlet ve toplum arasında gerilim sahasında özel alanın parçası olarak varlığını sürdürmektedir. İktisadi pazar ilişkilerinin yayılmasıyla sınıfsal bağlamda kısıtlayıcı egemenlik alanından çıkan ve otoriter idareyi zorunlu kılan bir toplumsal alan oluşmuştur (Habermas, 1997: 255). 2- Toplumsal alan ve mahremiyet alanı kutuplaşmaya başlamıştır. Devletle toplumun birbirine karşılıklı nüfuz etmeleri ölçüsünde hane ve toplumsal yeniden üretim süreci arasındaki bağlantı çözümlenerek mahremiyetin özel alan vasfı kaybolmaya başlamıştır. Hane özel çalışma ve örgütlenme dünyasından çıkarak kamusal alana doğru geçmiştir (Habermas, 1997: 270). 3- Kültürel anlamda akıl üreten kamusal topluluktan kültürel anlamda üretmeden tüketenlere doğru bir dönüşüm

yaşanmıştır. 18. yüzyıldan itibaren küçük aileye ait mahremiyet alanı deneyim ve kamusal topluluk ilişkisi sonucunda edebi kamunun yerini kamusal görünüşte olan özel alan almıştır. Burjuva kültürü salt ideolojik değildir. Aynı zamanda üretim ve tüketim faaliyetlerini de içine alır (Habermas, 1997: 280-281). Akıl yürüten özne olarak kamusal topluluk kurumları sarsılmıştır (Habermas, 1997: 283). Şahıslar kamu ile özel alan arasında var olan liberal ilişkiyi göz önüne alarak kitle iletişim araçlarının oluşturduğu görünüşte kamusal özel alanda yanılısama halini alan bir tüketiciliğe bürünmüştür (Habermas, 1997: 295). Bütün bunların sonucu olarak da burjuva kamusu bir yıkılma sürecine girmiştir.

Kültürel akıl üreten kamusal topluluktan, kültür tüketen kamusal topluluğa gidilen yolda, eskinin edebi kamusu ile yeninin siyasal kamusu kendilerine ait karakterlerini yitirmişlerdir (Habermas, 1997: 301). Fakat Habermas'a göre bu geçerliliğini yitirmiştir. Çünkü burjuva kamu modeli kamusal alanın özel alandan kesin bir şekilde ayrıldığını varsaymaktadır. Bu ayırmda kamusal topluluk olarak bir araya gelen şahıslar ve devletle toplumun ihtiyaçları arasında aracılık eden kamuoyu özel alana aittir. Kamusal alan ve özel alan kaynaşması ölçüsünde bu alanın geçerliliği ortadan kalkmaktadır (Habermas, 1997: 302). Çünkü hem hukuksal hem de sosyolojik bağlamda ne kamusal alan içinde ne de özel alan içinde değerlendirilemeyecek yeniden siyasallaştırılmış bir toplumsal alan ortaya çıkmaktadır (Habermas, 1997: 303).

Habermas tarihsel sürecini incelediği kamusal alanın son haline ilişkin pesimist bir bakış açısı sunmaktadır. Yine de 80'lerin sonuna doğru kamusal alanın nasıl tekrar canlandırılacağına dair çözüm önerisi sunmak amacıyla iletişimsel eylem kuramını geliştirmiştir. Geliştirilen bu söylemsel modelde kamusal alan, aktörler diğer bir deyişle özneler arası iletişimsel anlamda bir eylemde bulunmalıdır. Böylece farklılıklara sahip bireyler arasında akılcı bir uzlaşma oluşturularak genel faydaya dayanan ideal bir alan oluşturulabileceği üzerinde durmuştur.

Habermas'ın siyasal kamu düşüncesi ve iletişimsel eylem kuramı bir arada düşünüldüğünde, Yükselbaba Habermas'ın kamusal alan modelini şu şekilde özetlemiştir: 1- Kamusal alan düşüncesi herkese açıktır ve erişimi garanti altına alınmıştır. 2- Kamusal alana katılan herkes eşit ve özgürdür. 3- Konuşmalarda aleniyet ilkesi bulunmaktadır. 4-kamusal alan iktidardan ve sermayeden bağımsızdır. 5- Kamusal alana ilişkin tartışmalar akılcıdır ve genel fayda amaçlanmalıdır. 6- Kamusal alan akılcı uzlaşmanın sağlanabileceği bir alandır (Yükselbaba, 2008: 251). Benzer

şekilde Kırık ise Habermas'ın kamusal alan kavrayışının niteliklerini dört maddede toplanmaktadır: 1- Bu model kamusal mesele temellidir. 2- Eşitlikçidir. 3-Akılcıdır. 4- Özgürlükçüdür (Kırık, 2005: 134-136). Bu noktadan hareketle Habermasçı kamusal alanın hem devletten hem de özel alandan bağımsız fakat bu alanları ilişkilendiren bir içerikte olduğunu söylemek mümkündür.

1.3.2. Jurgen Habermas'ın Kamusal Alan Modeline Eleştiriler

Habermas'ın idealize ettiği kamusal alan anlayışı burjuva sınıfı üzerinde yükselmektedir. Bu kamusal alanın çerçevesi eşitlik, rasyonel bir akıl yürütme, uzlaşma ve seküler bir söylem üzerine kuruludur. Geçerli olabilmesi için bireylerin akla dayalı bir söylemde bulunması zorunluluğu vardır. Kuramsal olarak herkese açık ve eşit olan bu kamusal alan pratikte mülkiyet sahibi ve eğitilmiş bir sınıfın elinde bulunmaktadır. Bu yüzden de dışlayıcı bir bağlamı vardır. Bu dışlayıcılığı özellikle Marksistler, feministler ve liberaller tarafından yoğun biçimde eleştirilmiştir.

Marksist eleştiriler Habermas'ın burjuva kamusal alanını idealize etmesi üzerine yoğunlaşmaktadır. 18. yüzyılda Habermas'ın bahsetmiş olduğu herkese açık ve akılcı tartışmalarla şekillenen kamusal alanın aslında toplumun diğer sınıflarını dışlayan bir yönü de bulunmaktadır. Bu dışlama sadece Marksistler tarafından değil feministler tarafından da oldukça eleştirilmiştir. Bu kamusal alan modelinde işçi, köylü gibi sınıflar, kadınlar ve çocuklar göz ardı edilmiştir. Habermas'a yönelik en bilinen eleştiri Kluge ve Negt tarafından yapılmıştır. Kluge ve Negt Habermas'ın burjuva kamusal alanına karşı olacak şekilde proleter kamusal alan düşüncesi üzerine yoğunlaşmışlardır. Çünkü onlara göre burjuva kamusal alanı bir somutluk içermemekte ve farklılıkların dışlanması üzerine kuruludur (Kluge ve Negt, 2018).

Bir diğer Marksist eleştiri Curran'dan gelmektedir. Curran'a göre Habermas kamusal alana katılımı değerlendirirken toplumsal sınıfları göz ardı ederek bireye dayandırmıştır. Bu yüzden de kamusal alanda var olan sınıf çatışmasını gözden kaçırmıştır. Kamusal alanın dönüşümünde medyanın belli bir sınıfın eline geçmesi ve diğer sınıfların yüksek maliyetlerden kaynaklı olarak bu alanda yer alabilecek kapitalist girişimlerde bulunamaması nedeniyle siyasal sistemden dışlanmışlardır. Siyasal sistemden dışlanan sınıfların ise kamusal alanda yer alma şansı ortadan kalkmıştır (Avcı, 2008: 58-59).

Van Horn Melton'a göre de bu dönemi idealize etmek oldukça sorunludur. Kamusal alan bilinmeyenlerle doludur. Bu dönemde var olan bir alanı idealize etmek, doğal olarak baskıcı olabileceğini savunmak, kadınları bu alandan dışlamak ve eril bir nitelik taşıdığını vurgulamak doğru değildir (Melton, 2011: 26-27). Aynı zamanda Melton'a göre Habermas'ın burjuva kamusal alan modelini "burjuva" olarak nitelendirmesi oldukça problemlidir. Bu dönemde sadece karşıt gruplar değil aynı zamanda saray eşrafı ve diğer gruplar da kamuoyuna başvurabilmektedir. Çeşitli sosyalleşme etkinlikleri soylu ve burjuva arasındaki sınırları kaldırabilmektedir. Çünkü bu dönemde sosyalleşmenin bir sonucu olarak egemenlerin ve elitlerin içe dönük yapısı sarsılırken, mülkiyete sahip bireyler elit olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Bu da bahsi geçen sınırların kalkmasına neden olan toplumsal bir etkiye yol açmıştır (Melton, 2011: 22-23). Aslında bu dönemde burjuva sınıfı "burjuvalığını" yitirmeye başlamıştır.

Thompson, Habermas'ta var olan kamusal alanın görünürlüğü, açıklığı ve aleniliği üzerinden bir eleştiri getirmiştir. Çünkü ona göre artık eski modeller idealize edilmemelidir. Yeni teknolojiler ve küreselleşme beraberinde "dolaylı ya da dolaylı kamusalılık" adı verilen bir olguyu ortaya çıkarmaktadır. Bu kamusalılık mekân ötesi bir anlam taşımaktadır. Daha sonraki bölümlerde bahsedileceği üzere bireylerin ve grupların artık bir eylemde bulunabilmesi için ya da bir harekete dâhil olabilmesi için bir mekânda yüz yüze ve birebir iletişim kurma zorunluluğu ortadan kalkmıştır. Bu kamusal alan modeli küreselleşmenin, teknolojinin ve medyanın getirdiği kamusalılıklara uyum sağlayamamaktadır (Thompson, 2008: 368-394). Çünkü artık zaman ve mekân ortadan kalkmıştır.

Habermas'ın, kamusal alan anlayışının toplum ve devlet arasında bir yerde konumlanması bağlamında değerlendirildiğinde, Eric Dacheux'a göre özel ve kamusal arasındaki ayrım ve bu ayrımın belirlenebilmesi konusu oldukça belirsizdir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde örneğin aile içi şiddet konusunun kamusal alan bağlamında mı yoksa özel alan bağlamında mı düşünülmesi gerektiği sorusu ortaya çıkmaktadır (Dacheux, 2012: 16). Habermas'a göre aile içi konular özel alanda değerlendirilmelidir. Bu açıdan bakıldığında Habermas'ın feminist eleştiriye maruz kalması olağandır.

Genel olarak feminist eleştirilerin kadınların kamusal alandan dışlanarak özel alana hapsedilmesi ve bu modelin eril şekliyle idealize edilmesi üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Habermas'ın modelinde kamusal ve özel alan arasında keskin bir ayrım

bulunmaktadır. Özel alan ahlak, sevgi, cinsellik, kültür gibi konuları kapsarken kamusal alan ise adalet akıl ve siyaseti kapsamaktadır (Habermas, 1997). Kadının kamusal alanda yer alamaması, aile odaklı olması ve ekonomi, eğitim gibi faaliyetlerin dışında tutulmasından kaynaklı olarak kadın, kamusal alanda bulunan diğer aktörlerin karşısında ikincil ve alt bir konuma düşmektedir (Çaha, 1999: 125). Mary Ryan'a göre, bu modeldeki problem sadece kadınların kamusal alandan dışlanması değildir. Aynı zamanda Habermas'ın burjuva kamusunun düşüşünden bahsettiği dönem ilginç bir şekilde kadınların da siyasi anlamda güç kazandığı bir döneme denk gelmesidir (Kellner, 1997: 108). Benhabib'e göre Habermas'ın kamusal alan modelinin ve söylem anlayışının feminist eleştirel kuram tarafından kullanılabilirliği bulunmaktadır (Benhabib, 1992b: 84-85).

Habermas, yukarıda bahsedilen bu eleştirilere kitabının 1990 yılındaki baskısının önsözünde cevap vermiştir. Bu önsözde Habermas amacını açıklamış ve bu amacının baskın kamu olmasından ötürü burjuva kamusunun ideal olan görünümünü sergilemek olduğunu belirtmiştir. Habermas'a göre plebyen kamu toplumsal bağlamda ön şartları bulunmayan bir burjuva kamusu olarak ortaya çıkmaktadır (Habermas, 1997: 18-19). Habermas feminist eleştirilere de yanıt vermiştir. Ona göre, kadınların kamusal alandan dışlanması diğer işçi ve köylü sınıflarına göre farklılık içermektedir. Kadınların kamusal alandan dışlanarak özel alana hapsedilmesinin burjuva kamusunun kurucu ögesi olmasından kaynaklandığını vurgulamıştır (Habermas, 1997: 22).

Habermas liberaller tarafından da eleştirilmiştir. Liberal eleştiriler genellikle bu modelin ütopyacı, gerçek dışı olması ve tarihsel olayların yanlış yorumlanarak çarpıtılmış olması üzerinde yoğunlaşmaktadır. Peter Glotz ve Wolfgang Jaeger bu modeli gerçek dışı bulmaktadırlar. Çünkü bu model kitle demokrasisi konusunda oldukça eksik kalmaktadır. Niklas Luhmann ise Habermas'a kavramlaştırma konusunda katılmasına rağmen kamusal alanın devlet ve toplum arasındaki bir yerde değil devlete uzak bir yerde bulunması gerektiğini savunmaktadır. Habermas'ın kamuoyunun oluşum için kolektif toplumsal çözüm arayışını ütopyik bulmaktadır (Hohendahl ve Silberman, 1979: 95-99). Genel olarak liberal eleştirmenlere göre Habermas'ın modelindeki kavramsallaştırması ve gelişimi doğru bir şekilde tespit edilmiştir. Burada gözden kaçırılan nokta kamusal alanın dönüşümünde medyanın, reklamın ve kapitalizmin gücünün hafife alınmasından kaynaklanmaktadır (Jones, 1996: 38-39).

1.3.3. Hannah Arendt'in Kamusal Alan Modeli: Rekabetçi (Agonistik) & Birleşimsel Kamusal Alan

Arendt'a göre kamusal alan, Habermas'ta olduğu gibi ilk defa 18. yy. Avrupa'sında değil, daha önceki dönemlere dayanan Antik Yunan'da ortaya çıkmıştır (Dacheux, 2012: 20). Seyla Benhabib'e göre, Arendt'ın kamusal alan modeli *İnsanlık Durumu* adlı kitabında genellikle ve tamamen haksız bir şekilde anti-modernist bir siyasi iş olarak görülür (Benhabib, 1992a: 90) Çünkü Arendt bu eserinde kamusal alan ve özel alandan bahsederken Antik Yunan'ın Polisini odak noktası olarak almıştır (Arendt, 2018). Bunun nedeni Arendt'ın Antik Yunan dönemini idealize ederek kamusal alan/özel alan ayrımının açık bir şekilde ortaya çıktığı bir dönem olarak görmesidir. Arendt'a göre kamusal alan, insanların farklılıklarının ortaya konulduğu, tartışmanın ve eylemin içinde bulunduğu siyasetin alanıdır; özel alan ise insanların doğal alanı olarak ortaya çıkmaktadır yani siyaset öncesi ya da siyaset dışı alana karşılık gelmektedir (Onat, 2013: 28-29, 106).

Arendt'ın kamusal alan modeli kamusal/ özel ayrımı üzerinden şekillenmektedir. Bu ayrım yapılırken Arendt'ın yanıtını aradığı sorular kamusal alana kimlerin katılabileceği ve özel alanı nelerin oluşturabileceği üzerinedir. Antik Yunan'da hane yani özel olan (idion) ile kamusal olan (koinon) arasında keskin bir ayrım bulunmaktadır; özgür vatandaş ancak hanesinin (idion idiot sözcüğü ile bağlantılıdır olumsuz bir anlam içermektedir ve siyasetle uğraşmayan anlamına gelmektedir.) dışında yer alarak siyaset ile eylemin yapıldığı kamusal alana adım atmaktadır (Zabcı, 1997: 19-20). Antik Yunanda hane özel alanı temsil ederken, kamusal alanı kamu/bireyler temsil etmektedir. Polis özgürlükler alanıdır. Poliste özgürlüğün koşulu ise özerk vatandaşlar olmaktan geçmektedir (Arendt, 2018: 68-69). Arendt'a göre özel alan eşit olmayan alandır, fakat kamusal alan eşitliklerin alanıdır. Karadağ'ın da belirttiği üzere; hane eşitsizliklerin bir merkezidir ve hanede özgürlük yoktur. Fakat hane reisi sadece haneden ayrılıp herkesin eşit olduğu siyaset alanına girebilecek güce sahip olmak bakımından özgürdür (Karadağ, 2003: 175). Buna ek olarak mülkiyet ile yani sahiplik nedeniyle (köleye, kadına, çocuğa sahip olma) özgür olabilmekte ve bir siyasal oluşum aitliği vesilesiyle aile reisleri özel alandan çıkararak kamusal alanda görünebilir hale gelmektedirler. Bir vatandaş ancak bu koşulları karşılıyorsa özgürlüğe ve eşitliğe sahip olabilmektedir (Uygun, 2003: 74-75). Aksi takdirde özgür ve eşit olarak değerlendirilebilmesi mümkün değildir.

Arendt “kamusallık” terimini birbirinden farklı ama ilişkili olacak iki ayrı şekilde açıklamıştır. Arendt’a göre bu fenomenlerden birincisi her şeyin herkes tarafından görülebilir ve duyulabilir olduğu bir aleniyettir (Arendt, 2018: 92). Yani Arendt’a göre, kamusal alan açıklığı içinde taşır. Bir başka ifadeyle kamusal(alan)lık açık, herkes tarafından görülebilir bir alan olmalıdır. İkinci fenomen ise müşterekliktir (Arendt, 2018: 95). Bu müştereklik somut bir mekân olan dünya ile ilgili olduğu kadar aynı zamanda da soyut olan insanların yaptıkları şeylerle de ilişkidir. Bu anlamda Arendt’ın kamusal alan düşüncesini genel olarak “emek, iş ve eylem” oluşturmaktadır.

Yükselbaba’nın (2008: 229) da belirttiği üzere, Arendt, emek, iş ve eylemi birbiriyle aynı etkinlikler olarak değerlendirmez. Arendt’a göre bahsi geçen bu etkinliklerin her biri belirli bir insanlık durumuna ya da başka bir deyişle insan bilincine tekabül etmektedir. İnsan bilinci emek ve iş ayırımının yapılabilmesi açısından önemlidir. Emek ile insan kendini yeniden üretebilirken, iş ile yeni metalar ortaya çıkmaktadır. Arendt’a göre emek asla çalışmanın neticesi olan bitmiş bir ürünü ifade etmez bunu ifade eden kelime iştir (Arendt, 2018: 133). Burada önemli olan nokta Yükselbaba’nın da belirttiği gibi aslında her ikisinin de zorunlulukların bir sonucu olarak ortaya konmasıdır (Yükselbaba, 2008: 229). Özel alan (hane) sorumlulukların ve zorunlulukların olduğu alandır. Vatandaşlar ancak bu zorunluluklar dışına çıkarsa yani kamusal alana katılabilirse o zaman özgür olabilmektedir. Sullivan’a göre Arendt’ın özgürlük anlayışı siyasidir. Diğer bir deyişle özgürlük siyasette yer alabilmek için temel bir şarttır. Bu düşüncüyü polisin içinde değerlendirmek gerekmektedir (O’Sullivan, 1994: 227). Yani Arendt’ın kamusal alan modeli daha çok Antik Yunan kentleri için bir anlam ifade etmektedir.

Arendt’a göre, kamu alanının diğer önemli özelliklerinden birisi de kamu(sal) alandaki eylemlerin gerçekleştirilmesiyle aslında bireylerin ölümsüzlüğü aradığı bir mekân olarak ortaya çıkmasıdır. Çünkü bireyler kalıcı olmak ve bu dünyada iz bırakmak istemektedirler. Bunu da yetenekleriyle gerçekleştirebilirler. Bilinçli insan yani gerçek insan, sadece iyi olan ve iyi olduğunu da eylemleriyle kanıtlayandır. Bu bilinç düzeyi, ya da gerçek insan olma vasfı da ancak kamusal alanda olabilmektedir (Arendt, 2018: 51-53). Kamusal alan bu bakımdan aynı zamanda ahlaki de bir alandır.

Benhabib’e (1992a: 91-92) göre, Arendt’ın kamu alanı kavramı, rekabetçi (agonistik) ve birleşimsel terimleriyle çift yönlü ve karşıt, hatta totaliter görüşle ilintili olarak açıklanmaktadır. Rekabetçi modele göre; kamu(sal) alan(ı) siyasal büyüklüğün

ve ahlakın, kahramanlığın ve seçkinliğin sergilendiği ve diğerleri ile paylaşıldığı bir görünüm alanıdır (space of appearance) (d'Entreves, 2006). Bu alanda insanlar tanınırlığını artırır, itibar görür ve seçkinliklerini açığa çıkarır. Arendt'a göre rekabetçi (agonistik) alan "kamu [alanın]da zuhur eden her şeyin herkes tarafından görülebilir ve duyulabilir olduğu ve ... aleniyete sahip olduğu" (Arendt, 2018: 92) ve kişinin farkını ortaya koyarak başkalarından üstünlüğünü gösterebileceği (Arendt, 2018: 90) bir alandır. Farklılıklar başka bir deyişle "çoğunluk insani eylemin bir koşulu" olarak ortaya çıkmaktadır (Arendt, 2018: 37). Bu nedenle rekabetçi (agonistik) kamusal alan, farklılıkların, kahramanlıkların ve siyasal büyüklüğün izleyicilere sunulduğu ve diğer bireylerin üzerinde üstünlük kurulmaya çalışıldığı bir görünüm alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu görünüm sahnesinde rekabetin de getirmiş olduğu kahramanlara ek olarak izleyiciler de bulunmaktadır. Dolayısıyla bu alana çoğunluk değil çoğulluk hâkimdir.

Birleşimsel model ise; insanların bir arada uyum içerisinde hareket ettikleri/ yaşadıkları yerlerdir yani ortak dünyadır (Common World). Burada topografiksel veya kurumsal bir anlam bulunmamaktadır. Bu yüzden de özgürlükler daha belirgindir (Benhabib, 1992b: 241). Antik kent devletleri olan polislerde özgür vatandaşların alanı "agora (pazar yeri)dır" Habermas'a göre kamusal alan burada cereyan etmektedir. Fakat mekânsal olarak bağlanmışlık başka bir ifadeyle fiziksel olarak bir mekân bulunmamaktadır: kamu, mahkeme ve meclis görüşmelerinin biçimine de bürünebilen bir müzakere alanı oluşabileceği gibi savaş ve savaş oyunları gibi de bir ortak eylem olarak zuhur edebilmektedir (Habermas, 1997: 60). Bu noktada kamusal alan ortak çıkarın alanı olarak tezahür etmektedir.

Arendt'ın kamusal alan düşüncesi ve kimlik meselesi birbirine oldukça bağlıdır. Çünkü Arendt'da kamusal alan ve siyasal alan birbirinin yerine ikame edilebilecek şekilde kullanılabilir. Kamusal alan görünen alandır, siyaset de bu görünen alanda var olarak kimliklerin sergilenmesine olanak sağlamaktadır. Fakat bu kamusal alanın kimlikleri oluşturduğu ya da kimliklerin kamusal alanı oluşturduğu anlamına gelmemektedir. Bu yüzden de Arendt kamusal alanın kökenlerine değil modern dünyada güçsüzleştirilme nedenlerine eğilmiştir (Gowan, 1998: 39-40). Karadağ'ın da belirttiği üzere birleşimsel modelde vatandaşların sahip olduğu bu alanda gündemin kimin tarafından belirleneceği sorunsalına Arendt tarafından bir açıklık getirilememiştir (Karadağ, 2003: 190). Bu nokta Benhabib tarafından da eleştirilmiştir. Çünkü kadınlar,

çocuklar ve köleler emeklerinin gündelik zorunlulukları karşılması gerekliliği neticesinde siyaset yapmak için gerekli boş zamana sahip olamamaktadırlar (Benhabib, 1992b, 90-91). Özel alan ise hanedir. Yani özel alan vatandaş olmayanlar üzerine kurulu iktidar alanıdır (Özcan, 2008: 109-110). Çünkü hanede evin reisinin köleler, çocuklar ve kadınlar üzerinde sahip olduğu bir iktidar bulunmaktadır.

Bu siyasal ve kamusal alan birbirinin tam zıddı olarak tezahür etmektedir. Bu model incelendiğinde görülebileceği üzere aslında Arendt rekabetçi alana daha çok vurgu yapmasıyla birleşimsel alanın etkinliğinden çok görünürler alanının altını çizmektedir. Genel olarak Arendt'ın kamusal alan anlayışı üç noktada toplanmaktadır.

- a) Arendt'ın kamusal alanı topografik ya da kurumsal olarak nitelendirilebilecek bir alan değildir. Bu alan daha çok söylemsel ve/veya eylemsel bir alan olarak ortaya çıkmaktadır.
- b) Kamusal alan direkt olarak siyasal alana eşdeğer değildir. Odak noktasını toplum oluşturmaktadır.
- c) Odak noktasının toplum olması neticesinde ahlaki yönü ve sınırları öne çıkarılmaktadır. Yani Arendt'ın kamusal alanında etik bir perspektif bulunmaktadır (Sarıbay, 2000: 6).

Yukarıda da bahsedildiği üzere Arendt kamusal alan ve özel alan ayrımını yaparak bu alanların sınırlarını çizmeye çalışmıştır. Habermas ile ortak olarak Arendt da bu sınırların bir süre sonra kaybolmaya başladığını vurgular. Arendt'a göre kamusal alan ve özel alan arasındaki sınır, siyasi olan ve olmayan arasındaki farkı ortaya koyabilmektedir (Yılmaz, 2009: 10). Arendt'a göre modern çağdan önce, özel mülkiyetin kamusal alana girmek için bir koşul olarak görüldüğünü söylemek doğru değildir. Mahremiyet yani özel alan, kamusal alanın öteki karanlık ve gizli yüzü gibidir (Arendt, 2018: 111).

Modernleşme sonrasında “kişinin geçim araçlarından sağladığı özel zenginliğin, servetin siyasal bir anlam ifade etmesiyle” (Arendt, 2018: 111) hanede var olan ekonomik süreçlerin siyasal alana dâhil olmasıyla yeni bir alan olarak “toplumsal alan” ortaya çıkmıştır. Hane yönetiminin ekonomik süreçleri kolektif bir nitelik kazanmıştır. Toplumsal alanın ortaya çıkması ile birlikte kamusal alan ve özel alan rolleri tersine dönmüştür. Böylece özel alandaki konular kamusal alana taşınır hale gelmiştir. Bu da kamusal alanın gerilemesine ve bireylerin üretici ve tüketici olarak varlık göstermesine neden olmuştur (O'Sullivan, 1994: 231). Özel alan ve kamusal alan birbiri içine geçerek

sınırları belirsiz bir hal almıştır. Kamusalın ve özelin bu çözülüşü beraberinde siyasetin de yıkımını getirmiştir. Çünkü Arendt için siyaset iktidar ilişkileri alanı değildir, iktidar ilişkileri alanı özel alanda bulunmaktadır. Siyaset onun için felsefi bir alandır ve bu alan içerisinde şiddeti barındırmamaktadır (Arendt, 2018: 96). Toplumsal alanın ortaya çıkmasıyla beraber ekonomik ilişkilerin yanı sıra mahremiyet olgusu da değişmeye başlamıştır (Arendt, 2018: 34-35). Hane mahrem olan olarak görünürken mahremin içerisinde var olan olgular dışarı sızmıştır.

Sonuç olarak Arendt'in kurguladığı kamusal alan özgür bireylerin ortak bir şekilde hareket etmesi ile şiddete başvurmadan, çoğunluğu sağlayarak katılımın odak noktasını oluşturduğu bir alandır. Bu kamusal alan topografik ya da başka bir deyişle mekânsal bir alan olarak ortaya çıkmamaktadır. Bu alan kahramanlıkların sergilendiği ve farklılıkların ortaya koyulabildiği bir eylem ve rekabet alanıdır. İnsanların bu alana girme nedeni ortak bir paydada buluşarak bir şeyler katabilmek, kalıcı olabilmek ve ölümsüzlüğü aramak için mücadele etmektir. Bu noktadan hareketle Arendt'in kamusal alanı erdemler alanıdır. Arendt bu alanı etik bir perspektifle kurgulamıştır.

Diğer taraftan özel alan ise iktidar baskısının hissedilebildiği ve ekonomik faaliyetlerin yürütüldüğü bir mahrumiyetler alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Antik Yunan kentlerinde vatandaşların (vatandaş olabilme koşulunun Yunanlı, evli, erkek ve köle sahibi olmak olduğu göz önüne alındığında) dışında kalanlar yani köleler, çocuklar ve kadınlar özel alanın içine hapsedilmiştir. Bunun bir sonucu olarak da kamusal alanın özgürlükler alanı olması çerçevesinde düşünüldüğünde aslında bu kamusal alan aktörleri bakımından sınırlıdır. Kamusal alan sınırlı sayıda kişilerin diğer bir deyişle sadece özgür kişilerin katılabildiği bir siyasal alan olmanın ötesine geçememiştir. Kaldı ki Arendt'in kamusal alan düşüncesi, Yunan kentleriyle sınırlanmıştır.

1.3.4. Hannah Arendt'in Kamusal Alan Modeline Eleştiriler

Kurt Iveson *Public and The City* (2007) adlı kitabında geçmişe dair var olan kamusal algısının problemleri olduğunu savunmuştur. Çünkü eski dönemlerde kentler ve kent sokakları herkese açık bir kamusal alan olarak değerlendirilememektedir. Hatta kamusal mekânlar hiçbir zaman bütün kesimlere açık bir yer olmamıştır ve bir mücadele aracı olarak kullanılmışlardır. Mücadele alanı olarak görülmesinin önemi kamusal mekânlarda yer alamayan Kluge ve Negt'in vurguladığı üzere dışlanmış kesimlerin haklarını tartışarak bu alanda yer alıp alamamalarında yatmaktadır (Iveson, 2007: 2-7).

Arendt'in da Antik Yunan kamusal alan modeli bu çerçevede oldukça sorunludur. Her ne kadar Arendt'in kamusal alanı fiziksel bir kamusal alan olarak değerlendirilemese de tarif ettiği şekilde herkesin bu alana erişimi söz konusu değildir.

Yunan polislerinde idealize edilen siyasal/kamusal alana erişemeyen bir kesim bulunmaktadır. Bu alandan kadınlar, köleler, çocuklar, işçiler, vatandaş statüsü elde edememiş poliste yaşayan diğer bireyler ve Yunan olmayanlar dışlanmıştır. Fakat diğer taraftan yukarıda sayılan gruplar siyaset yapabilecek standartlara sahip bireylerin günlük gereksinimlerini karşılayacak emeği onlara sağlayarak kamusal alanın var oluşuna katkıda bulunmuşlardır. Benhabib'in de belirttiği üzere bütün bu grupları ve diğerleri için oluşturdukları alanı görmezden gelerek bu modeli idealize etmek oldukça sorunludur (Benhabib, 1992b: 75). Çünkü toplumun sadece bir kesimini kamusal alana dâhil etmek en başta eşitlik anlamında ve demokratik bağlamda çeşitli sorunlara neden olabilmektedir.

Arendt'in bu idealizasyonu Fraser tarafından da özellikle feminist⁴ ve sınıfsal açıdan eleştirilmiştir. Dışlayıcı kamusal alan aslında burjuva kamusal alanı için bir örnek model teşkil etmektedir (Fraser, 2004: 255-256). Çünkü burada siyasete dâhil olabilmek için erkek olmak ve 6000 drahmiye sahip olma zorunluluğu bulunmaktadır. Bu model, erkek olmayanları ve mülke sahip olmayanları kamusal alandan dışlayan bir burjuva kamusal alan kavrayışında yol gösterici olmuştur. Kamu ve özel alan arasında yapmış olduğu ayırım aynı zamanda cinsiyetçi bir bakış açısına sahiptir (Miles, 2007). Çünkü bu ayırım kamusal alanın erkeğe, özel alanın ise toplumun diğer kesimlerine ait olduğu gibi yanlış bir algı oluşumuna da sebebiyet vermiştir. Aslında feminist düşünceden hareketle yapılan bu eleştiri sadece kadın-erkek ilişkisi için değil toplumdaki diğer sınıflar için de geçerli olmaktadır. Toplumdaki diğer bireylerin vatandaş olmamasının bir sonucu olarak kamusal ya da siyasal alana katılabilme şansı bulunmamaktadır. Haliyle kamusal alan Arendt'in iddia ettiği açıklık ile çelişmektedir.

⁴ Benhabib'in feminist bakış açısıyla yapmış olduğu değerlendirmenin bir benzeri Arkansas'ta ırk meselesi üzerinden somut bir hal almıştır. Çünkü ona göre siyahi çocukların beyazların gittiği okullara kabul edilememesi Arendt için siyasi bir mesele değildir. Ona göre bu konu direkt olarak toplumsal bir mesele olarak ortaya çıkmıştır ve siyaset ile hiçbir bağlantısı bulunmamaktadır. Arendt'in burada gözden kaçırdığı husus bu meseleyi tercih meselesi gibi algılamasından kaynaklanmaktadır. Aslında orada eğitim hakkı konusunda bir kamusal mücadele mevcuttur. Bu durum Benhabib'in bahsetmiş olduğu Arendt'in fenemolojik anlamda var olan özcülüğü ile alakalıdır (Benhabib, 1992b: 94). Kamusal meselelerin siyasal olarak tanımlanmaması kamusal alanda toplumsal anlamda bir eşitsizliğe yol açmaktadır. Kısacası kamusal alan siyasetin meşrulaştırılma yerine dönüşmüştür.

Çünkü kamusal alan herkese değil sadece vatandaşlık statüsünü elde etmiş bireylere verilmektedir.

Karadağ'a göre Arendt'ın yapmış olduğu kamusal alan özel alan ayrımı özel alanın kamusal alanı belirleyebilme olanağını göz ardı etmektedir. Kamusal gündemin kim tarafından nasıl belirleneceği belirsiz bir soru olarak ortaya çıkmaktadır (Karadağ, 2003: 190). Çünkü kamusal gündemin belirlenmesi kimin için neyin önemli olduğu konusunda ya da eşitliğin nasıl korunacağı konusunda önem taşımaktadır. Kamusal gündemin belirlenmesi ile kamuoyu oluşturularak toplumsal düşünceler kamu gündemini belirleyen arzu ettiği yönde bir seyir izleyebilmektedir.

Modern toplumlarda siyaset yalnızca siyasi meselelerle ya da yönetsel faaliyetler ile ilgilenmemektedir. Aynı zamanda ekonomik meseleler ile de ilgilenmektedir. Fakat Arendt ekonomik meseleleri özel alan bağlamında değerlendirmiştir. Oysa kamusal alan aynı zamanda mücadelelerin⁵ alanı olarak da değerlendirilmelidir. Bu alanda bir yandan adalet mücadelesi verilirken diğer taraftan özgürlük mücadelesi verilmektedir (Benhabib, 1992: 94-95). Yani kamusal alan bu noktada bir münazara ortamından çok savaş/mücadele ortamına dönüşmektedir.

1.3.5. Liberal Kamu Alanı Modeli

Liberal yaklaşım üzerine inşa edilen kamu alanı modeli genel olarak klasik liberal düşünürler Locke ve Mill ile çağdaş liberal düşünürler Hayek ve Rawls'un üzerinden şekillenmektedir. Klasik ve Çağdaş düşünceler arasında benzerlikler olduğu kadar farklılıklarda bulunmaktadır (Karadağ, 2003: 179-185; Yükselbaba, 2008: 234-249). Bu modelde tek tip bir kamusal alan anlayışı bulunmamaktadır. Bu kamusal alan modelinde modele katkı verenlerin düşünceleri tek tek belirlenmiş, farklı ve benzer yönleri üzerinde durulmuştur.

Klasik düşünürler genel olarak toplumda var olan birtakım sorunların çözülmesiyle ilgilenmişlerdir. Toplumsal sorun olarak Hobbes "güvenliği" ele alırken, Locke "mülkiyeti", Hume "hukuku", Bentham ise "hukuk reformu" meselelerini ele

⁵ Villa'ya göre Foucaultcu eleştiri baz alınarak Arendt'ın kamusal alan modelinde var olan birleşme ve tartışma ortamının geçerliliğini sorgulamak gerekmektedir. Çünkü bu ortam modern dönemlerde olduğu gibi baskıdan ve şiddetten arındırılmış değildir. O yüzden bu alanda modern dönemde olduğu gibi bir müzakere ortamından bahsedebilmek mümkün değildir. Aynı zamanda epistemolojik olarak incelendiğinde var olan tek ve konsensüs içeren bir ortam gerçekçi değildir. Ontolojik olarak incelendiğinde ise Arendt'ın kamusal alanın görünür bir ortak alan olması Arendt'ın geçmişteki gerçekliğe duyduğu özlem ile açıklanabilmektedir (Villa, 1992: 712-713).

almışlardır. Toplumsal nitelikteki sorun ne olursa olsun hepsinin de çözümleri temel hak ve hürriyetlerin güvence altına alınması şeklinde aynı çizgide ilerlemektedir (Müftüoğlu, 2005: 47). Diğer bir deyişle klasik düşünürler toplumsal sorunların çözümünü hak ve özgürlük güvencesinde bulmuşlardır.

Steinberger'e göre; Locke siyasal toplumun doğasına vurgu yapmaktadır. Bunun nedeni kamu ve özel arasındaki ayırmadan ileri gelmektedir. Siyasi toplum özel alanın yani hanenin karşısında yer almaktadır. Locke göre eğer kamusal alan ve özel alan arasındaki ayırım kabul edilmezse siyasal alan da varlığını sürdüremez. Locke devleti siyasal iktidardan ayırır. Bu yüzden aile ve siyasi toplum arasında da belli başlı sınırlar bulunmaktadır (Steinberger, 1999: 303). Siyasi toplum ise herkesin bireysel eylemlerinden doğan doğal gücünü bıraktığı toplum tarafından oluşturulan birlik olarak tanımlanır (Steinberger, 1999: 304). Locke'a göre doğa durumunda bireyler özgür ve eşit türlerdir. Çünkü bu evrede bireyler için özellikle erkekler ve yargı hakkı çift yönlüdür. Kimse bir diğerinden üstün değildir ve diğerinden daha fazla bir hakka ya da yetkiye sahip değildir (Locke, 1986: 229). İnsanların siyasal topluma geçme nedeni de doğa durumunda herhangi bir yerleşik yasamanın, yürütmenin ve yargının bulunmamasıdır. Siyasal toplumun varlığının ortaya çıkışıyla bireyler temel haklarının güvenceye alınması karşılığında tarafsız kurallar aracılığıyla toplum otoritesi tarafından yönetilmeye başlanmıştır. Bu noktada siyasal toplum yaşam, özgürlük ve mülkiyet hakkıyla sınırlandırılmıştır (Locke, 1986: 229-230). Bu sınırlama formüle edilirken baz alınan nokta, bu eylemlerin kamu iyiliği adına gerçekleştirilebilmesidir.

Locke'nin doğa durumunda bir ortaklık söz konusudur. Bu ortaklığın kaynağı ise eşit hak ve sorumluluktur. İnsanların bu ortaklığı kabul etmesinin nedeni diğer bir ifade ile yönetici ile ilişki kurmalarının en büyük amacı mülkiyetlerinin korunması istencidir (Locke, 1993: 325). Bireyler mülkiyetlerini koruma ve genişletme arzuları neticesinde kamusal alanda devlet bir bekçi/koruyucu görevi üstlenir. Burada gözden kaçırılan nokta, sınıf, dil, din, cinsiyet ve ırk gibi eşitsizliklerin varlığıdır. Çünkü bu eşitsizlikler kamusal alanda değil özel alanın içinde değerlendirilmektedir. Toplumsal sözleşme vesilesiyle herkes eşit olmasına rağmen efendi-köle, karı-koca arasındaki eşitsizlikler siyasal alanın içinde bulunmaması düşüncesiyle özel alana indirgenmiştir (Karadağ, 2003:180). Kısacası Locke'ta sosyal sözleşmenin ortaya çıktığı ve devletin olduğu alan kamusal alandır. Kamusal alan erkeklerin, özel alan ise kadınların alanıdır. Bunlara ek olarak Locke siyasal alandan da bahsetmiştir. Locke'a göre siyasal alan topluma

hizmet eden polis savcı ve asker gibi aktörlerin alanıdır. Sınırlı siyasal kamusal alan sosyal kamunun varlığını ve özgürlüğünü korumak için vardır (Çaha, 1998: 84).

John Stuart Mill ise Locke'den farklı olarak toplumsal alan ve siyasal alan ayırımına gitmektedir. Bu ayırımın niteliğini kamusal alan özel alan ayrımı oluşturmaktadır. Özel alanda gerçekleştirilen bir eylem sadece o eylemi gerçekleştiren kişiyi etkilerken, kamusal alanda gerçekleştirilen bir eylem bütün toplumu etkileyebilmektedir (Geuss, 2007: 85-86). Bireyler toplumda karşılıklı etkileşim halinde bulunmaktadır. Bunun bir sonucu olarak da toplumda yaşamının karşılıklı olarak getirmiş olduğu çeşitli hak ve ödevler vardır. Karadağ'a (2003: 180) göre bu sorumluluk, yasal zorunluluklarla başkalarının çıkarına zarar vermemek ve toplumun iyiliği için zorluklara katlanılması yükümlülüklerini de beraberinde getirmektedir. Bu durumda birey toplumu ilgilendiren konularda eylemde bulunurken kendini değil toplumun yararını göz önünde bulundurarak hareket etmelidir. Mill'in kamuoyu ve özgürlük hakkında var olan düşünceleri kamusal alanda da geçerlidir (Melleri, 2014: 60-61). Buna göre kamusal alanda bütün bireyler düşüncelerini özgür bir şekilde ifade edebilmelidir. Böylece bireyler arasında kamusal anlamda bir diyalog gelişebilir.

Toplumsal alanda bireyler kendilerini hem yasal ve siyasal otoriteler anlamında hem de diğer bireyler tarafından etkileyen ya da etkileyebilecek olan olumsuz eylemlerde buldukları takdir de bu durumdan etkilenen bireyler etkileyen bireyleri uyabilirler. Fakat bu uyarma durumu diğer bireyin yapmış olduğu eylemi kısıtlayıcı bir mahiyet içermez. Diğerlerinin özgürlüğüne müdahale etme söz konusu değildir. Bu, durumdan etkilenen bireylerin sahip oldukları özgürlüğün/hakkın bir sonucu olarak gerçekleşmektedir. Mill'e göre toplumsal alanda gerçekleştirilen diyalogun ön şartı olarak saygı öne çıkmaktadır (Mill, 1986: 144). Çünkü toplumsal alanda bireyler etkileşimde bulunurken ve/veya diyalog kurarlarken saygının varlığı toplumsal alanın gerçekten de toplumsal olmasını sağlayan bir unsurdur. Mill'in diğer liberal düşünürlerden en önemli farkı liberal sistemin kurulabilmesi için liberal bir toplumun varlığının zorunlu olmasıdır aksi takdirde liberal bir sistemin varlığından söz edebilmek mümkün olmayacaktır. Bu toplumun varlığı içinse kuramsal anlamda baskıcı fakat uygulamada oldukça sınırlı bir merkez iktidar gereklidir (Mill, 1986: 83-84).

Mill'e göre siyasal alanın kurulması, yararlı sonuçlar doğuran hükümet biçimine ve vatandaşların kamu görevine çağrılmasına bağlıdır (Mill, 1986:70). Mill de diğer liberal düşünürlerde olduğu gibi özgürlüğün bir ön koşulu olarak farklılaşmış kamusal

alan düşüncesini öne sürmüştür (Çaha, 1998: 86). Aydınlatılmış ve eğitilmiş bir kamuoyu oluşturularak kamusal alanın sınırlarının genişletilebileceğini ve kamuoyunda, gazetelerde ve parlamentodaki tartışmalarda kamusal alanın formüle edilebileceğini düşünmüştür, ancak kamusal alanının varlığı için bunlar zorunluluk değildir. Mill, yükselen kamuoyu gücünün etkilerinin özel alanda kamusal alandan daha etkili olduğuna inanır (Melleri, 2014: 4-5).

Liberal kamu modelinin diğer bir temsilcisi de Friedrich August von Hayek'tir. Hayek, Locke ve Mill'den farklı olarak rasyonel bir gelenekten gelmemektedir. Hayek bu bağlamda kendisini anti-rasyonalist olarak nitelendirmektedir. Çünkü Hayek'e göre akıl bütün eylemlerin yön vericisi ve tek güç konumunda değildir (Özdemir, 2015: 26). Hayek'in kamusal alan anlayışında birey ve toplum oldukça ön plana çıkarılmış, devlet ise minimize edilmiştir. Buna ek olarak kamusal alanda bireyler özgür olmalı ve yasalar tarafından korunmalıdır. Yasalarla sadece diğer bireylerden değil aynı zamanda devletten de korunması gerekmektedir. Zor kullanma tekelinin devlete asgari şekilde verilmiş olması gereklidir (Hayek, 2004: 103). Kurallar herkes için geçerli olmalı, belli bir zümrenin veyahut kişilerin tekeline bırakılmamalıdır. Hayek'in düşüncesinde özgürlük ve özel mülkiyet birbirine eş kavramlar olarak birbirlerinin var olmasını ve korunmasını sağlamaktadır. Özgürlük diğer bireylerin müdahalelerinden ve eylemlerinden korunan bir alan olma özelliği taşımaktadır. Bu alanın tanımlanması için gerekli temel şart ise mülkiyettir. Çünkü eğer mülkiyet varsa özgürlük teşhis edilebilir ve tanımlanabilir bir konumda bulunur (Yayla, 2012: 12). Kanunlar da özel mülkiyetin varlığı neticesinde şekillenebilmektedir.

Devlet piyasa ekonomisinin gelişmesini ve ilerlemesini güvence altına alabilmek adına yasa koyarak sınırlarını çizmelidir. Bu koyulan yasalar hiçbir zümrenin veya sınıfın çıkarına hizmet edecek şekilde olmamalı, herkes için aynı şekilde uygulanmalıdır. Ayrıca yasalar toplumun tüm bireylerini içerecek genellikte ve soyut olmalıdır. Aksi takdirde zenginliğin yeniden dağıtılması çalışmaları hukuk devleti ile çelişecektir (Erdoğan, 2006a: 58). Heterojen toplumlardaki adalet ancak bu şekilde sağlanabilmektedir. Çoğulculuğun korunabilmesi adına hukukun üstünlüğü sağlanmalıdır.

Hayek'in bir diğer önemli katkısı kamusal topluluklara sınırlama getirmemesidir fakat çoğunluğun baskıya sebep olacağını savunarak bireylerin rızasının ve siyasal alanın sınırlandırılmasını savunmuştur (Karadağ, 2003: 185). Hayek'in siyasal alanın

sınırlandırılması isteminin nedeni bireylerin iyi yaşam anlayışının birbirinden farklı olabileceği gerçeğidir. Bu bağlamda farklı yaşam anlayışlarına sahip bireylerin kurmuş olduğu düzen aslında tam anlamıyla bir kuruculuk taşımayacaktır (Hayek, 1997: 52). Bu düşünce de doğrudan Hayek'in düzen anlayışı ile ilişkilidir. Çünkü Hayek'e göre düzen karmaşık bir yapıda bulunmaktadır (Hayek, 1997: 51). Bireylerin sahip olduğu akıl bu düzeni yönetebilecek kadar karmaşık değildir.

Hayek'e göre siyasal iktidarın amacı ve görevi kamusal iyiyi bireyler adına sağlamak değil, kamusal iyinin sağlanması için gerekli şartları topluma sağlamaktan geçmektedir. Böylece bireyler kamusal iyinin sağlanabilmesi için gerekli adımları atabileceklerdir. Bu aynı zamanda iktidar üzerinden de bir yük alacak ve toplumun kendi kendine yetebilecek bir konuma geçebilmesine olanak sağlayacaktır. Çünkü kamusal alan bireylerin özgül gereksinimlerinden daha fazla bir anlam taşımaktadır. Siyasal iktidar kitlelerin kendi gereksinimlerini kendilerinin tanımlamasına izin vermeli ve bu koşulları oluşturmaktan ileri gitmemelidir. Çünkü toplumdaki her bir bireyin ihtiyacı farklıdır. Bu ihtiyaç farklılaşması da bireyler arasında çıkar çatışmasına sebebiyet verebilecek bir durumdur ve bunun üzerine anlaşılması da pek mümkün değildir (Hayek, 1997: 25-26, 209). Bu yüzden iktidar bireyleri uzlaştırmak yerine onlara herkesin eşit şansa sahip olduğu bir alan hazırlamalıdır. Yani bireyleri uzlaştırmak yerine bireylerin nasıl uzlaşabileceği konusunda bir alan oluşturmaktır.

Rawls'un siyaset anlayışı, özellikle siyasal liberalizm bağlamında değerlendirildiğinde, toplumların idealize edilmiş ve adil bir demokratik ortama ulaşabilmeleri için, toplumda var olan temel meselelerin "kamusal akıl" kavramıyla anlatılan bir alanda, diğer bütün değerlerden ayrı tutularak ele alınmasını içerir. Vatandaşlar, toplumdaki her kesim için farklılıklarını bir kenara bırakarak ve eşit adalet düşüncesi temel alarak, siyasal alanın kendi kimliğinin ve benliklerinin olduğu metafizik alandan ayrılmasını kabul etmektedir (Moressi, 2003: 67-68).

Rawls'un kamusal alan konusundaki fikirleri kamusal akıl, siyasal adalet ve konsensüs kavramları ile doğrudan ilişkili olarak ortaya konmaktadır. Rawls'a göre kamusal akıl, demokrasi ile doğrudan alakalıdır. Kamusal bir aklın varlığı için bireylerin özgür ve eşit olması gerekmektedir. Kamusal akıl, siyasal adalet ve kamu çıkarı ile de alakalıdır. Aynı zamanda kamusal akıl birçok siyasal adalet anlayışına da referans noktası olabilir (Rawls, 2006: 143). Fakat siyasal adalet ancak demokratik ve anayasal ortamda var olabilir.

Rawls'a göre; herkes eşit temel haklar ve özgürlükler ile ilgili eşit iddia hakkına sahiptir. Eşit siyasal özgürlükler hakkaniyet nedeniyle güvence altına alınmak zorundadır. Siyasal adalet ancak bu şekilde sağlanabilmektedir. Toplumsal ve ekonomik eşitlik hakkaniyetli bir şekilde fırsat eşitliği ile ilişkili olmalıdır. Bunlar toplumdaki en dezavantajlı azınlıkla da ilişkili olmalıdır (Müftüoğlu, 2005: 53). Çünkü Rawls'da Locke'de olduğu gibi vatandaşlar eşit şartlar altında değildir düşüncesi vardır. Bu farklılıkları topluma başka bir ifade ile kamuya ait değil aksine özel alana aittir.

Rawls'ın kamusal alan anlayışı vatandaşların içinde bulunduğu sınıflardan ve kültürden ayrı tutularak vatandaş temelinde ele alınmaktadır. Kamusal alan vatandaşların anayasaya ve demokratik kurallara uygun davrandığı ve bu kurallara ait düşüncelerinin karşılık bulduğu bir alandır. Farklı grupların ve çatışan çıkarların ortak bir noktada buluşabilmesi ancak hiçbir dünya görüşüne, ideolojiye veya öğretiye sahip olmayan bir adalet düşüncesinden oluşabilir (Çırakman, 2002). Bunun anlamı kamusal akla sahip olmayan bir kamusal söylemin toplumsal olabileceği fakat kamusal olamayacağıdır. Çıkarlar ve bu çıkarların getirmiş olduğu farklılıklar kamusal alanda yer almamalıdır. Kısaca Rawls'ın kamusal alan anlayışı bireylerin farklılıklarını ve bu farklılıklarından doğan eşitsizlikleri kabul etmeyen tarafsız bir alan inşası üzerine kuruludur (Gökgöz, 2010: 549). Kamusal alan bireylerin özgür ve eşit olacağı bir zemin olmalıdır.

Rawls'ın kamusal alan konusunda kullanmış olduğu diğer bir kavram konsensüstür. Buna göre konsensüs adaletten ve özellikle siyasal adaletten ayrı düşünülemezdir. Konsensüs ile farklı hatta birbiri ile çatışan düşünceler arasında bir uzlaşma ortaya konmalıdır. Bu uzlaşma siyasal ve/veya ekonomik çıkarları içermemelidir. İnsanın insan olmasının bir gereği olarak uzlaşılması gerekmektedir. Konsensüs toplumsal barışın ve istikrarın olmazsa olmaz şartıdır. Konsensüs sağlamak için bireyler öncelikle toplumsal kurallar yani anayasa üzerinde bir uzlaşma sağlamalıdır. Ancak anayasal uzlaşma sağlandıktan sonra kamusal akıl oluşabilmektedir (Müftüoğlu, 2005: 62). Kamusal aklın oluşabilmesi için anayasal konsensüs zorunluluktur. Aksi takdirde toplumu ve/veya kamusal alanı kamusal akıl ile yönetmek imkansızlaşır.

Kültürel, etnik, siyasal ve dinsel anlamda farklılıkları bulunan birey ve grupların kamusal akıl olmadan bir arada barışçıl ve istikrarlı bir şekilde yaşamaları mümkün değildir. Rawls'a göre uzlaşma toplumdaki birbirinden farklı bireylerin ya da grupların

hepsinin (farklı görüşlere sahip olsalar dahi) kendi bakış açılarından siyasal adaletin sağlanabildiğini düşünmeleridir (Rawls, 2006: 169). Uzlaşma siyasal adaletin bir sonucu olarak ortaya çıkarken kamusal aklın ortaya çıkabilmesinin de nedenidir.

Liberal görüşlerin ortak noktası devletin kamusal alanda tarafsızlığına atıf yaparak, kamusal alanı güvence altına alması zorunluluğudur. Bunun yapılabilmesi için de hukuk devleti sıfatı göz önüne alınarak anayasal sınırlar içerisinde gerçekleştirilecek bir koruma bulunmalıdır. Hukuk önünde eşitlik ve özgürlük anayasal olarak tanınmış olmalıdır. Liberal görüşe göre devletin tarafsızlığı ortadan kalkarsa ortak çıkarı uygun hareket etme imkânı da ortadan kalkmaktadır. Bu durumda devlet, bürokrasinin veya bir zümrenin çıkarları doğrultusunda işleyebilmektedir (Erdoğan, 2006b: 99-100). Dolayısıyla kamusal alanda yer alan bireyler hukuki bir çerçevede tanımlanmakta ve vatandaş olarak nitelendirilmektedir. Bireylerin kamusal alandaki varlığı, birbirleriyle olan ilişkileri ve temel hak ve özgürlüklerinin sınırları bahsi geçen siyasal ve hukuki yapı tarafından denetlenmektedir. Kısaca liberal modeldeki kamusal alan vatandaş, hukuk ve siyaset ilişkisi bağlamında oluşmuş ve bağlamın dışında kalan alan ile bu model ilgilenmemiştir (Müftüoğlu, 2003: 42-43, Yükselbaba, 2008: 235).

1.3.6. Liberal Kamu Alanı Modeline Eleştiriler

Liberal kamusal alanda siyaset, hukuk üzerinden bir değerlendirmeye tabi tutulmaktadır. Özellikle kamu diyalogu fikri devletin tarafsızlığına dayanmaktadır. Fakat kamusal alanda kendilerine ait bir “iyi/doğru” anlayışı olan gruplar kendi haklarını/çıkarlarını koruyabilmek adına bu eşitsizliği körükleyici yönde kamusal alana katkı verebilmektedirler. Tarafsızlık ve eşitlik ayrımcılık yapmamayı, azınlık haklarının korunmasını, herkese aynı mesafede davranmayı gerektirir. Liberal kamusal alan kuramcılarına göre modern hukuk bütün düşüncelere ve ideolojilere karşı bir tarafsızlık içermelidir (Tok, 2006: 113, Benhabib, 1992a: 83). Habermas’a göre bu durum oldukça problemlidir. Çünkü liberal kamusal alan düşüncesinde eşit rekabet olanağı ve mülk edinme konusu sözde imkan ve fırsat eşitliği siyasal anlamda bireylere gerçekçi gelmemektedir. Siyasal kamusal alanın gerçekleşebilmesi için fiziksel anlamda emeği ile geçinen sınıfların, mülkiyeti bulunmayanların doğrudan siyasal alana katılabilmesiyle gerçekleşebilmektedir. Fakat bu durum her ne kadar içinde eşitliğe ve tarafsızlığa dair bir söylem barındırsa da aslında kamusal ve siyasal alanda eşitsizliği arttırıcı bir etkide bulunmaktadır. Zamanla kamusal toplulukların genişlemesi ile kamusal alanda yer alan uzlaşması zor olan çıkarların ve kamuoyu temsilcilerinin bir araya gelmesi ile kamu oyu o

anda egemen olan tarafın çıkarları yönünde hizmet etmeye başlamaktadır (Habermas, 1997: 241-242). Bu durum eşitsizlik tarafsızlık ve özgürlük söylemine rağmen hem kamusal alanda hem de siyasal alanda var olan eşitsizlikleri derinleştirici bir etkide bulunmuştur.

Benhabib, liberal kamusal alan modelinde var olan diyalogun oluşabilmesi için gerekli olan en önemli şartın, iletişimsel kısıtlamada tek sınırın anayasanın ifade özgürlüğü çerçevesinde güvence altına alan hükümleri olduğunu ve bunun dışında herhangi bir surette kısıtlamaya gidilmemesi gerektiği üzerinde durur. Aksi takdirde iletişimsel kısıtlamalar bir meşruiyet aracı haline getirilerek egemen iktidar/sınıflar/bireyler tarafından kullanılabilir hale gelmektedir (Benhabib, 1992a: 82-83). Fakat bu durumda kural koyucunun varlığı öne çıkmaktadır. Çünkü kural koyucu belli bir grupta bir aidiyet ya da çıkar ilişkisi içinde bulunabilmektedir. Bu da anayasal anlamda kural koyucunun ne kadar güvenilir olup olmayacağı sorunsalını ortaya çıkarmaktadır.

Liberal kamusal alan modeli genel olarak bu alanı siyasi olanla sınırlamaktadır. Bu sınırlamanın bir sonucu olarak çeşitli gruplar ve/veya bireyler bu alanın dışına itilebilmektedir. Bu bireylerin kamusal gündemin dışına atılması ise bu modelde geçerli olan çoğulculuk anlayışının kuramsal düzlemde kalmasına ve pratikte uygulanamamasına neden olmaktadır (Karadağ, 2003: 37). Küreselleşme ve teknolojinin gelişmesi çerçevesinde düşünüldüğünde toplumsal sorunların ve konuların sadece siyasal alan ile sınırlandırılmayacağı aşikârdır. Liberal görüş bağlamında değerlendirildiğinde dini meseleler, ekoloji ya da kürtaj gibi konuların özel alan bağlamında değerlendirilmesi gerekirken kamusal alana taşınabileceği görülmektedir.

Benzer şekilde Patterson, Rawls'ın çalışmasını özellikle siyasal alan ve siyasi olmayan alan arasında yaptığı ayrımın gerçekliği üzerinden eleştirmiştir. Çünkü siyasi olan ve olmayan arasındaki ayrım kamusal olan ve olmayan arasındaki ayrıma benzer bir soruna yol açmaktadır (Patterson, 2004: 724-725). Neyin siyasal olup neyin olmadığı ve bu siyasi olanın ve olmayanın kimin tarafından belirleneceği ve belirleyenin ne kadar tarafsız ve özgür şekilde değerlendirmede bulunabileceği sorularının cevapları belirsizdir.

Liberal anlayış çerçevesinde geliştirilen liberal kamu alanı birey ve devlet arasında bir noktada bulunmaktadır. Anayasal çerçevede korunan özgürlük ve eşitlik

haklarıyla bu alana herkesin katılımının sağlanması beklenmektedir. Fakat çeşitli çıkar ilişkileri çerçevesinde istenildiği ya da beklenildiği ölçüde farklı grupların ya da bireylerin eşitlenişi sağlanamamaktadır. Kamusal alana katılma her ne kadar eşitlik ve özgürlükle bağlantılı olarak görülse de bu sözde kalmakta ve kamusal alandaki tartışmalar rasyonel akıl ve sekülerlikten uzaklaşmaktadır. Çünkü liberal düşüncenin sahip olduğu konsensüs anlayışı çerçevesinde düşünüldüğünde bir grubun veya bireyin diğer bireyi veya grubu ikna etmesi gerekmekte ve bu tartışmalar sonucunda bir olayın veya olgunun toplumu ilgilendiren bir mesele haline gelmesi gerekmektedir. Liberal düşüncenin siyasi olanla sınırlanması çerçevesinde düşünüldüğünde bu düşünce aslında kendini de sınırlamaktadır. Fakat bunun aksine özel alanın içerisinde kabul edilen yerel kimlikler, ırklar ve değerler kamusal alana taşınabilmektedir.

1.3.7. Kluge ve Negt'in Kamu Alanı Modeli

Alexander Kluge ve Oskar Negt *Kamusallık ve Tecrübe (KAT)* adlı çalışmalarında burjuva kamusalından proleter kamusalına doğru bir analiz gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmalarında kamusal alan özel alan ayrımını tarihi bir süreç olarak ele almışlardır. Çünkü söz konusu alanların belirlenmesi koşulların değişimiyle ilgili olan toplumsal tecrübe kavramıyla doğrudan ilişkilidir. Bu çalışmalarında kitle iletişim araçlarının yapısal değişiklikleri ile kamusal alan arasındaki bağlantıyı incelemeyi hedeflemişlerdir. Bunu yaparken ilk hedefleri “reel proleter kamusalılık üzerine bir tartışma yapmak” ikinci hedefleri ise “gelişmiş kapitalist toplumlarda ortaya çıkan çelişki eğilimlerini karşı-kamusallığın ortaya çıkma koşulları açısından” incelemektir (Kluge ve Negt, 2018: 64). Bu modelde kamusal alan üretim ilişkileri bağlamında ortaya konulmuştur. Karşıt kamusal alan modeli ile proletaryanın kamusal alanı ele geçireceği düşüncesi baz alınmıştır. Karşıt kamusal alan modelini diğer modellerden ayıran en önemli husus, toplumu sınıflar üzerinden tanımlayarak Marksist bir bakış açısı sunmasıdır. Diğer modeller genel olarak liberal düşünce üzerine kuruludur ve liberalizmin sahip olduğu meşruiyet krizleri üzerine odaklanmıştır. Knödler Bunte'ye göre Marksist düşüncenin sorunlarından biri de geç kapitalist dönemdeki olayları çağa uygun olacak bir şekilde değerlendirememektir. Kluge ve Negt *KAT* adlı çalışmalarında bu sorunu aşabilecek bir analiz yapmaktadırlar (Knödler-Bunte, 1975: 51-75). Benzer şekilde Hansen'e göre *KAT* kitle ve tüketici kültürü medyası ve özellikle de yeni medya hakkında soyut olan tecrübenin maddi koşulları üzerine yeni bir tartışma başlatmıştır (Hansen, 2018: 32). Gerçekten de eleştirel kuramcılar kitle iletişim

araçlarının önemi üzerinde dursalar da savaş sonrası dönemde bu tartışmaları geliştirecek yeni bir şey ortaya koymamışlardır. Hansen'e göre Kluge ve Negt'in önemi ancak tarihsel bağlama oturtulunca anlaşılmaktadır. İkisinin en önemli ortak noktası toplumsal tecrübenin hangi mekanizmalar ve dolayimler aracılığı ile kimlerin çıkarına ve hangi etkiyle oluşturulduğu meselesi üzerine yoğunlaşmalarıdır (Hansen, 2018: 19).

Kluge ve Negt, Habermas'ı çıkış/referans noktası olarak kabul etmektedir. Habermas'ın ortaya koymuş olduğu burjuva kamusal alanı genellik ilkesi bağlamında düşünüldüğünde tek ve homojen bir yapı sergilemektedir. Kluge ve Negt ise tek bir kamusal alan olmadığını kamusal alanların çok fazla olduğunu iddia etmektedirler. Onlara göre kamusal alan; birbirinden farklı ekonomik, teknik ve siyasi örgütleri içeren farklı tipteki kamusal alanların bir karışımıdır. Çok sayıda ve eşit olmayan katılımcılara sahiptir. Bu katılımcılar arasında söylemsel bağlamda bir çatışma bulunmaktadır. Heterojen kamusal alan tipleri ve konjonktürel yapılar göz önüne alındığında bu süreç potansiyel olarak öngörülemez bir süreçtir. Aynı zamanda bu kamusal alan soyut evrensellik idealleri içermez, maddi yapılar üzerinde temellenerek birbirinden farklı kamusal alanlar arasında bağlantı kurulmasına olanak sağlayan kapsayıcı bir boyut olarak ortaya çıkar (Hansen, 2018:45). Onlara göre kamusal alan aslında bir alan olmanın ötesinde anlam taşımaktadır. Kamusal alan aslında bir süreçtir. Bu alanda değişimin olabilmesi farklı kamusal alan tiplerinde var olan farklı zamansal işaretlere dayanmaktadır (Hansen, 2018: 61).

Federal seçimler, olimpiyat kutlamaları, büyük bir tiyatronun açılışı kamusal alan olarak düşünülmektedir. Çocuk yetiştirmek, bir işte çalışmak veya televizyon izlemek gibi eylemler ise büyük bir kamusal öneme sahip değilse özel alanın konusunu oluşturmaktadır (Kluge ve Negt, 2018: 63). Yani kamusal alanın varlığı için bireylerin günlük yaşantılarındaki olayların kolektif bir tecrübe içermesi gerekmektedir. Krizler, savaşlar devrimler veya karşı devrimler gibi tarihsel kırılma noktaları proleter kamusal alanın somutluğuna işaret olarak gösterilmektedir (Kluge ve Negt, 2018: 63-64).

Kluge ve Negt'e göre üç tip kamusal alan bulunmaktadır. Bu kamusal alanlar birbirinden farklı toplumsal sisteme dayanır. Bunlar proleter kamusal alan, alternatif kamusal alan ve egemen kamusal alandır. Bu üç kamusal alan tipinin ayrılması ve birbirinden ayırt edilmesi oldukça zordur. Çünkü bu alanlar örtüşerek, birbirinin içine geçerek, üst üste binerek ve çatışarak aynı mekânı paylaşmaktadır (Hansen, 2018: 45). Egemen sınıf iktidarında bulunan kamusal alan egemen siyasal kamusal alandır.

Egemen siyasal kamusal alan toplumsal mücadelelerin yeniden üretimini sağlayan ve karmaşık yapılar ve araçlar içeren bir alan olarak tanımlanmaktadır. Egemen kamusal alanın ortaya çıkışı zayıflayan burjuva kamusal alanı ve güçlenen ekonomik kamusal alanın eklemlenmesi ile gerçekleşmektedir. Alternatif kamusal alan globalleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkar. Globalleşme ile globalleşmenin bir sonucu olan sorunlar ezilenler lehine çözülmeye çalışılmaktadır. Alternatif kamusal alan da bu ezilenlerin haklarını savunmak amacıyla oluşmaktadır. Karşıt/proleter kamusal alan ise sınıfsal mücadele temelli antikapitalist kolektif ve kurucu nitelikli bir alan olarak ortaya çıkmaktadır (Özbek, 2004: 182). Proleter kamusal alan her ne kadar kamusal anlamda belirli kurumlara ve faaliyetlere işaret etse de aynı zamanda genel bir toplumsal deneyim ufku olarak tanımlanabilmektedir (Kluge ve Negt, 2018: 79).

Habermas'ın burjuva kamusal alan yaklaşımından hareket edildiğinde, burjuva kamusal alanının sadece burjuvanın çıkarlarına referans noktası teşkil edip etmediği kesin değildir. Benzer durum proleter kamusal alan için de geçerlidir. Proleter kamusal alan egemen olan kamusal alan karşısında varlık gösterememiştir ve bundan dolayı da yeniden inşa edilmesi gerekmektedir (Kluge ve Negt, 2018: 64). Fakat bu açıklama noktası, nüfusun büyük bir çoğunluğunun çıkar ve tecrübelerini yansıtan bir kamusal alan ile ilişkilidir (Kluge ve Negt, 2018: 65-66). Bu noktada kitleler kamusal alan içinde bulunan bir egemen sınıfa karşı hareket ederse bu bir işe yaramayacaktır. Kitlelerin hareketi, kendilerine karşı gerçekleştirdikleri bir mücadele anlamı da taşır. Çünkü kamusal alan kitleler tarafından inşa edilmiştir (Kluge ve Negt, 2018: 68). Hansen'e göre burjuva kamusal alanının genel iradeyi temsil ettiği konusunda var olan iddia başından beri doğru değildir. Çünkü bu alanda hem işçiler hem de kadınlar, ırk ve etnik kimlikler bağlamında dışlanmaktadır. Dolayısı ile burjuva kamusal alan dışlama mekanizması olarak işlev görmektedir (Hansen, 2018: 20-21).

Kluge ve Negt'e göre, bir şey ancak kamusal olabildiği oranda özel olarak tanımlanabilmektedir. Özel alan ve kamusal alan arasında var olan karşılıklı bağımlılık ilişkisi dilin etkileşim biçimleri ve kamusal alanın toplumsal anlamda var olabilmesi için de geçerlidir. Burjuva toplumunun var olan tecrübesi ve bu tecrübeye dair farkındalığı evrensel meta üretimine benzerdir (Kluge ve Negt, 2018: 76-77). Meta üretiminin evrenselleştirici özelliğine direnç gösteren her şey genellik adı altında yok edilmelidir. Bu yüzden de burjuva siyasetine katılım sağlayamayan tüm sınıflar kamusal alanın dışında kalmaktadır (Kluge ve Negt, 2018: 84). Pratik anlamda

değerlendirildiğinde ise burjuva kamusal alanı kamusal tecrübenin oluşumu ile ilgilenmemektedir. Özellikle egemen toplumsal sınıf için kamusal toplumsal tecrübeyi yansıtmamakta ve sadece tamamlayıcı anlamda katkı sağlamaktadır (Kluge ve Negt, 2018: 85). Toplumsal tecrübe, bir yandan bilişsel olaylarla ilgili iken öbür yandan bu olayların bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bilişsel dürtü ise bilişin değişkenlik gösteren toplumsal ve ekonomik zemini arasındaki ilişkisidir (Kluge ve Negt, 2018: 100-101).

Dışlama mekanizmalarına dayanan geleneksel kamusal, endüstrileşmiş üretim kamusalıklarınca kaplanmış haldedir. Kamusalığın hiçbir şekilde homojen bir tözü bulunmamaktadır. Bu yüzden de klasik anlamda kamusal burjuva yaşamına dayanmaktadır fakat kendini bu bağlamdan ayırmaktadır (Kluge ve Negt, 2018: 87-88). Üretimin yeni kamusalıkları, üretim alanının doğrudan bir ifadesini oluşturmaktadır. Buna göre klasik kamusalığın özellikleri şunlardır: klasik kamusal zanaat ve benzeri üretim tarzına dayanmaktadır. Yeni kamusalıklar ise gerçekliğin kendisini daha üstün ve yüksek düzeyde örgütlenmiş bir aşamayı teşkil eder. Üretim kamusalığında klasik kamusalığın sahip olduğu dışlama mekanizması yerine, tecrübenin ufkuyla bağlantılı düşünüldüğünde kendisini üzerine kurulu olduğu çıkarlar temelinden koparacak ve zayıflatacak bir temele sahiptir. Burjuva kamusalığının ideacılığı yeni üretim kamusalıklarının maddeciliği ile yüzleşmek durumundadır. Mutabakatı, düzeni ve meşruiyeti sağlamak birikimli kamusalığın işlevidir. Klasik kamusalığın toplamı olan devlet özel sektörü etkileyebilmektedir. Aynı durum üretim kamusalığı için de geçerlidir. Kamusalığın pratik anlamda eleştirel tecrübe ile ilişki kurması ve onu özümsemesi oldukça güçtür. Kamusalık işlevi gereği saydam değil, örtülüdür. Burjuva kamusalığı üretim çıkarlarının işgali altındadır. Klasik kamusalıkla, proleter yaşam bağlamının reddi vurgulanmaktadır. Burjuva topluluklarının eski ve yeni kamusalıkları sadece palyatif çözümler üretebilirler (Kluge ve Negt, 2018: 89-94). Üretim sürecine tabi olan meşrulaştırma için direkt gerekli olmayan insan eylemlerinin gerçekleştirildiği alanlar örgütlü bir yoksulluğa kanalize olabilmektedir.

Kluge ve Negt'e göre burjuva kamusalığı üretim ve yeniden üretim süreçlerinde rol alan bir mekanizmadır. Buna göre burjuva üretim tarzı toplumsal bir düzende ve kamusal bir düzeyde kendisini kurmalıdır. Çünkü burjuva kamusu kurucu bir nitelik taşımaktadır. Aynı zamanda bu kamusalık burjuva diktatörlüğünün örgütsel bir biçimi şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Söylem olarak toplumun bütününe sentezi olması

vasfını taşımaktadır. Fakat bu söylem sadece sözde var olmaktadır. Bu kamusalılık burjuva tarafından belirlendiğinde kullanım değerlerinin bir dışavurumu olarak varlık göstermektedir (Kluge ve Negt, 2018: 143-145).

Proleter kamusalılığı burjuva kamusalılığına karşıt bir tarihsel kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Burjuva kamusalılığı bireysel çıkarlar doğrultusunda hem özel hem de kamusal alanda örgütlenebilir. Fakat işçi sınıfı çıkarları gözetilemediği için örgütlenmesi yalnızca proleter kamusalılığına girdiklerinde gerçekleşebilir. Çünkü işçi sınıfı çıkarlarının gözetilebilmesi ancak toplumsal bir çıkara dönüşmesi halinde mümkün olabilir (Kluge ve Negt, 2018: 147). Proleter kamusal alanda var olan örgütlenme şekline dayalı işçi sınıfı çıkarları, burjuva çıkarlarına uyarlanabilir bir durumda değildir bu yüzden de ortaya karşıt bir alan olarak proleter kamusal alan çıkmaktadır.

Burjuva kamusalılığı tek başına var olmayabilir. Çünkü artık proleter çıkarlar ve evrensel burjuva örgütlenmesinin toplamının melez bir şekli halinde varlığını koruyabilmektedir. Proleter kamusalılığı ise dernekler ve işçi sendikaları gibi biçimlerde burjuva kamusundan ayrı bir yerde bulunmaktadır. Proleter çıkarların toplumsal hareketlere eklemlenmesi ile işçi sınıfı çıkarları toplumsal alana dâhil edilmiş olur. Burjuva kamusalılığında var olan işçi sınıfı öncelikle devletin şiddet tekeli ile sonrasında ise ekonomi dışı konumu ile yüzleşir. Bu durumda işçi sınıfı bir siyasi parti olarak örgütlenerek karşıt güç oluşturabilmektedir (Kluge ve Negt, 2018: 149-153). Fakat Frazer'a göre bu karşıt kamusal alanların çoğalması başka problemleri ortaya çıkarmaktadır. Çünkü bu alanların çoğalması toplumsal güçlerin ya da başka bir deyişle karşıt güçlerin çoğaldığı anlamına gelmemektedir. Bu karşıt güçlerin birbirleriyle ittifak oluşturması ve bu ittifakı oluşturmak için çabalamaları gerekmektedir. Aksi takdirde kamusalılıklar içinde bulunan bu kalabalık gruplar ya tekil grupların muhalefeti olarak varlıklarına devam etmek durumunda kalırlar ya çok kültürlü çoğulculuğun var olduğu piyasada etkisiz bir konumda yer alırlar ya da toplumsal anlamda bir kutuplaşma oluşmasına sebebiyet verirler. Bu olumsuz durumların varlığı ise toplum üzerinde mücadele engelleyici bir etki yapabilmektedir. Bu nedenle Kluge ve Negt'in savunduğu üzere toplumda çok fazla sayıda bulunan farklı kamuların bir ortak kamu oluşturabilmesi gerekmektedir. Bu ortak kamusal alanda egemen sınıflar açısından değil ama ezilen sınıflar açısından farklı kamusal alanlar arasında siyasal anlamda ortak bir münazara ortamı oluşmalıdır (Fraser, 1990: 70).

1.3.8. Kluge ve Negt'in Kamusal Alan Modeline Eleştiriler

Bu bölümde Kluge ve Negt'in proleter kamusal alan modeline yönelik eleştiriler, sadece *KAT* kitabı bağlamında ele alınmıştır. Çünkü yazarlar, kuramlarını ve proleter kamusal alan modelini bu kitaptan sonra da geliştirmeye devam etmişlerdir. Kluge ve Negt *KAT* adlı kitaplarında, burjuva kamusal alanına karşı bir kamusal alan oluşturabileceğinden ve parçalanmış şekilde bulunan bu kamusal alanların mücadele alanı olabileceğini göstermesi açısından önem taşımaktadır. *KAT* kitabında karşıt kamusal alanların çoğulluğunu gösterebilmek adına işçi ve çocuk kamusal alanları gibi farklı kamusal alanları da açıklamışlardır. Bu noktanın üzerinde özellikle durmalarının nedeni çoğul kamusal alanların toplumun tamamını kapsayacak ve burjuva kamusal alanı gibi diğer kamusal alanlara karşı muhalif bir duruş sergilenebilecek karşıt kamusal alanın temelini atmaya çalışmalarıdır. Karşıt kamusal alan kuramı geliştirilirken öncelikle geç kapitalist döneme ait koşulları çözümlemişler sonrasında ise gerçek deneyim kavramı üzerinde durarak Marksist kuramın ve ekonomi politığın eleştirisini yapmışlardır. Gerçek deneyim, yani değişkenlik gösterebilen insan deneyimi, üretim ve kamusal alan arasındaki ilişki bir yandan bu modelin güçlü yanını oluştururken öte yandan zayıf noktası olarak ortaya çıkmaktadır.

Jameson, Kluge ve Negt'in *KAT*'da kullanmış oldukları klasik söylemsel biçimin kısıtlanması bağlamında bir eleştiri getirmiştir. *KAT* adlı eser genel anlamda proleter kamusal alana bir kuramsal alt yapı oluşturmak amacıyla yazılmıştır. Bu eserin yaklaşık altı ana bölümünde de aynı sorunla yani burjuva kamusal alanına eleştiri yapmak ile ilgilenilmiştir (Jameson, 1988: 151). Bu yüzden de asıl odak noktası olan proleter kamusal alanı açıklarken oldukça sınırlı bir çerçeve çizmiştir. Jameson'a göre bu problem ancak *Kamusal Alan ve Tarih* kitabında aşılabilemiştir. Bu kitap ile proleter kamusal alan kuramının açıklanabilmesi için gerekli olan üretim⁶ kamusal alanı üzerinde durulmuştur (Jameson, 1988: 157).

⁶ Daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere Hansen'e göre Kluge ve Negt, Habermas'ın ortaya koymuş olduğu burjuva kamusal alan modelini oldukça doğru bir şekilde çözümlemişlerdir. Fakat feminist açıdan değerlendirildiğinde kendilerinin de bu bağlamda kaçırdığı noktalar bulunmaktadır. Kluge ve Negt "kadın üretim gücü" kavramını ekonomik ya da siyasal bir bağlamda değerlendirmemişlerdir. Habermas'a benzer şekilde onlar da bu meseleyi anne-çocuk ilişkisi üzerinden bir değerlendirmeye tabi tutmuşlardır. Bunun bir sonucu olarak da kadın emeği, kadın gücü ekonomik ve siyasal alandan uzaklaştırılarak bireysellik ön plana çıkarılmıştır. Kluge ve Negt'in Habermas'dan bu noktada farkı ise kamusal alan kuramlarında kadınları, geyleri, lezbiyenleri, etnik grupları ve çocukları karşıt kamusal alanlara katkıda bulunacak şekilde değerlendirmesidir (Hansen, 2018: 28).

Knödler-Bunte de Jameson'a benzer şekilde proleter kamusal alan konusunda siyasal açıdan yeterli bir eleştiri getiremediğini belirtir. Çünkü onlar siyasal alanda gerçekleştirilen mücadeleyi yalnızca ekonomik çıkar bağlamında değerlendirmişlerdir. Bunun bir sonucu olarak da iktidar ve egemenlik mücadeleleri göz ardı edilmiştir. İşçi sınıfı örgütlenmesi üzerinden yapılan formülasyonlar ütopyik bir düzeyde kalmış üretimde ve sınıflarda karşılaşılabilecek olan kapitalist değişimler gözden kaçırılmıştır (Knödler-Bunte, 1975: 69-70). Aynı zamanda her ne kadar bu kitap geç kapitalist dönem eleştirisi olsa da aslında yazıldığı dönem itibarıyla dönemin bir kuramı oluşmamıştır (Knödler-Bunte, 1975). Fakat kitapta bulunan tespitler özellikle küreselleşme ve dijitalleşme bağlamında hala geçerliliğini korumaktadır.

Tablo 1: Karşılaştırmalı Kamusal Alan Modelleri

| Özellikler | Agonistik&Birleşimsel Model | Kamu Diyaloğu Modeli | Söylemsel/Burjuva Kamusal Alan Modeli | Karşıt/Proleter Kamusal Alan Modeli |
|---------------------------|---|--|---|--|
| Geliştirici | Hannah Arendt | Klasik ve Çağdaş Liberal düşünür katkısı | Jürgen Habermas | Alexander Kluge ve Oskar Negt |
| Perspektif | Etik | Özgürlükçü | İletişimsel | Tarihsel |
| Kamusal alana bakış açısı | Farklılıkların Çarpışması | Farklılıkların Eşitlenişi | Farklılıkların Akılcı Uzlaşımı | Farklılıkların varlık mücadelesi |
| Yaklaşımı | Tartışmacı-Birleştirici | Hukuksal | Söylemsel | Burjuva karşıtı |
| Kuramsal Altyapı | Siyasal alanın yok oluşu ve toplumsal alanın yükselişi | Siyasal liberalizm, hukuki eşitlik ve kamusal akıl | Bir ideal olarak burjuva kamusunun yükselişi ve düşüşü | Deneyimlere dayalı çoğul kamusal alan |
| İdeoloji | Liberal Modernleşme | Liberal Modernleşme | Liberal Modernleşme | Marksist |
| Aktörler | Antik Yunan Polisi vatandaşları (Çoğulluk) | Anayasal anlamda eşit vatandaşlar (çoğulculuk) | Burjuva sınıfı | Sınıflar |
| Kamusal Alan Nitelikleri | * Özel Alan'dan ayrı *Eşitlikler alanı *Aleniyet görülebilirlik, duyulabilirlik mevcut *Totaliter özellikler *Birleşme ve tartışma mekânı | * Heterojen *Anayasa ile Devlet tarafından korunan tarafsızlık *Kamu iyiliği *Konsensüs | * Homojen ve tek *Herkes eşit ve açık *Bireyler eşit ve özgür *İktidardan bağımsız *Uzlaşmacı | * Heterojen ve birden fazla kamusal alan *Üretim ilişkileri bazlı *Çıkar-tecrübe ilişkisi odak noktası *tecrübe istemine dayalı *Somut |
| Mekân | Fiziksel değil eylemsel | Fiziksel olmayabilir | Büyük oranda Fiziksel | Fiziksel olmayabilir |
| Getirdiği Eleştiri | Modernite | Hukukdışılık | Modernite | Kapitalizm |
| Temsiliyet | Ortak Dünya | Ortak Çıkar | Genel Çıkar | Proleteriyayı da kapsayan kamusal çıkar |

Polan, hem Habermas'ın hem de Kluge ve Negt'in kamusal alan kuramlarını medyanın ele alınış biçimi açısından eleştirmektedir. Çünkü her ikisi de medya konusunda oldukça pesimist ve güvenilmez bir çerçeve çizmiştir. Bu durum karşı

hegemonya ya da karşıt kamusal alan içinde kullanılabilir bir araç olarak görülmesi gereken medyanın olumsuzlanmasından öteye geçememiştir. Ona göre medyanın değiştirici ve dönüştürücü potansiyeli karşıt kimlik oluşturulurken kullanılmalıdır (Polan, 1990: 265-266).

1.4. Türkiye’de Kamusal Alan Tartışmaları

Türkiye’de kamusal alan tartışmalarına yer vermek için Osmanlı’dan devralınan tarih, toplumsal yapı, kültür ve siyasetin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Zira Osmanlı’dan devralınan merkezi iktidar ve güçlü devlet anlayışı olduğu haliyle devam etmiş ve kamusal yaşamı etkilemiştir. Buna ek olarak Türkiye’de yaşanan darbeler (27 Mayıs, 12 Mart ve 12 Eylül) de kamusal alan oluşumuna ket vurmuştur (Kongar, 2002: 39). Bu bölümde öncelikle Türkiye’de kamusal alan tartışmalarındaki kavramsal çerçeve üzerinde durulmaktadır. Sonrasında kamusal alan kavramı tarihsel boyut üzerinden ele alınarak, Osmanlı’da kamusal alan kavramının nasıl kullanıldığına yer verilerek, Türkiye’deki kamusal alan muhtevası açıklanmaktadır.

1.4.1. Türkiye’de Kamusal Alan Kavramı ve İçeriği

Türkiye’de kamusal alan son yıllarda, üzerinde sıklıkla tartışılan bir konudur. Kamusal alan kavramının, özellikle Türk akademisyenler tarafından kullanılmaya başlanması, Habermas’ın *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü* adlı kitabı 1997’de Türkçeye çevrildikten sonra gerçekleşmiştir (Özbek, 2010: 19). Burada önemli bir nokta bulunmaktadır: kitabın çevirmenleri (Tanıl Bora ve Mithat Sancar), bu kitabı çevirirken başlığında “kamusal alan kavramı” yerine “kamusal alan kavramını kullanmışlardır⁷. Hem kamu kavramının sahip olduğu farklı anlamlardan dolayı hem de Türkiye’nin tarihsel geçmişi ile kamusal alan kavramına yüklenen farklı anlamlardan dolayı, ülkemizde gerçekleştirilen kamusal alan tartışmaları; evrensel tartışmaların ve tanımların dışına çıkmıştır. Buna ek olarak çevirilerin farklılığı alan yazında daha karmaşık sorunların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Çünkü İngilizce “public sphere” ve “public space” kavramlarının her ikisi de Türkçe’ye kamusal alan olarak çevrilmiştir. Doğal olarak iki farklı kullanımın tek bir kavram olarak çevrilmesi ile kamusal alanın sınırları daha da belirsiz hale gelmiştir.

⁷ Aynı problem kitap Almandan İngilizceye çevrilirken de yaşanmıştır. Kitabı Almandan İngilizce’ye çeviren Thomas Burger’da Öffentlichkeit’in “kamu”, “tanıtım”, veya “kamusal alan” olarak çevrilebileceğini belirtmektedir. Daha detaylı bilgi için bkz: Özbek, 2010: 39-43.

Önceki bölümde bahsedildiği üzere “kamu” kavramı birbirine zıt anlamlara sahiptir. Kısaca tekrar bahsetmek gerekirse; Türkçede kamusal alan kavramı kullanıldığı yere göre “kamu”, “kamuoyu”, “umumi”, “aleni” ve “amme” gibi terimler ile ifade edilmektedir (Özbek, 2010: 30). Türkçede her ne kadar, kamu hizmeti, kamu görevlisi ve kamu hukuku gibi kavramlar bulunsa da kamusal alan kavramının kullanımını hukuk ile alakalı olmaktan ziyade olarak bir siyaset felsefesi kavramı olarak kullanılmaktadır (Demir ve Sesli, 2007: 275). Öte yandan “kamu” kelimesi “devlet organı” anlamını da taşımaktadır. Dolayısıyla bu farklılık hatta karşıtlık, kamusal alanın halkın alanı olarak değil devletin alanı olarak algılanabilmesine neden olmaktadır. Bu algı Türkiye’nin tarihi ve siyasetiyle doğrudan ilişkilidir. Diğer bir deyişle Türkiye’de kamusal alanın kavramsal boyutu göz ardı edilerek salt bir mekân olarak algılanmasından kaynaklı da bir yanlılığı da bulunmaktadır.

Türkiye’de akademisyenlerin kamusal alan kavramını kullanım şekli genel olarak iki ana noktada toplanmaktadır, hatta bazen her ikisini de içermektedir. İlk yaklaşımda (Köker L., 2010, Sarıbay, 2000, Kömeçoğlu, 2005, Karadağ, 2003) özellikle siyaset/demokrasi, devlet, vatandaşlık hakları, sivil toplum ve kamusal alan arasındaki ilişki baz alınarak kamusal alan kavramı üzerinde durulmuştur. Kamusal alanı bu çerçevede ele alan akademisyenler, çoğunlukla, meseleyi siyasal katılım ve hegemonya kavramları dolayısıyla değerlendirmişlerdir.

İkinci yaklaşım ise 2000’li yıllara aittir. Kavramın ele alınışı ağırlıklı olarak başörtüsü meselesi üzerinden şekillenmiştir (Kırık, 2005; 2007, Uluç, 2013, Kubilay, 2010). Başörtüsünün nasıl, nerede ve hangi devlet hizmetlerinde kullanılabileceği sorunu üzerinden türlü tartışmalar yürütülmüştür. Başörtüsü meselesi, eski Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Başkanı Erdoğan Teziç’in “kamusal alan, coğrafi bir tanım değildir bu yüzden de işlevsel olarak incelenmelidir.”⁸ değerlendirmesi üzerine başörtüsü meselesi ile ilişkilendirilmiştir. Bu değerlendirmeye göre kamusal alan coğrafi bir mekân olmanın üstünde anlam taşımaktadır. Buna göre: örneğin polislerin özel bir alanda bireylere kimliklerini sormaları o alanı kamusala dönüştürecektir. Bu tartışmalar 10. Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer’in başörtüsünün kamusal alanda yasaklanması gerekliliği üzerine yaptığı konuşmadan sonra daha da alevlenmiştir.

⁸ Haber detayları için bkz: <https://www.internethaber.com/iste-tezice-gore-kamusal-alan-1079643h.html>.
Haber devamı için bkz: <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/turbanda-ara-formule-tezic-ten-olmaz-240104>.

Habermas'ın kavramsallaştırması bağlamında hem Teziç'in hem de Sezer'in değerlendirmeleri aslında “public sphere” değil “public space⁹” üzerinedir. Fakat bu tartışmalar sonucunda, her iki kavram birbirinin yerine geçebilecek şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Özbek, 2010: 41).

Türkiye’de kamusal alan kavramı yukarıda bahsedilen çerçevede dini semboller içermiş ve kavram kamunun ya da halkın alanı olmaktan çok devletin alanı olarak değerlendirilmiştir. Oysa Batı’da kamusal tartışmaların amacı çoğunlukla demokrasinin güçlendirilmesine yöneliktir (Demir ve Sesli, 2007: 286).

1.4.2. Tarihsel Süreç İçinde Türkiye’de Kamusal Alan Kavramı

Türkiye’de kamusal alan oluşumunun kökleri Osmanlı dönemine kadar geri götürülebilmektedir. Osmanlı’da Batı’da olduğu gibi, kamusal alanın aktörleri olan bir burjuva bulunmadığı gibi 1860’lara kadar bir gazetede bulunmamaktadır. Fakat bu durumun, Osmanlı’da kamuoyu ve kamusal alan yoktur şeklinde yorumlanması da doğru olmayacaktır. Çünkü bu sınıfın yokluğunu, yeniçeriler, devlete karşı güç bloğu haline gelerek ve basın, söylenti medyası (meddahlık ve karagöz gibi tiyatro performansları) şeklinde ortaya çıkararak kapatmıştır (Öztürk S., 2005: 119). Diğer taraftan Osmanlı’da her ne kadar sivil toplum anlayışının var olup olmadığı ya da var ise ne kadar gelişmiş olduğu konusunda ortak bir paradigma bulunmasa da toplumsal kesimlerin devlete bağımlı yaklaşımlarının sivil toplum için bir dayanak noktası oluşturduğu düşünülmektedir. Bunun yanında *kamu çıkarı devlet çıkarından* farklı olarak gelişmiştir (Mardin, 2012: 16). Dolayısıyla Osmanlıdaki kamusal alanlar sivil inisiyatif şeklindedir ve sahip olduğu toplum yapısının bir getirisi olarak çok kültürlüdür (Erol, 2003: 59-60).

17. yüzyıl, kapitalizmin gelişimine paralel olarak Osmanlı’da ortaya çıkan “kamusal açılma evresini” içermektedir. Bu dönemde Osmanlı ekonomisinin Batı

⁹ Kamusal alan kavramının anlaşılmasını zorlaştıran unsurlardan biri de bu kavramın iki farklı anlamının bulunmasıdır. Çünkü bu kavram bir yandan fikirlerin ve tecrübelerin iletildiği mekânsal bir kavram olarak kullanılırken diğer taraftan aheni ve ortak anlamına gelen bir normu işaret etmektedir (Özbek, 2010: 41). Mekânın kamusal olarak kullanımı onun “yer” niteliğine de vurgu yapmaktadır (Donat ve Savaş Yavuzcehre, 2016: 510). Öte yandan burada geçen “public space” kavramı coğrafi olarak bir yer belirtmesi dolayısıyla “kamusal mekân” olarak da kullanılabilirliği düşünülmektedir. Bu çalışma kamusal mekanlar üzerinde değil, kamusal alan üzerinde durduğu için spesifik olarak coğrafi bir yer belirten kahvehaneler, meydanlar, sokaklar, alışveriş merkezleri, camiler, üniversiteler...vb. kamusal mekanlar detaylandırılmayacaktır. Mekân ve alan arasındaki daha detaylı ayırım için (İngilizce, space, sphere ve place ayrımları için) bkz: Henri Lefebvre “The Production of Space” kitabı (Lefebvre, 1991).

ekonomisi ile bütünleşmesi üzerine Batı'da var olan kamusal yaşam dinamizmi Osmanlı'da da görülmeye başlamıştır. Bu dönemde kadınların kamusal aleniyet bağlamında giysilerinde meydana gelen değişimler kamusal alanın farklılaşmaya başlamasına neden olmuştur (Çaha, 2014: 94-95). Kadınların giysilerindeki farklılaşma sosyal dengeyi bozucu bir etkide bulunmuştur. Bu çerçevede 17. ve 18. yüzyıllarda özel alan toplumsala yayılmaya başlamıştır.

19. yüzyıla gelindiğinde ise Osmanlı'nın reformist devlet kadroları arasında doğan ve birikimsel bir etkide bulunan çeşitli denemeler bulunmaktadır. Bu denemelerin genel olarak amacı, kolektif bir Osmanlı kimliği inşasının tedrici adımları olarak ortaya çıkmaktadır. Bu denemeler sadece değişimi değil aynı zamanda dönüşümü de barındırmaktadır (Mardin, 2015: 8). Osmanlı İmparatorluğu'nun son ve Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarından itibaren devleti kurtarmak ve toplumu şekillendirmek amacıyla araçsallaştırılmış bir kavram olan pozitivizm, modernleşmenin ve modern ulus devlet inşasının kurucu öğelerinden biri haline gelmiştir. Pozitivizm ile birlikte yeni bir kimlik oluşumu gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bir yandan vatandaşların sahip olduğu Osmanlı kimliği ortadan kaldırılırken öte yandan cemaatsel özelliklere sahip kimlikler özel alana hapsedilmeye başlanmıştır (Mahçupyan, 1998: 62). Bu kimliklerin özel alana hapsedilmesinin nedeni; modernleşmenin önünü kesen şeylerin bazen dini etkenler ve bazen de dini olmayan fakat dinin arkasına gizlenen yapısal etkenler olduğu görülmektedir (Mardin, 1991: 78). Bilimin üstünlüğü inancı ile laiklik ilkesi sekülerizm formuna dönüşerek kamusal alan dini öğelerden temizlenmek istenmiştir. Kamusal alanın dini öğelerden temizlenmek istenmesi aslında Batı'daki "hürriyet kavramının gelişmesi ve özel alanın saklı bir alan olarak ortaya çıkması sonucu kamu/özel ayrımı ve kamunun Allah'a dayandırılan otoritesinin bu kökten arınmasıyla ilgilidir" (Mardin, 1991: 91).

"Modernleşme ile haberleşme ve iletişim düzeni gelişmektedir" (Mardin, 1991: 28). Dolayısıyla bu dönemde medyanın gelişmesiyle kamusal yaşam daha aleni bir hal almıştır. Yasal düzenlemeler, kanuni iktibaslar, gazetecilik faaliyetleri, matbaanın kullanılması ve idari reformlar sonucunda bir yandan kamusal yaşamın sınırları özel yaşama açılırken diğer yandan Osmanlı tebaası kamusal bir unsur haline gelmiştir (Çaha, 2014: 95). Benzer şekilde modern eğitim sistemi, merkezi bürokrasinin inşası, ekonomik değişimler ve bunun sonucunda orta sınıfın büyümesi ve son olarak kadının hane dışında daha fazla yer alması sonucunda kamusal alan, kamuoyu ve kitle

siyasetinin önemi artmıştır (Çetinkaya, 2008: 132). Özellikle 1908 devrimi sonrası toplumsal seferberlik artmıştır.

Hane içi eğitim de yerini kamusal eğitime bırakmaya başlamıştır. Fakat burada önemli olan nokta, kamusal fikrinin de aynı şekilde kendini devlet ile özdeşleştirir hale gelmesidir. Özellikle 1869 yılından itibaren çocuklar evden bağımsızlaştığı oranda merkezi otoriteye bağlanmaya başlamıştır. Buna ek olarak, aynı dönemde dernekler de kurulmaya başlamış ve yeni bir kamusal ortaya çıkmıştır. Bu dernekler genelde seçkinler sınıfında bulunan kadınlar tarafından yürütülmüş ve buralarda kamu okulları açmak ve yardım dernekleri kurmak gibi kamusal faaliyetler gerçekleştirilmektedir (Akşit, 2009: 6-7). Diğer bir deyişle Osmanlı'daki kamusal seçkin ailelerce oluşturulmuştur, fakat devlet ile bir tutulmuştur (Akşit, 2009: 8).

Osmanlı'da ve hatta onun devamı olarak günümüz Türkiye'sinde, kamusal alan oluşumu cemaat toplumu olmanın bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Mahçupyan, 2014: 27). Osmanlı sistemi, otoriter yapıya, girift hiyerarşik düzene ve heterojen dünya ve toplum yapısına sahiptir. Bunun bir sonucu olarak da kamusal alan yapısı parçalıdır ve hiyerarşik bir düzendedir. Bu parçalanmış yapı devletin içinde var olan ve kapalı bir kamusal alan ile cemaatlerle özdeşleşmiş kültürel ortak alanları içermektedir. Cemaatler arası ortak bir kamusal alan bulunmamaktadır (Mahçupyan, 2014: 31-34).

Sonuç olarak 19. yüzyılda, modernleşme ile birlikte gelen eğitim, sivil örgütlenme ve basın yaygınlaşması sonucunda kamusal alan ve sivil toplum yapısal bir dönüşüme uğramıştır. Bunun bir sonucu olarak, toplumsal seferberlik ile birlikte, toplumun çeşitli kesimleri ve çeşitli cemaatler birçok faaliyette bulunmaya başlamışlardır. 19. yüzyıl başlarında Osmanlılarda eksik olan "kamusal alan" ideolojik bir alanın¹⁰ gelişmesine yol açmıştır (Mardin, 2015: 14). 1908 Devrimi genişleyen kamusal alan için hem toplumsal anlamda hem de siyasal anlamda fikir ve söylemlerin çeşitlenmesine olanak sağlamıştır (Çetinkaya, 2008: 137). Osmanlı yönetici sınıfının

¹⁰ İdeolojik kamusal alanın en temel özelliği farklılığa kapalı ve homojen bir düşünce sistemine sahip olmasıdır. Özellikle totaliter veya yarı totaliter devletler kamusal alanda alternatif düşüncelere izin vermezler. Dolayısıyla ideolojik kamusal alan yasaklayıcı ve daraltıcıdır. Bu alanda alternatif düşüncelere izin verilmediği için, tartışılan konular hususunda bir seçicilik bulunmaktadır. Böylece bu alanda bazı düşünceler tartışılabilirken bazıları göz ardı edilebilir. İdeolojik kamusal alanın siyasal ve kamusal alanları belli başlı gruplar tarafından yönlendirilir. Bu yüzden her ne kadar söylemsel bağlamda eşitlik taşısa da pratikte eşitlikçi bir yapısı bulunmamaktadır. Kamusal çıkarlar kamunun değil ona sahip olan grubun çıkarlarını temsil eder. Bu anlayış ideolojik devlet aygıtı ile toplumu dönüştürmeye çalışır (Çaha, 2004: 92-93).

çok partili bir anayasal sistem kurması çerçevesinde düşünüldüğünde, liberalizm, İslamcılık, sosyalizm, batıcılık...vb. çok fazla düşünce akımını içerdiği görülmektedir. Bunun bir sonucu olarak hem geleneksel hem de modern unsurları içeren çoğulcu kamusal alanlar meydana gelmiştir (Ercins, 2013:306).

Yeni ulus devlet sonrasında, 19. yüzyıl sonu 20. yüzyıl başında modernizm ile birlikte Türkiye’de özel ve kamusal alanlar arasındaki ayırmadan daha somut olarak bahsedilebilmektedir. Dolayısıyla Türkiye’de gerçek anlamda bir kamusal alanın ortaya çıkışı Cumhuriyet dönemi ile başlayan süreçte gerçekleşmiştir (Kedik, 2011: 78). Bu süreçte yaşanan modernleşme hamlesiyle devlet ve toplum arasına kesin ve net bir fay hattı konulmuştur (Çaha, 2003: 85). Devlet ilk başlarda bir özne olarak belirlemektedir fakat daha sonra Cumhuriyet dönemindeki Türk modernleşme hareketi ile birlikte modernleşmenin asıl aktörünün ulus-devlet olduğu görülmektedir. Bu çağdaşlaşma ya da modernleşme projesi için kitleler seferber edilememiştir. Bu kitlenin desteği olmadan askeri, idari, siyasi ve kültürel ortamı yeniden yapılandırmaya kararlı modernleşmeci seçkin/aydın tabaka kamunun tercihleri ve kanaatleri olmadan da doğru kararların alınabileceği yönünde hareket etmişlerdir (Tezel , 1995: 143). Böylece otoriter devlet tarafından oluşturulan kamusal alan seçkin/aydın tabakanın kontrolüne bırakılmıştır.

Türk modernleşmesinin devlet eliyle gerçekleştirilmesi, Türkiye’deki kamusal alan oluşumuna da yansımıştır. Bahsi geçen seçkin/aydın tabaka, kendi düşünce ve inançlarını, kamunun düşünce ve inançlarıymış gibi benimsetme çabasında olmuştur. Dolayısıyla kamusal alanın oluşumu, devletin izin verdiği ölçüde gerçekleşmiştir. Türk modernitesi ile sınırları devlet tarafından çizilen kamusal alan toplumun isteklerinin ve beklentilerinin de bu sınır içerisinde gerçekleşmesini ummuştur. Diğer bir deyişle bazı toplumsal talepler devlet tarafından çizilen kamusal alanın sınırlarının dışında bırakılmıştır (Mahçupyan, 2014: 26). Oluşan kamusal alan, halkın ya da kamunun alanı olma vasfından çıkarak, halkın ya da kamunun eğitildiği ve düşüncelerin benimsetildiği “bir terbiye alanına” dönüşmüştür. Devlet kamusal alana, kamu kesiminin oluşturduğu bir alan gibi davranmaktadır (Bacık, 2003: 27). Kamusal alan vatandaşların yaşam tarzını da içine alan ehlileştirme mekanlarına dönüşmüştür. Bu mekânlar, içine çoğulculuğu alamamıştır dolayısıyla özgürlük ve eşitlik gelişimine katkısı bulunmamaktadır. Aksine vatandaşların özsel bağlamda kamulaştırılmasına neden olmuştur. Türk demokrasisinin yerleşik hale geçememe sorunu da aslında bu şekilde var olan bir anti demokratik ortamdan ileri gelmektedir (Karadağ, 2006: 3). Türkiye’deki

kamusallığın ideolojik kamusal alan profiline uyduğu düşünülmektedir. Çünkü devlet muhalif ve alternatif düşünceleri, kimliklerini ve yaşam biçimlerini ortadan kaldırarak bir yandan “tek tipli” bir kamusal alan oluşturmaya çalışırken diğer taraftan Türk kimliğini üst kimlik olarak ortaya koymuştur. Buna ek olarak farklı siyasal düşüncelerin yasaklanması ve tartışma platformlarının bulunmaması ile dogmatik bir düşünce sistemi ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu nedenle Türkiye’de kamusal alanın kapalı ve homojen bir yapısı bulunmaktadır (Cengiz, 2015: 24-25; Çaha, 2014: 96).

Özellikle inkılapların toplum tarafından benimsenmesi ve farklılıkların tehdit olarak algılanması bağlamında düşünüldüğünde, kamusal alandaki dini, etnik ve sınıfsal göstergeler tamamen yasaklanmıştır. Böylece kamusal alanda laik, sınıfsız ve milli bir toplum oluşturulması hedeflenmiştir (Kubilay, 2005: 65-66). Oluşturulan bu kamusal alan, kamu yararını ilgilendiren ortak meselelerin rasyonel bir şekilde müzakere edildiği bir alan değildir, sadece modernist yaşam pratiklerinin ortaya çıktığı bir alandır (Ercins, 2013: 308). 1930’lu yıllarda seçkin elit tabaka devletin tek partisiyle bir bütün haline gelmiş ve özel olanı kamusal potasında eritmiştir. Devletin tüm kurumları tek tip insan yetiştirilmesi için seferber edilmiştir (Çaha, 2014: 96). Bu yıllarda kamusal alana dair en önemli gelişmelerden birini kadınlara verilen seçme ve seçilme hakkı oluşturmuştur. 1934’te kadınlara seçme ve seçilme hakkının tanınması ile birlikte kadınlar kamusal alana dahil edilmeye başlanmıştır. Fakat bu dahil edilişin yine devlet eliyle imkan bulduğu unutulmamalıdır (Akşit, 2009: 12).

Türkiye’de kamusal alanın toplumun sadece küçük bir kesimini oluşturan seçkin/aydın tabakanın alanı olması çerçevesinde düşünüldüğünde (Suman, 2000: 71), toplumsal hayatın dünyevileştiği veya diğer bir deyişle laikleştiği görülmektedir (Göle, 1997: 64). Bu gerçekleştirilirken özel sayılan ekonomi ve eğitim kamusal alana ve kamusal sayılan din özel alana aktarılacak istenmiştir. Böylece bir yandan din olgusu özel alanın konusu sayılarak kamusal alanın sekülerleşmesi sağlanmaya çalışılmış (Aydın, 2002: 77-78); diğer yandan bir sınıfın bulunmaması tezi ile de meşru bir zemin kazandırılmıştır (Ercins, 2013: 308).

1950’li yıllara gelindiğinde çok partili hayata geçişle birlikte toplumun her alanında farklılaşmalar meydana gelmeye başlamıştır. Bu dönemde ortaya çıkan sistem parti merkezli siyasal sistemdir. Bu sistemde partiler burjuvazinin ve diğer sosyal sınıfları temsil eden burjuva siyasetinin yerine geçer. Bu model Habermas’ın temsili kamu modeline benzemektedir (Yılmaz H., 2006: 204). Çok partili hayata geçiş ile

birlikte, basın, işçi sendikaları, cemaatler ve dernekler ile ilgili meseleler ve siyasal düşünceler her ne kadar hukuki bir meşruiyeti bulunmasa da konuşulmaya başlanmıştır. Böylece sivil toplumun oluşumu için gerekli olan öğeler ile kamusal alanın genişlemesine imkân tanınmıştır (Çaha, 2014: 99). Bu dönemde kamusal alan genişlemesine rağmen, köklü değişimler mevcut değildir. Devletin otoriter zihniyeti bu dönemde de görülmektedir. Fakat sivil toplum unsurlarının devletin ideolojik kamusalını tahrip etmeye başlaması neticesinde kamusal alan ancak 80'li yıllara kadar canlı tutulmuştur (Ercins, 2013: 310).

1960'lı yılların özellikle son döneminde Türkiye'de önemli değişim ve dönüşümler yaşanmış, buna paralel olarak farklı kamusal alanlar çeşitli hak taleplerini ve söylemleri ortaya çıkarmıştır. Sanayi kapitalizminin artması ve sömürgeleşme kültür alanında kendisini göstererek (Aksen, 2019: 2784-2785) özel istekler ile kamusal alanın sivil bir alana dönüşmesine neden olmuştur. Bunun bir sonucu olarak kamusal yaşamda bir farklılaşma, gruplaşma ve otonomileşme göze çarpmaktadır (Çaha, 2014: 88). 1968 yılı hem dünyada hem de Türkiye'de önemli bir dönüm noktasını oluşturmuştur (Çavdar, 2013: 182). Özellikle Türkiye'de başlayan boykot hareketi öncekinden farklı bir kamusal alan ortaya çıkarmıştır. Bahsi geçen bu boykot hareketi üniversitelerin özerkliliğinin yanı sıra çeşitli siyasal talepleri de içermiştir (Aksen, 2019: 2785). Bu dönemdeki sivil hareketler ve hak arayışları sivil bir kamusal alan oluşumuna olanak tanımıştır. Bu sivil kamusal alan 1971 yılında temel hak ve özgürlüklerin kısıtlanmasına yönelik olarak anayasada yapılan değişikliklere kadar sürmüştür. Sivil kamusal alan değişime uğrayarak bu yıllardan itibaren bir burjuva siyasal kamusal alan dönüşmüştür (Yılmaz, 2006: 202).

1980'li yıllarda kamusal alandan özel alana zorunlu bir kayma bulunmaktadır. 80'lerdeki baskı dönemi beklenenin aksine içe kapanmaya yönelik bir mahrem alana çekilme değil tam tersine mahrem alanın dışa açılması şeklinde gerçekleşmiştir. Bu yüzden de iç ve dış arasındaki sınırlar ortadan kalkmaya başlamış ve öznellik ile kamu farkı belirsizleşmiştir. Kısacası kamusal alandaki boşluk mahrem alanın kamusal bir değer kazanmasıyla doldurulmuştur (Gürbilek, 2014:55). Özel alana ait gibi duran bazı konular kamusal alana taşınmış ve toplumun sahip olduğu farklılıklar, kamusal alanda taleplerini iletme şeklinde ortaya çıkmıştır (Kedik, 2011: 88). Bu yıllarda demokrasi, katılım, sivil toplum, insan hakları, hukuk devleti vb. konular da tartışılmaya başlanmıştır. Bu da demokrasi konusunda bir açılım yapılmasına olanak tanımıştır.

Böylece siyasal partiler devletten ziyade topluma yönelik hareket etmeye başlamışlardır (Demir ve Sesli, 2007: 286-287). Özellikle 1983 yılından itibaren farklı amaçları bulunan sivil toplumun ortaya çıkışıyla birlikte siyasal erkin otorite ve iktidar alanı küçülmüş ve sivil yaşam alanı genişlemiştir (Çaha, 2014: 88-89). Partiler vasıtasıyla varlık gösteren farklı dini ve etnik gruplar ve kadınlar devlet siyasetini etkileyerek kamusal yaşamda farklılık oluşturmaya çalışmıştır. Toplum üzerinde devletin kontrolü ve denetimi azaldıkça kamusal alanın sınırları genişlemiştir (Demir ve Sesli, 2007: 288-289). Burada şu nokta önemlidir; her ne kadar kamusal alan ve sivil toplum ayrı kavramlar olsa da 1980'li yıllarda kamusal alana giren bu farklı sermaye grupları, kitlesel örgütler, sendikalar aynı şekilde değerlendirilerek, bu gruplar sivil toplum kuruluşu, siyasal kamusal alanı da sivil toplum olarak anılmaya başlanmıştır (Özbek, 2010: 34).

1990'lı yılların sonlarına doğru akademik alanda kamusal alan kavramı demokrasi, sivil toplum ve devlet gibi diğer kavramlar üzerinden şekillenmiştir. Bu da siyasal, ekonomik, toplumsal ve yasal düzenlemeler açısından önemli gelişmelerin yaşanmasına sebep olmuştur. Özel radyo ve televizyon kanallarındaki artış ve internet ile bir arada düşünüldüğünde, enformasyon üzerindeki devlet tekelinin kırılması sivil toplum alanını genişletmiştir (Yılmaz, 2006: 205). Dönemin siyasal partileri, bir yandan bu alanı kontrol altında tutmak isteseler de diğer yandan sivil alanı genişletme vaadinde bulunmuşlardır (Biber, 2009: 34). Fakat neticede Türkiye'de sivil alan giderek genişlemiş ve sivil unsurların direnci artmıştır (Çaha, 2014: 100).

2000'li yıllara gelindiğinde modernleşme ile birlikte, kamusal aktörler özel alanlarını cemaat yapısı ile sürdürürken, özel alandaki bu yapıları kamusal alana taşımak istemişlerdir. Fakat kamusal alanın yapısı gereği bu taşınmaya izin vermemiştir. Bu taşınmanın gerçekleştirilememesi neticesinde laiklik-antilaiklik tartışmalar, kutuplaşmalar ve başörtü meselesi aşılamamıştır (Türküne, 2014: 145). Bu dönemde ortaya çıkan türban meselesi hem siyasi hem de hukuki anlamda gündemi oldukça meşgul etmiştir. Fakat buradaki önemli kırılma noktası, türbanın izinli ve yasaklı yerlerinin nereler olduğu tartışmalarının kamusal alanın yeri ve sınırlarının ne olduğu tartışmalarıyla iç içe geçmesidir. Böylece devlet ve kamusal alan farkı tartışılmaya başlanmıştır (Zabcı F., 2019: 13). Önceki dönemlerde toplumdaki sivil toplum ve özgürlük tartışmaları yerine daha çok kamusal alan tartışmaları yapılmıştır (Ercins, 2013: 309).

Türkiye’de kamusal alan kavrayışının bahsedilen hiçbir kamusal alan modeline uymadığı görülmektedir. Çünkü Türkiye’de kamusal alan, çeşitli toplumsal grupları dışlamakta, homojen ve tekil bir karakter taşımakta ve bu alanda burjuva ideolojisi ve özellikleri bulunmamaktadır (Köroğlu ve Köroğlu, 2013: 932). Türkiye’deki kamusal alanın seküler, evrensel ve rasyonel akla dayalı olması istenmiştir. Fakat tarihten gelen toplumsal yapı çerçevesinde düşünüldüğünde kamusal alan sadece sınırlı, kapalı bir seçkin alanı olmaktan ileri gidememiştir. Bu yüzden halkın taleplerine karşı siyasal güç kullanılarak bu alan korunmak istenmiştir. Dolayısıyla Türkiye’deki etnik ve dini problemler kamusal alanda çözülememiştir (Köroğlu ve Köroğlu, 2013: 934). 80’li yıllarda yazılı medyanın 90’larda televizyonların ve 2000’li yıllarda internetin yaygınlaşmasıyla özellikle enformasyon üretimi ve üretilen bu enformasyonun dağıtımında devlet tekeli kırılmıştır (Kaya, 2009). Bu alanlarda devlet tekelinin kırılması kamusal alanı güçlendirmiştir. Fakat Türkiye’de kamusal alanın güçlenmesi, tarihinden gelen homojen yapıyı kırarak bir çoğulculuk oluşturması, bu alana eşit katılımın sağlanması ve evrensel olma iddialarını ne ölçüde gerçekleştirdiği tartışmalıdır.

1.5. Kamusal Alanı Anlamak: Günümüz İçin Bir Değerlendirme

Çalışmada şimdiye kadar farklı kuramcılar tarafından idealize edilen kamusal alan kavramı, kamusal alan modelleri ve kamusal alan kavramının özel alan kavramından farkları ortaya konulmuştur. Çalışmanın bu kısmında ise, yukarıda bahsi geçen kavramsal çerçeveden hareketle günümüzde kamusal alanın nasıl bir değişim geçirdiği, idealize edilen modellere uyup uymadığı ve şu anki durumu açıklanmaktadır..

1.5.1. Günümüzde Kamusal Alanın Muhtevası: Çoğul Kamusalılık ve Özelleşen Kamusal Alanlar

21. yüzyılda modernleşmenin gelişimine paralel olarak, demokratik sistemi karakterize eden katılım, çoğulculuk, temel haklar, özgürlükler vb. değerler kamusal alan ile birlikte değişmeye ve dönüşmeye başlamıştır. Günümüzde kamusal alan, başta Habermas olmak üzere, kamusal alan kuramcılarının bahsettikleri dönemlerden ve yapıdan oldukça farklı bir hale gelmiş, yeni bir şekle bürünmüştür. Dolayısıyla günümüzde idealize edildiği şekliyle bir kamusal alan bulunmadığı söylenebilir. Günümüz kamusal alanının, idealize edilen kamusal alandan yapısal anlamda farklılaştığı iki nokta ön plana çıkmaktadır. Bunlar kamusal alan ve özel alan arasındaki

ayrımın ortadan kalkması ile çoğul kamusal alanlar ve çoğul kamusal alanların bulunmasıdır.

Habermas (1997) kamusal alandaki *ortak iyi* arayışında, ortak olanın herkes tarafından belirlenebilmesinin mümkün olmadığını belirtmiştir. Bu yüzden burjuva kamusal alanını özel kişilerin kamusal sorunları tartıştığı alan olarak belirlemiş ve burjuva kamu alanı ile özel alan arasında keskin bir ayrım yapmıştır. Fakat günümüz kamusal alanının genişlemesi, kamusal tartışmaların azalması ve özel alanın zarar görmesi (Calhoun, 1992: 18), özel ve kamusal arasındaki ayrımın belirlenmesi problemini ortaya çıkartmıştır (Dacheux, 2012: 17).

Kamusal alan belirli iktidar ilişkileri üzerinden kendini ürettiği ve özel alanlar da medya yoluyla kamusal alanlaştığı için özel çıkarlar kamu çıkarlarının yerini almaya başlamıştır. Bu anlamda kitle iletişim araçları, kamusal alan üzerinde bir egemenlik (hegemonya) inşa aracına dönüşmüştür (Onat, 2013: 109). Aleniyet ilkesi bağlamında kurulan bu egemenlik ile çıkar sahipleri kendi gizlilik siyasetini hayata geçirerek kamusal prestij elde etmeye çalışmışlardır. Aleniyet ilkesi kullanılarak kamusal olmayan bir görüş kamuoyu aracılığıyla kamusal hale sunulabilir hale gelmiştir (Habermas, 1997: 336). Özel çıkarların kamuda daha fazla yer alması sonucunda devlet özel alana sızmaya ve kaçınılmaz olarak devlet ve toplumun sahip olduğu alanlar da birbiri içine geçmeye başlamıştır. Dolayısıyla kamusal alan ve özel alan arasındaki sınırlar bulanıklaşmış (Albrecht, 2008) ve “*özelin kamusal alanlaştığı ve kamusal alanın özelleşmesi*” (Sarıbay, 2000: 6-7) sonucunu doğurmuştur.

Kamusal alan ve özel alan arasındaki sınırların belirsizleşmesine ek olarak günümüz kamusal alanının diğer bir önemli noktası heterojen ve çoğulcu bir yapıya sahip olmasıdır (Çaha, 2003: 80). Her ne kadar kamusal alan aktörleri söz hakkı ve eylemleri açısından eşit olsa da aktörlerin tamamının kamusal alana erişebilmesi bakımından bir eşitsizliği bulunmaktadır. Diğer bir deyişle kamusal aktörler kamusal alan içinde eşit olsalar da kamusal alana eşit şekilde erişim hakkına sahip değildir. Dolayısıyla günümüzde, farklı çıkar gruplarını temsil eden tek bir alan değil aksine toplumdaki birçok çıkar grubunu temsil eden farklı kamusal alanlar (Fraser, 1990) bulunmaktadır. Demokrasi kuramları açısından, çoğul kamuların varlığı ve çoğul kamu kavrayışı ile üretilen söylem, toplumun tüm kesimlerini ilgilendirdiği varsayılan hegemoniden kurtularak toplumsal olan diğer konuların da kamusal alana dahil edilmesi açısından hayati önem taşımaktadır (Fraser, 2010). Bu bağlamda kamusal alanın, içinde

barındırdığı birçok küçük alancık (space) tarafından oluşturulduğu söylenebilir (Dalhlgren, 2005: 48).

1.5.2. Günümüzde Kamusal Alan Oluşumunu Etkileyen Faktörler

Rekabetçi kapitalizmin tekelci kapitalizme dönüşmesiyle birlikte bunun sonucunda kamusal alan ve özel alan bütünleşmiştir. Kamusal alan üreten topluluk ise medyanın da etkisiyle kültür tüketen topluluğa evrilmiştir. Bu nedenle aleniyet ilkesi kamu çıkarı için değil devlet ve özel çıkarlar için manipülasyon aracı olarak kullanılmaktadır (Koroğlu, 2012: 76-77). Kamusal alanın popülist izleyici kültürüne sahip aktörlerinin, neoliberalizm ile devlet ilişkisi ve kamusal alanın bir meta olarak pazarlanması ile homojen ve kapalı cemaat/burjuvazi kamusal alanı tarafından etkilenebildiği görülmektedir. Bu çerçevede günümüzde ekonomi, devlet, medya ve kamusal aktörlerin durumu kamusal alan oluşumunu etkilemektedir.

1.5.2.1. Kamusal Alanda Devlet ve Ekonomi Etkileri

Kamusal alan ne devlete ne de ekonomiye ait bir alandır fakat çoğu zaman onlarla çeşitli şekillerde iç içe geçebilir ve onlardan etkilenebilir. Olumlu yönden bakıldığında, piyasa, kamusal alanda yer alan aktörler arasında siyasal olarak özerk bir iletişim ağının geliştirilmesi için gerekli sosyo-ekonomik altyapıyı sağlamaktadır. Piyasa ile olan bu bağlantısına rağmen, kamusal alan kamuya açıktır. Ancak olumsuz yönden bakıldığında, kamusal alan, bir yandan ataerkil kapitalizm altındaki piyasa ekonomisi üzerinde hegemonik tahakküm kurmak isteyen bir cemaat ya da grup tarafından oluşturulma riski taşırken, diğer yandan da kurumsal mekanizmalar ve ideolojik söylemler kullanarak, toplumdaki baskın gruplarla ittifak kurabilme potansiyeli bulunan devlet tarafından oluşturulma riski taşımaktadır (Ku, 2000: 228).

Her ne kadar ideal bir kamusal alan hiçbir zaman var olmayacak olsa da kapitalizmin özelleştirici gücü çerçevesinde düşünüldüğünde; kamusal alanın yerini kitlesel bir ticari kültür almıştır (Carey, 1995). Ekonominin, kapitalist üretim biçimi tarafından belirlenmesiyle devlet ve ekonomi iç içe geçmiştir. Bu durum özel hukuk ile ortaya çıkan liberal temel hak anlayışını sarsmaya başlamıştır (Falay, 2014: 58-59). Neoliberal¹¹ uygulamalar doğrultusunda devletin küçültülmesiyle, devletin yapması

¹¹ Burada neoliberalizm ile devlet müdahalesinden ve özellikle ekonomik olarak daha alt sınıfların ve/veya marjinal grupların yararına olacak şekilde yeniden bölüşümden “arındırılmış” iktisadi politikalar

gereken işler diğer bir deyişle *kamu hizmetleri* piyasa eliyle yürütülmeye başlanmıştır. Böylece ulus devletin ekonomi üzerindeki etkisini azaltarak uluslararası sermaye akışı sağlanmaya çalışılmıştır. Bunun sonucunda, kamusal mantığın yerini özel sektör almıştır (Yıldırım, 2013: 201-207).

Günümüzde devlet ve ekonomi arasındaki bu ilişkiye sivil toplum kuruluşları da eklenmeye başlamıştır. İletişimin ve siyasetin ticarileşmesi ile sivil toplum kuruluşları devlet ile beraber hareket etmeye başlayarak, çeşitli lobicilik faaliyetlerinde bulunarak ve kapalı yapılarını kullanarak rant elde etmeye yönelmişlerdir. Günümüzde sivil toplum kuruluşları üye çıkarlarını göz önünde bulundurarak toplumsal müzakere süreci yerine çıkar çatışmaları sürecine odaklanmıştır (Tosun, 2001: 229-230). Dolayısıyla devlet, ekonomi ve sivil toplum etkileşimin talepleri karşılanamazsa veya sürecin iki veya daha fazla kilit bileşeni arasındaki iletişim araçları engellenirse, tüm temsil ve karar alma sistemi bir krizle karşı karşıya kalabilmektedir (McChesney, 2007). Bu krizle birlikte kamusal alan çökme ve özel alan özerkliğini yitirme tehlikesi barındırmaktadır. Günümüzde devlet mantığının yerini piyasanın alması ile birlikte, vatandaş, sivil toplum ve devlet arasındaki karar alma ve temsil süreçleri sekteye uğramıştır. Çünkü vatandaşlar devlet ile müzakerede bulunamaz, düşüncelerini aktaramaz hale gelmiştir. Bu nedenle kamusal alanın varlığı göstermelik bir nitelik taşımaktadır (Doğanay, 2003). Ekonomik ve bürokratik yönetime ait kurumlar kamusal alanı sömürmeye başlamış ve kamusal alan, kapitalist piyasa gibi sistemin anonim talepleri tarafından yönlendirilebilir hale gelmiştir (Tomlinson, 1999: 690).

Kamusal alan, devletlerin ve piyasa aktörlerinin özgür ve eleştirel bir halkı yatıştırmak için harekete geçerek değil, devlet ve pazarın hakimiyetini korumak için toplumu ve iletişim araçlarını düzenleyerek kamuoyunu etkilemeye çalışarak meşruiyet kazanmaya çalıştıkları bir alan haline gelmiştir (Calhoun, 1992: 26). Bu alan Çaha'nın da deyimiyle "mahrem kamusal alandır". Mahrem kamusal alan, toplumun oluşturduğu bir alan değil aksine devletin kamusal alanı kendi özel alanı gibi kurgulayarak oluşturduğu ve toplumun bazı kesimlerine kapalı olan alandır (Çaha, 2003).

anlaşılmaktadır (Rehmann, 2017: 282). Amacı regüle edilmeyen piyasa kapitalizminin hem refahı hem büyümeyi hem de verimliliği arttıracacağı inancı ile devletin küçülmesini sağlamaktır (Heywood, 2006: 70).

1.5.2.2. Kamusal Alanda Medya Etkileri

Ana akım medya ve alternatif medya kamusal alan üzerinde farklı etkilerde bulunmaktadır. Dolayısıyla bunların ayrı başlıklar altında incelenmesi ve yorumlanması, kamusal alan üzerindeki etkilerinin belirlenmesi açısından daha açıklayıcı olacaktır.

1.5.2.2.1. Kamusal Alan ve Ana Akım Medya

Günümüz kamusal alanını değişikliğe uğratan en önemli iki değişken demokratikleşme ve medyadır. Bu nedenle çağdaş kamusal alan medyadan ayrı düşünülmemelidir (Wolton, 2012: 28). Medyayı etkileyen kurumsal ve yapısal değişiklikler kamusal alanda gerçekleşen etkileşim ve söylem türlerini de değiştirmektedir. Karmaşık ve farklılaşmış demokratik toplumlarda, sivil toplum ve kamusal alan, diğer sosyal alanlardan bağımsız olarak düşünülmemelidir (Alexander, 2006: 193-194). Kamusal alan kuramı, bireylerin kendilerine sunulan tanıtım araçlarıyla ve müzakere süreçleriyle tam olarak bilgilendirileceği, ilgili tüm konuların rasyonel bir anlayışa kavuşacağı düşüncesiyle idealize edilmiştir. Fakat günümüzde “siyasi temsil ve haklar, prosedür veya iddiaları kabul etmeyen bir ekonomik sisteme katılım” ile karşı karşıya kalmıştır. Liberal demokrasi deneyimi, siyasal ekonomik konfigürasyonlar ve özellikle medya teknolojileri ile eklemlenerek gelişen kurumsal/örgütsel oluşumlar ve yapılarla doğrudan bağlantılı bir hal almıştır (Fenton, 2018: 29-30).

Teknolojinin gelişmesi ile demokrasinin de gelişeceği düşünülmüştür. Bu düşünceye sahip liberal kuramcılar, iletişim ve iletişim ve enformasyon araçlarının kitlesel hale gelerek bireyleri bilinçlendireceğini ve devlet üzerinde bir denetim mekanizması kurarak kamu gözcüsü rolüyle dördüncü bir güç olarak ortaya çıkacağını savunmuşlardır (Curran, 1997: 142). Günümüzde ise medya dördüncü güç olma özelliğini neredeyse bütünüyle kaybetmiştir. Medya, neoliberal politikaların getirdiği çıkar çatışmalarından oldukça etkilenmiş ve kamusal alan olma konumunu kaybederek tüketim alanı haline gelmiştir. Medyanın kamusal alan olma niteliği “değişim değerinden ibaret bir alan olarak pazarda sergilenmekte” (Cangızbay, 2010: 298) ve zahiri bir görüntü oluşturmaktadır. Medyanın, kamusal iletişimin temeli olan bilgilendirme işlevi, zahiri görüntüsüne paralel olarak kitle iletişim araçlarıyla sembolik üretimlere neden olmuştur (Kaya, 2009: 111-112).

Çokuluslu medya şirketlerin toplumu bilgilendirme işlevi yerine eğlendirme işlevi üzerinde durması sonucunda, devletler, kamu çıkarı için medya hizmeti sunma ve kamuoyunu bilgilendirme işine girmişlerdir. Böylece medya siyasallaşmıştır (Croteau ve Hones, 2003). Medyanın siyasallaşması ile siyaset, medya mantığına göre şekillenmeye başlamıştır. Medyadaki haberler siyasal imaj oluşturma aracına dönüşmüş, bu da medyadaki siyasi konuların içerikten bağımsız bir hal almasına neden olmuştur (Castells, 2008a). Bu noktadan hareketle medyada sunulan her şeyin eğlence formatı kullanılarak bütünlük yanılması oluşturması, gizli söylemler kullanması, kendilerini gerçek gibi sunan kurgular olması, bireylerin perspektifine dayalı görme biçimi ile pasifleştirerek eylemsizleştirilmesi ve özel alana hapsedilmesi bağlamında kamusal alan oluşumu olumsuz etkilere maruz kalmıştır. Böylece kamusal mekanlar ortadan kalkmış ya da medya-dolayımı hale gelmiştir (Özgül, 2012: 4543-4544).

Ana akım kitle medyası kamusal alanda olduğu kadar toplum üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir, çünkü geniş bir kitleye ulaşmakta ve toplumsal gözlem ve görüş oluşumunun önemli bir bölümünü organize etmektedir (Ferree vd., 2002: 10). Fakat bu durum bazı gözle görülür kısıtlamaları da içermektedir: medya, mevcut tüm konuların, aktörlerin ve argümanların sadece bir kısmını yayınlatabilmektedir. Bu, kamusal alanın özellikle katılımcı modelinin idealize edilen iddialı talepleri ışığında büyük bir eksikliklerdir. Medyanın *gündem belirlemesi* çerçevesinde ekonomik baskılar ve siyasi tercihler açısından ana akım medyanın iktidar ile olan dolayımı sonucu taraflı olabileceği görülmektedir. Böylece ana akım medya, güçlü ve kurumsallaşmış aktörleri sistematik olarak ayrıcalıklı kılan, daha küçük kurumları ve sivil toplumu dışlayan ve esasen kamu tartışmalarını göz ardı eden güçlü bir şekilde düzenlenmiş bir iletişim forumu (Habermas, 1997) olarak algılanmaktadır (Gerhards ve Schäfer, 2010: 144).

Neoliberal politikaların yayıncılık üzerindeki etkisi, kamu hizmeti ve kamu çıkarına ilişkin kuralları ortadan kaldırarak, medyadaki tekelleşmenin ve uluslararasılaşmanın önünü açmıştır (Adaklı, 2010: 68). Bunun sonucunda medya tek tipleşmeye başlamıştır. Fazla sayıda ve farklı medya kanallarının ve araçlarının olması çeşitliliği garanti etmemektedir aksine, medyanın uluslararasılaşması sonucunda ekonomik yoğunlaşma ile medya kuruluşları aynı ürünleri farklı araçlar ile pazarlamaya başlamıştır (Kejanlıoğlu, 2010: 698). Türkiye ana akım medyasındaki tekelleşme ve yerel medyanın neredeyse yok denecek kadar az veya zayıf oluşu nedeni ile kamusal alan Batılı örneklerine göre daha olumsuz etkilenmiştir. Çünkü kamuoyu oluşturma ve

iktidar üzerindeki etkileri nedeniyle medya mülkiyetine olan ilgi oldukça yoğundur. 2001 krizine kadar medya işletmeleri medya yatırımlarını arttırmışlar ve böylece siyasi gücü etkileyebileceklerini düşünmüşlerdir (Kaban Kadioğlu, 2018: 115). Bahsi geçen medya işletmelerine ek olarak siyasi iktidarlar da kamuoyunu belirleme ve yönlendirme amacıyla gündem belirleme ve değiştirme ile algı yönetimi istenci ile medya mülkiyetine önem vermişlerdir. Medyada meydana gelen dönüşüm ve gelişen teknolojilerin artması sonucunda yatırım maliyetleri yükselmiş ve Türkiye'deki medya sektörünün oligopolistik yapısı devam etmiştir (Kaban Kadioğlu, 2018: 118).

1.5.2.2.2. Kamusal Alan ve Alternatif Medya

Ana akım kitle medyasının kapitalizmle bütünleşmesi sonucunda hem ekonomik hem sosyal hem kültürel hem de siyasal olarak kar etme istenci ile haberlerin ve bilgilendirmenin sınırlı olması, içeriğinin değiştirilmiş olması ve güvenilirliğinin belirsiz olması gibi sorunları ortaya çıkarmaktadır (Akveran, 2018: 11-12). Çıkar kaygılarıyla bazı kesimlerin medyada temsili gerçekleşmemektedir. Bu kesimlerin kamuda temsil edilebilmesi açısından ana akım medyaya alternatif bir medya ihtiyacı bulunmaktadır (Akveran, 2018: 12). Gramsci'nin hegemonya kavramından hareketle, hâkim sınıfa karşı ya da diğer bir deyişle ana akım medyaya karşı alternatif medya ortaya çıkmaktadır. Alternatif medya, geleneksel medya tarafından ötekileştirilmiş, dışlanmış kişi veya grupların kamusal alana katılabilmesine aracı olur (Navaro, 2004: 677). Bu medyada haber akışı daha geniştir, azınlıklar dışlanmaz, farklı seslere yer verilir ve otosansür uygulamamaktadır (Downing vd., 2001).

Alternatif ya da eleştirel medya, hâkim kapitalist haber ve içerik üretim biçimlerini değiştirmektedir. Bu yüzden de karşı bilgi servis etmektedir ve karşı hegemonya oluşturabilmek amacıyla sansürsüz kamusal bilgi paylaşımı gerçekleştirmektedir (Fuchs, 2010). Bu medya, ana akım medyanın aksine ekonomi politik analizler ile eleştirel ya da karşıt bir söylem kurmak istemektedir. Bu eleştirel ya da karşıt söylem alternatif medyanın sermayeye dayalı ana akım medya karşısında karşı hegemonya ve alternatif kamusal alan kurabilmesi açısından önem taşımaktadır (Taşbaşı vd., 2014: 166). Alternatif medya başlı başına alternatif bir kamusal alan oluşturabilme potansiyeline sahiptir. Çünkü bu alan protestoların ve tartışmaların gerçekleştirildiği demokratik bir alan olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüzün ideal kamusal alanı kapitalist sömürü altında ezilen ve ötekileştirilen kesimin farklı kamular arasında oluşturacakları, genel bir kamusal alanı içermektedir (Coşkun, 2006: 149-150).

Farklı vatandaş grupları kitle iletişim araçlarını etkileyerek alternatif kamusal alanlar oluşturulabilme potansiyeline sahiptir (Calhoun, 1992: 37).

Günümüzde kamusal alan tipleri hegemonik (egemen), alternatif (radikal) ve karşıt (proleter) olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Hegemonik kamusal alan toplumsal mücadelelerin ve sistemin yeniden üretim sağlayacak şekilde denetlendiği, karmaşık yapılar ve araçlar içeren bir alandır. Alternatif kamusal alan, sermayenin ve ulus devletlerin ortaya çıkardığı sorunları ezilenler lehine telafi etmeye çalıştığı ve eşitlikçi ve tahakküm biçimlerine karşı mücadelelerin verildiği alandır. Karşıt kamusal alan ise anti kapitalist ve kolektif söz ve eylemlerin alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Alternatif kamusal alan ve karşıt kamusal alanlar birbirini destekler niteliktedir (Özbek 2010: 182-183). Alternatif kamusal alan düşüncesi ile toplumun farklı kesimleri, kendilerini temsil edecek farklı medya kanallarında yer bulabilecektir. Alternatif kamusal alan medya tekellerine ve bu tekellerin oluşturduğu algıya karşı muhalif bir yapıdadır (Fuchs, 2010: 184). Dolayısıyla toplumsal anlaşma ve eleştirel akılcı müzakere üzerine kurulu Habermasyan modeldeki kamusal alan anlayışı, farklı kesimlerin oluşturduğu uzlaşmayı amaçlayan bu alternatif kamusal alana eklemlenebilir durumdadır (Maigret, 2014: 280-281). Bu eklemlenme ile Habermasyan kamusal alan modeli dönüşerek günümüzde yer bulabilecektir.

Kapitalist ekonomi ve küreselleşme çok çeşitli kimlikleri ortaya çıkarmaktadır. Önceki dönemlerde kimlik arayışında olan gruplar günümüzde sonsuz kimlik olasılığı içerisinde seçim yapma konusunda problem yaşamaktadır. Bu durum toplumsal kimliklerin kamusal alan içinde inşa edilmesi (Fraser, 2010: 120) bağlamında önem taşımaktadır. Kitle iletişim araçlarının ticarileşmesi ile farklı kimlikler kendi özel yayınlarına başlamıştır. Bu durum bir yandan farklı bireylerin sadece kendilerine ait olan medyaları takip etmesine ve sadece kendileri gibi olanların ya da kendi cemaatlerinden olan bireylerin sesini duyarken diğer sesleri duymaz hale gelmelerine ve birbirinden farklı söylemlerle kamusal alanın durağan tek, homojen ve birleşik bir alan değil aksine tabakalaşmış, karmaşık ve parçalanmış çoğulluklardan oluşan bir alan olarak ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Fossum ve Schlesinger, 2007: 4). Öte yandan kimlikler ticarileşerek, alınıp satılabilen bir meta haline gelmiştir. Bu tüketim düzeni kimlikleri çeşitli semboller üzerinden satarak (Baudrillard, 2017), kişiyi yaptığı işe ve kimliğine yabancılaştırmıştır (Sennett, 2016: 370-371). Böylece kamusal alanın aktörü olan kamusal insanlar, bireylerin zorlama veya kısıtlama olmadan istedikleri gibi

hareket edebilme kabiliyeti olarak tanımlanan, ancak piyasa aktörlerinin özgürlüğü olarak dar bir şekilde hayal edilen temel özgürlük değerini kullanabilmektedirler (Asen, 2017). Günümüz kamusal insanları, kamusal alanda varlıklarını bu kısıtlı çerçevede gerçekleştirebilmektedirler.

Kamusal alanın ticarileştirilmesi sonucu kamusal alanda yeni düzenleme ihtiyacı doğmuş ve kamusal alanın aktörleri seyirci olarak kalmıştır. Böylece kanaatler, “gerçek” kamuoyunun yerini almaya başlamıştır (Ubayasiri, 2006). Tartışmaya açık, aktif ve rasyonel kişiler tarafından oluşan kamusal topluluğun aktörleri olan kamusal insanlar popülist uygulamalar sonucunda yerini pasif tüketicilere bırakmıştır (Yetkin, 2016: 80). Kamusal alanın yapı taşı olan müzakere ve tartışmaya dayalı akıl yürütme faaliyetleri yerini zevk ve eğlence tüketimine bırakmıştır (Habermas, 2010: 295). Kamusal alanı oluşturması beklenen kamusal insanlar amaçsız ve nedensiz bir şekilde bir araya gelmeye başlamışlardır. Bir araya gelindiğinde ise etkileşim ve paylaşımda bulunmaları beklenirken aksine sadece sorumluluklarını yerine getirmekle yetinmişlerdir. Özel alan teşhir edilerek kamusala açılmıştır. Bunun sonucunda da kamusal alan bireylerin röntgenciliğine ve gözetimine¹² açık bir hale gelmiştir (Çakır M., 2015: 350). Bu yüzden kamusal aktörler, kamusal yaşama katılmaktan çok bir kenarda gözlemek için kendilerini seyirciye dönüştürmüşlerdir (Sennett, 2016: 250). Bu çerçevede kamusal insanların eleştirel-rasyonel akli devreye sokarak bir kamusal alan oluşturma imkânının oldukça zor olduğu belirtilmelidir.

¹² Bu noktada sinoptikon kavramı oldukça önemlidir. Sinoptikon; çok sayıda olanın az sayıda olanı gözetlemesidir ve temel olarak kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. İzleyiciler çeşitli mesajlara maruz kalırlar. Sinoptikon ile kitle iletişim araçlarına sahip kesim izleyicileri baskısız ve koşulsuz bir eğlence ortamına sokmaktadır (Öztürk S., 2013). Bu noktadan hareketle kamusal alan oluşumu yerini eğlenceye bırakmıştır. Buna ek olarak hem kamuoyu hem de kamusal alan oluşumu bu kitle iletişim araçlarına sahip kesimin elinde bulunmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL MEDYA ve SOSYAL MEDYA: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Toplumsal ve siyasal tartışmalar gerçekleştirilirken, bu tartışmalar, çoğunlukla medyanın sunmuş olduğu veriler üzerinden şekillenmektedir. Dolayısıyla kamusal alan ile ilgili tartışmalarda ve kamuoyu oluşumunda medya önemli bir rol oynamaktadır. Bu noktadan hareketle, çalışmanın bu bölümünde, kamusal alanı etkileyen ve yönlendirme gücü bulunan medya ve sosyal medya kavramları üzerinde durulmakta, geleneksel ve sosyal medyanın işlevleri ile özellikleri açıklanarak, kamusal alanla ilişkileri ortaya konmaktadır. Çalışmada ilk olarak geleneksel medya açıklanarak, özellikleri ve işlevi üzerinde durularak kamusal alan ile ilişkisine değinilmektedir. Sonrasında medya ile sosyal medya arasındaki farklılıklar ele alınarak, sosyal medyanın ne olduğundan, gelişiminden ve kamusal alan ile ilişkisinden bahsedilmektedir. Son bölümde sosyal medyanın ilerleyişi ve kamusal alana etkileri açıklanmaktadır.

2.1. Geleneksel Medya

Medyanın etimolojik kökeni incelendiğinde, medya kelimesinin Latince ortam, araç ve ortada olan şey anlamlarında kullanılan “medium” kelimesinin çoğulu olduğu görülmektedir. Geleneksel medyanın toplumdaki mesajların ve bilgilerin depolanmasını, iletilmesini ve kültürel, siyasal ve sosyal pratiklerin gerçekleşmesini sağlayan üç temel işlevi bulunur. Geleneksel medya bu işlevleri kısmen ya da bütünüyle yerine getiren iletişim sistemleridir (Barbier ve Lavenir, 2001: 7). Geleneksel medya araçlarıyla iletişimin gerçekleştirilmesi için alt yapılar olan teçhizat ve organizasyon yani kurum ve kuruluşlar gereklidir.

Yazılı, görsel ve dijital medya, kitle iletişim araçlarını (KİA) oluşturmaktadır. Her ne kadar bu araçlar arasında birçok farklılık bulunsun da temel işlevleri aynıdır ve bu işlev, iletiyi çoğaltarak aktarmadır (Aziz, 2010: 105). KİA’ların kökeni 1450’li yıllarda matbaanın ticari şekilde kullanılması ile 15. yüzyılın ikinci yarısında Avrupa’da ticaret merkezlerinde kurulan yayınevlerine kadar gidebilmektedir. 16. yüzyıl başlarına gelindiğinde yayınevleri tek sayfalık gazeteler basmaya başlamış, 17. yüzyıl başlarında ise bugünkü gazetelerin ilk örnekleri yaygınlaşmıştır. 19. yüzyılda kitap, gazete ve dergi basılmaya başlanmış, 20. yüzyıla gelindiğinde ise teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak, radyo ve televizyon yayıncılığı bu döneme damgasını vurmuştur (Outhwaite, 2008: 423).

Kitle iletişim araçlarının karakteristik nitelikleri modernleşme süreci ile birlikte anlam kazanmıştır. KİA'lar kamusal müzakere alanlarına dönüşen ve kitlelerin siyasi hayatta aktif bireyler olmasını etkileyen araçlardır (Bostancı, 2011: 119). 1. Dünya Savaşı sonrası iletişim kavramı bilimsel çalışmalarda ele alınmaya başlanmıştır. KİA'lar bu yıllarda oldukça güç kazanmış ve hem siyasi erklerin hem de ticari faaliyetlerde bulunan kitlelerin dikkatini çekmeye başlamıştır. KİA'nın bu şekilde ön plana çıkması siyaset ve ekonomi gibi diğer bilimlerin de ilgisini çekmiştir. Böylece iletişim alanında bilimsel araştırmalar yapılarak kuram ve modeller geliştirilmeye başlanmıştır (Güngör, 2011: 17). İletişim alanında yapılan ilk çalışmalar 1930'lu yıllarda gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalar ile iletişim, bilimsel bir alan oluşturmaya başlamıştır. Daha sonraki yıllarda ise araştırmacılar daha çok radyo ve televizyon üzerinden propaganda yapılması ve kamuoyu oluşturulması üzerine odaklanmışlardır (Yaylagül, 2010: 22).

Temel olarak geleneksel medya yaklaşımı iki ana başlıkta ele alınabilir. Her iki yaklaşım da geleneksel medyayı kendi geçerli paradigmaları içinde anlamlandırmaya çalışmıştır. Bu yaklaşımlar eleştirel ve liberal yaklaşımlardır. Bahsi geçen yaklaşımların açıklanması önemlidir. Çünkü bu yaklaşımlar ileride yer alan bölümde (3.1) bahsedilmiş olan dijital kamusal alan yaklaşımlarının da temelini oluşturmaktadır.

Eleştirel yaklaşım, Frankfurt Okulu çalışmalarını, İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulunu ve ekonomi politik yaklaşımı içerir. Buna göre; medyanın etkisi sınırsızdır. Medya, ona sahip olanlar ve onların yakın oldukları siyasi güçlerin çıkarları doğrultusunda hareket etmektedir. Aynı zamanda medya, tek taraflı bilgi veren konumundadır. Bilgiyi alanlar pasiftir ve herhangi bir etkide ve/veya yorumda bulunamazlar. Buna ek olarak, enformasyonun üretilmesi, kitleler ve uluslararası enformasyon paylaşımındaki adaletsizlik ve tekelleşme gibi konular da eleştirel yaklaşımların içinde bulunmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 353). Dolayısıyla eleştirel yaklaşımların ortak iddiası medya tarafından verilen mesajların ve/veya bilgilerin er ya da geç pasif durumda bulunan alıcılar tarafından benimseneceği ve onların rıza göstereceği yönündedir (Özçetin, 2018).

Medyaya ilişkin ikinci yaklaşımı ise Liberal yaklaşım oluşturmaktadır. Liberal yaklaşım eleştirel yaklaşımdan farklı olarak medyanın bireyleri değil, bireylerin medyayı yönlendirebildiğini savunmaktadır. Odaklandıkları nokta "insanlar medya ile ne yapıyor?" sorusudur. Yani, Liberal yaklaşımın başlıca sorunsalı, medya etkileridir (Tekinalp ve Uzun, 2009: 118). Bu yaklaşıma göre, eğer etki istenilenden farklı ya da

daha az şekilde gerçekleşirse; bu, iletişimin başarılı olmadığı anlamına gelmektedir. Liberal yaklaşım, başarısız bir iletişim gerçekleştiği takdirde bu başarısızlığın sebeplerini ve aşamalarını inceleyerek sorunu çözme eğilimi içerisindedir (Fiske, 1996: 16).

2.1.1. Geleneksel Medyanın Özellikleri

Medyanın özellikleri bütün KİA'nın ortak özelliği olarak görülmektedir. Genel olarak medyanın dört özelliği bulunmaktadır. Bunlar; merkeziyetçi yapı, tek yönlü iletişim, sınırlı içerik ve gönderen kontrollü değildir (Aktaş, 2007: 117).

Geleneksel medyanın ilk özelliği haber/mesaj içeriğinin üretilmesi, paylaşılması ve sahipliği anlamında merkeziyetçi bir yapıya sahip olmasıdır (Başer, 2010: 44; Çakır, 2007b). Çünkü bu haberlerin toplanması, hazır hale getirilmesi ve sunulması haber merkezleri, haber kuruluşları ve haber çalışanları tarafından yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası bazda gerçekleştirilmekte ve kitlelere doğrudan iletilmektedir.

Geleneksel medyanın ikinci özelliği, tek yönlü bir iletişim sağlamasıdır. Haberler ve mesajlar tek taraflı olarak aktaran tarafından iletilmektedir. Geleneksel medya, belli bir noktadan topluluklara mesaj iletmeye programlanmıştır ve hedef kitle edilgendir (Akyol, 2015: 16). Bu özellik, geleneksel medyanın tanımını içermektedir. Geleneksel medya; bir noktadan birçok noktaya yani bir vericiden birçok alıcıya iletişimin yapıldığı ve alıcıların sınırlı geri dönüşte bulunabildiği iletişim şeklidir (Straubhaar ve Larose, 1997: 11). Bir başka deyişle, haberler ve mesajlar, bir noktadan çıkarak toplumun heterojen kesimlerine iletilir. Toplumun diğer kesimlerinin, bu haberlere ve mesajlara yorum yapma veya bunları değiştirme, düzeltme ya da ortadan kaldırma ihtimali oldukça düşüktür. Bu yüzden de geleneksel medya tek taraflı bir iletişim olarak görülmektedir. Bu iletişimde mesajı aktaran az sayıdadır. Bu araçlara ulaşmak, mesajlara cevap vermek, tartışmak oldukça zordur (Çakır Aydın, 2004: 118). İletiyi alanların cevap verme ya da tepki verme ihtimali az olduğu için bu haberlerin ve/veya mesajların kontrol edilebilme ihtimali de aynı oranda düşüktür.

Medyanın üçüncü özelliği, sahip olduğu haberlerin/mesajların içeriğinin sınırlı olmasıdır. Bunun en temel nedeni bu haberlerin ya da mesajların kısıtlı bir ortamda üretilmesinden kaynaklanmaktadır. Gazetelerde var olan sayfa sınırları, televizyon ve radyolarda var olan süre sınırı, bir haber/mesajla ilgili enformasyonun tam anlamıyla verilememesine neden olmaktadır (Kara, 2005: 123). Dolayısıyla yer ve süre sınırı,

içeriklerin sınırlanmasını da beraberinde getirmektedir. Seçilen içerikler medya sahiplerinin tutumlarına ve yayın siyasetine bağlıdır. Bu yüzden bazı içerikler daha kısa bazı içerikler daha uzun tutulabilmektedir.

Medyanın son özelliği ise, haber ve mesajların gönderici kontrollü olmasıdır. Kamusal ve özel yayıncılık tarafından belirlenen içerikler, gündem oluşturacak¹³ şekilde, belirli bir ideoloji ile, belirlenen bir sürede, medya aracılığıyla kitlelere ulaştırılmaktadır (Çaycı, 2016). Geleneksel medyada gönderilen bu mesajlardan hangisine öncelik verileceği, hangisinin öne çıkarılacağı ya da hangisine daha fazla süre ayrılacağı, medya sahiplerinin ideolojileri/tutumları ve yayın siyaseti ile bağlantılıdır. Medyanın öne çıkardığı ya da diğer bir deyişle gündemine aldığı konular kamuoyu oluşturması bakımından önem taşımaktadır. Bireyler, kamusal ve diğer konuları KİA'lerden öğrenmektedir. Aynı zamanda bir konuya ne kadar önem atfedecekleri de KİA'lar tarafından belirlenmektedir (McQuail ve Windahl, 2010: 132).

2.1.2. Geleneksel Medyanın İşlevleri

Medya, toplumun geniş kesimlerine ulaşarak, büyük bir pazar ve dünya ekonomisine yön veren sektör haline gelmiştir (Tekinalp ve Uzun, 2009: 20). Buna ek olarak, kamusal alandaki değişiklik ve demokratikleşme medyanın rolü ile ilgilidir¹⁴. Çağdaş kamusal alan, medyanın normatif anlamda ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır (Wolton, 2012: 28-29). Bu bağlamda medyanın işlevleri üzerinde durmak gerekmektedir.

Demokratik rejimlerde, medyanın iki temel işlevi bulunmaktadır. Bunlardan ilki medyanın yasama, yürütme ve yargıdan sonra gelen dördüncü güç olma özelliğine

¹³ Gündem belirleme modeli en basit ifade ile, kamuoyu gündeminin medya tarafından belirlenmesi anlamına gelmektedir. Medya aslında bireylerin ne düşüneceğini belirleyecek güce sahip değildir fakat bireylerin neyi düşüneceğini belirleyebilir. Buna ek olarak son dönemlerde yapılan araştırmalar, medyanın neyin, nasıl düşünülmesi gerektiğini, etkileyebileceğini de göstermektedir. Gündem belirleme modeli konuların seçimini, ne kadar süre haber değeri taşıdığını ve kamuoyu üzerinde ne kadar etkili olduğunu göstermektedir (Terkan, 2007: 563). Medya seçtiği haberler ve onların yayın sürelerini kontrol ederek kamuoyunun gündemini belirlemektedir.

¹⁴ Kamusal alan açısından medyanın işlevleri önemlidir. Fransız sosyolog Gabriel Tarde, medyanın işlev ve etkilerini açıklayan bir kamusal alan modeli geliştirmiştir. Tarde'nin kamusal alan modeline göre; gazetelerin yaygınlaşması ile kahvehane ve salonlarda müzakereler gerçekleşmeye başlamıştır. Bu model dört unsurdan oluşmaktadır: basın, müzakere, kamuoyu ve eylemdir. Aynı zamanda bu model kitle/kamu, cemaat/cemiyet ayrılığı üzerinden şekillenmektedir (Aktaran Katz, 2006). Kısaca ona göre kamuyu şekillendiren medyadır (özellikle gazetelerdir). Basın kahvehanelerde bir müzakere ortamı oluşmasına, müzakereler kamuoyunun şekillenmesine kamuoyu ise düşüncelerin eyleme dönüşmesine neden olmaktadır. Bunlar bilinçsiz kitleler tarafından değil bilinçli bir kamu tarafından gerçekleştirilmektedir.

dayalı denetlemedir. İkincisi ise “serbest düşünce pazarı” oluşturmastır. Medya bu işlevini ancak tekelleşmenin önüne geçildiği durumlarda ortaya çıkarabilir (Atabek, 2002: 231). Bundan dolayı medya, kamusal ve sosyal bir yapı olarak görülmektedir. Yukarıdaki işlevlerle bağlantılı olarak geleneksel medyanın toplumu haberdar etme ve bilgilendirme, kültürel devamlılık, toplumsallaştırma, diyalog ortamı sağlama ve eğlendirme, gibi beş ayrı işlevinden söz etmek olanaklıdır (Usluata, 1995: 77). Eleştirel yaklaşıma göre ise medyanın işlevleri, her ne kadar yukarıda sayılan beş işlevden ibaret gibi görünse de aslında, bunlardan tamamen farklıdır. Eleştirel yaklaşımda medya, var olan kapitalist sistemin devamını sağlamakta ve bir bilinç üretimi gerçekleştirmektedir.

Medyanın ilk işlevi, bireyleri ve toplumu haberdar etme ve bilgilendirmedir. Medya, belirli zümreye, kişilere, gruplara, medya sahiplerine ya da siyasal elitlere çıkar sağlamamalıdır. Onun esas işi, farklı düşünce yapılarına yer vererek gündelik olaylar ile ilgili tam ve kapsamlı bilgiler sunmak, eleştirilere olanak sağlamak, bireylere ve toplumlara ihtiyacı olan bilgiyi eksiksiz ve doğru olarak aktarabilmektir (Çakır, 2007b: 40).

Medya bireylere ve topluma bir iletişim ortamı oluşturur. Toplumda var olan gruplar ve kuşaklar arası etkileşimi ve kültürel farklılıkları gösteren bir ortam hazırlayarak toplumsallaştırmayı diğer bir deyişle toplumsal bütünleşmeyi sağlar (Cuilenburg, 2010: 103). Kamusal alana katılım için gerekli olan bilinçlendirme ve ortak bir kültür ve amaç doğrultusunda hareket edebilme de toplumsal bütünleşme ile gerçekleşmektedir. Medya toplumsallaştırma işlevi ile bağlantılı olacak şekilde toplumun amaçlarını ve birbirinden farklı değerlerini canlandırarak bireyler ve toplum üzerinde bir motivasyon sağlamaktadır (Savaş, 2004: 2). Buna ek olarak geleneksel medya siyasal toplumsallaşmanın da önünü açabilir. Zira siyasal toplumsallaşma sürecinde bireyler, siyasal bilgileri ve değerleri medyadan elde etmektedir (Dursunoğlu ve Kömür, 2018: 414).

Medyanın diğer bir işlevi, toplumu ilgilendiren veya onların yararına olan konuları servis etmek, toplumu objektif bir şekilde bilgilendirmek ve toplumu düşünceye sevk edecek şekilde bir diyalog ortamı oluşturmaktır (Vural, 2012: 96). Medya, kamusal ve özel alan arasında karmaşıklığı gidererek, farklı görüşlerin varlığını sürdürebileceği bir diyalog mekânı görüntüsü sergilemektedir (Yoğurtçu, 2016).

Kapitalist toplumsal formasyonda boş zaman değerlendirme araçları arasında ilk sırayı medya almıştır (Uğurlu, 2007: 298). Başka bir deyişle medya, bireyleri eğlendiren ve boş zamanlarını değerlendirdikleri bir araçtır. Çünkü medya hem kolay ulaşılabilir hem de diğer eğlencelere göre daha az bir maliyete sahiptir. Medya, bireylerin gidemedikleri yerleri, televizyon ekranlarından evlerine taşır ve radyodan müzik dinleyerek, gazeteler, dergiler ve kitaplarda yer alan magazin, karikatür vb. yazılarla eğlenceli vakit geçirirler.

Yukarıda izah edilen ve medyayı olumlayıcı işlevlere karşı, eleştirel yaklaşım medyanın objektif olması beklenen, haber verme ve iletişim ortamı sağlama süreçlerine dışarıdan müdahale edilebildiğini savunur. Medya ile toplumsallaşma gerçekleşmemekte, hegemon sınıfın düşüncelerine rıza gösterilmesi sağlanmaktadır. Ayrıca medya eğlence işlevi ile bireyleri uyuşturmaktadır. Bu yüzden de medya yukarıda sayılan işlevlerini beklenildiği şekilde yerine getirememektedir. Medya, işlevleri hakkındaki hassasiyetlerini mevcut konjoktüre göre ve çıkarlarını ön planda tutacak şekilde gerçekleştirmektedir (Barabas ve Jerit, 2009: 85).

Aslında medyanın sunduğu haberler, kapitalistleşme süreciyle birlikte metaya dönüşmüştür. Haberler kar etme amacı ile kullanılan bir araç ya da bunu sağlayan bir ideolojidir (Yağlı, 2009: 4). Althusser'in de belirttiği gibi ideoloji, medyayı da içeren kurumlar tarafından üretilebilmektedir. Devletin ideolojik aygıtlarının hepsinin amacı aynıdır ve kapitalist sömürü ilişkilerini yeniden üretir (Althusser, 2002: 43). İdeolojik bir aygıt olan medya, egemen düşünceye karşı olan düşünceleri manipüle eder ve neyin gündemi oluşturacağına karar verir (Köker, 1998: 73). Kısaca medya toplum üzerindeki olaylar karşısında rıza üretici bir aparatır. Bir ideolojik aygıt olarak muhaliflere ya da azınlığa ait düşüncelerin topluma yayılmasına fırsat vermez (Karataş, 2019: 257).

Toplumı yöneten azınlığın, toplumun diğer kesimleri üzerinde, ideoloji ve kültürel kontrolü tesis edilebilmesi gereklidir. Bu doğrultuda rızayı üreten en önemli güç KİA'lardır (Tılıç, 1998: 44). Egemen sınıfın düşüncelerini topluma dağıtan organik aydınların içinde köşe yazarları, genel yayın yönetmenleri vb. KİA'nda çalışanlar da bulunmaktadır. Organik aydınlar¹⁵ düşünce üretmekle kalmayıp aynı zamanda içinde

¹⁵ Özellikle üretim ve yeniden üretim süreçlerinde medya, egemen ayrıcalıklı grupların ekonomik, sosyal, toplumsal ve siyasal gündemlerini halka benimsetmeleri açısından etkili araçtır. Bu noktada Gramsci'nin organik aydını kadar Bourdiue'nün Doxasophus" kavramı da önem kazanmaktadır. Doxauphus "kendini-bilgin-sanat-görüş-teknisyeni" anlamına gelmektedir. (Bourdieu, 2006: 15) Bu kanaat teknisyenleri kısıtlı

buldukları sınıfın çıkarları doğrultusunda proje geliştirirler (Karacasulu, 2009: 60). Bu düşünceler dil vasıtasıyla yayılır. Medya, düşüncelerin üretildiği ve yeniden üretildiği bir yerdir (Yaylagül, 2010: 98). Medya, egemen değerleri topluma aktararak hegemonyayı yeniden üretme çabasıdır (Yaylagül, 2010: 101). Dolayısıyla medya, toplumdaki çoğunluğun, egemen düşünceye rıza göstermesi için bilgileri çarpıtabilmektedir.

Medyanın eğlence işlevi de bir bakıma kültür endüstrisinin parçasıdır. *“Kültür sanayisinin, tüketiciler üzerindeki tasarrufu eğlence vasıtasıyla dolayımlandırılmaktadır. Eğlence, geç-kapitalizm koşullarında çalışmanın uzatılmasıdır ve mekanikleştirilmiş çalışma süreciyle yeniden başa çıkmak için bu süreçten kaçmak isteyenlerce aranmaktadır”* (Horkheimer ve Adorno, 1996: 26-27). Diğer bir deyişle medyanın eğlence işlevi kişilerin gerçeklerden kaçması için kullanılabilir. Verilen haberler eğlenceli ve magazinsel bir biçimde sunulmaktadır. Çünkü alıcıların medyada konumlanması, eğlenceli olmayan haberlere ilgi göstermeyecek şekildedir. Bu yüzden medya, eğlenceyi ön plana çıkarır ve alıcıların sanal mutlulukla beslenmesini bekler (Yağlı, 2009: 54). Medya, objektif haber verme ve bilgilendirme, eşit ve özgür diyalog ortamı sağlama gibi işlevlerinden uzaklaştığı ölçüde meşruiyetini kaybetmektedir. Objektif bir şekilde bilgiye ve haberlere ulaşabilme hakkı düşünce ve ifade özgürlüğü açısından oldukça önemli olmasına rağmen medyadaki tekelleşme ve çıkar odaklı faaliyetler kamusalıktan uzaklaşılmasına neden olmaktadır.

2.1.3. Kamusal Alan ve Medya: Kamusal Hizmetin Dönüşümü

Kamusal alan tartışmalarında, medya oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü neoliberal düzen ideolojik hegemonyayı kurarken medyadan büyük ölçüde yararlanmaktadır. Kamusal alan ve medya arasındaki ilişki, kamu hizmeti yayıncılığı ile bir arada düşünülmelidir (Kejanlıoğlu, 2010: 693). Fakat 1980’li yıllarda küreselleşme ve neoliberalizm ile birlikte medya sektöründe bir değişim meydana gelmiştir. Medyanın, kamusal iletişimin temeli olan, haber alma ve toplumu bilgilendirme işlevi, kitle iletişim araçlarıyla sembolik üretimlere neden olmuştur (Kaya, 2009: 111-112).

bilgi birikimi ile toplumdaki kanaatlerin üretimini ve yeniden üretimini medya aracılığıyla gerçekleştirerek çeşitli toplumsal pratikler oluşturmaktadır. Kanaat teknisyenleri hem iktidarın hem de neoliberal sistemin devamı için, tartışılan meselelerin onların belirlediği çerçevede tartışmasının ve kamuoyunda oluşacak olan kanaatlerin iktidarın istediği biçimde üretilmesini sağlarlar (Parlak ve Değirmenci, 2015: 17). Aynı zamanda bu teknisyenler, neoliberalizm bağlamında gerçekleşen tasfiye sürecini toplum içinde doğallaştırarak kader/fitrat haline getirebilir (Parlak ve Tangün, 2018: 12). Sonuç olarak medya ve kanaat teknisyenleri egemen çıkarlar doğrultusunda kamuoyu oluşturmaktadır.

Neoliberal politikalar çerçevesinde, özellikle yayıncılık alanında, kamu hizmeti ve yararına ilişkin düzenleyici kurallar ortadan kaldırılmış, medyada tekelleşme ve uluslararasılaşma yönünde bir sermaye akışı gerçekleşmeye başlamıştır (Adaklı, 2010: 68). Bunun sonucunda özelleştirme ve deregülasyon uygulamaları ile kamusal tekeller oluşmuştur. Vatandaşların temel hakkı olan düşünce ve ifade özgürlüğünün korunmasına yönelik olarak varlığını sürdüren kamusal müdahaleler ortadan kaldırılmıştır (Kaya, 2009: 115). Bu sürecin bir sonucu olarak da medyanın ağırlığı, ticari yayıncılık yapan özel kuruluşlara geçmiştir (Kaya ve Çakmur, 2015: 574). Kamunun sahip olduğu radyo ve televizyonlara ek olarak özel radyo ve televizyon yayıncılığı başlamış, kamu hizmeti ve yararı anlayışının terk edilmiştir.

Medyada inşa edilen hayat ile kamu göz ardı edilmiştir. Toplumdaki kamusal olan çoğu mekanların, eşyaların ve hizmetlerin özelleştirilmesi ile özel çıkarlar öncelik kazanmış ve kolektif eylemde bulunmak oldukça zorlaşmıştır (Hobsbawm, 2007). Kamusal alanın varlığı için bulunması gereken kamusal ve kolektivizm kaybolmaya başlamıştır. Kamunun göz ardı edilişi ile akılcı ve eleştirel tartışmanın önü kesilmiş ve kitlelerin medya dolayımı güdümlenmesi başlamıştır. Böylece var olan ideolojik alt yapı korunarak, ulusal sınırlar içinde var olan kamusal üretim ve tüketim mantığının yerini özel sektör almıştır (Koç, 2015: 100). Bunun bir sonucu olarak siyaset bir gösteriye, kamu ise pasif tüketicilere dönüşmüştür. Kamusal üretimin yerini tüketimin almasıyla ve özel sektörün bu alana girişiyle, çoğulculuk önemsenmeyerek kamusal alanın içi boşalmaya başlamıştır. Dolayısıyla medya, özel çıkarlar doğrultusunda hareket ederek, kamusal alan olmaktan çıkıp tüketim alanı haline gelmiştir. Aynı zamanda kamusal olaylar ile ilgili haberler azaltılmıştır (Curran, 1997: 141-142). Bu da eleştirel düşüncenin ortadan kalkmasına ve kamusal alanın yitirilmesine sebebiyet vermektedir. Çünkü “kamusal alan eleştirel bir siyasetin olduğu yerde vardır” (Çelebi, 2010: 279). Bu süreçte medya yöneticilerinden oluşan yeni bir sınıf oluşmuştur ve seçkinler medyanın özellikle ideolojik anlamda işlevlerinin değişmesine neden olmuştur (Şen ve Avşar, 2012: 43). Çünkü, medya toplumdaki özel çıkarlara göre konum almaya başlamıştır. Bahsi geçen dönüşüm sürecinde medyanın, “devletten bağımsız”, “tarafsız” ve “kamu bekçisi” olmasına ilişkin değerlendirmeler aslında rıza üretimi ile ilişkilidir (Şen ve Avşar, 2012: 49). Çünkü medya, kendisine ilişkin bu değerlendirmeleri kullanarak, bir güven inşa etmekte ve kitlelerin rıza göstermesine yol açmaktadır.

Toplumsal sorumluluk kavramı ile bir arada düşünülduğünde, medyanın faaliyetlerini, kamu hizmeti anlayışı çerçevesinde gerçekleştirmesi beklenir. Toplumsal sorumluluk ise, medya sahiplerinin kâr amacına değil, kamu çıkarına yönelik bir kavramdır. Medyanın özellikle kamuyu bilgilendirme işlevi çerçevesinde doğru, nesnel, yeterli ve hakça davranması beklenir (Kaya ve Çakmur, 2015: 575). Fakat medyanın gücü siyaset ile olan yakın ilişkisinden gelmektedir. Dolayısıyla neoliberal çağda medya kamu adına hareket ettiğini ve kamuya hizmet verdiğini iddia etse de aslında siyasal çıkarlara göre hareket etmektedir.

Düşünce ve ifade özgürlüğünün kullanılabilmesi ve vatandaşların pasif tüketici konumundan çıkabilmesi, medyanın çoğulcu düşünceye yer vermesiyle gerçekleşebilir. Bu yüzden de iletişim alanında tekelleşmenin önüne geçilmesi ve kamusal alanın korunması gerekir. Ancak 1980 sonrası dönemde toplumsal eşitlik ve ifade özgürlüğü gibi kamusal alanın varlığını etkileyen değerler ciddi bir şekilde aşınmıştır. Neoliberal politikalara karşı durabilecek toplumsal güçler hemen hemen her alanda dışlanmaya maruz kalmıştır (Adaklı, 2010:69).

2.2. Yeni Medya ve Web Teknolojileri

Teknolojik gelişmeler çerçevesinde oluşan yeni dünya, eski alışkanlıkları, eski araçları, eski kültürel yapıları ve uygulamaları hızlı biçimde değiştirmektedir. Yeni teknolojiler ile “eski medya” ya da “geleneksel medya” olarak adlandırılan klasik kitle iletişim araçları yerini web 2.0 teknolojileri sonucu ortaya çıkan “yeni medya” ya da “sosyal medya”ya bırakmıştır. Teknolojik, ekonomik, yasal ve sosyal yönlere dayanan ve yeni medya oluşumuna yol açan tarihsel bir dönüşümden söz etmek olanaklıdır. Kitle iletişim araçlarından yeni medyaya doğru gerçekleşen bu tarihsel dönüşüm aynı zamanda web 1.0’dan web 2.0’a dönüşümü de karakterize etmektedir (Rosa, 2012: 145).

McLuhan’ın “küresel köy” (*global village*) kavramı üzerinden düşünülduğünde, sürekli dönüşen ve gelişen teknolojilerle birlikte, küresel çapta kullanıcı merkezli olarak üretilen siyasal, sosyal ve kültürel içerikler, çift yönlü bir şekilde ve anlık olarak paylaşılmaktadırlar. Böylece iletişim mesafe ve yer tanımaz bir hal almıştır (McLuhan ve Powers, 2015: 3). Yaşanılan toplum, internetin de etkisiyle artık bir ağ toplumuna evrilmiştir. Bu düzen içinde internette uzak olmak toplumdan da uzak olmak demektir. Aynı zamanda küreselleşme sonucunda internet ve internet özelinde de sosyal medya,

küresel bir fenomen olarak ortaya çıkmaktadır (Castells, 2014: 136). Bu bölümde yeni medya kavramı ve özellikleri, Web 1.0 ve Web 2.0 teknolojileri açıklanmaktadır. Buna ek olarak, sosyal medya kavramı, yeni medya geleneksel medya farkları, yeni medyanın geleceği ve bunların kamusal alan ile ilişkisi üzerinde durulmaktadır.

2.2.1. Yeni Medya Kavramı ve Özellikleri

20. yüzyılın son çeyreğinde internet teknolojileri giderek yaygınlaşmıştır. Geleneksel medyanın sahip olduğu görsel ve işitsel iletişim süreci enformasyon teknolojileri ile yenilenerek dijital ortama taşınmıştır. Yeni medyanın ortaya çıkışı, 1830'lara kadar yani ilk olarak Charles Babbage'nin analitik makine üretmesinden başlayarak modern anlamda dijital bilgisayarların gelişmesine kadar geriye götürülebilmektedir (Manovich, 2001). Bu süreçte hem bilgisayar teknolojilerinde hem de medya teknolojilerinde gelişmeler yaşanmıştır. Teknolojik gelişmeler sonucunda, iletişim alanında ortaya çıkan bu ortam, yeni medyadır (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3350).

Yeni medya araçları kendiliğinden oluşmamış, geleneksel iletişim ortamlarının ve araçlarının çok yönlü dijital platformlara dönüşmesi sonucunda ortaya çıkmıştır (Misçi, 2006: 128). Fakat bu yeni medyanın geleneksel medyayı topyekûn ortadan kaldırdığı anlamına gelmez. Geleneksel medya değişip dönüşerek dijital ortamla bir uyumlanma sürecine girmiştir (Fidler, 1997). Bu yüzden de alan yazında geleneksel medya ve yeni medya ayrımı bulunmaktadır. Aynı zamanda yeni medya kavramında yer alan "yeni" diğer araçların eskidiği anlamına da gelmemektedir. Bu sıfat yeni teknolojik gelişmeler ve yeni iletişim şekli ile ilgilidir (Cardosa, 2006: 124). Her ne kadar öyle olmasa da "yeni" sıfatı eklenerek daha iyi ya da daha olumlu etkileri olabilecek gibi bir izlenim de oluşturulmuştur (Lister vd., 2009: 11). Yoğun internet kullanımıyla birlikte geleneksel medya araçlarının kullanımında bir gerileme meydana gelmiştir. Çünkü artık online ortamlar üzerinden haberler okunabilir, müzik dinlenebilir, oyun oynanabilir ve alışveriş yapılabilir durumdadır. Bu değişiklikler hem farklılıklar sağlamış hem de diğer alanlarda değişim ve düzenleme gereksinimi ortaya çıkarmıştır (Yılmaz, 2011: 138).

Geleneksel medya ile yeni medya arasındaki en önemli fark, yeni medyada bulunan etkileşim ögesidir. Böylece izleyici/okuyucu/kullanıcı içeriklere katkıda bulunabilmektedir (Timisi, 2003: 133). Geleneksel ve yeni medya arasındaki farklar aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 2: Geleneksel Medya ile Yeni Medya arasındaki Farklar (Aktaş, 2007: 107)

| Geleneksel Medya | Yeni Medya |
|--|---|
| Kanal sayısı azdır. | Kanal sayısı fazladır. |
| Gönderici tarafından kontrol sağlanır. | Alıcı tarafından kontrol sağlanır. |
| Tek yönlü bir ileti bulunmaktadır. | Birbiri ile etkileşimli ve çift yönlüdür. |
| Sınırlı sayıda içerik bulunmaktadır. | Oldukça çok sayıda ve çeşitli içerikler bulunmaktadır. |
| Kapsama alanı bölgesel ve/veya küresel olabilir. | Kapsama alanı küreseldir. Sadece bir bölgeye ait değildir. |
| Yasalar, meslek ve ahlak ilkeleri tarafından kontrolü sağlanabilmektedir. | Kontrolü Teknik aygıtlar ve izleme yoluyla sağlanabilir. |
| Eş zamanlıdır. | Eş zamanlı değildir. |
| Bir noktadan çıkıp birden çok noktaya ulaşabildiği için merkeziyetçi bir yapısı bulunmaktadır. | Birden çok noktadan çıkarak yine birden çok noktaya ulaşabildiği için yapısı merkeziyetçi değildir. |

Dijital bir kodlama sistemi bulunan, aktörleri arasında eş zamanlı bağlantı kurabilen, çok katmanlı, hızlı ve yoğun iletişime olanak sağlayan araçlar olarak “yeni medya”nın (Dijk, 2014: 146) çeşitli özellikleri bulunmaktadır. Tablo-3’te farklı araştırmacıların yeni medyaya dair belirledikleri özellikleri izlemek olanaklıdır.

Tablo 3: Yeni Medyanın Özellikleri

| Rogers (1986: 5-7) | Manovich (2001: 49-63). | Lister, Dovey, Giddings, Grant, ve Kelly (2009: 13). | Binark (2014: 16) | Dijk (2014: 146). |
|---|---|---|--|--|
| - Etkileşim - Kitlesizleştirme - Eş zamansızlık | - Sayısal Temsil - Modülerlik - Otomasyon - Değişkenlik - Kod | - Dijitallik - Etkileşimlilik - Hipermetinsellik - Ağ Bağlantılılık - Simüle Edilmişlik | - Dijitallik - Etkileşimlilik - Hipermetinsellik – Çoklu Medya Bicimselliği - Kullanıcı türevli içerik üretimi - Mevcudiyet hissi ve yayılım | - Yöndeşme ve Bütünleşme - Etkileşim - Dijital Kodlama ve Hipermetinsellik |

Araştırmacılar yeni medyaya farklı açılardan yaklaştıkları için yeni medyanın özellikleri konusunda tam bir uzlaşa sağlanmamıştır. Çeşitli araştırmacılar tarafından belirlenen yeni medyanın özelliklerinden ortak olanlar aşağıda açıklanmıştır.

- **Dijitallik ve Kodlama:** Geleneksel medyada verilerin çoğunlukla fiziksel olarak işlendiği görülmektedir. Yeni medya teknolojilerinde ise bu veriler dijital ya da daha basit bir deyişle sayısal halde bulunmakta ve işlenmektedir. Bu sitelerin hepsi sayısal bir şekilde temsil edilmektedir. Yani matematiksel algoritmalar, sayılardan ve kodlardan oluşmaktadır (Manovich, 2001: 49-50). Bu veriler analog olmaktan çok sıfır ve birden oluşan sistemi ifade etmektedir. Yeni medyanın en önemli özelliği ses, veri, metin ve görüntünün alt yapısı aynı kalacak şekilde aktarılması, elde edilmesi ve depolanması imkanını sağlayan dijitalleşmedir (McQuail, 2005: 137).

- **Etkileşimlilik ve Bütünleşme:** Yeni medyanın etkileşim özelliği, uzamsal bağlamda belli bir ortamda, zamansal bağlamda hem eşzamanlı hem de eş zamansız, eylemsel bağlamda hem kullanıcı hem de iletici arasında gerçekleşmektedir. Zihinsel bağlamda ise yapılan paylaşımlar algılanmakta ve yorumlanmaktadır (Dijk, 2014: 146). Yeni medyanın etkileşim özelliği olmazsa olmazdır ve yeni medya araçlarının tamamı etkileşim özelliğine sahiptir. Bu özellik sayesinde yeni medyada çift taraflı bir veri akışı bulunmaktadır. Böylece hem veriyi alan hem de veriyi gönderen kaynak durumuna geçebilmektedir (Rogers 1986: 5-7). Kullanıcılar birbiriyle iletişime geçebildiği gibi yeni medya araçlarıyla da etkileşime girebilmektedir. Çünkü yeni medyanın otomasyon özelliği çerçevesinde, yeni medya kullanıcılar olmadan da içerik üretimine devam edebilmektedir (Manovich, 2001: 52-53). Aynı zamanda yeni medyadaki veri iletimi, kitleler arası iletişim teknolojileri ile birlikte tek bir noktada toplanarak bir bütünleşme sağlamaktadır (Dijk, 2014: 146).
- **Hipermetinsellik:** Geleneksel medyanın aksine yeni medya, bireylere sonu olmayan bir metin ağı sunmaktadır. Böylece kullanıcıların eş zamanlı olarak birden fazla metine erişebilme imkânı bulunur. Hipermetin denilen bu yeni metin, çok geniş, birbirine bağlı, tutarlı ve sayısız metnin varlığını ifade etmektedir (Binark, 2014: 17). Etkileşim ve hipermetinsellik arasında gezinme, keşif ve yapılanma gibi çeşitli bağlantılar vardır (Lister, Dovey, Giddings, Grant, ve Kelly, 2009: 25-26). Bu bağlamda, ortaya hiper-medya kavramı çıkmaktadır. Hiper-medya ses, resim, video ve metin gibi medyada kullanılan birden fazla türün bir araya getirilmesiyle oluşmaktadır (Manovich, 2001: 38). Görüntü, ses, şekil gibi elemanlar bir araya gelerek farklı temsilleri oluşturmakta ama ayrı ayrı da kimliklerini korumaya devam etmektedir. Bu yeni medyanın modüler olmasından kaynaklanmaktadır (Manovich, 2001: 51).
- **Sanallık:** Yeni medyada çoğunlukla sanal dünyalar, mekanlar, nesnelere (şeyler), benlikler ve kimlikler bulunmaktadır. Aslında var olan uygulamaların hemen hemen hepsinde yeni medya teknolojileri çeşitli sanallıklar üretmektedir (Lister vd., 2009: 35). Sanallık beraberinde eş zamansızlık (asenchronizasyon) kavramını getirmektedir. Eş zamansızlık, yeni medyanın, bireylerin kontrol altına alamadığı zaman olgusuna dair

çözümüdür. Böylece bireyler birbirilerine istedikleri an mesaj gönderebilmekte ve karşılıklı iletişime geçebilmektedir (Rogers 1986: 5-7).

- **Ağ Bağlantılılık:** Geleneksel medyanın ortaya koymuş olduğu kaynak ve kullanıcı süreci yeni medya ile kısmen bir çözülme sürecine girmiştir. Çünkü geleneksel iletişim sürecinde var olan tek taraflı ve pasif kullanıcı yerini çift taraflı ve aktif bir iletişime bırakmıştır. Bir kaynaktan birden çok alıcıya veri, bilgi ya da haber akışı sağlanabileceği gibi bir alıcıya özel bilgi, veri akışı da gerçekleşebilmektedir. Böylelikle her kullanıcıya farklı içerik sunulmaktadır (Rogers 1986: 5-7). Yani yeni medyanın kişiye özel olarak değişen bir yapısı bulunmaktadır (Manovich, 2001: 55-56) Bu yüzden de yeni medya ile homojenlik kaybedilerek bir heterojenlik oluşmuştur (Lister vd., 2009: 30-31).
- **Simüle Edilmişlik:** Yeni medyanın son özelliği simüle edilmişliktir. Sanallik kavramı simülasyon kavramı ile yakın ilişki içinde olduğu gibi aynı zamanda tanımlanması da oldukça zordur. Simülasyon yapaydır, sentetiktir, imal edilmiştir fakat kesinlikle sahte, yanlış ya da aldatıcı demek değildir. Örneğin video oyunları orijinal yaratıkları ya da bireyleri taklit etmese bile bu onun var olmadığı ya da aldatıcı olduğu anlamına gelmemektedir (Lister vd., 2009: 38).

2.2.2. Web 1.0'dan Web 2.0'a Geçiş

Yeni medyanın ortaya çıkışı web¹⁶ teknolojilerinin gelişmesi ile Web 1.0'dan (Monolog Web) Web 2.0 (İnteraktif Web) teknolojilerine geçiş ile mümkün olmuştur. Bu geçişi sağlayan en önemli unsur kuşkusuz internettir¹⁷. İnternet “dünyanın dört bir

¹⁶ Web, fikri 1989 yılında ilk olarak Tim Burners-Lee tarafından ortaya atılmıştır. World Wide Web (genellikle web olarak bilinir), internet ile eşanlımlı değildir, ancak teknolojik ağları kullanan insanların etkileşime girdikleri tekno-sosyal bir sistem olarak tanımlanabilen en önemli kısımdır.

¹⁷ İnternet özellikle son on yılda oldukça gelişmiştir. Şu an toplam internet kullanıcı sayısı 3,9 milyar civarındadır ve bu sayı her geçen gün artmaktadır. İnternet teknolojilerinin kökenleri 60'lı yıllara kadar uzanmaktadır. İnternet 50'lerde var olan soğuk savaşın da bir sonucu olarak, 60'lı yıllarda ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu'ndaki (DARPA:US Defence Department Advanced Research Projects Agency) uzmanların iletişim ağlarına yönelik bir saldırı halinde iletişimin devamını sağlaması amacıyla ortaya koyulan projenin bir sonucudur (Castells, 2008: 7). Bu proje ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) yani Amerikan Gelişmiş Savunma Araştırmaları Dairesi olarak anılmaya başlanmıştır (Ryan J. , 2010). 1990'lara kadar bu ağlar genellikle askeri amaçlarla kullanılmışlardır (Tapscott, 1998: 78; Schiller, 1999; Hafner ve Iyon, 2000: 90). 90'lı yıllarda ARPANET projesi sona ermiş ve internet diğer alanlara yayılmıştır. İnternet ortaya çıktığı ilk dönemde üniversitelerde ve şahıslar özelinde kullanılmaya başlamıştır. Bu evrede internet özgürlüğe, zamansızlığa dayalı ve alışveriş yapılmasını sağlayan bir siber ütopya alanı olarak görülmüştür. Medyanın oluşturmuş

yanındaki veri ağlarını ve bilgisayarları birbirine bağlayan bilgisayar ağıdır” (Gülsoy, 1997: 265). Aynı zamanda internet, bireylerin zaman ve mekân sınırını ortadan kaldırmaktadır (Shields, 1996: 6). İnternet toplu halde bulunmayan bir kütüphane, bütün bireylerin kendi haberciliğini yapabileceği bir yayın ortamı ve dünyanın geri kalanına ulaşmak için kullanılabilir bir iletişim ve pazarlama ortamı olma niteliğini taşımaktadır (Ersöz ve Meral, 2007: 149).

Web 1.0, ilk web ağıdır ve 1989 yılında İsviçre'nin Cenevre kentinde CERN'de (Avrupa Nükleer Araştırma Örgütü) çalışan Tim Berners-Lee tarafından oluşturulmuştur. Bilgi bağlantı ağı veya biliş / algılama ağı olarak tanımlanmıştır. Web 1.0, tüketicinin bilgileri değiştiremeyeceği, çok az etkileşime sahip olan, salt okunur bir web olarak kabul edilmiştir. Bireylerin rolü oldukça pasiftir (Patel, 2013: 410). Bu dönemde HTML dil kodlaması ve telefon üzerinden çevirmeli ağ bağlantıları kullanılmaktadır. Arama motorları oldukça yavaştır. Aynı zamanda hem görsel hem de işitsel anlamda içerikler çok gelişmemiştir. Bireylerin pasif rolü ile bir arada düşünüldüğünde internet genel olarak bireyler için bir okuma yapma, araştırma (Kara, 2013: 30) ve ayrıca çeşitli programları ve dosyaları indirme alanıdır (Aşman Alikılıç, 2011: 5). Web 1.0 bilgi alma ve geri bildirim olarak bilgi gönderebilme şeklinde bir alt yapıya sahiptir. Yani Web 1.0, web'in temelde “kaynak olarak adlandırılan ilgili öğelerin Tekdüzen Kaynak Tanımlayıcıları (URL'ler) olarak adlandırılan global tanımlayıcılar tarafından belirlendiği bir bilgi alanıdır. Diğer bir deyişle web'in ilk halini ifade eden bir yeniden yapılanmadır (Al-Khalifa ve Al-Salman, 2006: 2).

Web 2.0 terimi ise, 2004 yılında O'Reilly ve MediaLive International arasında düzenlenen bir konferansta beyin fırtınası oturumunda O'Reilly Media'nın başkan yardımcısı olan Dale Dougherty tarafından resmen tanımlanmıştır (Aghaei, Nematbakhsh, ve Farsani, 2012: 3). Web 2.0, internetin bir platform olarak var olmasına neden olan bir iş devrimidir ve bu yeni platformda başarılı olmak için kuralları anlamak oldukça önemlidir. Bu yüzden daha fazla insan kullandıkça daha iyi olması için ağ etkilerini kullanan uygulamalar oluşturulması gerekmektedir (O'Reilly, 2006). Web 2.0 aslında ikinci kuşak interneti yani toplumsal iletişimi sağlayan siteleri, vikileri, blogları, diğer bir deyişle internet kullanıcılarının ortaklaşa ortaya koyduğu

olduğu pasiflikten aktörleri kurtaracağı düşünülen internet, askeri ve üniversite çevrelerini birbirine bağlayarak daha çok siyasal ve ekonomik alana yayılmaya başlamıştır (Başlar, 2013: 824). 90'lı yıllara gelindiğinde ABD dışında diğer ülkeler de benzer araştırma projeleri yapmaya ve interneti ticari bir alan olarak kullanmaya başlamıştır (Timisi, 2003: 123).

enformasyonu ve paylaşımları oluşturan bir sistemdir (Erkul, 2009: 112). Kısaca web 2.0 dinamik yapılı, demokratik unsurlar içeren, birey odaklı, değişebilen ve sosyal bir platformdur (Balubaid, 2013: 408).

Web 2.0 teknolojilerinde bireyler, içerik tüketicisi olmaktan çok katkıda bulunan, yorum yapan, içerik üreten ve bunu paylaşan konuma sahiptirler. Yani bu teknoloji ile birlikte internet, katılımcı bir platforma dönüşmüştür. Kullanıcılar ve katılımcılar arasındaki iletişim gücü kuvvetlenerek yeni tekniklerle fikirler bir araya gelmiştir (Ashraf ve Lakhtaria, 2011: 204). Web 2.0 teknolojileri etkileşimi, iş birliğini ve iletişimi desteklemektedir (Kurilovas ve Juskeviciene, 2015: 1380). Böylece internet kullanıcılarının enformasyon kaynağını sürekli tüketmek yerine enformasyon üretebildiği bir döneme geçilmiştir. Web 2.0 ile, çok bilgisi olmayanlar ve sıradan bireyler bile online araçlar vasıtasıyla enformasyon üretebilir hale gelmişlerdir. Web 2.0 popüler bir teknoloji aracı olmanın ötesinde aslında buldukları dönemin yeni bir dönem olduğuna inananların fenomenidir (Rigby, 2008: 6).

Web 1.0 ile web 2.0 teknolojilerinin farkları şunlardır:

Tablo 4: Web 1.0 ve Web 2.0 Karşılaştırması (Patel, 2013: 411)

| Web 1.0 (Monolog Web) | Web 2.0 (İnteraktif Web) |
|---------------------------------|---------------------------------|
| Okuma | Okuma-Yazma |
| Şirketler | Topluluklar |
| Müşteri Sunucusu | Eşler Arası |
| HTML, Portallar | XML, RSS |
| Sınıflandırma/Taksonomi | Etiketler |
| Sahip Olan | Paylaşım |
| Halka Arz | Ticari Satış |
| Netscape | Google |
| Web Formları | Web Uygulamaları |
| Çevirmeli | Geniş Bantlı |
| Donanım Maliyetleri | Bant Genişliği Maliyetleri |
| Konferanslar | Konuşma/Sohbet |
| Reklam | Ağızdan Ağıza |
| Web Üzerinden Satılan Servisler | Web Servisleri |
| Bilgi Portalları | Platformlar |

2.2.3. Yeni Medyanın Geleceği: Web 3.0, Web 4.0 ve Web 5.0 Teknolojileri

2006 yılında John Markoff *New York Times* gazetesinde yayınlanan makalesinde ilk defa Web 3.0 kavramından bahsetmiştir (Patil ve Surwade, 2018: 127). Web 3.0 kavramı, CERN Laboratuvarlarında HTML dilini geliştirerek web bilgi paylaşım ağını kuran ve ilk web tarayıcısı yazılımını geliştiren Tim Berners Lee tarafından ortaya atılmıştır (Kück, 2004: 2). Bu teknolojinin web 2.0'dan farkı enformasyonun

yorumlanabilmesinde ve anlamlandırılabilmesinde ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle söz konusu teknoloji semantik (anlamsal) olarak adlandırılmıştır.

Web 3.0'ın en önemli özelliği enformasyonun gerçek şahıslar tarafından değil makineler ve bilgisayar sistemleri tarafından okunmasıdır (Aghaei, Nematbakhsh, ve Farsani, 2012: 5). Kısaca web 3.0, dünya çapında makineler tarafından işlenebilecek şekilde bağlanmış bir enformasyon ağı ya da küresel bağlantılı bir veri tabanı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu ağın asıl amacı internet üzerinden makineler tarafından okunabilir içerik sunmak ve paylaşımda bulunan kullanıcıların daha az iş yapmasına olanak sağlamaktır (Hassanzadeh ve Keyvanpour, 2011: 28). Böylece bir yandan kullanıcılar web içeriğini okuyup anlamlandırırken öte yandan makineler, bahsi geçen verileri anlamlandırma süreci için hazırlayacak ve uygulamalar yeniden kullanılarak yeni içerik oluşturulabilir hale gelecektir (Gümüş, 2008: 9-10). Web 3.0'ın kapsamını, çoklu tarayıcısız içerik erişimi, yapay zekâ teknolojilerini geliştirme, web'in sahip olduğu veri tabanını desteklemeyi, konum tabanlı bilgi birleştirme süreci oluşturmaktadır (Naik ve Shivalingaiah , 2009: 501). Web 3.0'ın ulaşacağı en son yer, bireylere özgü öğrenme eylemi gerçekleştirebilen ve kullanıcılarının sahip olduğu bazı davranışları ve alışkanlıkları kendi bünyesine eklemeyerek mantıksal çıkarımlarda bulunan ve buna göre hareket edebilen akıllı robotlardır (Cho ve Giustini, 2008: 13).

Web 3.0, “insan iş birliğini destekleyen ağa bağlı dijital teknolojiler” (Fuchs, 2008: 127) tarafından oluşturulmuştur. Diğer bir deyişle Web 3.0 teknolojilerinde sadece sözcükler değil aynı zamanda anlam öne çıkarılarak, bireyselleştirilmiş aramalara imkân verecektir. Örnek olarak farklı iki kişi aynı kelimeyi kullanarak bir arama yaptığında bu kişiselleştirilmiş özelliklerden kaynaklı olarak farklı sonuçlara ulaşabilecektir.

Web 3.0'ın bir üst versiyonu olduğu düşünülen Web 4.0 (Simbiyotik web) teknolojilerinin ise aslında tanımı tam olarak yapılabilmemiş değildir. Ancak bu teknolojilerin okuma, yazma, uygulama ve eşzamanlılık gibi akıllı etkileşimler üzerinden gelişen bir ağ olacağı düşünülmektedir. Bu simbiyotik ağ ile insan ve makinelerin yapmış olduğu eylemlerle birbirini tamamlayan bir etkileşim platformu olacağı düşünülmektedir (Hassanzadeh ve Keyvanpour, 2011: 29). Web 4.0 ultra akıllı elektronik temsilci, simbiyotik web ve aynı zamanda her yerde bulunan (*Ubiquitous*) web olarak kabul edilebilir. Basit bir ifadeyle, makineler ağın içeriğini akıllıca okuyacak ve web sitelerini hızlı ve kaliteli bir şekilde yükleyen ve daha fazla komut

veren ara yüzler oluşturmak için ilk önce neyin çalıştırılacağına karar vereceklerdir (Patel, 2013: 416).

Web 4.0 teknolojileri, kişiselleştirilmiş yeni bir kullanıcı etkileşimi modeli ortaya koymaktadır ve bunlar sadece bilgiyi göstermekle sınırlı kalmayıp kullanıcının gereksinimlerine de somut çözümler sunan akıllı bir ayna gibi davranmayı önermektedir (Nath ve Iswary, 2015: 338). Web 4.0'ın en kritik gelişmelerinden biri, çevrimiçi işlevselliğin fiziksel dünyaya geçişidir. Örneğin kullanıcılar araba anahtarlarını veya uzaktan kumandalarını bulmak için çeşitli Google uygulamalarını kullanılabileceklerdir (Patel, 2013: 416; Nath ve Iswary, 2015: 339). Diğer bir deyişle sanal gerçeklik odaklı ağlardır. Zamana, mekâna ve programlara bağımlı olmadan web üzerinden erişilebilen uygulamalar halini alacaktır.

Her ne kadar bloglarda ya da web sitelerinde alevli tartışmalar gerçekleştirilse ve Youtube videoları güldürebilse de çoğu zaman web duygusal olarak düz bir ortamdır. Diğer bir deyişle duylara duyarlı bir alan değildir. Çünkü web, bireylerin duygusal durumunu ve belirli bilgi edinme alışkanlıklarımızı bilmemektedir. Duygusal eksiklik farklılığı Web'in potansiyelini sınırlamaktadır (Kambil, 2008: 58). Buna rağmen *Emotive Systems* şirketinin "nöro teknoloji"si vasıtasıyla kullanıcıların duygularını karşılayan içerikle etkileşime girmelerini ya da gerçek zamanlı yüz ifadelerinde değişiklik yapmalarını sağlayan avatarlar oluşturulmuştur (Patel, 2013: 416). Kısaca Web 5.0'da (Duyusal/Emotiv Web) bir sonraki yönetsel zorluk, kullanıcılar için zengin, duygusal olarak rezonans deneyimler oluşturmak için etkileşimleri gerçeğe uyarlamak olacaktır. Buna ek olarak duygular söz konusu olduğu için bireyler bazında manipülatif ve yıkıcı bir alan olabilme potansiyelini de beraberinde getirmektedir (Kambil, 2008: 58).

2.2.4. Web Teknolojileri, Filtre Balonları, Yankı Odaları ve Kamusal Alan

"Toplumda, bilginin, fikirlerin, tartışmaların, ideal olarak sınırsız biçimde dolaşımını sağlayan ve aynı zamanda siyasi iradenin oluşumuna izin veren iletişimsel alanların bir takımıydı" olarak (Dahlgren, 2005: 148) değerlendirildiğinde kamusal alanın, müzakereye yol açan talep ve bilgilerin geliştirilmesiyle, kamusal diyaloga ve akıl yürütmeye izin vermesi gerektiği görülmektedir. Bu öneriler doğrultusunda, araştırmalar, internet ortamında kamusal alanın canlanmasını sağlama potansiyeline odaklanmıştır (Holt, 2004). İnternette vatandaşlar siyasi tartışmalara ve müzakerelere

daha fazla maruz kalmaktadır. Brundidge (2010) kasıtsız bir şekilde maruz kalındığında, internetin siyasal tartışma ağlarının heterojenliğini arttırmaya katkıda bulunduğuna dair kanıtlar bulmuştur. Bu kasıtsız maruz kalma, internetin, insanların siyasi farklılıklara başvurma ihtimalleri olmasa bile, istemeden siyasi farklılıklara maruz kalmalarını kolaylaştırmasından kaynaklanmaktadır (Brundidge, 2010: 695-696).

İnternet ortamında heterojen görüşlerin varlığı ile kamusal alanın oluşması ya da canlanacağına dair var olan bu bakış açısına çeşitli eleştiriler de getirilmiştir. Web teknolojilerinde yukarıda da bahsedildiği üzere, anlam ve kişiselleştirme öne çıkarılmış ve kişilere göre farklılaşan aramalar yapmaya imkân vermiştir. Yani web teknolojileri kişiselleştirilmiş bir bilgi akışı sunmaktadır. Kişiselleştirilmiş bilgi akışına yönelik olarak eleştiri de bulunan Eli Pariser “filtre balonu” kavramını ortaya atmıştır. Bu kavram, Facebook, Twitter ve Youtube gibi sosyal medya kullanıcılarının, bu ağların sahip olduğu algoritmalar sayesinde, kendileri ile aynı ya da benzer eğilimleri bulunan kişiselleştirilmiş geribildirim döngülerinde kapalı kalmaları anlamına gelmektedir (Pariser, 2011). Diğer bir deyişle filtre balonları, filtreleme seçeneği ve web teknolojilerinin kullanıcılara özel geliştirdiği arama motorları ile kişiselleştirilmiş hale gelen içeriklerin ortaya çıkarabileceği potansiyel sorunlara vurgu yapmaktadır. Dijital ortamdaki bu kişiselleştirme, ilgiler, tutumlar ve görüşlerle uyuşmayan içeriklerin görünmesini engelleyen filtrelerle gerçekleşmektedir (Maccatrozzo, 2012: 391). “*Filtre balonları, kullanıcıları için bir illüzyon oluşturarak tercihlerinin, beğenilerinin kendilerine ait olduklarına dair bir ikna sistemi oluşturmaktadır. Gerçekte bu ikna sistemi Adorno ve Horkheimer’in (2010: 168) üretici güçler tarafından oluşturulan şematizmin sınıflandırmasına dayalıdır*” (Oğuz, 2018: 6).

Örneğin Google, sözde ihtiyaçlarımıza göre uyarlanmış "kişiselleştirilmiş" sonuçları düzenleyerek aramalarımızı izler. Facebook, reklamlarımızı hedeflemek için beğenilerimizi, giriş zamanlarımızı ve diğer ölçümlerimizi toplar. Netflix algoritması Cinematch'ten Kuzuların Sessizliğini sevenlerin genellikle Oz Büyücüsü'nü sevdiğini doğru tahmin eder (Samuels, 2012). Negroponte'nin (1995) “Daily Me” kavramı da bu çerçevede düşünülmektedir. Gazetecilerin, hangi haberlerin haber değeri olduğunu belirleyen kapı bekçileri olarak gördükleri gazeteler ve TV haber bültenleri aracılığıyla tüketilen bilgilerin aksine, Daily Me, her bireyin tercihlerine ve ilgi alanlarına göre uyarlanır. Bu seçim her ne kadar özgür bir seçim gibi görünse de aslında hazırlanan şablonların tercih edilmesinden ibarettir. Bu yüzden de filtre balonları aslında “öz-

seçimli enformasyon hapishanesi”dir (Dijk J. v., 2016: 321). Bu kişiselleştirilmiş filtreler, neyin görülmek istenmediğini, nerede fazla vakit geçirildiğini ve duraklatma yapıldığını takip ederek kayıt altına alır. Böylece her bir kullanıcı için farklılık gösterecek şekilde bir internet modeli oluşturur.

Pariser’in filtre balonları ile ilgili iki temel endişesi bulunmaktadır. İlk endişesi, filtre balonlarına maruz kalan, siyaset ile ilgilenen insanlar ile eğlence haberleri tüketmeyi tercih edenler arasındaki sivil ilişkilerde bu algoritmaların eşitsizliği arttırmasıdır. İkinci endişesi ise, net bir partizan tercihi olanlar için, algoritmaların “kendilerinden olmayan tarafı” gönüllü olarak görmek isteseler bile, görme/denk gelme oranını azaltmasıdır (Pariser, 2011). Bu endişelerin temeli, web sitelerinin sahip oldukları algoritmalar ile, kullanıcının amacı ve ilgileri doğrultusunda öngörüle bulunarak, arama motorlarına ve kullanıcıların tercih ettikleri içeriği gösteren sosyal paylaşım sitelerine dayanır. Bu hizmetler ile kullanıcılar sadece görmek istedikleri şeyi görürler ve kendi düşüncelerinin ya da sahip oldukları düşüncelerin dışına çıkamayacak şekilde filtre balonlarının içine hapsolurlar. İlk bakışta kullanışlı gibi görülen bu seçici maruz kalma zamanla kutuplaşmaya neden olmaktadır (Sunstein, 2004: 59). Bunun bir sonucu olarak, filtre balonları, özellikle Web 2.0 ve Web 3.0 teknolojileri çerçevesinde, çevrimiçi toplulukların kendi özel inanç alanları içinde kalmasını sağlayarak sosyal gruplar arasındaki kutuplaşmayı ve önyargıyı arttırır (Parsell, 2008). Aynı zamanda bu kapalı alanlar, belirli bir perspektifin sürekli tekrarlanması yoluyla pekiştirilebileceği yankı odaları olarak da görülebilmektedir (Arora, 2015: 2).

Yankı odası etkisine göre, çevrimiçi siteleri kullananlar bir yandan istemedikleri düşüncelerden ya da tutumlardan uzaklaştırılırken öbür taraftan kendi fikirlerinin sürekli pekiştirilmesine maruz kalmaktadırlar. Böylece kullanıcılar dijital ortamda karşıt görüşlere ulaşamazlar, sadece kendi fikirleri ya da tutumları ile paralel olan bireylerle ilişki kurma eğiliminde bulunurlar ve homojen gruplar oluştururlar (Colleoni, Rozza, ve Arvidsson, 2014: 319). Yankı odası etkisi internet ortamında karşıt görüşlerin varlığı ile kamusal alanın oluşması açısından iyimser görüşlere yönelik bir eleştiri niteliğindedir (Narin, 2018: 240). Geçmiş davranışlarıyla inşa edilmiş ve güçlendirilmiş bilişsel bir alana yerleştirilmiş olan bireyler “kısır döngüye” yakalanırlar, yani daha fazla bilgi arayışı, önceki sonuçlara dayanan bilgiler üretir (Zarsky, 2002: 37). Bu, filtre balonlarını genişleten ve “kamusal alanı” birçok baloncuğa dağıtarak daha fazla siyasal

kutuplaşmaya neden olan ve kendini güçlendiren bir geri bildirim mekanizmasıdır (Fuchs, 2012: 33).

2.3. Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak: Sosyal Medya

İnternet günümüzde oldukça değerli bir içerik üretimi için aracı bir platform konumundadır. Geleneksel medya araçları ile kıyaslandığında erişebilirlik ve yaygınlaşmanın oldukça fazla olduğu görülmektedir (Lester, 2012: 118). Sosyal medya da bu internet iletişim araçlarının en yaygın şekilde kullanılanı konumundadır. Buna ek olarak internet kullanıcı sayısı ve bunun bir sonucu olarak sosyal medya kullanıcısı sayısı her geçen gün daha da artmaktadır.

Sosyal medya daha çok yeni medyanın bir alt kümesidir ve yeni medyanın sosyal yönünü vurgulamak için kullanılan bir kavramdır. Sosyal medyayı yeni medyanın içinde ayrı bir kategoriye sokan şey, sosyal medyanın etkileşimli doğasıdır. Sosyal medyanın, oluşturulan yeni medyanın dağıtım mekanizmasından bağımsız olarak kendine özgü bir değeri bulunmaktadır. Çünkü metin, video, ses... vb. etkileşimli uygulamalar oluşturulup internette yayınlanabilmekte ve ayrı bir içerik oluşturulabilmektedir. Sosyal medya ve yeni medya birbirinin yerine kullanılabilen kavramlar değildir. Yeni medya ve geleneksel medya farklı olduğu gibi aynı zamanda yeni medya ve sosyal medya da birbirinden farklı kavramlardır. Yeni medya geleneksel medyada var olan yazılı, görsel ve işitsel araçların dijital ortam ile buluşmasıdır. Sosyal medya ise, yeni medyanın gelişmesi sonucu ortaya çıkan araçlardır (Gönenli ve Hürmeriç, 2012: 213-214). Sosyal olmadan yeni bir medya oluşabilirken, tanımı gereği, yeni medya olmadan sosyal medya oluşmamaktadır.

Sosyal medya hem ulusal hem de küresel bazda oldukça büyük bir gelişme göstermiş ve vatandaşlar, aktivistler, sivil toplum ve devlet kuruluşları tarafından kullanılarak toplumun vazgeçilemeyecek bir parçası olmuştur (Shirky, 2011: 28). Yeni teknolojilerle ortaya çıkan sosyal medya ile pasif konumdan aktif konuma geçen bireylerin yaşantısı, toplumsal, siyasal ve hatta ekonomik bağlamda değişikliğe uğramıştır. Bu bölümde sosyal medya kavramı üzerinde durularak, sosyal medyanın gelişimi, tanımı, özellikleri, avantajları ve dezavantajları açıklanmaktadır. Bu kavramların ilerde bahsedilen kavramların, tabloların ve şemaların anlaşılmasında faydalı olacağı düşünülmektedir.

2.3.1. Sosyal Medyaya Dair Tanımlar

Sosyal medya iki ayrı eğilimi içinde barındırır. Kullanıcıların sosyal medyanın birçok türünü benimseyebildiği ilk eğilimde kullanıcılar sosyal medyada çeşitli araçları kullanmaktadırlar Dijital teknoloji kullanımını barındıran ikinci eğilimde kullanıcılar farklı sosyal medya araçları kullanabilirler (Quan-Hasse ve Young, 2010). Sosyal medyaya dair yapılan tanımlamalar birbirinden farklılaşmaktadır. Tanımlarından önce sosyal medyanın sözlük tanımını ortaya koymak faydalı olacaktır. Sosyal medya kendisini kullananların içerik oluşturmaya olanak sağlayan ve oluşturulan içeriğin paylaşılmasını mümkün kılan, çeşitli sosyal ağlara katılmasını sağlayan web siteleri ve uygulamalarına verilen genel bir addır (Dictionary O., 2019). Sosyal medyaya dair yapılan tanımlamalar aşağıdaki Tabloda özetlenmektedir.

Tablo 5: Sosyal Medyaya Dair Tanımlar

| Tanımlayan | Sosyal Medya Tanımı | Tanım |
|---|---|---|
| Boyd ve Ellison Collier Kaplan ve Haenlein Kotler ve Keller Poyntner Scott ve Jacka Zimmerman ve Ng | Teknoloji / İnternet Tabanlı Uygulamalardır | Sosyal medya, çok fazla noktadan çok fazla kişiye ulaşabilen (Poynter, 2012), Web 2.0'nin ideolojik ve teknolojik temellerini baz alan, içeriğin oluşturulmasına ve değiştirilmesine olanak tanıyan (Scott & Jacka, 2013; Kaplan ve Haenlein, 2010: 61), sosyal etkileşimde bulunulan ve çevrimiçi kullanılabilen (Collier, 2012: 11, Zimmerman ve Ng, 2012: 12, Kotler ve Keller, 2015: 642), kullanıcıların profiller oluşturabileceği, çeşitli listeler hazırlayabileceği, listelere özel paylaşımlarda bulunabileceği (Boyd ve Ellison, 2008: 211) internet (teknoloji) tabanlı uygulamalar ve/veya hizmetlerdir. |
| Boyd Onat Ryan | Çatı Terimidir | Sosyal medya bir çatı/Şemsiye terimidir. Sosyal medya, teknolojiyi, girişimciliği, yazı, fotoğraf, video, ses ile birleştirerek (Onat F. , 2010: 105), kullanıcıların içerik oluşturmaya ya da var olan bir içeriği değiştirmesine izin veren (Boyd D., 2014: 6), kullanıcılarının birbirleri ile sosyal bir etkileşime girebildikleri (Ryan D., 2017: 201) uygulamalardır. |
| Constantinides ve Fountain Mandiberg | Web 2.0'dır | Web 2.0'nin sahip olduğu "sosyal" özelliğinden kaynaklı olarak sosyal medya kavramı kullanılabilir (Fuchs C., 2016: 49; Constantinides ve Fountain, 2008: 232; Mandiberg, 2012: 208). |
| Akıncı Vural ve Bat Eröz ve Doğdubay Ertaş Safko Shu-Chuan ve Kim Zappavigna | Sosyal Olma / İletişim Kurmaktır | Sosyal medya, bireylerin sahip oldukları fikirleri, internet aracılığıyla paylaşmak ve karşılıklı iletişim kurabilmek ve onay alabilmek için kullanılan (Eröz ve Doğdubay, 2012: 134), teknoloji tabanlı, dinamik, içerik oluşturulabilen, etkileşim ve katılıma dayalı, çift yönlü ve dijital (Ertaş, 2015: 19; Shu-Chuan ve Kim, 2015: 293; Zappavigna, 2012: 2) zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldırarak, görüşlerin tartışıldığı ve anlık paylaşıldığı (Akıncı Vural ve Bat, 2010: 3349), sosyalleşmek için kullanılan medyadır (Safko, 2012: 4) |
| Gupta ve Brooks Lariscy, Avery, Sweetser ve Howes Yamamoto ve Şekeroğlu | Küresel Çapta Oluşturulmuş Sanal Mekanlardır | Sosyal medya, küresel çapta sınırların ortadan kalktığı ve özgürce paylaşım yapıldığı sanal mekanlar ile birbirleriyle iletişim halindeki kullanıcıları buluşturan teknolojilerdir (Gupta ve Brooks, 2013: 24-25; Yamamoto ve Şekeroğlu, 2014: 11). Sosyal medya hızlı ve anlık bir iletişim sağlayarak, global çapta tüm ağları kapsayan enformasyonun aktarılma ve paylaşılma mecrasıdır (Lariscy vd., 2009: 314). |

Yukarıda belirtilen tanımların ortak yönleri incelendiğinde, sosyal medyanın, web 2.0 teknolojilerinin gelişmesi sonucunda ortaya çıkan, küresel bağlamda bir içerik üretilmesini ve bunun paylaşılmasını, kullanıcıları arasında karşılıklı ve çift yönlü etkileşimi ve iletişimi sağlayan sosyal ve dijital bir araç olduğu görülmektedir.

2.3.2. Sosyal Medyanın Gelişimi

Sosyal medya kavramının ortaya çıkışı her ne kadar web 2.0 teknolojileri ile gerçekleşmiş olsa da kavramın pratiğe dökülmüş hali 1979 yılında Duke Üniversitesi lisansüstü öğrencileri Tom Truscott ve Jim Ellis'in kullanıcılarının karşı tarafa mesaj göndermesinin önünü açan dünya çapında tartışmaya olanak veren Usenet'in kurulumuyla gerçekleşmiştir (Rehmani ve Khan, 2011: 100). Fakat günümüz şekliyle sosyal medya dönemi, 1998 yılında Bruce ve Susan Abelson'un "*Open diary*" (açık günlük)'i kurarak çevrimiçi günlük yazmak isteyen bireyleri bir araya getirmesiyle başlamıştır. "*Weblog*" tanımı da ilk defa bu dönemde kullanılmıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 60). 90'lı yıllarda internetin şimdi olduğu gibi hızlı olmaması ve oldukça yavaş bir şekilde kullanılması göz önüne alındığında, web'in gelişmesi ile birlikte internet oldukça hızlanarak, yayılma ve yaygınlaşma sürecini de beraberinde getirmiştir.

Her ne kadar 1995 yılında Randy Condras tarafından kurulan "*Classmates*" ilk sosyal ağ sitesi olarak düşünülse de Boyd ve Ellison'a göre ilk tanınabilir sosyal ağ sitesi 1997 yılında kurulan ve kullanıcılarına profil oluşturma, arkadaş ekleme ve onlara mesaj gönderme olanağı sunan "*SixDegrees*"'dir (Boyd ve Ellison, 2008: 214). Çünkü "*Classmates*" ve "*SixDegrees*" de olduğu gibi profil oluşturma, arkadaş ekleyebilme, mesaj atabilme özellikleri bulunmamaktadır. Bu sitede kişiler lise veya kolejdən arkadaşlarını bulabilir ve diğerlerinin profillerini görebilir (Weinberg, 2009: 151).

1997-2001 döneminde kişisel ve profesyonel profil oluşturulmasına imkan veren, arkadaş olmak için onay istemeyen ve arkadaş listeleme özelliği bulunan, *AsianAvenue Blogger* (1999), *Black Planet* (1999), *LiveJournal*(1999), *Migente* (2000), ve *LunarStorm* (2000) topluluk araçları ortaya çıkmıştır (Boyd ve Ellison, 2008: 214). 2001 yılındaki *Ryze.com* ile bireyler iş ağı geliştirebilmekte ve profil oluşturmaktadırlar. *Ryze.com*'u *Tribe.net* ve *LinkedIn* gibi iş dünyasında kullanılan siteler takip etmiştir. 2002'de kurulan *Friendsetter* ise iş dünyasında ve arkadaşlık sitesi olarak da kullanılmıştır (Binark vd., 2009: 27; Durmuş vd., 2010: 22-23).

2003 ve 2004 yıllarında sosyal medya araçlarının oldukça çeşitlendiği görülmektedir. Bu çeşitlenme içeriklerini de etkilemiştir. Örneğin *Flicker* fotoğraf merkezli bir paylaşım aracı iken, *Facebook* o yıllarda her ne kadar sadece Harvard içinde kullanılsa da daha çok içerik paylaşımını olarak kullanılmıştır (Bostancı M., 2015: 56). Özellikle 2005 yılında sosyal medya çeşitliğinin oldukça fazla olduğu görülmektedir. Sosyal medyanın son dönemdeki güçlü aktörlerinden biri olan *Twitter* 2006 yılında, *Instagram* ise 2010 yılında kurulmuştur.

2014 yılına gelindiğinde hem ulusal hem de küresel bazda birçok sosyal medya mecrası bulunmaktadır. Bu dönemde sosyal medya endüstrisine oldukça yatırım yapılmış ve rekabet üst düzeye çıkmıştır. 2015 yılında milyarlarca insan bu sosyal medya mecralarını kullanmaktadır. Binlerce yardımcı kanal oluşturularak bir sanal dünya kurulmuştur. 2016 yılından içinde bulunduğumuz döneme kadar bir değerlendirme yapıldığında bu araçların da yerini farklı arayışlara bıraktığı görülmektedir (Eraslan, 2016: 12). Web 3.0 teknolojilerinin konuşulduğu bu dönemde, sosyal medyada tekelleşmek için kıyasıya bir rekabet vardır. Bu sosyal medya mecralarının, ayakta kalabilmek ve kullanımlarını arttırmak için kendilerini sürekli olarak güncelledikleri bilinmektedir. Özellikle tekelleşmelerin arttığı bu dönemde kendilerini sürekli yenileyemeyen sosyal medya platformları, kullanıcı kaybetmekte ve hatta kapanmaktadır. Sosyal medyanın gelişimine dair yapılan bu açıklamalara ek olarak aşağıda sosyal medya araçlarının tarihsel sıralamasına ait tablo verilmiştir.

Tablo 6: Sosyal Medya Araçlarının Tarihsel Sıralaması

| Yıl | Sosyal Medya Aracı |
|------|---|
| 1997 | SixDegrees |
| 1999 | AsianAvenueBlogger, LiveJournal, BlackPlanet |
| 2000 | Migente, Lunarstom |
| 2001 | Ryze, Cyworld, Wikipedia |
| 2002 | Friendsetter, Fotolog, Skyblog, Last.Fm |
| 2003 | MySpace, Couchsurfing, LinkedIn, Tribe.net, Open BC/Xing, Hi5, Secondlife |
| 2004 | Facebook (Harwardkullanımı), Orkut, Dogster, Flickr, Catster, Digg, Multiply, aSmallWorld, Piczo, Mixi |
| 2005 | Youtube, Bebo, Wordpress, Yahoo360, Ning, Facebook (lise ağı olarak), AsianAvenue, BlackPlanet (tekrar) |
| 2006 | Facebook, Twitter, VK, WindowsLive Spaces, QQ |
| 2007 | Tumblr |
| 2009 | Foursquare |
| 2010 | Instagram, Pinterest, Weibo, Google Buzz |
| 2011 | Google+, Snapchat |
| 2012 | Vine, Tinder, Thumb, Sulia, Pheed |
| 2013 | Medium, Vidy, Click |
| 2014 | Atmospheir, Learnist |
| 2015 | Periscope, Scorp |

Sosyal medyanın gelişimi ile birlikte, sosyal medya araçları hem içerik hem de kullanım amacı açısından zaman içinde oldukça çeşitlenmiştir. Genel olarak bakıldığında bütün sosyal ağ sitelerinin en temel özelliğinin kullanıcı kitlesini özelleştirerek, sahip olduğu kullanıcılar arasında bir ilişki kurma aracı olmasıdır (Tuten ve Solomon, 2014). Böylece bu ağlar çeşitlenerek farklı kitlelere hitap edebilir hale gelmiştir. Birbirinden farklı yapılara, özelliklere ve amaçlara sahip olan bu ağların doğal olarak hedef kullanıcı kitlesi de paralel doğrultuda farklılık göstermektedir. 20. yüzyıl sonlarına doğru ortaya çıkan yeni teknolojik gelişmeler ile 21. yüzyılda sosyal medya oldukça ilerlemiştir. Bu gelişim tahminlerin ötesinde gerçekleşmiştir. Bu yeni mecralar ile düşüncelerin yayılması ve benimsenmesi hususunda önemli adımlar kaydedilmiştir (Özutku vd., 2014: 81).

2.3.3. Sosyal Medyanın Özellikleri

Daha önce de değinildiği üzere sosyal medya ile ilgili birçok farklı yaklaşım ve değerlendirme bulunmaktadır. Bu yüzden sosyal medya araçlarının ortak özellikleri üzerinde durmak faydalı olacaktır. Bu ortak özelliklerin tespiti hem tasnifini hem de belirleyicilerini ortaya koymak açısından oldukça faydalıdır. Sosyal medya platformlarının her birinin kendine has özellikleri bulunmaktadır. Tablo -7’de bu araştırmacılar ve sosyal medyaya dair belirledikleri özellikler gösterilmektedir.

Tablo 7: Sosyal Medyanın Özellikleri

| Kim, Jeong, ve Lee (2010: 218) | Williams, Rice, ve Rogers (1988) | Mayfield (2008: 5) | Lerman (2007: 16) | Treem ve Leonardi | Boyd (2009) |
|--|--|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Çevrimiçi bağlantı kurabilme - Gruplara katılma - İletişim kurma - Üretilen içeriği paylaşma - Kendini ifade edebilme - Enformasyona ulaşma | <ul style="list-style-type: none"> - Etkileşim - Bireyselleştirme - Eşzamansızlık | <ul style="list-style-type: none"> - Katılma - Açık Olma - Görüşme - Topluluk Kurma - Bağlantılılık | <ul style="list-style-type: none"> - İçerik oluşturma ve paylaşma - İçeriğe Katkıda bulunma - İçerik Değiştirme - Sosyal Ağ oluşturma | <ul style="list-style-type: none"> Görünebilirlik - Süreklilik - Düzenleme - Birlik | <ul style="list-style-type: none"> - Devamlılık - Yeniden oluşturma Araştırılabilirlik - Ölçeklenme - Sınırsızlık |

Bunlara ek olarak Lietsala ve Sirkkunen sosyal medyada bulunan fakat bulunması zorunlu olmayan özelliklerden bahsetmişlerdir (Lietsala ve Sirkkunen, 2008: 24). İlk olarak sosyal medyanın muhakkak bir topluluk olarak görülmesi gerekmemektedir. Bireyler de kendi başlarına bir topluluğa ait olmadan paylaşımda bulunabilirler. İkinci olarak sosyal medya platformları her ne kadar ücretsiz olsa da bu bir zorunluluk değildir. Diğer bir deyişle bir sosyal medya platformunun ücretli olması

onun sosyal medya platformu olmadığını göstermemektedir. Buna örnek olarak LinkedIn verilebilir. Her ne kadar bu platforma kayıt olmak ücretsiz olsa da bazı özelliklerine ücret ödeyerek erişebildiği görülmektedir. Üçüncü olarak her sosyal medyada bir etiketleme sisteminin bulunması gerekmemektedir. Dördüncü olarak içerik hem platform içinde hem de dışında dağıtılacak diye bir zorunluluk yoktur. Çünkü içerik sadece platform içinde de dağıtılabilir. Son olarak değişmeyen ya da yenilenmeyen sosyal medya platformları da bulunmaktadır. Bu platformlar sürekli değişmiyor yenilenmiyor ya da güncellenmiyorsa bu onların sosyal medya olma özelliğinden bir şey kaybettirmemektedir. Farklı araştırmacılar tarafından belirlenen özellikler bir arada düşünüldüğünde, sosyal medyanın sahip olduğu ortak özellikler yedi maddede özetlenebilir:

- **Kullanıcı İçeriği, Kullanım Kolaylığı ve Hız:** Sosyal medyada kullanıcılar, içerik oluşturabilir, paylaşabilir, içeriklere katkıda bulunabilir, içerikleri düzenleyebilir ve sosyal ağ oluşturabilirler (Lerman, 2007: 16). Sosyal medya, her kültür ve eğitim seviyesine sahip kullanıcıların kolaylıkla paylaşımında bulunabilecekleri şekilde tasarlanmıştır. Sosyal medyada kullanıcılar, eşzamanlı olarak birden çok kişiye ulaşabilirler. Teknolojik gelişmeler ile gelen yeni medya sayesinde internet teknolojileri, herkesin kolayca kullanabileceği ara yüzler ile oluşturulmuştur (Zarella, 2011: 3-8).
- **Görülebilirlik ve Ölçülebilirlik:** Görülebilirlik; geleneksel medyada var olmayan davranışların ya da tercihlerin sosyal medya tarafından diğer kullanıcılar için görülebilir olması anlamına gelmektedir (Treem ve Leonardi, 2016: 150). Buna ek olarak, sosyal medyada kullanıcıların bilgileri depolanarak ne zamandan beri sosyal medya kullanıcısı olduğu, kaç kişiye erişebileceği ve nasıl paylaşımlar yaptığı gibi bilgiler ölçülebilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya hem araştırma yapabilmeye olanak sağlamakta hem de ölçülenebilir olmaktadır (Boyd D., 2009).
- **Zaman ve mekân sınırsızlığı:** Sosyal medyanın eş zamansız olma özelliği ile hem diğer kullanıcılara hem de oluşturulan içeriğe istenilen anda ulaşılabilir. Aynı zamanda sosyal medya, zaman ve mekândan bağımsızdır (Williams vd., 1988). Çünkü sosyal medyanın, diğer kullanıcılarla iletişime geçmeye imkân tanıyan, kullanıcı odaklı bir içerik üretimine sahip olması için zaman ve mekândan bağımsız olması gerekmektedir (Çekiç ve Erkul, 2012: 282).

- **Platformlar arası bağlantı ve Topluluk Kurma:** Sosyal medyada var olan platformlar arasında çeşitli bağlantılar bulunmaktadır. Bu bağlantılar sayesinde sahip olunan sosyal ağlar genişletilebilmektedir. Bireyler sahip oldukları bir yere ait olma içgüdüsünü sosyal medya ile tatmin edebilmektedir. Bu bağlantılar ile sosyal medya gelişip güçlenerek yayılmaktadır (Mayfield, 2008: 5).
- **Çift Yönlü İletişim ve Etkileşim:** Sosyal medya kullanıcıları arasında bir etkileşim bulunmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları, kendilerine ait sosyal medya profilleri oluşturarak, çevrimiçi bağlantılar kurup, çevrimiçi gruplara katılarak iletişim kurabilmektedirler. Aynı zamanda kullanıcılar, oluşturdukları içeriği, eklemiş oldukları arkadaş listeleri ile paylaşabilmekte ve bunlar hakkında, yorum ya da eleştiri yapabilmektedirler (Kim vd., 2010: 218). Sosyal medyada, etkileşim çift yönlüdür ve anında iletişime olanak sağlayacak şekilde gerçekleşmektedir (Williams vd, 1988). Buna ek olarak sosyal medya kimliklerin nasıl yansıtıldığı ile doğrudan ilintilidir. Sosyal medyada kullanıcılar kimliklerini yansıtarak diğer kullanıcılar ile etkileşim halinde bulunurlar. Burada önemli olan nokta kimliklerin ne kadar doğru ve tutarlı şekilde yansıtılabildiğidir (Akyazı ve Aslan, 2013: 182).
- **Katılma, Açıklık, Yalınlık ve Basitlik:** Katılma en genel anlamıyla sosyal medyada herhangi bir konu hakkında bir kanaate sahip bireylerin katılımını ve geribildirimini içermektedir. Açık olma ise sosyal medyanın herkese açık oluşuyla katılımı teşvik etmesi ve yorum ve geri bildirimde bulunabilme potansiyelini açığa çıkarmasıdır (Mayfield, 2008: 5). Kısaca, sosyal medya herkese açıktır, yalın ve kolay kullanılabilir şekilde basit dizayn edilmiştir.
- **Süreklilik:** Sosyal medya durağan değildir. Sosyal medyanın hem sürekli olarak kendini güncelleyen hem de kullanıcılar tarafından sürekli paylaşım yapılmasını sağlayan bir yapısı vardır. Sosyal medya bir süreklilik arz etmektedir. Çünkü kullanıcılar tarafından hazırlanan içerikler kalıcıdır, silinse bile izlerine ulaşılabilir. Sosyal medya içerikleri yeniden oluşturulabilir aynı zamanda tekrarlanarak kullanılabilir (Boyd D., 2009).
- **Ücretsiz olma:** Sosyal medya kullanımının hiçbir maliyeti bulunmamaktadır. Üye ya da kayıt olurken bir ücret ödenmez. Bu yüzden de kullanıcı kolaylığı sağlar (Özutku vd., 2014: 83-84). Sosyal medya profilleri

oluşturulurken hiçbir ön koşul bulunmamakta, ücret istenmemekte ve üyelikler istenildiği zaman kolaylıkla sonlandırılabilir. Sosyal medyaya kayıt olabilmek için çok eğitilmiş ya da çok kültürlü olmaya da gerek bulunmamaktadır (Balakrishnan ve Lay, 2015: 813-816).

2.3.4. Sosyal Medya Araçları

Sosyal medya siteleri içerik üretimi ve kullanım biçimleri açısından oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. Sosyal medya araçları ve platformlarının farklı kişiler (Mayfield, 2008; Weinberg, 2009; Mangold ve Faulds, 2009; Kaplan ve Haenlein, 2010; Zarrella, 2011; Safko, 2012; Erragcha ve Romdhane, 2014) tarafından farklı şekillerde tasnif edilebildiği görülmektedir. Tablo 8’de bu tasnifler özetlenmektedir.

Tablo 8: Sosyal Medya Siteleri Tasnifi

| | |
|---------------------------|---|
| Mayfield (2008) | Sosyal Ağlar Bloglar Mikrobloglar Wikiler Forumlar Podcastler İçerik Paylaşım Toplulukları |
| Weinberg (2009) | Sosyal Haber Siteleri Sosyal İşaretleme Siteleri Sosyal Ağlar Diğer İçerik Paylaşım Siteleri |
| Mangold ve Faulds (2009) | Sosyal Ağ Siteleri Yaratıcı Çalışma Siteleri Paylaşım Siteleri Kullanıcı Sponsorlu Bloglar Şirket Sponsorlu Bloglar Şirket Sponsorlu Yardım Siteleri Davet Üzerine Katılımlı Sosyal Ağlar İş Ağı Siteleri İşbirliği Siteleri Dijital Dünyalar Ticaret Toplulukları Eğitim Materyalleri Paylaşımı Açık Kaynak Program Toplulukları Sosyal İşaretleme Siteleri |
| Kaplan ve Haenlein (2010) | İşbirlikçi Projeler Bloglar İçerik Toplulukları Sosyal Ağlar Dijital Oyun Dünyaları Dijital Sosyal Dünyalar |
| Zarrella (2011) | Bloglar Twitter ve Mikro Bloglar Sosyal Ağlar Medya Paylaşımı Haber ve Etiketleme Siteleri Oylama ve Değerlendirme Siteleri Forumlar ve Sanal Dünyalar |
| | |

| | |
|-----------------------------|---|
| Safko (2012) | Sosyal Ağlar Bloglar ve Wikiler Resim Paylaşım Siteleri Ses Paylaşım Siteleri Video Paylaşım Siteleri Mikro Bloglar Canlı Yayın Siteleri Dijital Dünyalar Oyun Siteleri Verimlilik Uygulama Siteleri Toplayıcılar Arama Motorları Arama Siteleri Akıllı Telefon Uygulamaları Kişilerarası Birebir Uygulamalar |
| Erragcha ve Romdhane (2014) | Çevrim İçi Bilgi Veren/ Fikir Yayan Siteler İçerik Paylaşım Siteleri Video Destekli/ Desteksiz Gerçek Zamanlı Tartışma Araçları / Siteleri Mikro Bloglar / Araçlar Sanal Ağ Platformları Oyun Siteleri |

Yukarıdaki farklı sınıflandırma yaklaşımları göz önünde bulundurulduğunda hem diğer araştırmacılar tarafından daha sık kullanıldığı için hem de bu çalışmanın Twitter üzerine odaklaması dolayısıyla, çalışmanın amacına ve konseptine daha uygun olduğu düşünülen Mayfield'in yaklaşımı ele alınacaktır. Mayfield, daha önce de bahsedildiği üzere, sosyal medya araçlarını sosyal ağlar, bloglar, mikrobloglar, wikiler, forumlar, podcastler ve içerik paylaşım toplulukları olarak yedi ayrı kategoriye ayırmıştır (Mayfield, 2008: 6).

2.3.4.1. Sosyal Ağlar

En genel anlamıyla sosyal ağlar; kullanıcıların ücretsiz olarak kaydolup şahsi profillerini oluşturduğu ve diğer kullanıcılar ile iletişim kurduğu ağlardır. Kullanıcılar sosyal ağ sitelerinde bir profil oluşturduktan sonra arkadaşlarının arkadaşlarına dahi erişebildikleri bir sosyal ağ oluşturabilmektedir (Mayfield, 2008: 14). Bu ağlara örnek olarak Facebook, Myspace LinkedIn ve Whatsapp gibi uygulamalar verilebilir. Bu sosyal ağların kullanıcılar üzerinde sahip oldukları etkileri ve sosyalleşmeye olan katkı dereceleri farklılık gösterebilmektedir (Da Costa vd., 2011: 3). Örneğin bir sosyal ağ çoğunlukla iş amacıyla kullanılabilirken diğer bir sosyal ağ sosyalleşme amacıyla kullanılabilir. Kullanıcıların sosyal ağ sitelerinde kendi profillerini oluşturduktan sonra diğer kullanıcıların profillerinde gezebilme imkânı bulunmaktadır. Kullanıcıların profillerinde çoğunlukla gerçek dünyada sahip oldukları arkadaşlarının bulunduğu görülmektedir (Mangold ve Faulds, 2009: 361).

Kullanıcılar bu sosyal ağlar üzerinde iletişim ortamı kurmak için, kişisel bir profil oluşturmakta, çevrimiçi bağlantı kurmakta ve gruplara katılmaktadırlar. Sosyal ağ sitelerinin özelliklerinin, içerik paylaşımı yapma ve düşünceleri ifade etmeye olanak tanıma, enformasyon erişimi sağlama ve kullanıcıyı kendine bağlama olduğu görülmektedir (Kim, Jeong ve Lee, 2010). Aynı zamanda diğer kullanıcıları gözlemleyebilme imkânı sağlamaktadır (Boyd ve Ellison, 2008: 211). Sosyal ağların en önemli özelliklerinden birisi açık değildir. Sosyal ağ kullanımının genel amacı; sanal bir topluluk oluşturmak ve bu toplulukla birlikte bir amaç ya da ilgi doğrultusunda hareket ederek düşünce paylaşımında bulunmak, paylaşılan bu düşünceleri tartışmak ve sorunlara çözüm üretmektir (Özmen vd., 2012: 497). Sosyal ağlar mobil telefon ve tablet uygulamaları ile kullanıcıların hayatının içine tamamen girmiştir.

Sosyal ağların uygun bir şekilde kullanımının kamusal alanda etkili olabileceği görülmektedir. Örneğin ABD’de kamu çalışanlarına açık *GovLoop.com* platformu bulunmaktadır. Bu sitede kamu çalışanları devam eden işler, projeler ve uygulamalar hakkında düşüncelerini paylaşmakta, tartışmakta geri bildirimlerde bulunmakta ve birbirlerini bilgilendirmektedirler (Mergel ve Greeves, 2012: 43).

2.3.4.2. Bloglar

Blog kelimesi İngilizce Web ve Log kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Yani bloglar; kısa ağ günlükleridir. Bloglar özellikle içerik yönetiminde sıkça kullanılmaktadır (Zarella, 2011: 9). Böylece kullanıcılar düşüncelerini, yorumlarını ve eleştirilerini bu platformlarda paylaşabilmektedirler (Singh, Veron-Jackson, ve Cullinane, 2008: 290). Herkes açık yazılımı kullanarak maliyetsiz bir şekilde blog oluşturabilir. Blogların, internet sitelerinden farklı olarak daha çok diyalog üstüne kurulu bir yapıları bulunmaktadır. Gayri resmi bir iletişim süreci vardır ve diğer bloglar ve internet siteleri ile bağlantı kurabilirler. İçerik üzerinde değiştirme, düzenleme ve yorumlama yapılabilir (Wilcox, 2006: 83). Bloglar yazılı olabileceği gibi aynı zamanda sesli, görüntülü ve videolu da olabilir. Bloglar hem özele hem de kamuya açık bir içeriğe sahiptir (Murugesan, 2007: 35; Phillips ve Young, 2009: 10).

Bloglarda, fotoğraf, video, dosya ve link paylaşılabilir. İçerikler kronolojik olarak sıralanmakta ve arşivlenerek saklanmaktadır. Kullanıcılar, kendi profillerini oluşturduktan sonra güncelleme ile takipçilerini bilgilendirmektedirler (Alper vd., 2012: 83). Böylece bloglar sosyal ve kültürel bir ortam oluşturmaktadır.

Aynı zamanda blog yazarlarının tavsiyeleri/paylaşımları üzerine, başka bağlantılara erişebilmekte ve geriye dönük olarak takip edilebilmektedir (Pang ve Goh, 2016: 505).

Çeşitli blog türleri bulunmaktadır. Bunlar kişisel bloglar, siyasal bloglar, iş blogları temasal bloglar, yayıncıların sponsor olduğu bloglar ve kurumsal bloglardır (Mayfield, 2008: 17). Kişisel bloglar daha çok kullanıcıların yaşam deneyimlerine dayanmaktadır. Bu bloglarda hobilerine ya da bilgilerine ilişkin çeşitli deneyimlerini paylaşmaktadırlar. Siyasal bloglarda çeşitli siyasal, toplumsal ve ekonomik analizler yapılmaktadır. İş bloglarında kişilere profesyoneller ve işletmeler hakkında bilgi verilmektedir. Aynı zamanda benzer fikirlere sahip olanlara da bilgi verme amacındadırlar. Temasal bloglar genelde belli bir temaya dayanmaktadır. Bu tema eğlence, gezi, yemek vb. olabilmektedir. Sponsora sahip bloglar ise geleneksel yayın araçlarına sahip yayın organları tarafından kullanılmaktadır. Son olarak kurumsal bloglarda ise şirket çalışanları ve yöneticileri kuruma ait yazılar yer almaktadır.

Blogların kamusal alanda ve kamusal meselelerde oldukça önemli olduğu görülmektedir. Çünkü kamuya ya da kamu işlerine özel olarak oluşturulan bir blog ile vatandaşlar kamusal meseleleri tartışabilir ve geri bildirimde bulunabilirler. Aynı zamanda bu tartışmaya ilgili kamu kurumu da eklenerek merkezi bir platform oluşturulabilir (Mergel ve Greeves, 2012: 52).

2.3.4.3. Mikrobloglar

Mikrobloglar bloglara benzemektir, fakat paylaşımın karakter sayısı sınırı olması bakımından farklılık göstermektedir (Tuten ve Solomon, 2014). Karakter sayısının sınırlı olması mikroblogların popülerliğinde oldukça etkilidir (Aichner ve Jacob, 2015: 260). Aynı zamanda bloglara göre daha pratik ve daha kişiseldir. Mikrobloglar kısa cümleler, kişisel görüntüler ve videolar gibi sınırlı içeriğin hızlı paylaşımına olanak sağlamaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2011: 106; Jansen vd., 2009: 2170). Twitter, Plurk, Jaiku, Bebo ve Sina Weibo, bu mikrobloglara örnek olarak verilebilir. Mikroblogların amacı, anlık mesajlaşma sağlayarak ve sosyal ağları birleştirerek sınırlı olan içeriğin çevrimiçi paylaşımını sağlamaktır (Mayfield, 2008: 6; Zarrella, 2011: 31).

Genelde mikrobloglar 140 veya daha az karakter içermektedir (Gunelius, 2010). Mikroblog denilince akla ilk olarak Twitter gelmektedir. Çünkü Twitter diğer mikrobloglara göre daha popülerdir. Plurk Jaiku, Bebo ve Sina Weibo diğer mikroblogdur (Shu, 2014: 667). Facebook ve LinkedIn de durum güncellemesi özelliği çerçevesinde mikroblog olarak algılanabilir (Ryan D., 2017: 220). Mikroblogların

özellikle bilginin ve haberlerin hızlı yayılmasında oldukça önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Çalışmanın uygulama ayağında Twitter analizi yapılacağı için, bu bölümde Twitter'dan, özelliklerinden ve kavramlarından kısaca bahsedilmesi yararlı olacaktır.

Twitter

Twitter, kullanıcılarının düşüncelerini paylaştığı ve diğer kullanıcılar ile etkileşime geçebildiği bir ücretsiz sosyal medya ağıdır (Chaney, 2009: 116). Daha önce belirtildiği üzere Twitter 2006 yılında Jack Dorsey tarafından kurulmuştur (Zarella, 2011: 33). Kuruluş amacı şirket içi anlık olarak haberleşme/ iletişim kurma ihtiyacını karşılamasıdır (Comm, 2009).

İlk açıldığında Twitter'ın genel kullanılma prensibi “*What are you doing*” (Ne yapıyorsun?) sorusuna bir cevap niteliği taşımaktadır. Şu an ise “*What's happening*” (Neler oluyor) sorusuna cevap aramaktadır. Twitter'da 2017 yılından itibaren 140 karakter olan sınırlama 280 karaktere çıkarılmıştır. Fakat yazıya ek olarak video, fotoğraf ve link eklenebilmektedir. Kullanıcı isteğine bağlı olarak, paylaşılan içerikler herkese açık olabileceği gibi sadece kullanıcının kabul ettiği takipçilere de açık olabilmektedir (O'Reilly ve Milstein, 2009). Twitter'ın özellikleri arasında, kullanıcılar arası çift yönlü iletişim kurabilme ve anket yapabilme de bulunmaktadır. Bu özelliklere ek olarak siyasal iletişimi ve buna bağlı olarak demokrasiyi güçlendirdiği ve toplumsal hareketleri canlandırdığı da düşünülmektedir (Fuchs C. , 2016: 278-279).

Twitter'da iletiler ters kronolojik olarak sıralanmıştır (Boyd, Golder ve Lotan, 2010), böylece kullanıcılar durumlarını sürekli olarak güncelleyebilmektedirler (Barnes ve Böhringer, 2011: 2). We Are Social ve Hootsuite'in ortaklaşa düzenlediği “2019 Yılı Global Dijital Raporuna” göre Türkiye'de yaklaşık 52 milyon sosyal medya kullanıcısı ve 9 milyon Twitter kullanıcısı bulunmaktadır¹⁸. Twitter ile ilgili kullanılan kavramlar aşağıda listelenmiştir (Gunelius, 2010: 82-83):

Tweet: Twitter üzerinden gönderilen mesajlara verilen isimdir (Taprial ve Kanwar, 2012; Shi, Rui, ve Whinston, 2013: 126). Sadece 280 karakter kullanılmaktadır.

¹⁸ Bilgiler <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> sitesinden alınmıştır. Erişim Tarihi: 04.09.2019.

Retweet: Bir kullanıcının paylaşmış olduğu içeriği, onu takip eden başka bir kullanıcının paylaşmasıdır. Eğer bir retweet direkt olarak yorum yapılmadan paylaşılıyorsa, o içerikle ilgili kaç kullanıcının aynı fikri paylaştığını da gösterebilmektedir. Bu özellik Twitter ilk ortaya çıktığından beri var olan bir özellik değildir, kullanıcı ihtiyacı sonucunda ortaya çıkmıştır (Zarella, 2011: 43).

Timeline (Zaman Akışı): Bu özellik ile kullanıcı hem kendi ana sayfasında kendi tweetlerini hem de Twitter ana sayfasında takip ettiği kişilerin tweetlerini ters kronolojik sırayla görebilmektedir.

Hashtag (#): En genel anlamıyla global ya da yerel çapta ortak olarak belirlenen bir konu hakkındaki fikir beyanıdır.

Trend Topic (TT): Küresel ya da ulusal bağlamda popüler ve odaklanılan konuları, olayları ve durumları anlatır.

Follower (Takipçi): Bir kullanıcıyı takip eden kişilerden oluşur.

Following (Takip Edilen): Bir kullanıcının takip ettiği kişilerden oluşur. Takipçiler ve takip edilenler aynı kişilerden oluşmak zorunda değildir.

Mention (@, Bahsetme): Bir konu, durum, kişi ve/veya olayla ilgili bir kullanıcı başka bir kullanıcının bir ilgisi olduğunu düşünüyorsa o kullanıcının adı/nickname'ini @ işareti kullanarak vurgulamasıdır.

Reply (Cevap Verme): Kendisinden bahsedilen, içerik üreten ya da retweet yapan bir kullanıcıya yanıt verme özelliği bulunmaktadır. Böylece çift yönlü bir iletişim kurulmaktadır.

Direct Message (DM, Direkt Mesaj): Kullanıcılara özel olarak mesajlaşma imkânı sunmaktadır.

2.3.4.4. Wikiler

Wikiler en geniş anlamıyla kullanıcıların iş birliğinde bulunarak içerik ürettiği, bu içerikleri paylaştığı, üzerinde düzenlemeler yaptığı ve tartıştığı internet siteleridir. Kelime kökeni olarak wiki Hawaii dilinde hızlı olan, çabuk anlamında da kullanılmaktadır ve içeriğin oluşum hızına dair bir referans verirler (Wagner, 2004: 269). Fakat wiki kelime anlamı olarak zamanla “*What I Know Is*” (Bildiğim kadarıyla, benim bildiğim, bildiklerim)’in baş harflerinin kısaltılmasıyla oluşmuştur (Scott ve Jacka, 2013: 179). Kısaca wikiler, kolektif kullanıcılar tarafından paylaşılan içerik

üzerinde hızlı değişikliklere, düzeltmelere ve tartışmalara imkân tanımaktadır. Wikiler ilk olarak 1995 yılında wikiwikiweb adıyla kullanılmıştır (West ve West, 2009: 3).

Wikilerin en temel özellikleri web belgelerinin kolektif yazımına imkân tanınması, basit bir işaretleme şeması kullanması, içerik yazımında herhangi bir editör kontrolünden geçmemesi ve yeni bir sayfa oluşturulurken köprü kurulması gerekliliğidir (Wagner, 2004: 269). Yani kullanıcılar bir sayfada yazılan bilgiye, başka bir kavrama ya da olguya hiper link verebilmektedir. Bu özelliklere ek olarak anahtar kelimeler ile arama yapabilme olanağı sağlarlar, dipnot verilebilir, içerik zamanla geliştirilebilir ve genişletilebilir (Murugesan, 2007: 36). Böylece kullanıcılar hem bilgiye hızlı ve kolay şekilde, hem de verilen köprüler ve linkler vasıtasıyla o bilgiyle bağlantılı olan diğer kavram ve olgulara kolayca ulaşabilmektedir. Wikilerin en popüler örneği “wikipedia”dır. Wikilerin en önemli özelliği pasif konumdaki okuyucuları aktif yazarlara hızlı bir şekilde dönüştürebilmesidir. Fakat başka okuyucular da hızlı bir şekilde yazar olabileceği için güvenilirlik problemiyle de karşı karşıya kalabilmektedir (Kolbitsch ve Maurer, 2006: 194). Wikiler ücretsizdir.

Wikiler kamusal alanda da oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Wiki kullanımı hem kurum içi hem kurumlar arası hem de vatandaşlara yönelik bilgi sağlayabilmektedir (Mergel ve Greeves, 2012). Örneğin ABD Savunma Bakanlığı tarafından oluşturulan DodTechipedia hem Bakanlığın teknik ve bilimsel alanlarıyla ilgili bilgi vermekte, hem de kullanıcıların bilgi eklemesine ve düzeltme yapmasına olanak sağlamaktadır.

2.3.4.5. Forumlar

Forumlar sosyal medya kavramının ortaya çıkmasına ön ayak olmuştur. Yani forumlar aslında en eski sosyal medya araçlarından biri olarak görülmektedir. Forumlarda genel olarak aynı ilgiye sahip kullanıcılar, belli bir konu ya da belli bir hobi üzerine çeşitli paylaşımlarda bulunulmaktadırlar (DeJong, 2013: 166). Kullanıcılar kendi isimleriyle veya takma adlar kullanarak fikirlerini paylaşmakta, tartışmakta veya yorum yapmaktadırlar (Kırcova ve Enginkaya, 2015: 83).

Forumlara katılım hem eş zamanlı hem de eş zamansız olarak olabilmektedir. Eş zamanlı katılmak için üye olma zorunluluğu bulunmaktadır fakat eş zamansız katılımda böyle bir zorunluluk yoktur. Forumlar da ücretsiz sosyal medya araçlarından biridir (Pitta ve Fowler, 2005).

Forumlar kullanıcılara görüş ve düşüncelerini aktarabilecekleri bir ortam sağlamaktadır. Böylece kullanıcılar aslında kamusal bir söylemde bulunabilmektedir (Schultz, 2000: 207). Modern dünyada toplumlar bir araya gelip ortak bir fikir bildiremeyecek ya da tartışmaya katılamayacak kadar parçalanmış bir yapıda bulunmaktadır. Forumlarda ise kullanıcılar kendi düşüncelerini paylaşacakları bir ortam bulabilmektedir. Forumlar dijital bir kamusal alan oluşturabilecek potansiyele sahiptir. Forumlarda kullanıcıların “açık erişimli, gönüllü ve statüden bağımsız” hareket edebilmesinden (Köse ve Yılmaz, 2010: 185) dolayı gerçek hayatta özgür bir söylemde bulunamayan kullanıcılar sosyal medya aracılığıyla düşüncelerini daha özgürce ifade etme olanağına erişmiştir (Huisman, 2000: 89).

2.3.4.6. Podcastler

Podcast *Apple* markasının “*Ipod*”undan alınan “*pod*” (ufak kapsül) ile “*broadcast*”den (yayın) alınan “*cast*” in birleşiminden oluşmaktadır (Akar, 2010: 106). Podcast bir ses yayınının dijital platformlarda kayıtlı halde tutulması ve internette indirilmek için hazır olması anlamına gelmektedir (Butow ve Bollwitt, 2012: 51). Podcastlerin oluşturulması için öncelikle, içeriğin oluşturulması gerekmektedir (Meng, 2005: 2). Görsel ve işitsel dijital araçların internette dolaşımını sağlayan podcastlere internet sitelerinden indirilerek ulaşılabilir (Ryan D., 2017: 219). Podcastler zaman ve mekândan bağımsızdır. Aynı zamanda kullanıcılar yazışmak yerine ses kaydı kullanarak doğrudan iletişim kurabilmektedir (Phillips ve Young, 2009: 21). Podcastler içerik olarak müzikten siyasete kadar oldukça geniş bir çerçeveye sahiptir. Podcastlerin en büyük avantajı istenilen zamanda istenilen yerden erişim sağlanabilmesidir. Genelde ücretsiz, basit ve kullanışlıdır. En büyük dezavantajı ise akademik içerik eksikliğidir (Jham vd., 2008: 279).

2.3.5. Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları

Sosyal medyanın önceki bölümlerde bahsedilen özellikleri göz önünde bulundurulduğunda çeşitli avantajları ve dezavantajları beraberinde getirdiği görülmektedir. En basit haliyle sosyal medyanın avantajları; hızlı ve güncel olması, maliyetsiz olması, güvenilir olması, her kesim tarafından rahatça kullanılabilir şekilde iletişimde kolaylık sağlaması ve firma imajlarını düzeltebilmesidir (Bostancı M., 2010: 44-46). Sosyal medya, zaman ve mekân farklılıklarını ortadan kaldırarak çift yönlü bir iletişim ortamı sağlamıştır. Sosyal medyanın “küresel köy” oluşturabilme

niteliği göz önünde bulundurulduğunda, medya ürünlerini yayan bir işlev de görmeye başlamıştır. Böylece markalar, ürünler, düşünceler ve hatta yaşam tarzları benimsetilerek sosyal medya aracılığıyla küresel çapta yayılabilmektedir (Keskin, 2013: 168).

Yukarıda sayılan avantajlara ek olarak, sosyal medya, bir enformasyon aracıdır. Kullanıcılar gerçekleşen olayları, etkinlikleri ve haberleri bildirim olarak anlık alabilmektedir. Buna ek olarak sosyal medya içi, arama motorları kullanılarak daha önceki bilgilere erişim olanağı da bulunmaktadır. Aynı zamanda sosyal medya hem yerel hem de küresel örgütlü bir toplumsal hareketin haberleşme ve enformasyon aracı olarak da kullanılabilir (Babacan, 2014: 144). Arap Baharı, Wallstreet işgali (occupy hareketi), İspanya Öfkeli hareketi (15-M), Taksim Gezi Parkı hareketi buna örnek olarak verilebilir.

Sosyal medyanın diğer bir avantajı demokrasi ile geliştirdiği ilişkiye dayanmaktadır. Geleneksel medyanın toplumu demokratikleştirme görevi teknolojik gelişmeler ile birlikte internete aktarılmıştır. Böylece kullanıcılar içerik üreterek ve üretilen içerikleri paylaşarak, niceliksel anlamda bir artışın, geniş etkileşim olanaklarının ve iletişim sürecine aktif olarak katılmanın önünü açmıştır. Bundan dolayı da internet ile siyasete olan ilgi ve katılımın arttığı düşünülmektedir. Birbiriyle etkileşim içinde bulunan bu sosyal medya platformları, yeni fırsatlar ortaya çıkararak, doğrudan demokrasinin oluşabilmesine katkı sağlayabilmektedir (Aktaş H., 2004: 211).

Sosyal medya, içerisinde kamusal müzakere alanı oluşturma potansiyeli taşımaktadır. Demokrasi, sahip olduğu meşruiyet krizlerini aşabilmek için bireylerin daha fazla siyasal süreçlere katılımını desteklemektedir. Böylece kamusal alanın sınırlarını genişletmesi imkânı sunularak, internetin yeni bir kamusal alan olarak görülmesine katkıda bulunmaktadır (Kellner, 2004: 715). Sosyal medyanın sahip olduğu bu kamusal alan oluşturma potansiyeli üzerinde sonraki bölümlerde durulmakta ve açıklık getirilmektedir.

Sosyal medyanın getirdiği düşünülen son avantajı ise, geleneksel medyanın neden olduğu suskunluk sarmalını kıracağı düşüncesi ile ilintilidir. Fikirlerin ve kanaatlerin yandaşları ve karşıtları bulunmaktadır. Bu yandaşlar ve karşıtlar medyada eşit olarak temsil edilme olanağına sahip değildirler. Medya temsili genelde, medya araçlarına sahip kişilerin ya da bu medya araçlarına sahip olan kişilerle çıkar ilişkisinde

bulunanların düşünceleri, ideolojileri ve inançları ile paralel bir şekilde gerçekleşmektedir. Fikirleri ve düşünceleri medya temsillerinden farklı olan bireyler, kamusal alanda bir söylemde bulunurken çekingen davranabilmekte ve fikirlerini hiç ifade etmeme yoluna gidebilmekte kısaca susmayı tercih edebilmektedirler (Noelle-Neumann, 1998: 32). Böylece bireyler suskunluk sarmalının içine girerler. Sosyal anlamda bir izolasyon yaşamamak adına, bireyler çoğunluğun görüşünü öğrenmeye çalışırlar çünkü hangi fikrin popüler olduğu hangisinin ise popülerliğinin azaldığı önemlidir. Diğer bir deyişle; Noelle-Neumann'ın bahsettiği suskunluk sarmalı ile bireyler fikirlerini paylaşmadan önce kamuoyunun o konudaki fikrini öğrenmeye çalışırlar ve fikirlerinin kamuoyu ile çatıştığı durumda sessiz kalmayı tercih ederler (Çakıcı, 2007: 153). Fakat sosyal medyanın suskunluk sarmalını kırılabilme potansiyeli bulunmaktadır. Çünkü her ne kadar engellenmeye ve bastırılmaya çalışılsa da sosyal medya ile çeşitli toplumsal hareketler organize edilmekte ve tartışılmaktadır (Karakoç ve Taydaş, 2015: 127).

Sosyal medyanın avantajları olduğu gibi dezavantajları da bulunmaktadır. İlk olarak; sosyal medyanın herkes tarafından kullanılmasının ve herkese açık olmasının bir sonucu olarak artan enformasyon akışı, her ne kadar bir avantaj gibi görünse de bilgi kirliliğini de beraberinde getirmektedir. Kullanıcılar hangi bilgilerin ya da haberlerin gerçek olduğu konusunda problem yaşayabilirler (Babacan, 2014). Bilgi, çok sayıda kişi tarafından hızlıca paylaşıldığı için sosyal medyada gerçek bilgi kadar gerçek olmayan bilgi de bulunmaktadır. Bu yüzden kullanıcılar, çeşitli dezenformasyonlara açık hale gelebilmektedir. Çünkü bazı bilgiler siyasal, ekonomik ya da toplumsal çıkarlar gözetilerek üretilmektedir (Çöteli, 2017: 129).

Sosyal medya ile siyasal, ekonomik ve toplumsal kavramlar özellikle sosyalleşme, sanal gerçeklik, zaman ve yer bağlamında değerlendirilmektedir. Çünkü sosyal medya, sosyalleşme, kimlik, mahremiyet, aidiyet, bağımlılık... vb. kavramlar üzerinde oldukça etkilidir (Büyükaslan, 2015: 18). Bu yüzden sosyal medyanın dezavantajlarının kimlik, gizlilik, mahremiyet ve sosyalleşme bağlamında da tartışılması gerekmektedir.

Sosyal medyada hem gerçek hem de sanal kimlikler oluşturulabilmektedir. Sanal kimlik oluşturularak yeni bir sanal dünya kurulmaktadır. Dolayısıyla kullanıcıların sahip olduğu biri gerçek biri sanal olmak üzere iki ayrı dünyaları bulunmaktadır. Bu yüzden de bu var olan kimlikler çatışmakta ve iki dünya arasındaki sınırlar görülebilir

bir hal almaktadır (Özutku vd., 2014: 77). Öte yandan sosyal medyada oluşturulan bu sanal kimlikler bireylerin buldukları sosyal ortamlarından ayrı kimlikler olmadığı için bu kimlikler özgün değildir. Çünkü sosyal medya, içinden çıktığı toplumun sahip olduğu sosyal, ekonomik ve siyasal bağlamın bir ürünüdür (Özgül, 2015: 89). Dolayısıyla sanal kimlikler oluşturulması kullanıcıların, gerçek hayattan kopmalarına neden olabilmekte ve asosyal eğilimler göstermelerine sebebiyet verebilmektedir. Bazen de kullanıcıların bu sanal kimliklerin arkasına saklanarak nefret, kin ve öfke gibi olumsuz duyguları ortaya çıkardıkları bilinmektedir (Babacan, Haşlak ve Hira, 2011: 72-74).

Sosyal medya, bireylerin mahremiyetini ve gizliliğini de tehdit edebilmektedir. Bireyin genel yaşamı kamu ile paylaştığı, özel yaşamı ise kamu ile değil seçtiği sınırlı kişilerle paylaştığı yaşamını oluşturmaktadır (Küzeci, 2010: 71). Bireylerin özel hayatına ilişkin bilgiler ve detaylar, sosyal medyada var olan görsel ya da işitsel malzemeler kullanılarak, kullanıcılar etiketlenerek ve takipçiler/arkadaşlar tarafından diğer kullanıcılarla izinsiz paylaşılabilir. Bunun sonucunda, bireylerin gizlilikleri ve mahremiyetleri zarar görmektedir (Binark ve Bayraktutan, 2013: 58). Ek olarak, internet ortamında kişisel verilerin güvenli bir şekilde depolanamaması ve başka kullanıcıların eline geçmesi ihtimali de her zaman için bulunmaktadır.

Sosyal medyanın birey açısından gizliliği ve mahremiyeti tehdit etmesinin yanı sıra toplum, örgüt¹⁹ ve devlet açısından çeşitli güvenlik sorunlarını da beraberinde getirdiği görülmektedir. Sosyal medya ve devlet arasındaki güvenlik sorunlarının iki ayrı yönü bulunmaktadır. Devlet bir taraftan mağdur olan konumundayken, diğer taraftan mağdur eden konumunda bulunabilmektedir. Yeni teknolojiler ile toplumsal olarak var olan hemen hemen her şeyin dijitalleştiği ve bunlara ilişkin verilerin dijital ortamlarda saklandığı görülmektedir. Devletlerin de çeşitli bilgileri, dijital ortamlarda saklaması sonucu; devletlere yönelik bireysel siber saldırılar ya da terör saldırıları olabilmektedir. Böyle saldırılar ile devletlerin güç sistemleri, hastaneleri, ulaşım sistemleri, vb. hedef alındığı bilinmektedir (Borchgrave vd., 2001: 9-10).

¹⁹ Sosyal medya, birey, toplum ve devlet açısından çeşitli sorunlara neden olabileceği gibi, örgütsel anlamda da çeşitli sorunlara neden olabilmektedir. İnternetin yayılması ile birlikte yeni bir iletişim türü ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu yeni iletişim türü ile birlikte İnternetteki örgütler viral pazarlama yapmaya başlamıştır (Caridà & Colurcio, 2013) Viral pazarlama çeşitli handikapları da içinde barındırabilmektedir. Örneğin bir örgütün reklamı ya da haberi çok kısa zamanda toplum içinde yayılırken yine o örgüt hakkında çıkacak olan olumsuz bir haberin ya da dedikodunun çok kısa sürede yayılacağı gerçeği de bulunmaktadır.

Öte yandan, devlet ve diğer kullanıcılar sosyal medya araçlarını bireyler ve toplum açısından bir gözetleme aracı olarak da kullanabilmektedir. Yeni teknolojilerin ortaya çıkışıyla gözetim ve denetim artık rızaya dayalı ve eğlenceli bir hal almıştır (Bauman, 2010: 60). Bu gözetleme gerçekleştirilirken mekânsal sınırlar aşılmıştır. Davranışların bıraktığı izler sanal ortamlardan toplanarak bireyler ve toplum üzerinde bir gözetleme gerçekleştirilmektedir (Lyon, 2006: 233).

Devletlerin interneti bir gözlemevi veya diğer bir deyişle panoptik araç olarak kullanmasının, toplumsal güvenlik, mahremiyet ve sosyal medyanın özgürlükçü özelliği üzerinde yaralar açtığı görülmektedir. Sosyal medya kullanıcıları kimliklerini açıkça belirtmeler de gizli kimlikler kullansalar da arkalarında silinmeyen çeşitli ayak izleri bıraktığı bilinmektedir. Her ne kadar sosyal medyanın, sınırları ortadan kaldıran bir özelliği bulursa da aynı zamanda gözlemevinin sınırsız görüşünü de beraberinde getirmesi neticesinde içerisinde çeşitli çelişkileri barındırmaktadır (Peltekoğlu, 2012). Örneğin, gözetim olgusu bir sosyal kontrol olarak işlemektedir (Best, 2010: 8). Böylece yeni medya, kalabalık kitleleri ve toplumları, kendisi görülmeden ve dijital anlamda bir rıza sağlayarak izlenebilir ve gözetlenebilir kılmaktadır (Manovich, 2001).

Bu noktada panoptikon kavramına değinmek anlamlı olacaktır. En genel anlamı ile panoptikon; bireylerin gündelik hayatındaki güç ilişkilerini tanımlama yolu anlamına gelmektedir (Foucault, 1991: 205). Çünkü panoptikon aslında idealize edilmiş bir iktidar mekanizmasıdır (Foucault, 2017: 302). İktidar, toplumun gündelik yaşamı üzerinde denetim kurabilmek adına gözetleme sistemlerini kullanmaktadır. Böylece kendisi görünmeden diğerlerini izleyebilen kapitalist iktidar, bu denetim ile toplumu tahakküm altına almaktadır (Foucault, 2003: 95). Foucault'un belirttiği panoptikon anlayışına göre; gözetlenen bireyler aslında onları kimse gözetlemese bile gözetlendikleri düşüncesi ile kendi kendilerini gözetim altında tutmaktadırlar. Bunun bir sonucu olarak panoptikon, bireyi nesneleştirerek, iktidarı otomatik bir hale sokmaktadır. Bu otomatikleşmenin anlamı güç kullanımı olmadan, bir denetim mekanizması kurulmasıdır (Çatalbaş ve Kaya, 2017: 29-30).

İktidar tarafından gözetlenme ve bir etkilenme biçimi olan panoptikon kavramı, web ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda, denetim pratiklerini

dönüşüme uğratarak yerini süperpanoptikon kavramına bırakmıştır. Süperpanoptikon²⁰ ise Poster'dan hareketle Lyon tarafından geliştirilen bir kavram olarak ortaya çıkmıştır (Lyon, 2006: 231-241). Süperpanoptikon ile, panoptikon²¹ hapisaneden dışarı çıkarılarak bilgisayar ve veri tabanı üzerinden öznenin kurumsallaştırılması ile gerçekleştirilmektedir (Poster, 1997: 184). Diğer bir deyişle süperpanoptikon kavramı ile panoptikon dijital mekâna taşınmıştır (Bauman, 2010: 60). Süperpanoptikon kavramına göre gelişen teknolojiler sonucunda, gözetlenenler artık belli bir mekâna bağlı kalmadan, web teknolojileri ve bilgisayarlar vasıtasıyla herkes tarafından her yerden izlenebilir bir hal almıştır (Lyon, 2006: 233). Kısaca süperpanoptikon, sanal kontrol mekânı olmuştur. Panoptikonda az sayıdaki kişi çok sayıdaki kişiyi gözetlerken, süperpanoptikonda hem azınlık çoğunluğu hem çoğunluk azınlığı hem de çoğunluk çoğunluğu izleyebilmektedir (Çatalbaş ve Kaya, 2017: 31). Süperpanoptikon ile kullanıcıların internet aracılığıyla elde edilen bilgileri kullanılarak betimlenir, tasnif edilir ve buna uygun olacak şekilde bir değerlendirilmeye tabi tutulur (Öztürk, 2013: 140). Böylece kişilerin tercihleri, tutumları ve alışkanlıkları bilinerek kontrol altında tutulabilir. Fakat bu denetim ve gözetleme, panoptikonda olduğu gibi kişilerin tek tipleştirilmesi ile değil, eğlence ve hareket özgürlüğü ile maskelenerek rıza aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Bauman, 2010: 60-61).

Sonuç olarak sosyal medyada, gözetim görünmez bir ağ ya da sürekli olarak çok sayıda kişisel bilgi toplayan, kişiselleştiren, farklılaştıran ve genelleştiren sanal bir sistem olarak görülecektir. Dahası, benlik neredeyse gözetim için bir ayna haline geldiğinde, toplumsal olan herhangi bir sistem rasyonalitesi bu gözetimi şekillendiren ve besleyen bir duruma geçecektir (Los, 2006: 91). Bu da sosyal medya üzerinde otoriteryan bir yapıya dönüşerek, kamusal alanın temel yapı taşı olan özgür müzakere ortamını zedeleyecektir.

²⁰ Mark Poster enformasyon teknolojilerindeki mevcut dönüşümü Foucault'nun Panoptikon modeline eklelemiştir. Bilgisayar veri tabanları üzerinden yapılan denetim ve gözetimi Süperpanoptikon olarak tanımlamaktadır (Poster, 1990).

²¹ Panoptikon'un sahip olduğu tikellik aslında bedene dair bir değerlendirmenin mekânsal bir düzlemde gerçekleşmesinden kaynaklanmaktadır. Beden bu noktada bir laboratuvar ortamındaymışçasına hapisane içerisinde analiz edilmiştir. Bu şekilde yapılan bir inceleme ile bir yandan panoptikonun salt bir disipline edilmiş şekli ya da bir ceza verici aygıt olarak değerlendirilmesi önlenirken öte yandan bedenin görüntülenmesi yoluyla bir mekânda incelemesi gerçekleştirilebilmiştir. Panoptikon'da bahsedilen gözetim ile beden ve norm arasındaki uyumlaştırmaya yönelik pratikler gerçekleştirilmiştir. Süperpanoptikonda ise bedenler ağ teknolojilerinde asılı halde bulunmaktadır. Bedenler iktidar tarafından sayısallaştırılıp, kodlanmış bir şekilde gözetlenmektedir (Poster, 1990: 94).

Sosyal medyanın küresel bir köy olarak değerlendirilmesi kültürel yozlaşmayı ve tek bir yöne doğru gidişi de beraberinde getirmektedir (İlgaz Büyükbaykal, 2008). Küreselleşme ile ulusal ve yerel kültürler metalaşarak tek bir küresel güç altında yer almaya başlamıştır. Kapitalist üretim biçimlerindeki değişim ve yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışıyla tek bir kültür, kullanıcılara aşılınmaya başlanmış böylece kullanıcıların tek tipleşmesi sorununu doğurmuştur. Bu nedenle yeni iletişim araçlarının demokratik bir süreç oluşturması aslında bir ütopyadan ibarettir (Kaplan, 1991: 141). Süperpanoptik ortam ve tek tipleşme bir arada düşünüldüğünde “ölü kamusal alan”lar ortaya çıkacaktır. Çünkü herkesin birbirini gözetlemesi sonucunda, sosyal etkileşim azalacak ve sessiz kalma ya da diğer bir deyişle fikir beyan etmeme tek bir savunma tarzına dönüşecektir (Sennett, 2016: 30-31). Böylece kamusal alanın temel özelliği olan müzakere ve tartışma ortamı olma durumu ortadan kalkmaktadır. Çünkü kamusal alanın var olabilmesi için tekin tekelinden çıkarak çoğul yapıya ulaşması ve onu koruması gerekmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DİJİTAL KAMUSAL ALAN

Sosyal medyanın dijital bir kamusal alan olma potansiyeli, bu alanın özeliği, bu alanda kamusal bir söylemin oluşup oluşmadığı ve var olan diğer kamusal alanlardan farkını ortaya koymak bu bölümün temel amacını oluşturmaktadır. Bu maksatla şu sorulara cevap aranmaktadır: Sosyal medya ve kamusal alan arasında nasıl bir ilişki vardır? Dijital kamusal alan nedir? Dijital kamusal alan herkese açık ve herkes tarafından erişilebilir midir? Bu alan geleneksel medyanın oluşturduğu kamusal alandan farklı olarak kullanıcılar arası etkileşimi yeniden kurabilmiş midir yoksa denetleme ve kontrol mekanizmaları ile etkileşimi daha da imkânsız mı kılmıştır? Neoliberal politikalarından ve güç odaklarından bağımsız mıdır? Geleneksel medyada ve kamusal alanda yer bulamayan marjinal gruplar ve azınlıklar burada yer bulabilir mi yoksa cemaatleşme ve ayrışma düzeni aynı şekilde burada da devam etmekte midir? Sorulara yanıt aranırken önce dijital kamusal alanın varlığı konusundaki tartışmalar ele alınmış ardından dijital kamusal alanın diğer kamusal alan modelleri ile bağlantısı irdelenerek benzerlikleri ve sınırları açıklanmıştır.

3.1. Dijital Kamusal Alan Tartışmaları

Geleneksel medyanın kamusal alan oluşturma düşüncesine getirilen eleştiriler ile Van Dijk'ın (Dijk J. v., 2016: 264) “yeni medya temelde bizi bir araya mı getirecek yoksa bizi birbirimizden daha da mı ayıracak?” sorusu bir arada düşünüldüğünde, sosyal medyanın kamusal bir alan oluşturup oluşturmayacağına dair tartışmalar daha anlamlı hale gelmektedir. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişim ve değişim ile hem kamusal hem de özel alan sosyal medyaya taşınmaya başlamıştır. Kişilerin sosyal medya kullanımı ve orada kimlik oluşturması, sosyal medyanın sahip olduğu katılım, aleniyet ve kapsayıcılık normları çerçevesinde gerçekleşmiştir. Bu kimlikler kullanıcıların sahip oldukları toplumsal, ekonomik ve siyasal düzlemlerin içinden çıkan bir parçadır ve sosyal medya tarafından biçimlendirilmektedir (Özgül, 2015: 89). Bu yüzden, yeni medya ve enformasyon teknolojisi alanındaki gelişmelerin kamusal alanın değişimine ve dönüşümüne olan etkileri önem taşımaktadır (Verstraeten, 2002: 353). Günümüzde kamusal alanın, sosyal medya üzerinde ve sanal ortamda yeniden canlanıp canlanamayacağı konusunda çeşitli tartışmalar bulunmaktadır. İnternet, sosyal medya ve kamusal alan tartışmalarında genellikle yeni teknolojilerin dönüştürücü gücü

vurgulamaktadır (Fuchs, 2014). Bu tartışmalar sonucunda dijital ortamda kamusal alan oluşup olmadığı hususu ya tamamen reddedilmekte ya da ütöpik bir olumlamayla kabul edilmektedir. Liberal yaklaşım internet ve internet özelinde sosyal medyanın bir kamusal alan oluşturduğu konusunu olumlu bağlamda değerlendirmektedir. Eleştirel yaklaşım ise sosyal medyayı neoliberal düzenin daha da yayılmasını ve güçlenmesini sağlayan otorite ve denetlenme aracı olarak görmekte ve bu yüzden olumsuz bağlamda değerlendirmektedir.

3.1.1. Liberal Yaklaşım

Geleneksel medya araçları; aktörlerini, izleyici konumuna indirgeyerek pasifleştirmesi, ekonomi-politik açıdan bu alanı kontrol edebilen güç odaklarına bağımlı olması ve azınlıkların, marjinal ve farklı grupların temsil olanağı bulamaması bağlamında eleştirilmektedir. Bu eleştiriler doğrultusunda kamusal alan tartışmaları günümüzde sosyal medya alanına doğru kaymaya başlamıştır. Liberal yaklaşıma göre; sosyal medya, bahsi geçen geleneksel medyaya yönelik eleştirilere bir cevap niteliği taşımaktadır. Bilhassa internetin potansiyel olarak geleneksel medyaya göre daha iyi bir kamusal alan oluşturabildiği düşünülmektedir. Sosyal medyanın aktörler arası iletişimi tekrar sağlayacağı, diğer bir deyişle pasiflikten aktifliğe geçireceği, güç odaklarının denetim ve kontrolünün dışına çıkılabileceği ve geleneksel medyada yer bulamayan grupların sosyal medya üzerinde yer bulacağına dair geliştirilen çeşitli umutlar mevcuttur (Gerhards ve Schäfer, 2010: 145). Bu beklentiler internetin kullanıcılara göreceli bir özgürlük ortamı sunma düşüncesi ile ilişkilidir. İnternet ve sosyal medyanın sunduğu bu özgürlük ortamının bir getirisi olarak, özellikle toplumsal hareketler bağlamında otoriter rejimlere karşı kolektif dönüştürücü gücü ve kamusal katılımı arttırması dikkate değerdir. Örneğin, İspanya (M15), ABD (Wallstreet İşgali), Türkiye (Gezi parkı) ve Ortadoğu ülkelerinde (Arap Baharı) görülen toplumsal hareketlerde sosyal medya önemli bir rol oynamıştır (Shirky, 2011). Dolayısıyla internet temelli ortaya çıktığı düşünülen dijital kamusal alan, yeni küresel toplumsal hareketler için bir fırsattır (Khan, Nawaz, Khan ve Khan, 2011). Liberal ya da ütöpik olarak anılan bu yaklaşıma göre; sosyal medyada kamusal alan oluşumu, devlet kurumlarının ya da resmî kurumların dışında kalabilen güçlü olmayan otorite, farklı kimliklerin temsil edilebilmesi, özgür tartışma ortamında oluşmuş çoğul kamusal alanlar ve ifade özgürlüğü gibi özelliklerle alakalıdır (Köse, 2007: 174). Bu özelliklerin hayata geçebilmesi için “kontrolü yeniden ele alan aktif vatandaşlardan oluşan etkileşimli

toplum, güçlü sivil toplum ve katılımcı demokrasiye” (Timisi, 2015: 9) ihtiyaç bulunmaktadır.

Liberal bakış açısı teknolojik determinist bir yaklaşım ile ortaya çıkan özgürlüğü ön plana koyarak, yeni medya düzeninin daha demokratik olacağını, çünkü sansür imkanının geleneksel medyaya göre daha zor olduğunu, ayrıca zaman ve mekândan bağımsız olması nedeniyle devleti gözetleyen/denetleyen kamu gözcüsü rolünü üstlenerek (Curran, 1997: 142), otoriter yönetimlerin otoriterliğini kırabileceğini savunmaktadır. Örneğin Wikileaks olayı internet üzerindeki uluslararası otoritelerin sahip olduğu enformasyonun mutlak kontrolünü sarsmış ve sansürü zorlaştırarak demokratik imkanların önünü açan bir etkide bulunmuştur (Erdem, 2011: 17). Dolayısıyla internet henüz üzerinde tam anlamıyla bir hegemonya ve denetim kurulamayan, yasal ve teknik bağlamda imkanlar sunan bir kamusal alan olarak düşünülmektedir (Dursun, 2014: 253-254). İnternet, modern toplumlarda Habermas’ın ortaya koyduğu bağlamda, kamusal alanın yok oluşuna karşı bir direniş mekânı olarak da görülmektedir (Poster, 1997: 156). Kamusal alan web 2.0 teknolojileri ile biçimlendirilmektedir. İnternetteki sansür henüz merkezileşmemiştir ve eşik bekçileri burada bulunmamaktadır. Dolayısıyla internet, çift taraflı etkileşime dayalı küresel bir kamusal alan olarak kabul edilir (Volkmer, 2003: 13). Küresel çapta meydana gelen ve internet üzerinden örgütlenen toplumsal hareketlerde zaman ve mekân olmaması kültürel ya da ideolojik bir içerikle sınırlandırılmadığını göstermektedir (Castells, 2015: 231). İnternet ve sosyal medya, özellikle siyasal süreçler ve toplumsal hareketler bağlamında küresel elektronik bir agora meydana getirmektedir (Castells, 2001: 137-138).

İnternet, kullanıcılarını aktif bir konuma taşıdığı için, kişiler tarafından oluşturulan içeriğin güç odakları tarafından denetlenmesini zorlaştırmaktadır. Bu yüzden de toplumda yer alan alternatif, marjinal ve karşıt görüşlere ifade ve iletişim imkânı sunmaktadır. İnternet ile marjinal ve/veya karşıt söylemler, Kluge ve Negt’in (2018) bahsettiği bağlamda karşıt kamular²², üzerinden ortak kimlikler ve egemen söyleme

²² Her ne kadar bu çalışmanın konusu olmasa da Fraser (1990) ve Kluge ve Negt’in (2018) karşıt kamular ya da karşı kamusal düşünce görünürlük ve aleniyet bağlamında “Dijital aktivizm” adı altında değerlendirilmektedir (Uçkan, 2012). Dijital aktivizm, “dijital slactivism” yani dijital tembellik ile “dijital clicktivizm” yani dijital tıklamacılığı ortaya çıkarmıştır. Dijital tıklamacılık ile anlatılmak istenen dijital ortamda yapılan aktivizm benzeri eylemlerin (imza kampanyaları, olaylara ilişkin yazılar yorumlar paylaşımlar vb.) tıklanarak gerçekleşmesidir. Bu durum dijital tembelliğe yol açmaktadır. Dijital tembellik ile anlatılmak istenen ise kullanıcıların çeşitli imza kampanyalarına katılarak, klavye başında

karşı bir söylem oluşturma potansiyeline sahiptir (Dahlberg, 2007: 56). “Sosyal medya bir kamusal alan mıdır?” sorusuna cevap aranırken liberal yaklaşım, sosyal medyanın sahip olduğu eşitlik, özgürlük aleniyet, karşılıklı iletişim, kamuoyu oluşturma vb. özellikleri bağlamında, sosyal medyanın alternatif bir kamusal alan²³ olabilmesi fikri (Tetik, 2015: 195) ile ideal kamusal ve katılımcı demokrasi düşüncelerine dair umutları arttırmıştır. Çünkü sağlıklı çevrimiçi alanların gelişimine yardımcı olmak için, muhalif fikirlerin varlığını sürdürebileceği, serbest ve eşit diyalogu teşvik eden ve özgür iletişim kurulan kamusal alanların bulunması gereklidir (Bohman,2004). Tam da bu noktada, internet, yöneten-yönetilen arasındaki bir iletişim/söylem alanı ve demokratik bir kamusal alan olarak ortaya çıkmaktadır (Trenz, 2009; Volkmer, 2003; Friedland, Hove ve Rojas, 2006).

Geleneksel medya üzerinden bireylere bilginin aktarılması ve bu bilginin bireyler tarafından düşünülmesi, yorumlanması ve konuşulması, kamusal alanın demokratik işlevinden kaynaklanmaktadır (Bennet ve Entman, 2001). Kamusal alanın varlığı demokrasi için gerekli bir koşuldur (Karakaya Polat, 2005: 448). Aynı şey sosyal medya için de geçerlidir. İnternetin alternatif bir kamusal alan oluşturma fikri demokratik potansiyelinden kaynaklanmaktadır (Kejanlıoğlu D. B., 1995: 40). Daha önceki bölümde bahsedilen demokrasinin meşruiyet krizini aşma istenci ve katılımın artması ile sosyal medya yeni bir kamusal alan mecrası olarak ortaya çıkmıştır (Kellner, 2004: 715). Özellikle rasyonel müzakereyi ortaya çıkaran yeni bir iletişim yapısı olduğuna inanılmaktadır. Bu yaklaşıma göre internet çoğulcu, eşit ve özgür vatandaşların katılımında bulunabildiği bir ortam olarak değerlendirilerek, demokrasi temelli bir kamusal alan oluşabileceği savunulmaktadır. Dijital kamusal alan herkesin ulaşabildiği ve herkese açık bir iletişim alanı olarak görülmektedir (Schäfer, 2015: 322; Benkler, 2006: 213). Daha önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere, internette geleneksel medyada yer alamayan farklı grupların bulunması ve bu farklılığın hem nitelik hem de nicelik olarak artması daha fazla kamusal aktörü (Trenz, 2009: 44-45) kapsayarak alternatif bir alan oluşturma potansiyelini gündeme getirmektedir (Gerhards ve Schäfer, 2010: 145). İnternet, kamuoyunun erişebileceği bilgi ve enformasyon

sahip oldukları fikirleri yaymaları ve aktivizme benzer bir harekette bulunmalarıdır. Bu durum hem kamusal alan oluşumunu desteklerken hem de gerçek aktivizmin etkisini azaltmaktadır.

²³ İnternet alternatif bir medya olarak görülmektedir. Kullanımına göre radikal bir medya da olabilmektedir. Alternatif medya'nın özelliği olan güç odaklarının geliştirmiş olduğu politikalara, önceliklere ve bakış açılarına ilişkin bir alternatif geliştirme, küçük ölçekli ve değişken olma özellikleri (Çöteli, 2017: 61) internette ve sosyal medyada mevcuttur.

çeşitliliğini arttırarak demokrasiyi desteklemekte, bilinçli seçmen oluşmasına yardımcı olmakta ve kamusal tartışma alanlarının dışında kalan birey ve grupların kamusal alana katılımını sağlamaktadır (Kellner, 1999: 101). Habermas'ın iddia ettiği gibi halkın genişlemesi çatışma getirebilir, ancak çatışma ve farklılık demokrasiye zarar vermek zorunda değildir, aksine onu güçlendirebilmektedir (Khan M. Z., 2014: 55). Dolayısıyla demokratikleşmeden kaynaklı kamusal alan oluşumunun kısa vadede ortaya çıkmasa bile uzun vadede ortaya çıkabileceği düşünülmektedir. Çünkü internet ortamında bulunan küçük kamusal alanlar ile iletişim/söylemsel etkileşim artacak, daha demokratik hale gelen bu ortam ile hem siyasala olan ilgi hem de bunun bir sonucu olarak kamusal alana ve karar alma süreçlerine katılım artacaktır (Dahlgren, 2005: 149-150). Dolayısıyla internette oluşabileceği düşünülen kamusal alan, düşüncelerin özgürce paylaşılıp tartışılabildiği tek taraflı olmayan demokratik bir iyimserlik olarak değerlendirilmektedir (Özçetin, Arslan ve Binark, 2012: 53).

Müzakerede bulunma kamusal alan oluşumu için özel bir anlam taşımaktadır. Çünkü kamusal alanın temelinde müzakere yatmaktadır. Bu noktadan hareketle, kamusal çıkarın kamusal aktörler tarafından rasyonel müzakerelerde bulunarak kolektif karar alma süreçlerine katılımında bulunduğu ölçüde, diğer bir deyişle kamusal aktörlerin rasyonel müzakerelerde bulunabildiği ölçüde varlığını koruduğunu söyleyebilmek mümkündür. Çünkü kolektif karar alma süreçleri demokratik bir müzakereyi ne kadar içerirse meşru ve rasyonel olarak kabul edilme oranı da o ölçüde artmaktadır (Benhabib, 1999: 104-105).

Modern toplumların sahip olduğu çok kültürlü ve parçalı toplumsal yapı iletişim kurma ve etkileşimde bulunma kanallarını tıkayarak ortak bir düşünce zeminde buluşabilme imkanını azaltabilmektedir. İnternet ve internet özelinde sosyal medyanın bu kanalları açıcı yönde bir etkide bulunarak yeni müzakere ortamları sağlaması ve demokrasinin gelişmesine katkıda bulunması beklenmektedir. İnternetin yüz yüze iletişim sınırlarını ortadan kaldırması kamusal alanın genişlemesinde büyük rol oynamaktadır. Sosyal medya şeffaflık, katılım ve kolektivite ilkeleri bağlamında kamuoyu oluşumu ve müzakere zemini kurabilmesi açısından çeşitli olanaklar taşımaktadır (Mergel, 2013). Bu ortam başta devlet olmak üzere güç otoritelerinin denetim ve kontrol alanı dışında kalan, marjinal ve karşıt düşüncelerin paylaşılabilirdiği çoğulcu ve çoklu kamusal alanları inşa edebilen bir alandır. Başka bir ifadeyle, daha önceki bölümlerde tartışılan Antik Yunan Polisi'nde tecrübe edilmiş bir toplumsal

varoluş biçimi olarak ortaya çıkan demokrasi, modern bağlamda bilgisayar dolayımı iletişim teknolojileriyle kendini yeniden üretmektedir. Zira, bahsi geçen teknolojilerle enformasyon yayılımı çok sayıda kişiden yine çok sayıda kişiye ulaşarak, kamusal alanın elit bir azınlık grubun ya da grupların hiyerarşisinden ve manipülatif eğilimlerden kurtarılarak farklı grupların dahil olabileceği katılım, güç odaklarından bağımsızlık gibi daha önce bahsedilen kamusal alan modellerinin özelliklerini içeren rasyonel müzakereci bir kamusal alana katkı sunduğu düşünülmektedir (Rheingold, 1993: 10-15). İnternet, açık erişim, gönüllü katılım ve rasyonel tartışma ortamı olması nedeniyle kamusal alanın gerekliliklerini yerine getirmektedir (Rheingold, 1993: 284-300).

Müzakereler gerçekleştirilirken sanal toplulukların önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Çünkü sanal topluluklar demokrasi ve sivil toplum canlanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Fernback ve Thompson, 1995; Rheingold, 1993: 276). Sanal topluluklar, herkese açık yapılan tartışmaları sürdürebilen ve kişisel ilişki ağları oluşturabilen rastgele kullanıcıların bulunduğu bir postmodern kabile topluluğudur (Rheingold, 1993: 5-7). Bu topluluklar gerçek dünyadaki eşitsizliklerden azadedir çünkü gündelik hayatta eşitsizlik ortaya koyan cinsiyet, köken, kültür vb. kimlikler gerçek hayatla eş tutulmamaktadır. Buna ek olarak bu alana katılım bir zorunluluk değil seçimdir (Timisi, 2005: 101). Bu yüzden daha demokratiktir (Timisi, 2005: 8). Bu cemaatlerin, dijital ortamın fiziksel bir alan olmaması çerçevesinde daha kolay bir araya gelebildiği ve bu ortamın maliyetsiz olması bakımından cemaatlere avantaj sağladığı görülmektedir. Toplulukta yapılan müzakerelerde bireyler özgürdür (Wilhelm, 1998). Bu özgürlük hem demokrasinin gelişimine hem de kamusal alanın gelişimine katkıda bulunmaktadır.

Sonuç olarak, dijital ortamda ortaya çıkan web siteleri, sosyal medya araçları ve uygulamalar, içlerinde barındırdıkları ve temsil ettikleri toplumsallık ve çoğulculuk bağlamında internetin potansiyel olarak en büyük ve tek kamusal alan olarak ortaya çıktığı iddia edilmektedir (Moyo, 2009: 142). İnternet ve yeni teknolojilerin yaygınlaşarak toplumun her alanını kuşatması sonucunda toplumlar kitlesizleşmeye başlamıştır. Kitlesizleşen toplumlar daha az benzer özelliklere sahip ve daha özerk bir konumda yer almaktadır. Bu durum bilginin merkezileşme eğilimlerini azaltarak âdem-i merkezileşme eğilimlerinin artmasına neden olmaktadır. Adem-i merkezileşme ile standartlaşmanın ve özgürlüğün temelleri atılmaya başlanacaktır. Dolayısıyla demokratikleşme güçlenecek ve yeni bir uygarlık doğacaktır (Toffler, 1998: 9).

3.1.2. Eleştirel Yaklaşım

Liberal yaklaşımın sosyal medyanın kamusal bir alan oluşturmasına ilişkin olumlu bakış açısına karşılık eleştirel yaklaşım, kapsayıcılık, aleniyet, rasyonalite ve eşitlik gibi kamusal alan normlarını karşılayamaması itibariyle dijital kamusal alan oluşumunu kabul etmemektedir. İnternetin etkileşim üzerine kurulu doğası, onun bir kamusal alan oluşturduğu anlamına gelmediği gibi (Stratton, 2002: 94), bireylerin kamusal alana ve siyasal iletişime katılım aracı olarak görülen internete erişimi bulunması da bu ortamı demokratik yapmamaktadır. Çünkü kamusal alan demokrasi için gereklidir fakat tek başına yeterli değildir (Dahlgren, 2001: 37). Bununla beraber kullanıcıların aktif olacağı ve enformasyona ulaşabilecekleri anlamına da gelmemektedir (Papacharissi, 2002: 12). İnternetin var oluşu bilim ile alakalı değil, enformasyon kapitalizmi, devlet denetim ve kontrolü ve kültürel hedonizm ile alakalıdır (Poe, 2015: 345). Web 2.0 teknolojileri kapitalist üretim çağında inşa edilen araçlar olduğu için (Papacharissi, 2002: 19-20) internette oluşacak kamusal alan da iletişimsel kapitalizme hizmet edecek bir kamusal alan ideolojisine sahip olacaktır (Dean, 2003: 98). Bu ideoloji, ağların ekonomi politikası ve neoliberal politikalar ile ilişkili uluslararası tekelleşmeden kaynaklıdır. Buna ek olarak internetin kolektif eylem gücünü zayıflatması, kültür emperyalizmi ve buna bağlı olarak oluşan bilgi gediği çerçevesinde toplumsal tabakalaşma artmış ve güç odaklarının kontrol ve denetiminin yönü değişmiştir (Dağtaş, 2007: 111). Çünkü internet, kurulmuş olan medya egemenliği üzerinde etkili değildir. Bunun nedeni diğer öğelerde olduğu gibi iletişim açısından da kısıtlı kaynakların dağıtımındaki problemden kaynaklanmaktadır. Bu dağıtımda demokratik müzakere süreçleri araçsallaştırılarak ekonomik ve siyasal güç odakları kontrol altına alınmaya çalışılmaktadır (Garnham, 1992).

İnternetin, içinde bulunduğu toplumun ekonomik ve siyasal yapısından ayrı düşünülemeyeceği gerçeği göz önüne alındığında, internet üzerinden gerçekleştirilen diyalogların kamusal alanı daha demokratik bir hale sokacağı düşüncesi yerini, kapitalist toplum yapısındaki iktidar ilişkilerinin kendini yeniden üretmesi sonucunda interneti araçsallaştırarak üzerindeki denetim ve kontrollerin artmasına bırakmıştır. Çünkü internet kapitalizm ile uyum içerisinde hareket etmektedir ve zamanla büyük şirketlerin denetimine girerek toplumsallaşma sırasında gelişeceği düşünülen demokrasi piyasa ekonomisinin denetimi, kontrolü ve tahakkümü altında zarar görmektedir

(McChesney R. W., 2013: 13-22). İletişim ağları hem neden hem sonuç hem üretici hem de ürün olduğu için bunların gelişmesi ile yeni dünya düzeninin ortaya çıkışı arasında organik bir ilişki bulunmaktadır. Bahsi geçen ilişkinin dil ile kurulması sonucunda çeşitli metalar ve öznellikler üretilmektedir. Bu metaların ve öznelliklerin üretildiği iletişim endüstrileri bunları bir yandan güç odaklarının hizmetine sokarken diğer yandan işlevlerini sabit kılmaktadır (Hardt ve Negri, 2003: 58). İletişimin ticarileşmesi, etkileşimin tek tipleşmesi ve denetim ile kontrollerin bu alanda belirmesi bağlamında, sosyal medyanın bir kamusal alan oluşturma fikri bir fantazyanın ötesine geçememektedir.

Sosyo-politik bağlamda internet özelinde demokratik bir ilerleme mevcut değildir. Çünkü sosyal medya neoliberal düzenden ve içinden çıktığı/kullanıldığı toplumdaki bağımsız değildir. Dolayısıyla bu ortam, özellikle otoriter rejimlerin meşruluğunu kanıtlamak için kullandıkları gözetim ve denetim aracına dönüşmektedir (Morozov, 2011: 17). Buna ek olarak, internetin zamansız ve mekansız oluşu bağlamında sosyal medya ile yeni bir tür denetim ve gözetim ortaya çıkmış ve dünyaya yayılmıştır. “Panoptikon benzeri pratikler kelimenin tam anlamıyla dışlanıp borçlu sayılan taraf olarak ayrılmış insanlar için mekanlarla sınırlıdır” (Bauman ve Lyon, 2016: 70). Fakat internet ortamıyla beraber bu sınırlar aşılmaya başlamış ve Fuch’un “Google Kapitalizmi²⁴” kavramsallaştırması bağlamında, siyasal bir özne haline gelen kullanıcılar, denetleme ve gözetleme süreçlerine dahil edilerek, tahmin edilebilen, hesaplanabilen ve satılabilen algoritmalar içerisinde yer almaya başlamışlardır. Daha önceki bölümde bahsedilen süperpanoptik ortam çerçevesinde kullanıcılar, internet üzerinden yaptıkları alışverişlerle, telefon konuşmalarının kayıt altına alınabilir olmasıyla ve sosyal medya paylaşımlarıyla sürekli gözetlenmektedirler. Böylece bireylerin görünürlüğü artarak kişisel bilgileri, düşünceleri ve inançları şeffaflaştırmıştır. Ekonomik ve siyasi güç odakları bu şeffaflığı ve görünürlüğü sayesinde yeniden üretim mekanizmalarını harekete geçirebilmektedir (Yücel, 2015: 392). Bahsi geçen bu süperpanoptik ortama ek olarak internet aynı zamanda Omnipotikon ya da diğer adıyla ban-optikon bir ortam oluşmasına da sebebiyet vermiştir. Bu kavram ile anlatılmak istenen “internet üzerinde gerçekleştirilen toplumsal gözetimdir.” Bu çerçevede denetim

²⁴ Teknik ve ekonomik nitelikleri bakımından Google internete benzer bir ekonomi-politiğe sahiptir. Çünkü Google’da arama yapanlar, internet üzerinden içerik üretip paylaşanlar, fotoğraf yükleyenler, mail atanlar vb. eylemlerde bulunan kullanıcılar istekleri, sevdikleri, sevmedikleri, aradıkları, inançları vb. veriler, algoritmalar kullanılarak reklam verenlere satılmaktadır (Fuchs C., 2017: 73-79).

küresel bir hal almaya başlamıştır. Böylece güç odakları küresel çapta bir denetim sağlayarak, denetimi eğlence ve haz ile gizleyerek farkına varılmadan bir gözetim ve denetim ortamı oluşturmaktadır (Okmeydan, 2017: 47). Bahsedilen bu gözetim ve denetim bağlamında internet ve sosyal medyada kamusal alan oluşma fikri ekonomik ve siyasal güç odaklarından bağımsız değildir. Dijital ortamda potansiyel olarak oluşabilecek bir kamusal alan, kullanıcıların (dijital kamuoyunun) gönüllü katılım sağladığı ve müzakerelerde bulunabildiği bir alan olarak değerlendirilse bile denetim ve kontrol mekanizmalarının da bu dolaşımın içerisinde olduğu unutulmamalıdır. Örneğin devletler herhangi bir zamanda meydana gelebilecek olan bir kriz sürecinde bu alanı mutlak denetler ve kısıtlamalar getirir. Sahip oldukları ideolojilere ve tutumlara sahip olmayan kullanıcıları fişleyebilir ve yargılayabilir (Çöteli, 2017: 80). Bu denetim ve gözetimin toplum açısından bazı sonuçları bulunmaktadır. Bunlardan ikisi sansür ve oto-sansür'dür. İnternet ortamı liberal yaklaşımda belirtildiği üzere her ne kadar özgürlüklerin alanı olarak görülse de kullanıcılar, güç odaklarının sansürüne uğrayabilir ya da kendi kendilerini sınırlama yoluna gidebilir konumdadır.

Siber kuramda kamusal alan normları (kapsayıcılık, aleniyet, rasyonalite ve eşitlik), birbirine zıt ve iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Dijital alandaki kamusal alan oluşumu hem eksik hem de aşırıdır. Kültür emperyalizmi ve bilgi uçurumu çerçevesinde küresel enformasyon, küresel demokratik bir sivil toplum oluşumundan çok anti demokratik yapıyı derinleştiren etkide bulunmaktadır. Küresel enformasyon ve tekelliliğin artması neticesinde enformasyon zengini ve yoksulu yeni sınıflar oluşabilmektedir (Tetik, 2015: 210-211). Eksiktir çünkü enformasyon yoksulu çeşitli gruplar internetten dışlanabilmektedir. Hatta bahsi geçen bu dışlama sadece belli grupları ve kişileri dışlamakla kalmaz, aynı zamanda aynı enformasyona erişebilen ve erişemeyen ve/veya zengin fakir arasındaki ayrım gibi az gelişmiş ülkeleri de dışlayabilmektedir. Bundan dolayı az gelişmiş ve gelişmiş ülkeler arasındaki oluşum internetin küresel bir kamusal alan oluşturmasını olumsuz şekilde etkileyebilmektedir (Sparks, 2001: 82-83). Çünkü her ne kadar medya teknolojileri enformasyona erişimi arttırıcı yönde bir etkide bulursa da teknoloji üretmek için üretim araçlarını elinde bulunduran bir devlet dışı ya da devletin bizatihi kendisi gibi bir aktöre ihtiyaç bulunmaktadır. Bu yüzden de bütün toplumlar teknoloji üretememekte ve iletişim seçkinler arasında sağlanmaktadır (Sparks, 2000). Her ne kadar kamusal alan, içinde eşitliği ve buna bağlı olarak demokrasi ve iletişim gibi normları barındırıyor gibi

görünse de internetin ekonomi politiği, geleneksel medyanın sahip olduğu ekonomi politik düzenden farklı olmadığı için internet farklı gruplar, uluslar ve ticari olan ve olmayan organizasyonlar arasında bir eşitsizliğe sebebiyet vermektedir (Patelis, 2000). İnternetin bu bahsi geçen eşitsizliğe sebebiyet vermesi bağlamında aslında toplumsal eşitsizlik daha da derinleşmektedir (Schiller, 1999). Diğer bir deyişle verilerin internete ulaşamayanlar tarafından elde edilememesine bağlı olarak bireyler açısından bir eşitsizliğe sebebiyet verebileceği ve teknokratların gücünü arttırabileceği düşünülmektedir.

Dolayısıyla sosyal medyanın potansiyel bir kamusal alan olarak eşitsizlikleri kaldıracığı düşüncesi, bu yaklaşımda, Papacharissi'nin (2002) de belirttiği; “gerçek hayatta sağlayamadığımız eşitsizliği sanal hayatta nasıl sağlayacağız?” mantığı üzerine kuruludur. İnternete erişimi olanlar ve olmayanlar arasında toplumsal eşitsizlik ile benzer şekilde bir “dijital bölünme/uçurum (digital divide)” bulunmaktadır (Dijk, 2016: 273). Bu durum, kamusal alanın açıklığı bağlamında, dijital ortamda oluşabilecek bir kamusal alanın varlığını olumsuz anlamda etkilemektedir. Dijital bölünme yeni enformasyon teknolojilerine erişim ve imkanlarından yararlanma hususundaki ekonomik, kullanım sıklığı ve dijital beceriler arasındaki farklılığı ifade etmektedir (Dijk, 2016: 275-282). Dolayısıyla internet aslında kullanıcıları arasında ve bir sonuç olarak toplum içinde parçalanmaya neden olarak dijital bölünme/uçurum oluşmasına sebep vermektedir. Dijital uçurum bağlamında ülkelere özgü araştırmalar, kadınlar, etnik azınlıklar, kırsal kesimdekiler ve yetersiz eğitimliler gibi daha geniş dezavantajlar yaşayan gruplarla marjinalleşme modelinin ilişkili olduğunu kanıtlamıştır (Norris, 2001: 77-86). Gelişmiş bir ülkede gelişmekte olan bir ülkedekinden 22 kat daha fazla internet kullanıcısı olduğu akla geldiğinde, bu çağa enformasyon çağı denmesi uygunsuz bir yanlış isimlendirme gibi gelmektedir. Bununla birlikte, dijital bölünmeye neden olan sosyoekonomik faktörler yeni kamusal alanı demokratik olmayan olarak işaretlerse, o zaman demokrasinin zirvesindeki Habermas'ın ortaya koyduğu kamusal alanın, kadınları, sosyal sınıfları veya alt kesimlerden insanları dahil etmediği için, demokratik olmadığını belirtmek ironiktir (Papacharissi, 2002). Bu bölünmenin “siberbalkanizasyon” (van Alstyne ve Erik, 1997; Brainard, 2009; Chan ve Fu, 2017) etkisi bulunmaktadır. Siberbalkanizasyon ile anlatılmak istenen, internette bulunan grupların ortak çıkar ve benzer fikirler çerçevesinde bölünmesidir (Narin, 2018: 242). Balkan coğrafyasının etnik ve dinsel cemaatlere bölünmesi gibi internette bu

cemaatleşen yapı çerçevesinde kimlik ve ideoloji temelli bir bölünme yaşamaktadır. Sanal cemaatlerdeki bu kimlik ve ideoloji temelli bölünme “grup kutuplaşmasına” (Nagel, 2002: 328) yol açarak “ötekinin” dışlanmasını beraberinde getirmektedir. Dolayısı ile burada bir enformasyon arayışı bulunmamaktadır ve kullanıcılar daha çok “ötekinin yok edilmesi” ile ilgilenmektedirler. Sosyal medyadaki enformasyon çokluğu, toplumsal ayrışmayı arttıran bir etkide bulunmaktadır. Bundan dolayı liberal yaklaşımın iddia ettiği şekilde sosyal medya demokrasiyi güçlendirmek için çoğul kamusalılıkların varlığına yönelmek yerine politize olmuş cemaat yapılarına dönüşmüştür. Bu durum Richard Sennet’in (2016) bahsettiği yıkıcı cemaat (gemeinschaft) kavramsallaştırmasına benzemektedir. Yıkıcı cemaatlerde gerçek ve hayali düşmanlar oluşturularak bir cepheleşmeye sebebiyet vermektedir (Bozkurt, 1999: 67). Bu durum sosyal medya içinde oluşan sanal cemaatler için de geçerlidir.

Bahsi geçen aşırılık incelendiğinde, bu aşırılık neyin gerçek (truth) neyin güvenilir(trust) olduğu sorunsalını beraberinde getirmiştir (Dean,2013)²⁵. İnternette bulunan enformasyon çok fazladır. Bunlardan hangisinin doğru olduğu kültürel sermayesi (Bourdieu, 2006) birbirinden farklı olan kullanıcılar tarafından kesin ve net olarak bilinebilir değildir (Van Dijk, 1999). Bu durum, eşitsiz enformasyona sahip kullanıcılar arasında yeni bir tür hiyerarşi oluşumuna sebebiyet vererek grup çatışmalarına ve suskunluk sarmallarına neden olabilmektedir (Enjolras ve Steen-Johnsen, 2017: 114). Buna ek olarak aşırı enformasyon, dezenformasyona uğrayabilme riski taşımaktadır. Gelen bilgi dezenformasyona uğrayarak paylaşıldığı takdirde, bu paylaşım diğer kullanıcılar tarafından doğru kabul edilerek diğer kullanıcılara dağıtılabılır durumdadır (Çöteli, 2017: 84). Bahsi geçen aşırılık derinlik yoksunluğunu da beraberinde getirmektedir.

İnternetin en önemli özelliklerinden biri daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere hızıdır. İnternet ortamı hıza dayalı olduğu için kullanıcılar sürekli olarak enformasyon yüklemesine maruz kalırlar. Diğer bir deyişle enformasyonun niteliğinin yerini enformasyonun anındalığı almaktadır. Bunun bir sonucu olarak kamusal

²⁵ Bahsi geçen neyin gerçek neyin güvenilir olduğu düşüncesi post truth kavramı ile yakından ilişkilidir. Post-truth hem Brexit’teki referandum sürecini hem de 2016 ABD başkanlık seçim sürecini internet üzerinden yayılan gerçek dışı haberler etkilediği için tartışılmaya başlanmış bir kavramdır. Sosyal medya araçları kullanılarak sahte haberlerin yayılması sonucu bu platformların güvenilirliği sorgulanmaya başlanmış ve 2016 yılında Oxford English Dictionary’e yılın yeni sözcüğü olarak girmesine neden olmuştur (Wegerif, 2017).

tartışmalar kısır bir diyalogtan öteye geçememektedir (Iosifidis, 2011: 625). “Hızlandırılmış çoğulculuk” varsayımına göre; internetin sahip olduğu enformasyon akış hızı, çoğulculuk mantığına göre hareket ederek, kullanıcıların siyasal olaylara gösterdikleri ilgiyi ve bilgiyi özümseme tarzlarını değiştirmemektedir. Diğer bir deyişle kullanıcılar ilgilerine göre sadece bazı meselelere yoğunlaşırken diğer meseleler hakkında bilgi edinemeyecektir. Bu durumun bir sonucu olarak aslında internet iletişim kapasitesini arttırıyor gibi görünse de aslında siyasal katılımı ve demokrasi artışını etkilememektedir (Bimber, 2002: 168-169).

Liberal yaklaşımın, sosyal medyada kamusal diyaloga bağlı bir kamusal alan oluşabileceği iddiası ise, eleştirel yaklaşım tarafından sosyal medyanın çeşitli gruplar ve örgütlerin propaganda ve eylem alanına dönüşebilme potansiyeli göz önüne alınarak reddedilmiştir. Kamusal alan açısından, internet ve sosyal medya bir müzakere ortamı oluşturmasından çok, kullanıcıların kendilerini ait hissettikleri grupların ya da toplulukların fikirlerini destekledikleri bir alana dönüşmüştür (Topbaş ve Doğan, 2016: 136). Diğer bir deyişle, sosyal medya kamusal alana değil özel ve kamusal alan arasındaki ayrımı ortadan kaldırıp bir propaganda alanına dönüştürmüştür. Bu durumun sonucu olarak bir yandan kullanıcılar kendi düşüncelerine benzer şekilde düşünenler ile bir araya gelirken (benzerseverlik/homophily’e neden olurken) diğer yandan tarafgirlik artarak ötekileştirici bir söylem, küfürler ve trollük eylemleri kamusal tartışmanın yerini almaya başlamıştır. Bu yüzden TV veya diğer medya araçları aslında bir kamusal alan niteliği taşımamaktadır. Çünkü internet ve medyanın ekonomi politiği düşünüldüğünde piyasa ve güç odaklarının tahakkümünden ayrılmış bir kamusal alan bulmak zorlaşmıştır (Dahlgren, 2001: 49). Ekonomik ve politik güç odakları bir yandan ekonomik karlarını arttırmak öte yandan ideolojilerini yaymak amacıyla sosyal medyayı kullanmaktadır (Kuyucu, 2015: 148). İnternet üzerinden yapılan siyaset bağlamında, rasyonel müzakere ve tartışma süreçlerini içeren siyasetin rasyonel niteliği yok olduğu için aslında, internet, yönlendirilen/manipüle edilen “siyasi tartışmanın soysuzlaşmış biçimi”dir (Kellner, 2004: 719-723). Liberal yaklaşımın internetin kamusal müzakere alanını genişletebilmesi düşüncesi bağlamında, internetin tam olarak açık olmaması ve rasyonel eleştirel kamusal müzakereye erişim konusunda sınırlılıkları olması dolayısıyla alternatif bir dijital kamusal alan oluşturmadığı söylenebilmektedir. Siyasal müzakere internet ortamında görülmediği için ve hatta görülse bile kapsayıcılık ve rasyonel tartışma nitelikleri yeterince kamusal olmadığı için, siyasal müzakere sürecinin dijital

ortamdaki varlığı, özellikle enformasyona erişim anlamında, eşitsiz bir sınıflaşmaya sebebiyet vermektedir (Papacharissi, 2002: 6). Dolayısıyla dijital ortamdaki potansiyel kamusal alan her ne kadar açık ve kapsayıcı gibi görünse de seçkin bir nitelik taşımaktadır (Timisi, 2003: 211).

3.2. Kamusal Alan Modelleri Üzerinden Dijital Bir Kamusal Alan Fikri

İlk kavramsallaştırmasından bu yana kamusal alan ile ilişkide bulunan medya hem geleneksel biçimleriyle hem de dijital teknolojilerle geliştirilmiş haliyle kamusal tartışmanın merkezinde yer alır. Yeni medyada, özellikle internette, kuramsal bağlamda dijital bir kamusal alanın varlığından söz edilmektedir. Bu alan tanımlanmaya çalışılırken çeşitli metodolojik ve pratik zorluklar bulunmaktadır (Sousa vd., 2013: 9). Öncelikle dijital kamusal alanın nasıl bir alan olduğu ve özellikleri üzerinde durulmalıdır.

3.2.1. Dijital Kamusal Alan Küreseldir

Habermas'ın ortaya koyduğu ve tartışmaların yüz yüze gerçekleştiği kamusal alan dönemi web 2.0 teknolojilerinin ortaya çıkışı ile sona ermiştir (Poster, 1997). Dijital kamusal alan yerelleştirilebilir değildir. Çünkü internette farklı ideolojiler ile karşı karşıya kalan kullanıcıların küresel çapta, kendi fikirlerini geliştiren web sitelerini ziyaret etme ve bu ağlarla bağlantı kurma eğilimleri bulunmaktadır. Bu durumunun bir sonucu olarak ağlar çeşitlenmiş ve dijital kamusal alanlar zıt görüşlerle yüzleşmeye başlamıştır (Mahlouly, 2013). İçinde bulunduğumuz dönemde sosyal sorunların birbirine bağlı ve iç içe geçtiği görülmektedir. Dijital ortamın küresel bir niteliğe sahip olması bağlamında her şeyin diğer her şeyi etkilediği barizdir (Taylor R., 2002). Küresel insanın artan farkındalığına dayanan bilinci sosyal ilişkileri etkilemektedir (Shaw, 2000). Dolayısıyla içinde bulunduğumuz çağa ait meseleler bu çağın gelişmiş bağlanabilirliğini arttırarak (Castells, 2008b) küresel insan bilinci ile vatandaşların sanal bir kamu organı olarak birleştirilmesini beraberinde getirmiştir. Bu yeni bilinç, ulusal kimlikler ve ulusal meseleler etrafında değil, küresel alanda/mecrada bir gelişim göstermiştir (Tehranian, 2004). Bununla birlikte yeni kamusal alan, ortaya çıkan küresellikte yeniden biçimlendirilirken birden fazla düşünürün katkısının bulunması olağandır (Bartelson, 2009). Çünkü küreselliğin merkezi ve çevresi yoktur.

3.2.2. Dijital Kamusal Alan Benzerliklerin Birleşimini İçerir

Habermas'ın kamusal alan modeli incelendiğinde insan kaynakları arasında doğal bir bağ olduğu düşüncesi mevcuttur. Amaçlı-rasyonel eylem inşası, kaçınılmaz olarak burjuva sınıfının çıkarlarını desteklemektedir (Salter, 2003). Bilgi iletişim teknolojilerinin (BİT) yaygınlaşması ile birlikte maliyetlerin azalması, artan okuryazarlık oranı, erişim fırsatları ve rasyonel eleştirel tartışmanın eğilimleri artacaktır. Ancak, birden fazla kamunun varlığı dolayısıyla tartışmanın doğası daha parçalı bir hal alacaktır. Çünkü internet, belirli ilgi alanlarına ve benzer fikirlere sahip kişilerin bir araya gelmesine ve bu ortak oldukları konular üzerinde tartışma başlatmaya yardımcı olacak şekilde kamusal alanlar oluşturmaktadır (Papacharissi, 2002). Diğer bir deyişle internet benzer fikirlere, ideolojilere ve düşüncelere sahip kişilerin bir araya gelmesine olanak sağlayarak bir olay ya da durum hakkında diyalog başlatılabilmesine yardımcı olmaktadır.

İnternetteki benzer düşüncelere sahip kişilerin bir araya gelmesi ile bu alan, dijital aktivizm bağlamında, Habermas'ın kamusal alanına benzemektedir. Çünkü dijital ortamdaki öznelliklerin ifade edilmesi, her bir toplumsal harekete kendi kimliğini yansıtan üyelerin katılımı ile gerçekleşir. Bu durum Habermas'ın kamusal alanında olduğu gibi birleştirici kültürün sonucudur. Habermas'ın kuramının yirmi birinci yüzyılın dijital ve bağlantılı kültürüne uygulamak, çevrimiçi kamusal söylemlerin serbestleştirilmesi ile alakalıdır (Mahlouly, 2013: 19). İnternet'in özelliği müzakereci demokratların bağlı olduğu kamusal alanı parçalara ayırmasıdır. Bu kamusal alanın parçalara ayrılmasının nedeni benzer düşüncelerin bir araya gelmesinden kaynaklanmaktadır. "Yankı odaları" bağlamında internet müzakere, saygı ve demokratik meşruiyet yerine kutuplaşmayı teşvik etmektedir (Hindman, 2008: 271).

3.2.3. Dijital Kamusal Alan Fiziksel Bir Alan Değil, Dijital, Söylemsel ve Eylemsel Bir Alandır

Habermas'ın ortaya koyduğu modelde kamusal alan çoğunlukla kahve, park, yeni İngiltere belediye binası, bir fabrikanın yemekhanesi ve hatta bir sokakta köşe başı gibi fiziksel bir alan iken, Arendt'in (2018) ortaya koymuş olduğu modelde coğrafi bir yere ya da bir mekâna bağlı ve fiziksel olmayan eylemsel bir alan olarak değerlendirilmiştir. Dijital kamusal alan ise hem söylemsel hem de eylemsel bir nitelik taşımaktadır.

Siber alan dijital bir dünya olarak ortaya çıkmaktadır ve bu ölçülemez dijital alan içindeki mekanlar 18. yüzyıl Avrupa kahvehanelerinde Habermas'ın bahsetmiş olduğu entelektüel forumun oluşumuna elverişli alan burjuva kamusal alanına eşdeğer hale 15 gelmektedir. Bu çerçevede rasyonel-eleştirel söylemin gerçekleştiği kahvehaneler, salonlar ve halka açık meydanlar gibi fiziksel mekanlar yapısal bir değişikliğe uğrayarak dijital bir alana dönüşmüştür (Ubayasiri, 2006). Habermas'ın modelindeki geleneksel medyanın aksine, sosyal ağlar yapı, hız ve kapsam bakımından tamamen farklı olarak (Crack, 2007) yeni bir söylem alanı geliştirmiştir. Bu alan sadece söylemi değil aynı zamanda eylemleri de kapsamaktadır. Özellikle dijital aktivizm bağlamında sosyal medyada birçok sosyal hareketin örgütlenmesinin sağlandığı görülmektedir. Arap Baharı, Wallstreet işgali (occupy hareketi), İspanya Öfkeli hareketi (15-M), Taksim Gezi Parkı hareketi sosyal medya üzerinden örgütlenmenin sağlandığı hareketlerdir.

Arendt'in birleşimsel modelinde bahsettiği bir aradalık duygusu kamusal alan oluşumu için gereklidir. Bu durum dijital kamusal alanın mekânsal olmayışına yani fiziksel bir alan olmayışına ve çeşitli sanal cemaatlerle gerçekleştirdikleri tartışmalarda bir aradalık duygusuna yanıt verebilmektedir. Fiziksel olarak bir araya gelmesi mümkün olmayan kişiler bu dijital platformlarda bir araya gelerek çeşitli tartışmalarda bulunabilmektedir (Çöteli, 2017: 72-73). Van Dijk'e göre, ağ toplumu çağında kamusal alan, belirli bir durum veya fiziksel konuma bağlı değildir. Çünkü "Organik bir topluluğun veya bir ulusun üyeleri artık belirli bir bölgeye ve/veya birbirine bağlı değildir, çeşitli kolektiflikler inşa etmek için bir araya gelmektedir" (van Dijk, 1999: 164).

3.2.4. Çoğul Kamusal Alanlar (Public Sphere) ve Kamusal Mekânlar (Public Space) Vardır

Kamusal alan (public sphere) ve kamusal mekân (public space) kavramları birbiri ile karıştırılmamalıdır. Kamusal mekân, kamusal alanın oluşmasına izin veren bir ortamı sağlamaktadır. Fakat bu mekân sağlıklı bir kamusal alanın varlığını garantilememektedir (Papacharissi, 2008: 5). Bu nedenle, internetin bir kamusal alan olarak incelendiği bazı bilimsel çalışmalarda, çevrimiçi dijital teknolojilerin bir kamusal mekân oluşturduğu, ancak her zaman için bir kamusal alanı etkinleştirmede sonucuna ulaşılmıştır. Kamusal mekân, dijital bir alandır ve basitçe tartışmayı geliştirir (Papacharissi, 2008: 12). Dijital kamusal alan, sosyal medyanın siyasi rolünün

eleştirilmesinde ve bağlamsallaştırılmasında yardımcı olabilir, ama bu rolü belirleyen değildir (Papacharissi, 2008: 24). İnternet diğer kamusal alan modelleri ile kıyaslandığında, bütünlüklü ve etkili bir kamusal alan yerine küçük ölçekli çoğul kamusal mekanlar oluşturmaktadır. Sosyal medyada yapılan tartışmalarda karşılıklı yorumlamalar ile küçük çoğul kamusal alanlar oluşabilmektedir. Fakat toplumun tüm kesimlerini ilgilendiren ve toplumun her kesiminin katılabildiği bir kamusal alan oluşmamaktadır.

Habermas'ın ortaya koyduğu kamusal alan, özgür katılımı ve rasyonel tartışmayı içeren, homojen ve fiziksel bir alandır (1997). İnternette veya sosyal medya üzerinde bulunan kamusal alan Habermas'ın kamusal alan kavramındaki gibi homojen ve fiziksel değil aksine heterojen ve dijitaldir (Kammer, 2015). Habermas'ın idealize ettiği şekilde internet ortamında bir kamusal alan bulunmamaktadır. Fakat bu durum internetin dijital bir kamusal alan olabilme potansiyelini de ortadan kaldırmamaktadır (Bosch, 2010). Bu noktada kamusal mekân (public space) kamusal alan (public sphere) ayrımı devreye girmektedir. Dijital kamusal alan, Habermas'ın modelinden farklı olarak kamusal mekanlardan (public spaces) oluşmuş bir alan olarak ortaya çıkmıştır (Loke, 2013). Diğer bir deyişle dijital kamusal alanda, çok sayıda özel ilgi alanına sahip kamunun bir aradalığını ve ortak kimliklere sahip olması gerçek dünyanın bir bakıma sosyo-politik koşulları yansıtmaktadır (Fraser, 1990). Gerçek bir dijital alan fikri ana akımdan menedilmiş birden fazla karşı-kamu alanının oluşmasıyla varlık göstermektedir (Papacharissi, 2002). Dolayısıyla tek bir kamusal alan değil, birden çok rasyonel ve eleştirel tartışma alanları yani kamusal alan bulunmaktadır (Ubayasiri, 2006). Kısaca dijital kamusal alanların parçalı yapısı internet kullanıcılarının kendi ideolojilerine ve fikirlerine paralel web sitelerini ziyaret etme veya bağlanma eğiliminde olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu durum kamusal meselelerde farklı argüman ve fikirlerin bulunduğu çoğullaştırılmış bir iletişim platformu olarak internetin Habermas'ın kamusal alan anlayışıyla çelişen bir yapısı bulunduğu anlamına gelmektedir (Mahlouly, 2013: 11-12).

Geleneksel kamusal alanda birbirini dışlayan ancak bir dizi kamusal alanın birden çok biçimde birlikte var olduğu, kesiştiği ve üst üste bindiği görülmektedir. Bu kamusal alanın devam eden yapısal dönüşümünü içerir. Kamu, sosyal medyanın olanaklarından yararlanarak kendi mantık ve normlarını takip edebilir. Yerleşik uygulamalardan farklı olabilecek kendi amaçları için platformları kullanabilir (Bruns ve

Highfield, 2016: 123-125). Kamusal alandan kamusal alanlara dönüşüm ve politik ve kamusal alanın yayılması birden çok aktör, platform ve kamuoyu tartışması içermektedir. Mevcut ana akım ve sosyal medya ekolojisi, sabit değildir; yeni platformlarda, kamunun benimsediği farklı biçimlerde kurulmasına aracı olarak, kamusal alan, yarı kamusal alan ve özel alan tartışmalarının fikirleri daha fazla belirsizlik sağlamasına neden olur. YouTube veya Twitter gibi belirli platformlarda sıradan vatandaşlar tarafından kamusal tartışmalar gerçekleştirilebilir (Bruns ve Highfield, 2016: 125-126). Bu farklı platformların ve kimliklerin her biri kamusal bir mekân oluşumuna katkı sunabilmektedir. Kısacası Habermas'ın modelinde bahsedilen tek ve bütün bir kamusal alan ve/veya kamusal mekân anlayışı dijital ortam için geçerli değildir.

Şu haliyle günümüz için öne sürülebilecek kamusal alan kavramı, Habermas'ın modeli bağlamında sınıf temelli bir burjuva kamusal alanı değildir. Dijital alan çoğulcu kimlikleri içermektedir (Wilhelm, 2000: 33-34) bu kimlikler çoğul kamusal alanları oluşturur. Habermas'ın kamusal alan modelinin çoğul kamusal alanları kuramsallaştırmada başarısız olduğu görülmektedir. Çünkü uzlaşmaz ve bölünmüş politik konumlar arasında devam eden mücadele bu modelde yer almamaktadır (Garnham, 1992: 360). Kluge ve Negt'in (2018) kamusal alan modelinde ise dijital kamusal alanın homojen/tekil bir kamusal alan olmadığı aksine, bu modelde bahsedildiği üzere çoklu ve heterojen alanların bulunduğu görülmektedir. Sosyal medyada Kluge ve Negt'in (2018) bahsettiği bağlamda karşıt/muhafazakar kamusal alanlar oluşabilmektedir. Bu alanlar birden fazladır.

3.2.5. Dijital Kamusal Alan Aktörleri İnternete Erişimi Olanlardır

Liberal yaklaşıma göre internet; herkesin tartışmalara katılabildiği ve kamuoyu oluşum sürecine katkı sağlayan bir araçtır. Bu çerçevede internet sınıfsal olmayan ve rasyonel tartışmaya dayalı bir mekân görünümü sergilemektedir. Dijital kamusal alan, liberal model çerçevesinde, sınıfsız ve rasyonalitenin egemen olduğu bir alan olarak görülmektedir (Güçdemir, 2010: 50-52). Dolayısıyla bu alanın Habermas'ın idealize ettiği eşitler arası iletişime yakın bir paylaşım ağı sunduğu düşünülmektedir.

Habermas'ın kamusal alan modeli kadınları dışlaması ve işçi sınıfının sırtına inşa edilmesi bakımından eleştirilmiştir (Dean, 2003). Habermas'ın ortaya koyduğu modele getirilen eleştirilere paralel olarak dijital kamusal alan da her ne kadar yeni teknolojiler ile desteklenip sınırları kaldırmış gibi görünse de herhangi bir ayrımcılığı

ortadan kaldırmamıştır. Eşitlik normu çerçevesinde, sadece belirli kültürel ve ekonomik sermayeye sahip elit bir grup internete erişebilecektir. Öte yandan Habermas, kapsayıcılık normu çerçevesinde, herkesin aynı şeyi paylaştığını varsaymakta fakat her sınıftan kadınların, farklı etnik grupların ve mülk sahibi olmayan alt tabaka erkeklerin resmi politik katılımdan ve kamusal alandan dışlamaktadır (Fraser, 1990; Hoffman, 2017). Dijital kamusal alanda sistematik eşitsizliğin bulunmasıyla, Habermas'ın bahsettiği ideal kapsayıcılığa ulaşamadığı görülebilmektedir. İnternette sosyoekonomik eşitsizliklere sahip demografik gruplar bu alana ulaşamayarak dijital uçuruma neden olmaktadır (Lamb, 2013: 12-24). Habermas'ın burjuvaziden oluşan mülk sahiplerinin kamusal alana sahip olduğu gibi dijital kamusal alana da bilgisayar hakimleri sahiptir.

Mülkiyet bağlamında ortaya çıkan bu durum Arendt'in ortaya koyduğu kamusal alan modelindeki, Antik Yunan polislerinde demokratik tartışmaların dışında tutulan kadınların, tüccarların ve kölelerin durumuyla da paralellik göstermektedir (Castells, 2008: 528). Dijital kamusal alana girebilmek için internete erişim bir ön şart olarak görülmektedir. Bu durum Arendt'in modelinde bahsetmiş olduğu; Antik Yunan'daki gibi kamusal alana girebilmek için mülk sahibi olmak gerekliliğine benzemektedir (Çöteli, 2017: 78). Diğer bir deyişle Antik Yunan'da kamusal söylemde bulunmak için nasıl mülk sahibi olmak gerekiyorsa benzer şekilde dijital kamusal alana girebilmek için de internete erişime; bilgisayarlar, mobil cihazlar üzerinden dijital ağ ile bağlantı kurmaya ihtiyaç bulunmaktadır.

3.2.6. Dijital Kamusal Alan Tartışma Potansiyeli Bulunan Bir Alanıdır

Kamusal alan, kamuoyunun, rasyonel kamusal söylemin ve tartışmanın bulunduğu bir sosyal yaşam alanı sunar. Kamusal alanın nihai amacı, kamuyu ilgilendiren bir konu üzerinde uzlaşma sağlanmasıdır, ancak bu hedefe mutlak olarak ulaşamayabilir. Anlaşma ve rasyonel tartışma arzu edilen sonuçlardır; ancak kamusal alanın değeri kamusal meselelerin sınırsız ve çeşitli tartışmalarını kolaylaştırma yeteneği ile ölçülmektedir (Papacharissi, 2008: 4-5). Bu durum dijital kamusal alan için de geçerlidir. Arendt'in ortaya koyduğu model çerçevesinde internetin, etkileşimli yapısından ve yayımsal özelliği bakımından "Agora" işlevi bulunmaktadır. Çünkü sosyal medyanın sunmuş olduğu tartışma imkanları gerçek zamanlı olarak çok fazla sayıda kişiye ulaşabilmektedir. Bu durum sosyal medyanın küresel bir hale gelerek fikir alışverişi sağlaması sonucunu doğurmuştur (Karagöz, 2013: 143).

Arendt agoralar gibi ortak alanlarda kamuoyu oluştuğunu belirtmiştir. Dijital kamusal alanda da kullanıcılar benzer şekilde kendilerini ifade ederek hem gerçek hem de sanal ortamda bir kamuoyu oluşturabilmektedir. Örneğin Facebook gruplarında kullanıcılar davetler ile sokak protestolarına katılabilmektedir (Çöteli, 2017: 88-89). Diğer bir deyişle eski dönemlerdeki agoralarda kamuya açık söylem üretilip kamuoyu oluşturulurken bu durum günümüzde dijital alanlara kaymaya başlamıştır (Rappa, 2002: 7). Bu noktadan hareketle dijital kamusal alan, Arendt'ci model ile kamuoyu oluşumu açısından bir benzerlik göstermektedir.

Dijital kamusal alanın, kamuya ait olduğu, herkese açık olduğu, devlet ve piyasa koşulları dayatmasından bağımsız olduğu ve demokratik süreçleri destekleyerek bir tartışma ortamı oluşturduğu, politik, kültürel ve sosyal etkinliklerin üretildiği, eleştiri yapılabilen ve toplumsal hareketlerin gerçekleştirilebildiği bir alan olarak düşünülmesi bağlamında liberal model ile benzerlik gösterdiği söylenebilir (Çöteli, 2017: 78).

Bütün bunlara ek olarak dijital kamusal alanın üniter olmayan ve çok sayıda iletişim alanı içeren parçalı yapısı göz önünde bulundurulduğunda, bu alanların siyasi etki açısından eşit olmadığı ve ana akım ve kamusal karşıtı alanlar arasında ayırım yaparak, sınıf, etnisite veya cinsiyete dayalı mekanizmalar gibi birçok dışlayıcı mekanizmayı içerdiği görülmektedir. Dolayısıyla kamusal alana eşit erişimi ve katılımı engellenmektedir (Enjolras ve Steen-Johnsen, 2017: 101). Bu durum Habermas'ın askıya alınmış hiyerarşi ilkesiyle kesinlikle çelişki içindedir. Buradaki temel sorun, kullanıcılardan herhangi birinin pozisyonları veya nitelikleri hakkında bazı kişisel bilgileri ifşa etse bile, diğer muhatapların bu tür verilerin doğruluğunu doğrulama konusunda çok sınırlı bir şansı olmasından ileri gelmektedir. Çevrimiçi bir tartışmadaki katılımcıların kimliğinin belirlenmemesi, her ne kadar aralarındaki ilişkinin hiyerarşik yapısıyla ilgili olsa da aynı zamanda yeterlilik veya niteliklerle ilgili haksız iddiaları kolaylaştırır (Parnes, 2016). Diğer bir deyişle dijital ortam klasik modellerin aksine muhatabın belirlenememesi neticesinde Habermas'ın kamusal alanın yapıtaşı olan rasyonel tartışmanın rasyonelliğini sorgulatmaktadır.

3.2.7. Dijital Kamusal Alan Heterojen ve Sınırlı Bir Alandır

Sosyal medya platformları da dahil olmak üzere birçok kanalı içeren bir medya ekolojisi için dönüşüm bahsi geçen kamusal alan modellerinin ötesine genişletilebilir ve genişletilmelidir de. Çünkü farklı fakat birbiriyle bağlantılı konuları ve yaklaşımları temsil eden, örtüşen karmaşık sistem ve/veya kamular olabilir. İnternet daha fazla kişi

tarafından kullanıldıkça sanal fikirlerin ulaşabileceği kişi sayısı, çeşitlenebilir. Bireylerin sahip oldukları özel ilgiler onları bu gruplara çekebilir ve kullanıcılar belirli konularda tartışmalarını sürdürebilirler. Kişilerin ilgilerinin, düşüncelerin ve ideolojilerinin çeşitliliği heterojenliği de beraberinde getirmektedir. Heterojenliğin bir sonucu olarak sanal kitleler küçük tartışma gruplarına bölünebilir. Ancak parçalanma, kendisini yalnızca özel ilgi alt gruplarının çoğalması yoluyla göstermez. Aynı zamanda bilgi parçacıkları veya rastgele bir araya getirilmiş fikirlerde bu heterojenliği destekler niteliktedir. Siber balkanlaşma (Sunstein, 2008) tehdidine rağmen, burada belirli ideolojik bakış açıları bir araya toplanır. Bu durum kamusal alanın diğer modellerden farklı olarak heterojen²⁶ bir yapısının olduğu anlamına gelmektedir. Bu parçalanma mutlaka izolasyonu veya tam ayrılığı gerektirmez. Liberal model çerçevesinde merkezî olmayan yapı ve küresel etkileşim bağlamında, dijital kamusal alanın daha karmaşık, geniş ve çoklu bir yapıyı içerdiği görülmekte ve dijital kamusal alan elektronik bir agora olarak tasavvur edilmektedir (Poster,1997: 213).

Heterojen olmasına ek olarak bu alan sınırlı bir nitelik taşımaktadır. Habermas'ın ortaya koyduğu kamusal alan modeli herhangi bir kısıtlama olmadan, eşit bireylerin devlet ile ilgili konularda serbestçe eleştiri yaptıkları, herkesçe erişilebilen bir alan olarak görülmektedir. Fakat kitle iletişim araçları ve online yayıncılık anayasa hükümlerine bağlıdır. Bu yüzden bu mecralarda yapılan haberler zaman zaman sansürlenebilir ve yayın engeline takılabilir (Onat, 2013: 12). Habermas'ın burjuva kamusal alanından farklı olarak, dijital kamusal mekanları oluşturan sosyal ağların sansürlenmesi daha zordur. Fakat yine de özellikle otoriter rejimler vatandaşlarını iyi bilgilendirmeyerek özgürce hareket etme yeteneklerini sınırlamaktadır (Shirky, 2011). Bu durum dijital ortamda oluşabilecek bir kamusal alanın sınırlı bir alan olabileceği anlamına gelmektedir. İnternetin düzenlenmesi ve sınırlandırılması hususunda çeşitli teknik çalışmalar bulunmasına rağmen, Habermas'ın kamusal alan modelindeki rasyonaliteye ulaşmak bu alan için mümkün değildir (Bacık, 2003: 28-29). Çünkü bu durum post truth çağı ile direkt olarak ilişkilidir. Kamusal aktörler bu çağda Habermas'ın ifade ettiği

²⁶ Homojen olmayan bu kamusal alan mikro, mezo ve makro olarak üçe ayrılmaktadır. Mikro kamusal alan, yerel düzeyde kamusal yaşamı içermekte ve günlük yaşamın başat kodları üzerinde durmaktadır. Kitapevleri, kiliseler/camiler, barlar vb. kamusal mekanları içermektedir. Mezo kamusal alanlar, geleneksel kitle iletişim araçları ile etkileşimde bulunan ulus devlet aktörlerini içermektedir. Kamusal tartışmalar ulusal dil kullanan kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayılmaktadır. Makro kamusal alanlar ise küresel düzeyde aktörlerin oluşturduğu, uluslararası medya şirketlerini ya da internet yoluyla kamusal alan oluşumunu içermektedir (Keane, 1997: 308-309).

şekilde rasyonel davranamayabilmektedir. Çünkü “gündelik hayata ve ortak sıradanlığa hitap eden popüler kültür” (Karaduman, 2017: 24) sosyal medya sayesinde herkes tarafından kolayca ulaşılabilir olması ile kişilerin rasyonel karar verme yetisini etkileyebilmektedir. Kamusal aktörler bu popüler kültür etkisi ve sosyal medyanın getirmiş olduğu enformasyon aşırılığı çerçevesinde neyin doğru olduğunu araştırmadan popüler olanı doğru kabul ederek, kamuoyunda yanlış kanaat oluşumuna sebebiyet verebilmektedir.

Habermas'ın (1997) medya üzerindeki devlet ve pazar etkisine ilişkin endişeleri benzer şekilde internet için de geçerlidir. İnternet, işletmelerin popüler sosyal web siteleri üzerinden reklam vermesi ile her geçen gün daha da ticarileşen bir alan olarak ortaya çıkmaktadır. Buna bir de devletlerin otoriter etkileri eklendiğinde bu alan git gide kullanıcıların sınırlandırıldığı bir alan haline gelmiştir. 2005 yılında Habermas, internetin kamusal alan için çok az önemi olduğunu belirtmiştir. İnternet üzerindeki etkileşimin yalnızca otoriter rejimlerin sansürünü baltaladığı ölçüde demokratik bir öneme sahip olduğuna dikkat çekmiştir. Bununla birlikte, demokratik ülkelerde internet, yalnızca kitlelerin çok sayıda izole edilmiş kamusal konu arasında bölünmesine hizmet etmektedir (Rasmussen, 2014: 1321). Yerleşik ulusal kamusal alanlarda, web kullanıcılarının çevrimiçi tartışmaları, ulusal gazeteler ve siyasi dergilerin odak noktası etrafında açığa çıktığında siyasi iletişimi desteklemektedir (Habermas, 2005: 422). Habermas'a göre, kitle iletişim araçları hala modern bir kamusal alanın temel dayanağını oluşturmaktadır. Çünkü dijital medyada, onları düzenlenmiş biçimde yeniden bir araya getirip sentezleyebilecek yapılar bulunmamaktadır.

Dijital ortam Habermas modelinin gereksinimleri çeşitli şekillerde karşılamakta başarısızdır. İlk olarak müzakereler çevrimiçi ortamın nominal bir parçasıdır. İkinci olarak aktörler çevrimiçi ortamlarda makul düzeyde saygılı bir şekilde birbirini dinlemeyebilir. Üçüncü olarak kimlik iddialarını doğrulamak zordur. Dördüncü olarak bireyler hem niceliksel hem niteliksel bağlamda söylemde bulunur. Beşinci olarak çevrimiçi ortamdaki çeşitli sosyal eşitsizlikler dışlamalara yol açar. Son olarak ekonomik büyüme sonucu oluşan çevrimiçi ilginin rasyonel müzakere ile yer değiştirmesi sonucu rasyonellik tahrip edilmiştir (Dahlberg, 2001: 623). Çevrimiçi etkileşimler kurumsal güçten bağımsız değildir. İnternet artık esas olarak ticari çıkarlar tarafından geliştirilmekte ve kontrol edilmektedir ve çevrimiçi ticaret Web'e hakimdir. Bu nedenle, kamusal alanı başlangıçta dönüştüren aynı güçlere karşı savunmasızdır

(Papacharissi, 2002). Bütün bu nedenler dijital ortamda ortaya çıkacak kamusal alanın sınırlı olduğunu göstermektedir. Dijital kamusal alanın sınırlarına daha sonraki bölümlerde derinlemesine değinilecektir.

3.2.8. Dijital Kamusal Alanda Grup Çıkarı Temsil edilmektedir

Kamusal alan genel olarak fiziksel bir yere değil, çıkarlarla ilgili rasyonel tartışmaların gerçekleştiği bir alana atıfta bulunmaktadır. Habermas'ın ortaya koymuş olduğu modelde genel çıkarlar, Arendt'in modelinde ortak dünya, liberal modelde ortak çıkarlar, Kluge ve Negt'in modelinde ise kamusal çıkarlar temsil edilmektedir.

Habermas'ın ortaya koyduğu kamusal alan modelinde, bu alan devlet aktivitelerinin eleştirildiği ve özel olanla devletin yüzleştiği bir alandır. Bu yüzleşme gerçekleşirken tekil kimliklere ait meseleler rasyonel bir söylem kullanılarak müzakere edilmektedir. Bu müzakere gerçekleştirilirken politik meseleler hakkında bir konsensüse varılması ve genel çıkarların korunması gerekmektedir. Burjuva kamusal alanı kamusal aydınlanma peşindeki serbestçe söylem üreten entelektüeller tarafından değil, çıkar peşindeki yağmacı kapitalistler tarafından kontrol edilebilmektedir (Garnham, 1992). Dolayısıyla buradaki genel çıkardan kasıt burjuvazinin çıkarıdır. Habermas'ın kamusal alan modeli ve dijital kamusal alan arasındaki farklılık temsillerden ileri gelmektedir. Habermas, kitle iletişim araçları tarafından "kamusal" uzantıların genişletilmesinin, burjuvazinin kamusal alanının varlığına bağlı olduğunu belirtmektedir. Habermas'ın modelinde kamusal alan temsili, burjuvazi ile sınırlıdır.

Arendt (2018) ise genel çıkarların ötesinde bir vatandaşlık fikri üzerinde durarak vatandaşların ortak iyiyi tartışmak için bir araya geldiğini belirtmektedir. Arendt'in modelinde bu ortak iyi ancak ortak dünya ile temsil edilmektedir. Bu alan ortak bir şekilde gerçekleştirilen eylem ve söylem alanıdır. Dijital kamusal alan incelendiğinde diğer modellerden farklı olarak, bu alanın parçalı yapısından kaynaklı grup çıkarlarının temsil edildiği görülmektedir. Dijital kamusal alan heterojen bir yapıya sahiptir doğal olarak bu alanda birden fazla dijital kamusal mekân bulunmaktadır. Bu alanların her birinde bir grup kendi çıkarları hakkında ortak söylemde bulunabilmektedir.

Ekonomik parametreler sosyal etkileşimlerin kalitesini ve vatandaşların rasyonel olarak kamusal konularda tartışma yeteneğini etkilemektedir. Habermas'ın ortaya koyduğu kamusal alanda yapılan tartışmalar ekonomik gücü elinde bulunduran burjuva çıkarlarını temsil etmektedir. Benzer şekilde dijital kamusal alanda yapılan tartışmalar

da internete erişimi olan aktörlerin gerçekleştirebildiği bir grup tarafından yapılmaktadır. Dolayısıyla dijital ortamdaki tartışmalar toplumun tamamının çıkarlarını değil grup çıkarlarını temsil etmektedir.

Tablo 9: Diğer Modeller ile Karşılaştırılmalı Dijital Kamusal Alan Özellikleri

| Özellikler | Agonistik & Birleşimsel Model | Kamu Diyalogu Modeli | Söylemsel / Burjuva Kamusal Alan Modeli | Karşıt / Proleter Kamusal Alan Modeli | Dijital Kamusal Alan |
|---------------------------|---|---|--|--|---|
| Geliştirici | Hannah Arendt | Klasik ve Çağdaş Liberal düşünürler katkısı | Jürgen Habermas | Alexander Kluge ve Oskar Negt | Çağdaş Liberal düşünürlerin katkısı |
| Perspektif | Etik | Özgürlükçü | İletişimsel | Tarihsel | Küresel |
| Kamusal Alana Bakış Açısı | Farklılıkların Çarpışması | Farklılıkların Eşitlenişi | Farklılıkların Akılcı Uzlaşımı | Farklılıkların varlık mücadelesi | Benzerliklerin birleşimi |
| Kamusal Alan Yaklaşımı | Tartışmacı-Birleştirici | Legalistik | Söylemsel | Burjuva karşıtı | Söylemsel-Eylemsel |
| Kuramsal Alt Yapı | Siyasal alanın yok oluşu ve toplumsal alanın yükselişi | Siyasal liberalizm, toplumsal eşitlik ve kamusal akıl | Bir ideal olarak burjuva kamusunun yükselişi ve düşüşü | Deneyimlere dayalı çoğul kamusal alan | Tek bir kamusal alan birden fazla kamusal mekan |
| İdeoloji | Liberal | Liberal | Liberal | Marxist | Neoliberal |
| Aktörler | Antik Yunan Polisi vatandaşları (Çoğulluk) | Anayasal anlamda eşit vatandaşlar (çoğulculuk) | Burjuva sınıfı | Sınıflar | İnternete erişimi olanlar |
| Kamusal Alan Nitelikleri | * Özel Alan'dan ayrı * Eşitlikler alanı * Aleniyet görülebilirlik, duyulabilirlik mevcut * Totaliter özellikler * Birleşme ve tartışma mekânı | * Heterojen ve Tek tip değil * Anayasa ile Devlet tarafından korunan tarafsızlık * Kamu iyiliği * Konsensüs mevcut | * Homojen ve tek * Herkese eşit ve açık * Bireyler eşit ve özgür * İktidardan bağımsız * Uzlaşmacı | * Heterojen ve birden fazla kamusal alan * Üretim ilişkileri bazlı * Çıkar-tecrübe ilişkisi odak noktası * Tecrübe istemine dayalı * Somut | * Aleni * Heterojen * İnternete erişimi olanlara eşit * Dijital Cemaatleşme ve tartışma alanı * Sınırlı |
| Mekan | Fiziksel değil eylemsel | Fiziksel olmayabilir | Büyük oranda Fiziksel | Fiziksel olmayabilir | Fiziksel değil, dijital |
| Eleştiri | Modernite | Hukukdışılık, azınlık | Modernite | Kapitalizm | Geleneksel Medya |
| Temsil | Ortak Dünya | Ortak Çıkar | Genel Çıkar | Proleteriyayı da kapsayan kamusal çıkar | Grup Çıkarı |

Dijital kamusal alan yaklaşımları bağlamında, dijital kamusal alan fikrinin aslında hiçbir modele tam anlamıyla uymadığı görülmektedir. Çünkü internet ve/veya sosyal medya fiziksel bir mekân olarak değil sembolik bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Bu modellerin bahsettiği politik sistem, sivil toplum ve rasyonel tartışma ortamları web 2.0 teknolojileri çerçevesinde bir değişime ve dönüşüme uğramıştır. Fakat kamusal alan

kuramlarını Habermas, Arendt, Rawls ve Sennett özelinde ele aldığımızda benzediği noktalar olduğu da görülmektedir. Çünkü kamusal alan siyasetin meşrulaştırıldığı sorunlar hakkında tartışılabilen bir simgesel mekandır. Buna ek olarak, internetin zaman ve mekândan bağımsız olmasından kaynaklı olarak kullanıcılara özgürlük vermesi neticesinde idealize edilen modeller ile benzerlik gösterdiği de görülmektedir. Kamusal alanın hem klasik anlamda hem de modern anlamda söylem üretebilen, kamuoyu oluşumuna katkı veren bir tartışma mekânı olma özelliği bulunmaktadır.

Sonuç itibarıyla hem dijital kamusal alana dair yaklaşımlar hem de diğer kamusal alan modelleri bir arada düşünüldüğünde, dijital kamusal alanın şu özellikleri barındırdığı görülmektedir:

- Dijital kamusal alan (sphere) dijital ortamda bulunan mekanların (space) birleşiminden oluşmuş bir alandır.
- Tek bir dijital kamusal alan vardır fakat birden çok dijital kamusal mekân olabilir.
- Kullanıcılar, dijital kamusal alanda da kamusal alanda olduğu gibi, kendilerini ilgilendiren ortak meseleler ile ilgili müzakerede bulunmaktadır.
- Dijital kamusal alanın genel olarak özgürlüğü arttırdığı ve katılımı sağladığı düşünülmektedir.
- Bu alan farklı fikirleri içinde barındırmaktadır. Hem uzlaşma hem de mücadele alanı olarak görülebilir.
- Dijital kamusal alan hem müzakere anlamında söylemsel bir alandır hem de toplumsal hareketler bağlamında eylemsel bir alan olabilme potansiyelini içinde barındırmaktadır.
- Bu alan çeşitli ideolojileri içinde barındırabilir. Karşıt bir kamusal alan olarak görülebilme potansiyeline sahiptir.
- Aktörlerini internete erişimi olan yani kısıtlanmayan bütün kullanıcılar oluşturmaktadır.
- Bu alan fiziksel bir karşılığa sahip olmasa da eylemsel açıdan fiziksel sonuçlar doğurabilmektedir.
- Mekanların (space) oluşturmuş olduğu bir konu/olay üzerinde yoğunlaşan ortak çıkarları ya da hassasiyetleri temsil etmektedir.

- Aleni ve heterojendir, tek tip değildir. İnternet erişimi olan herkese eşit yaklaşma potansiyeli bulunmaktadır.
- Bu alan iktidar ya da sermaye sahipleri tarafından denetlenebilir ya da sansür ve oto-sansür ile baskılanabilir. Bu gibi durumlarda dijital kamusal alanın varlığı ya da durumu etkilenebilmektedir. Dolayısıyla dijital bir kamusal alanın varlığını ölçebilmek için bu alanın sınırlarının bilinmesine ihtiyaç vardır.

3.3. Dijital Kamusal Alanın Sınırları

Katılım ve etkileşim imkânı, temsil ettiği toplumsallıklar, çoğulcu yapı ve farklı kesimlere yer vermesi ile internet tek ve en büyük kamusal alan olarak görülmektedir. Diğer bir deyişle internet ve internet özelinde sosyal medya kamusal alanın daha önceki bölümlerde bahsi geçen normlarını (kapsayıcılık, aleniyet, rasyonelite ve eşitlik) pekiştirmektedir. Fakat eşitsiz erişim, devlet sansürü, piyasa hakimiyeti, maliyet, reklam sektörüne bağımlı olma, teknoloji enformasyonuna sahip olmama ve teknofobi gibi nedenlerden ötürü bazı kısıtlılıklar içermektedir (Moyo, 2009: 142-143). Bunlara ek olarak sosyal medyanın kendisinin sahip olduğu algoritmalar, daha önceki bölümlerde bahsedilen filtre balonlarının, yankı odalarının ve kamusal alanı oluşturan kamusal aktörlerin de dijital ortamdaki kamusal alanı sınırladığı görülmektedir.

3.3.1. Devlet, Sansür ve Otosansür

Kamusal alanın mantığı, ekonomik ve politik güçten bağımsız oluşudur. Dijital ortamda oluşabilecek kamusal alanın da aynı mantığı taşıması beklenmektedir. Fakat güç odakları kendi çıkarlarını korumak için kendilerine karşı gelebilecek her türlü araca şüpheyle yaklaşarak, onu/onları gözetim altına almak ve denetlemek istemektedirler (Tetik, 2015: 212). Gözetim ve denetleme hem çevrimiçi şirketler hem de devletlerin istihbarat kurumları için önemlidir. Kullanıcılar internette özel ve halka açık veriler oluşturmaktadır. Sosyal medya gözetleme-endüstriyel kompleksinde şirketler, bu kullanıcı verilerini özel mülkiyet olarak metalaştırır, özelleştirir ve tekno-determinist bir ideoloji tarafından yönlendirilir (Fuchs C., 2014: 84). Bu ideoloji ile kamusal alanın propaganda, sansür, kamuoyu yoklaması, imaj, haber ve enformasyon üretimi vb araçlarla manipüle edilmesine, iletişimin merkezileşmesine, iletişim mekânının sınırlandırılmasına ve toplumun kontrol altına alınması amaçlanır (Robins ve Webster, 2006: 93-95).

Vatandaşların mahremiyetini en aza indirmek ve devletin kişisel verilere erişimini artırmak isteyen kurumlar ve siyasetçiler, sosyal medya üzerinde, ulusal güvenlik operasyonları için mutlak gizlilik talep etmektedir. Diğer bir deyişle güç odakları, güçlerini daha iyi koruyabilmek ve genişletebilmek için verileri kontrol altına alır ve gizli tutar. Muhbirler ise güç odakları hakkında gizli verileri halka açık hale getirmeyi amaçlar. WikiLeaks, Julian Assange, Bradley Manning ve Edward Snowden en önemli örnekleridir (Fuchs C., 2014: 85). Çünkü sosyal medyanın, bir tarafta güçlülere sorumlu tutma ve iletişimi güçlü kurumların erişiminden koruma menfaati, diğer tarafta güç yapılarını gizli tutma ve suç sayma menfaati arasında bir uzlaşmazlık vardır. Sosyal medyanın kamusal alan potansiyeli siyasi güç ve paranın yönlendirdiği şirketler tarafından sömürülme ve devlet tarafından kontrol edilme riski söz konusudur (Fuchs C., 2014: 86-89). Sosyal medya kontrolü, otoritelerin çeşitli siteleri yasaklaması ve mahkeme kararı alarak kullanıcıların hesaplarını kapatabilme gücü ile sansür gerçekleşmektedir. Reel kamusal alanda olduğu gibi dijital kamusal alan da devlet tarafından kontrol altında tutulmaya çalışılmaktadır (Çöteli, 2017: 79).

Öte yandan dijital kamusal alan her ne kadar sansür sonucu kısıtlanabilse ve varlığı sarsılabilecek olsa da bu sansür VPN (virtual private network) ve IP (internet protocol) gibi çeşitli saptırıcı araçlarla aşılabilmektedir. Buna ek olarak devlet baskısı ve denetimi görebilen bu araçlar, daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere alternatif ve karşıt bir alan oluşturabilme potansiyeline de sahiptir. Özellikle internet tabanlı gerçekleşen toplumsal hareketlerde bu araçlardan yararlanıldığı görülmüştür (Arap Baharı, Gezi parkı olayları, M15 hareketi vb.). Buna ek olarak oto-sansürün kamusal alanda gerçekleşebilecek müzakereleri yaralayabilecek bir etkiye sahip olduğu unutulmamalıdır. Oto-sansür ile kullanıcılar sessizliğe itilebilir ve suskunluk sarmalına düşebilirler. Fakat yine de çeşitli kimlik ve konum saklama teknikleri ve araçları kullanarak bu olumsuz etkinin giderilebileceği de göz önüne alınmalıdır.

Dijital kamusal aktörlerin sahte kimlik ve/veya içerikler ile provakatif ve önyargılı paylaşımlarda bulunması kamusal alanda gerekli olan rasyonel tartışma ortamını geriletici bir etkide bulunmaktadır. Sosyal medya kamusal alanda olması gereken sansürsüzlük ve özgürlük özelliklerini taşımasa da bir fikir paylaşımı, tartışma ve müzakere ortamı sunmaktadır. Sosyal medyanın “kamusal alan” olarak ifade edilebilmesi için sansürden, oto-sansürden, herhangi bir otoriteden bağımsız olması gerekmektedir (Yegen, 2013: 133-134). Fakat özellikle otoriter rejimlerin sosyal medya

alanına müdahalesi ve filtreleme sistemleri bağlamında düşünüldüğünde, devletlerin sansür ve oto sansür uygulamalarının dijital kamusal alana ket vurduğu görülmektedir. Örneğin Çin, Kuzey Kore ve İran gibi ülkelerde hem internet ortamına çeşitli erişim yasakları getirilmekte hem de sosyal medya araçlarında yapılan paylaşımlar kontrol altında tutulmaya çalışılmaktadır. Çin mevcut sosyal medya araçlarını yasaklayarak kendi ürettiği araçların kullanımını zorunlu hale getirmiştir. Benzer şekilde İran 1 milyar dolardan fazla bir bütçe ile kendine özel bir internet kurma ve filtreleme çalışmalarını başlatmıştır. Kuzey Kore'de ise internet halk için topyekûn yasak olmakla beraber, sadece devlet yetkililerinin kullanabildiği Kwangmyong adındaki ülke içi ağa erişim gerçekleştirilebilmektedir.

3.3.2. Sosyal Medyadan Gelen Sınırlar

Ağ yapıları diğer bir deyişle internet ve özelinde sosyal medya yapıları siyaset, hükümet, ekonomi, teknoloji ve toplum dahil olmak üzere toplumun tüm alanlarını kapsamaktadır (Van Dijk, 1999). Bu yapılar, geleneksel sınırlar ve bölge anlayışlarını bozar ve kamusal alan tartışmasının kurumsal temellerini etkiler (Khan, Gilani ve Nawaz, 2012). Çünkü kamusal alan / sivil toplum kültürü, ekonomiyi ve siyaseti birbirine bağlayan bir alandır (Fuchs C., 2014: 60-61). Sosyal medyanın ekonomi-politik yapısı ve sahip olduğu algoritmalar dijital ortamdaki kamusal alan oluşumunu etkilemektedir.

3.3.2.1. Ekonomi-Politik Sınırlar

Sosyal medya dolayısıyla oluştuğu düşünülen dijital kamusal alan, kamusal alana göre piyasa tarafından daha az işgal edilmiştir. Bundan kaynaklı olarak kullanıcılarına iletişimsel bir mekân sağlamak ve kolektif yeni mekanlar üretilmesine izin vermektedir (Dahlgren, 2001: 50-51). Fakat dijital kamusal alan bazı yapısal kısıtlamalara da maruz kalmaktadır. Dijital ortamda da bir güç mücadelesi mevcuttur ve bu güç mücadelesi enformasyon kaynakları ve bu kaynakların sömürülmesi ile ilgili olarak ortaya çıkmaktadır. Bu sömürünün gerçekleşme amacı endüstriyel kapitalist rekabeti ve ekonomik büyümeyi teşvik amaçlıdır. Dolayısıyla bu kaynaklar üzerindeki mücadele gücün merkezileşme eğilimi göstermesine neden olmaktadır.

Son dönemde oldukça çoğalan yeni kamusal alanlar ve özellikle dijital kamusal alanın hem uzamsal bağlamda hem coğrafi bağlamda hem de jeopolitik bağlamda yeniden tanımlanması gerekmektedir. Çünkü geleneksel yaklaşımda kamusal alan ulusal sınırlar içerisinde tanımlanmıştır. Fakat web 2.0 teknolojileri ile iletişimin küresel çapta

gerçekleşmesi sonucunda yerel olan küresele, küresel olan yerele aktarılmaya başlanmıştır (Hansen, 2018: 144). Bunun bir sonucu olarak küresel şirketler interneti yönlendirebilir hale gelmiştir. Sosyal medya şirketleri, kârlarını en üst düzeye çıkarmak için açıklığı, kullanıcı verilerinin paylaşımını ve mahremiyetin sona ermesini savunurken, küresel finans, kar ve vergi konularında ise kapanma, gizlilik ve finansal mahremiyet talep etmektedirler. Sosyal medya, bir tarafta kullanıcıların veri korumaya ilgisi ve kurumlar vergisi hesap verebilirliği ile diğer tarafta şirketlerin kullanıcı verilerinin şeffaflığına / metalaştırılmasına ve kurumsal gizliliğe olan ilgisi arasında ekonomik bir uzlaşmazlıkla karşı karşıyadır (Fuchs, C., 2014: 83). Google, Facebook, Amazon ve Apple dahil büyük çok uluslu şirketler, faaliyet gösterdikleri birçok ülkede vergi ödemekten kaçmaktadır. Bu sadece haksızlık değil; aynı zamanda kriz zamanlarında kemer sıkma önlemleri için baskıyı artırmaktadır (Fuchs C., 2014: 96).

İletişim kaynakları mahrumiyeti meselesinin de ötesinde çevrimiçi medyada hangi konuların tartışılacağı sorusu oldukça önemlidir. Habermas'ın çalışmalarında güçlü bir ana tema olan ekonomik çıkarlar çevrimiçi iletişimi metalaştırabilmekte ve onları siyasetten uzaklaştırarak, tüketiciliğe yönlendirebilmektedir (Schäfer, 2015: 325-326). Çünkü internette yapılan tartışmaların içeriklerinin çoğunluğu haber siteleri tarafından oluşturulmaktadır. Dolayısıyla yapılan tartışmalarda kullanıcıların kendi istekleri, fikirleri ve düşünceleri yerine egemen söylem dijital ortama taşınmaktadır. Bu yüzden kullanıcılar, internet üzerinden bir kamusal alan oluşturmaya çalışırken kolektif bilince karşı kendi ifade özgürlüklerini kaybetmektedirler. Bunun nedeni özneliğin ve demokratik söylem alanının ortadan kalkmasıdır. Modernizm çerçevesinde toplumsal yapıdaki ötekileştirme ve diğerinin üzerinde hegemonya kurma istenci internetin ve internet özelinde sosyal medyanın yapısal özellikleri ile birleşerek, bu dijital mecraların müzakere ve konsensüs aracı olmasından çıkarak ötekileştirme ve manipülasyon aracına dönüşmesine sebebiyet vermiştir. Bundan dolayı dijital kamusal alanın oluşturulmasındaki temel kavramlar sekteye uğramış (Yaşın, 2006) ve bu alanı sınırlandırmıştır. Geleneksel kamusal alan, ideolojik bir araç değildir fakat Habermas'a (1997: 280-281) göre giderek kamusal alan ideolojik bir hal almakta ve bireyin nesnel gerçekliğe ulaşmasını engellemektedir (Kaplan ve Ertürk, 2012: 9).

3.3.2.2. Yapısal Sınır: Kamusal Alan Özel Alan Ayrımı

Hem Jürgen Habermas (1997) hem de Hannah Arendt (2018), modern öncesi toplumda özel alanın eşzamanlı olarak aile ve ekonomi alanı olduğunu vurgulamaktadır.

Modern toplumda ise, kapitalist ekonomi ve modern devletin yükselişi ile ev idaresi faaliyetlerinin, sorunlarının ve örgütsel araçlarının kamusal alana taşınması sonucunda yalnızca özel ve siyasi alan arasındaki eski sınırı bulanıklaştırmakla kalmamış, aynı zamanda iki terimin anlamını ve bunların bireyin ve vatandaşların yaşamı için önemini neredeyse tanınmayacak şekilde değiştirmiştir (Fuchs C., 2014: 60). Habermas ve Arendt'in bahsetmiş olduğu kamusal alan bireyin özel alanından uzak bir alanı ifade ederken, dijital ortamda olduğu düşünülen alanın ise özel alanla iç içe olduğu görülmektedir (Çöteli, 2017: 79).

Modern toplumun kapitalist ekonomi, devlet, sivil toplum ve aile ile yakınlık alanı gibi çeşitli alanlara farklılaşması, özel alan ve kamusal alan olarak kabul edilen alan arasında bir bölünmeye neden olmuştur. Modern mahremiyet fikri, alanların bölünmesi bağlamında varlığını hala sürdürmektedir. Modern toplumda, özel mülkiyet alanı olarak yakınlık / aile ve ekonomi alanlarını özel alanla ilişkilendirilirken, devlet, sivil toplum ve medya kamusal alanla ilişkilendirilmektedir. Özel ve kamusal alan arasındaki ayırım, mahremiyet kavramıyla ilgilidir çünkü *“gösterilmesi gereken şeyler ile gizlenmesi gereken şeyler arasında bir ayırım bulunmaktadır”* (Arendt, 2018). Mahremiyet, insan yaşamının hangi boyutlarının halka açık hale getirilmesi veya görünmez kalması gerektiği sorusuyla ilgilidir (Fuchs C., 2014: 73-74). Web 2.0 teknolojilerinin getirmiş olduğu yeniliklerin bir sonucu olarak kamusal alan ve özel alan arasındaki sınırlar belirsizleşmiştir. Aleniyet ve şeffaflık ilkeleri dijital kamusal alanın ön koşulu haline gelmiştir (Çöteli, 2017: 78). Bu belirsizliğin nedeni, sosyal medyanın kamusal bir görüntüye sahip olması fakat özel konuşmaları ve diyalogları zedelemesi neticesinde mahremiyeti ihlal edebilmesinden ileri gelmektedir (Çöteli, 2017: 57). Özel alan ve kamusal alan arasındaki sınırların akışkan hale gelmesi iyi ya da kötü değildir. Fakat mevcut neoliberal konjonktür altında ekonomi (metalaşma) ve devlet (bürokratikleşme) sistemleri tarafından, özel kâr ve devlet iktidarını korumak amacıyla, sınırların bulanıklaşması sömürgeleştirme aracı olarak kullanılır.

Sosyal medya ile mahrem alanların hızla kamulaştığı görülmektedir. Kullanıcılar içerik üretir ve paylaşırken bu içerikleri aslında “kamu” ile paylaştıklarının farkındadır. Diğer bir deyişle kişilerin özel alanları sanal ortamda sergilenmektedir (Peltekoglu 2015: 7). Her ne kadar dijital olan her şey zaten topluma açık olarak görülse de (Robison, 2017) web 2.0 araçlarının her şeyi kopyalamaya, depolamaya ve paylaşmaya izin vermesi bağlamında kullanıcıların mahremiyetine zarar vermektedir (Jarvis, 2012:

130). Bu noktada dijital mahremiyet önemli bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Gündelik hayata ve ortak sıradanlığa hitap eden popüler kültür etkisi çerçevesinde düşünüldüğünde, “Özçekim (selfie) hareketi” kullanıcılar arasında hızla yayılarak kendini teşhir etmenin meşru bir hareketi haline gelerek dijital mahremiyeti zedelemektedir. Buna ek olarak popüler kültürün, sosyal medya özelinde getirmiş olduğu “herkes bir dakikalığına bile olsa şöhret olacak” anlayışı çerçevesinde bir şöhret kültürü ve hayran kitlesi oluşturma amacıyla kullanıcılar tüm özel hayatlarını sosyal medyada sergilemeye başlamıştır (Karaduman, 2017: 23). Her ne kadar sosyal medya ortamında sayısız içerik dolaşıma girerek anlık olarak akılda kalsa da kişilerin mahremiyetini oldukça tehdit etmektedir. Örnek olarak Twitter’da görülen grup kimliğinin ön plana fazlaca çıkarılması sonucu aynı fikirde olmak ayrıcalığına dönüşürken, farklı fikirde olmak ötekileştirme ve düşmanlaşma ile karşılaşmaktadır. Ötekileştirmenin bir sonucu olarak toplumsal fikirler, sahip olunan ideolojiler ve aktörler arasındaki iletişim kaybolarak kimlik bağlamında bir fundemantalizme dönüşebilmektedir.

Sonuç olarak kuramcıların bahsetmiş olduğu kamusal alan ve özel alan arasındaki orijinal ayrım netliğini kaybetmiştir. Ancak yine de yapısal bir fikir olmasına rağmen dijital ortamda yeni sınırlara uyum sağlanmıştır. Rasyonellik yapılan tartışmalarla örtük hale gelerek, söylemsel uygulamaların özellikleri kaybolmaya başlamıştır. Böylece dijital ortamdaki kamusal alan tartışmaları ironi ve bazen kabalığa yaklaşan konuşmalar ile hicivden mizaha kadar yeni modaliteler içermektedir (Sousa vd., 2013: 9). Bu yeni modaliteler söylemi ve rasyonel tartışmayı etkilediği için kamusal aktörleri sınırlandıran bir etkide bulunmaktadır.

3.3.3. Kamusal Aktörlerin Sınırları

Kamusal aktörlerin dijital kamusal alanlara katılım derecesi şüphelidir. Çünkü hem internete erişemeyen ve teknoloji kullanımına dair enfomasyona sahip olmayan kullanıcılar hem de dünya bölgeleri arasında bu teknolojiler için gerekli alt yapıya sahip olmayan yerler bulunmaktadır. Bu farklar ve teknolojiyi kullanma kabiliyeti birden fazla dijital bölünmeye (dijital divide) neden olmuştur (Schäfer, 2015: 325). Sosyal medya, ulusal çapta sosyo-ekonomik olarak alt tabakaların, küresel çapta ise az gelişmiş ülkelerin dışlanmasına sebebiyet vermiştir (Sparks, 2001: 78). Herkes eşit şekilde çevrimiçi olarak katılamayacağı ve belirli katmanları, grupları veya bölgeleri muhtemelen dışlayacağı (Schäfer, 2015: 325) için kamusal aktörlerin internete erişim ve

internet üzerinden kamusal alana erişim kısıtlıdır. Çünkü küresel bir kamusal alan oluşabilmesi için teknolojik altyapıya sahip devletlerin ve teknolojiyi satın alıp kullanabilecek bireylerin varlığı gereklidir. Bu sosyoekonomik dışlanmaya ek olarak, dil unsuru da küresel çaptaki kamusal alanı kısıtlamaktadır. Bahsi geçen bu dışlama bağlamında, aslında internet ortamında inşa edildiği düşünülen kamusal alan, dijital ortamda inşa edilmemiş kamusal alanı sınıf eşitsizliği, ırk, cinsiyet vb. bağlamında yeniden üretmektedir (Papacharissi, 2002: 234-235). Küresel çapta bir kamusal alan olduğu düşünülen internet her ne kadar daha fazla enformasyona ulaşmanın, fikir ve düşünceleri tartışmanın ve karar alma süreçlerine katılımın önemli bir aracı olarak görülse de bahsi geçen kısıtlar nedeniyle dijital kamusal alan oluşumunu olumsuz etkilemektedir (Sparks, 2001: 83-85).

İnternet üzerindeki kişilerin kimlikleri veya kurumsal bağları da kamusal alan oluşumunu etkilemektedir. Çünkü bu durum gizlice kamusal tartışmalara katılmaya ve gidişatını etkilemeye çalışan kamu kurumları, siyasi parti temsilcileri ve lobiler ile ilişkilidir. Bireylerin bir tartışmada kamunun bir parçası olan vatandaşlar olarak yer aldıkları varsayımı çerçevesinde, kamusal aktörlerin kimliklerini veya kurumsal bağlarını gizledikleri durumda, kamusal alanın temel özellikleri zayıflamaktadır ve çevrimiçi sivil müzakereler için bir tehdit oluşturabilmektedir. İnternet kullanıcıları internet ortamında ortaya atılan görüşlerin ve karşılardaki muhataplarının gerçekte kamusal bir mesele hakkında yorum yapan özel bir kişi olup olmadığını veya bir siyasetçi, yerel hükümet yetkilisi, bir PR ajansı çalışanı veya siyasi parti temsilcilerinden hangisi tarafından öne sürüldüğü bilinmemektedir (Parnes, 2016: 100). Bu durum kamusal alanda olması gereken rasyonel tartışma ortamına zarar vermektedir. Karşı tarafın kimliği bilinemediğinden, bulunduğu söylemin sorumluluğunu taşıyıp taşıyamayacağından emin olunamamasından ve yüz yüze olmamasından kaynaklı olarak rasyonel tartışmalara girilmesi pek olası değildir. Trolleme gibi daha duygusal, çatışmacı tartışmalar ve fenomenler, kamusal alana agnostik, yapıcı bir bakış açısıyla bakıldığında mutlaka sorunlu olmasa da özellikle katılımcı, müzakereci bakış açısı tarafından olumsuz karşılanmaktadır (Schäfer, 2015: 326). Çünkü kimliğini gizleyen kullanıcılar genellikle konu dışına çıkarlar, hoş olmayan veya küfürlü ifadeler kullanırlar ve söylemsel saldırılarda bulunarak, argümanlarla desteklenmeyen iddialarını kanıtlamaya çalışırlar (Schäfer, 2015: 327). Dolayısıyla sosyal medya, rasyonel tartışma yapılan bir araca değil rasyonel argümanlardan uzak ve

muhafif görüşleri bastırıp kullanıcıların sahip olduğu görüşleri merulatırmak için kullandıkları bir araca dönüşmektedir.

Çevrimiçi tartışmaların yeterince çeşitli olup olmadığı ya da tüm grupların düşüncelerini özgürce tartııp tartıamadıkları (Gerhards ve Schfer, 2010) hususu oldukça önemlidir. Her ne kadar sosyal medyadaki politik alıverilerin çoğu benzer fikirlere sahip insanlar arasında gereklese de aslında kesiyen etkileşimler genellikle tahmin edilenden daha çok gerçekleşmektedir (Barbera, Jost, Nagler, Tucker ve Bonneau, 2015), çeşitli haberlere maruz kalma diğer medya türlerine göre daha fazladır. Fakat sosyal medyanın farklı siyasi fikirlere maruz kalma oranını artırdığı gerçeği siyasi kutuplama üzerinde hiçbir etkisi olmadığı anlamına gelmez. Ağdaki muazzam kaotik ve ie dönük faaliyetler, bazen aşırı görüşler geliştiren izole grupların parçalanmış bir söylem üretmelerine ve siber balkanlamaya neden olmaktadır (Rasmussen, 2014: 1323). Dolayısıyla ortak söylem ve ortak çıkar zemini zayıflamaktadır. Parçalanmanın kutuplamaya ve görüşleri ve inançların pekitirilmesine yol açtığı görülmektedir.

Sosyal medyanın sahip olduğu algoritmalar çerçevesinde özel bir alternatif hiyerarşinin geliştirildiği görülmektedir. Bazı durumlarda, bu yalnızca gayri resmidir ve yorumların miktarı, ne sürülen argümanların kalitesi ve sunulan tartışma kültürü gibi kullanıcıların mevcut faaliyetlerine dayanmaktadır. Bazı forum kullanıcılarına özel haklar tanınmasının, genellikle faaliyetlerinin özel olarak tanınmasına bağlı olmadığı, site yöneticisinin keyfi kararlarının bir sonucu olduğu görülmektedir. Bu yüzden bu tartışma forumlarının hiçbir şekilde iktidar ve tahakküm ilişkilerinden bağımsız olmadığını, çünkü yöneticiler ve moderatrlerin ana tartışma konularını belirleyebileceğini, belirli sorunların olup olmadığına karar verebileceğini ve ayrıca yayımlanan yorumların içeriğine müdahale edebileceği görülmektedir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, evrimii söylemde bulunulurken sözde yöneticilerin, klasik kamusal tartışmaları hedef alıp daraltarak geleneksel sembolik elitlere benzer bir rol oynayabildikleri görülmektedir (Parnes, 2016: 98).

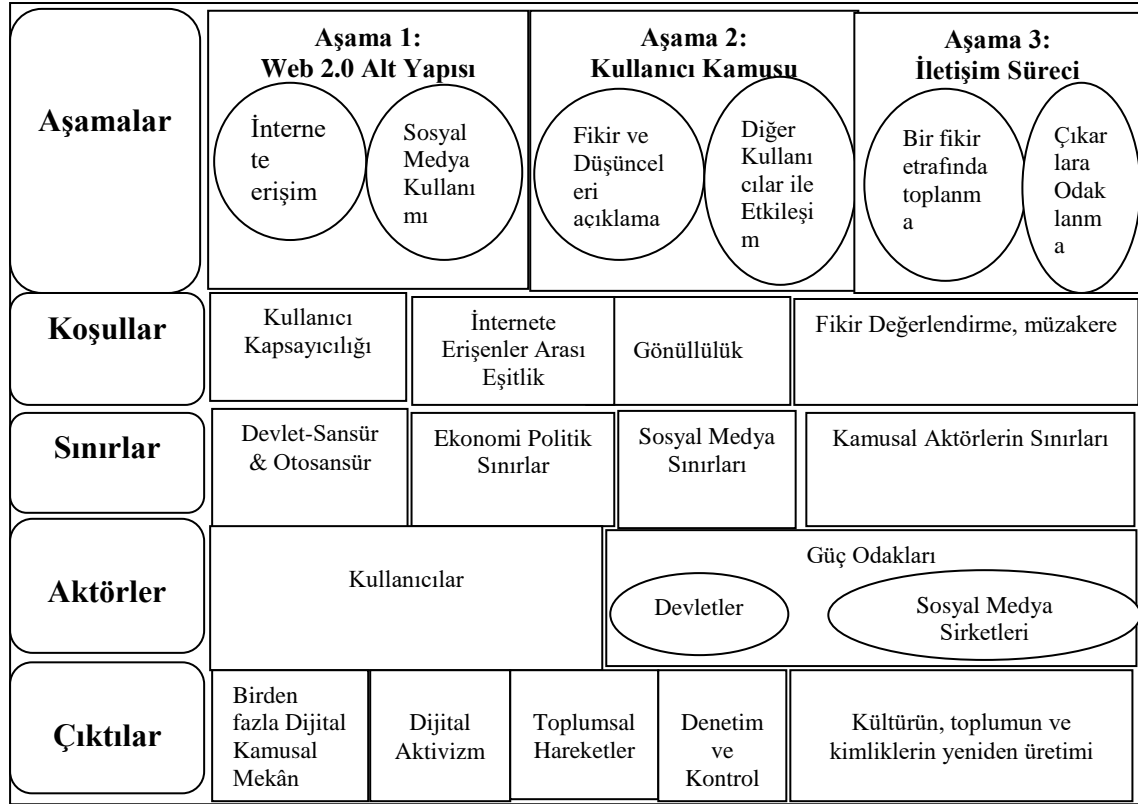
Arama motorlarının sahip olduğu algoritmalar daha önceki bölümlerde bahsedilen filtre balonları (Pariser, 2011) ve yankı odalarının (Sunstein, 2009) oluşumuna sebebiyet vermektedir. Filtrelerden kaynaklı olarak kullanıcıların görmek istedikleri içeriklere kendilerinin karar verememesi ile farklı düşüncelere ve ideolojilere eriememesi, müzakereleri zedelemektedir. Böylece kullanıcılar kendileri gibi düşünen diğer kullanıcılar ve gruplar ile yankı odalarının içine hapsolabilme tehlikesi

yaşamaktadır (Sunstein, 2009). Sosyal ağ sitelerinin temel özelliği, politik olarak benzer düşünen bireylerin birbirlerini bulmalarına izin vermektir (Sunstein, 2018). Bu ortamda vatandaşlar, kısmen filtre balonları oluşturarak (Pariser, 2011) yayıncıların tıklama tuzağına düşerek, hiperpartizan içerikleri paylaşmaktadır (Benkler, Faris, ve Roberts, 2018). Bunun bir sonucu olarak dijital kamusal alanlarda kendilerinin beklediğinden daha az insana ulaşabilirler ve bu da “yanlış bir güçlenme duygusuna” yol açabilir (Papacharissi, 2002). Kullanıcılar kendilerini çevrimiçi kamusal alanın bir parçası gibi hissederken, aslında karşıt görüşlerle karşılaşmayabilirler ve bu çabaya zaman ve enerji ayırırken, diğer sivil katılım biçimlerine ayıramayabilirler (Schäfer, 2015: 326). Sosyal ağların mantığı benzer fikirleri bir araya getirmek ve/veya tartışmaya veya çeşitliliğe maruz kalmayan beğeniler oluşturmaktır. Ağın mantığı göz önünde bulundurulduğunda Googlerarchy ile web sitelerinin, dikkat çekmek için en çok görüntüleneni ve daha fazla ziyaret edilenleri öne çıkardığı görülmektedir.

Son olarak içinde bulunulan post-truth çağı, kullanıcıların rasyonel müzakerelerde bulunmasını ve bunun bir sonucu olarak sosyal medya üzerinde bir kamusal alan oluşumunu sınırlandırmaktadır. Çünkü Post-truth Türkiye gibi sosyal medya kullanımının yüksek olduğu ülkelerde daha hızlı yayılmakta ve kamuoyunun yanlış yönlendirilmesine neden olmaktadır (Şimşek, 2018). Kamuoyu oluşurken kamusal aktörler gerçeğin ya da güvenilir olanın ne olduğu ile ilgilenmeyerek, olayları olduğu gibi kabul etmektedir. Bu yüzden kullanıcıların ne kadar rasyonel söylemde buldukları şüphelidir.

3.4. Dijital Kamusal Alanın Yapısı

Diğer modeller ile ilişkisi ve sınırları göz önünde bulundurularak dijital kamusal alanın yapısı Şekil -2’de görsel olarak düzenlenmiştir.



Şekil 2: Dijital Kamusal Alanın Yapısı

Aşamalar: Dijital kamusal alanın oluşabilmesi için üç aşama bulunmaktadır. Bunlardan ilki internet ve sosyal medya kullanımınıdır. Yani bir web 2.0 alt yapısı gerekmektedir. İkinci aşama internet üzerinden çeşitli sosyal medya araçları kullanılarak fikir ve düşüncelerin açıklanması ve diğer kullanıcılar ile etkileşim kurulmasıdır. Benkler’in (2006) belirttiği gibi örneğin bir blog okunmuyorsa o blog kamusal alanın bir parçası sayılmamaktadır. Kamusal alan için önemli olan diğer bireylerle etkileşimde bulunup bir konuyu tartışabilmektir. Son aşamada ise kullanıcılar bir fikir etrafında kendi çıkarlarını tartışmak için toplanırlar.

Koşullar: Dijital kamusal alanın oluşabilmesi için dört koşul gereklidir. İlk koşul internetin bütün kullanıcıları kapsamasıdır. İkinci koşul internete erişenler arasında eşitlik bulunmasıdır. Üçüncü koşul gönüllülüktür. Son olarak fikirlerin değerlendirilmesi gerekmektedir. Kamusal alanın yapıtaşı olan rasyonel bir müzakere ortamı için bu alanın bütün kullanıcılarını kapsaması ve herkese eşitlik sağlayarak eşit söz hakkı tanınması gerekmektedir. Kullanıcılar çeşitli söylemlerde bulunurken

gönüllülük esastır. Kullanıcılar söylemlerinde karşılıklı fikir alışverişinde ve müzakerede bulunmalıdır.

Sınırlar: Daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere dijital kamusal alanın sınırlarını devletin yapmış olduğu sansür ve kullanıcıların kendilerine uyguladıkları otosansür, dijital kamusal alanın sahip olduğu ekonomi politik sınırlar, sosyal medyanın kendi yapısından ve algoritmalarından kaynaklı olan sınırlar ve bu alanı kullanan aktörlerin sahip olduğu sınırlar oluşturmaktadır.

Aktörler: Kamusal alanın aktörlerini daha önceki bölümlerde belirtildiği üzere internet kullanıcıları oluşturmaktadır. Sosyal medyanın yapısı göz önünde bulundurulduğunda bu alana devletlerin ve sosyal medya şirketlerinin etki edebileceği unutulmamalıdır.

Çıktılar: Bu alan çoğul kamusal mekanların oluşmasına, çeşitli aktivist hareketlerin gerçekleştirilmesine ve sosyal hareketlere, kültürün toplumun ve kimliklerin yeniden üretilmesine bir zemin hazırlamıştır. Bu olumlu çıktılarına rağmen, her ne kadar optimist kuramcılar sosyal medyayı denetim ve kontrolün azaldığı ve özgürlüklerin arttığı bir alan olarak görse de bu alanın olumsuz bir çıktısı olarak denetim ve kontrol bulunmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BİLGİLERİ VE YÖNTEM

Çalışmanın, bu bölümünde araştırmanın, konusu, amacı ve önemi ortaya konmaktadır. İlgili araştırmanın alan yazına sağlayacağı öngörülen katkılar belirtilerek, araştırmanın örnekleme ve yöntemi açıklanmaktadır. Son olarak ise araştırmanın sınırlılıkları belirtilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara ise bir sonraki bölümde değinilmektedir.

4.1. Araştırmanın Konusu

Web 2.0 teknolojilerinin yaygınlaşması sonucunda çift yönlü ve etkileşimli iletişimle birlikte sosyal medyaya geçiş de gerçekleşmiştir. Web 1.0 teknolojileri ile pasif ve tüketen konumunda olan kullanıcılar, söz hakkı olan, katkıda bulunan, geliştiren ve paylaşan aktif üretici konumuna geçmiştir. Bu geçişle birlikte sosyal medya kullanıcılarının söz hakkı artmış ve dijital bir katılım ortamı oluşmuştur. Böylece, zamanla sosyal medyanın kamusal bir alan olup olmadığına dair tartışmalar da başlamıştır.

Çalışmanın ana kavramı dijital kamusal alandır. Bu kavram ışığında çalışmanın konusu; Web 2.0 teknolojileri ile ortaya çıkan sosyal medya mecralarında dijital bir kamusal alan oluşup oluşmayacağını çok boyutlu bir açıdan araştırmaktır. Kamusal alan, disiplinler arası ele alınan bir kavramdır. Bu kapsamda yeni teknolojiler ile ortaya çıkma potansiyeli bulunan dijital kamusal alanın tartışılması hem siyaset çalışmalarına hem de sosyal medya üzerinden gerçekleşen dijital demokrasi ve dijital katılıma ışık tutan bir çalışma olabilecektir.

Konunun temelinde yer alan kamusal alan kavramını var olan alan yazın bağlamında tartışmak, çalışmanın başlangıç noktasını teşkil etmektedir. Geleneksel kitle iletişim alanının önüne geçen internet, vatandaşlar için kolay ulaşılabilir ve maliyetsiz olması yönüyle kamusal alana bir katılım olanağı sunmaktadır. Bu noktada, sosyal medyanın dijital bir kamusal alana dönüşebilme potansiyelinin bulunduğu görülmektedir. Araştırmanın odak noktası, bahsi geçen kavramlar arasındaki ilişkilerin sistematik bir şekilde açıklanmasıdır.

Kamusal alan modelleri çerçevesinde, kamusal alanın ortak özellikleri, herkese açık olması, katılımında bulunanların eşit ve özgür biçimde düşüncelerini ifade edebilme imkanının bulunması, toplumun bütün kişi ve gruplarını kapsayabilmesi, bu alana

erişimin garanti altına alınması ve toplumun ortak çıkarları ile ilgili konuların rasyonel bir şekilde müzakere edilebilmesi olarak özetlenebilir. Fakat dijital kamusal alan incelendiğinde bu alanın çeşitli sınırları olduğu görülmektedir. Öncelikle, konuyla ilgili çok sayıda bilimsel çalışmaya rağmen, dijital bir kamusal alanın ne ölçüde var olduğunu veya toplum üzerindeki etkilerini belirlemek kolay değildir. Bu durum, kısmen kavramsal anlaşmazlıklardan ve büyük çoğunlukla kamusal alan kuramcıları arasındaki bir dizi farklı normatif bakış açısından kaynaklanmaktadır. Dijital bir kamusal alandan bahsederken genellikle hangi (normatif) kriterlerin uygulanması gerektiğine karar vermek oldukça zordur. Dijital kamusal alanlara tutarlı bir kuramsal perspektiften yaklaşırken bile, böylesi bir cevap bulmak zor olabilir. Sosyal medyanın çevrimiçi olması, katılımcı müzakereleri desteklemesi ve marjinal aktörler/ pozisyonlar içermesi bakımından dijital kamusal alan oluşumu gerçekleşiyor gibi görünmektedir. Fakat çevrimiçi rasyonel ve medeni tartışmaların eksikliği ve bu alanın sınırlarının bulunması olumsuz olarak değerlendirilmektedir (Schäfer, 2015: 328). Yine de kamusal alan kavramının sınırlamalarının bulunması, varlığının sorgulanmasına engel değildir. İnternetin potansiyeline ilişkin kötümser veya iyimser bir bakış açısına sahip olan bu yeni teknolojilerin, siyaset ve toplum kavramları açısından bir paradigma değişikliği gerektirdiğine şüphe yoktur (Charles, 2012).

4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Zamanla üretim biçiminin değişmesi, devlet işleyişinin dönüşmesi ve yeni toplulukların oluşması gibi faktörlere bağlı olarak birbirinden farklı kamusal alanlar ortaya çıkmıştır. Habermas'ın kamusal alanı politik bir tartışma ortamı olarak tanımlamasıyla kitle iletişim araçları kamusal bir alan olarak değerlendirilmiştir. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak web 2.0 teknolojilerinin ortaya çıkışı ile internetin yeni bir tür kamusal alan oluşturup oluşturmadığı konusunda çeşitli tartışmalar başlamıştır. Bu tartışmalar internet ortamında başlatılan bir konuşmaya ve/veya kampanyaya katılmanın, vikilerde veya bir web sitesinde görüş ifade etmenin, bloglarda veya herhangi bir haber sitesinde bir haberin altında yorum yapmanın, herhangi bir sosyal medya aracında içerik paylaşmanın kamusal bir söylem oluşmasına neden olup olmadığı konuları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu çalışmada web 2.0 teknolojileri ile ortaya çıkan sosyal medyanın dijital bir kamusal alan oluşturup oluşturmadığı, oluşturuyorsa bunun hangi şartlar ve/veya sınırlar altında gerçekleştiği diğer bir deyişle

kamusal alan kuramları ve modelleri bağlamında ele alınmıştır. Çalışmada web 2.0 teknolojilerinin olanak ve kısıtlılıkları ve kamusal alan kavramına getirilen yaklaşımlar çerçevesinde dijital kamusal alanın potansiyel varlığı incelenmiştir. Sosyal medyanın herkese erişim ve katılım sağlamanın önündeki engeller bu ortamı daha eleştirel biçimde irdeleyen kuramcılarının yaklaşımlarında ele alınmıştır. Çalışma genel olarak eleştirel yaklaşımların sorgulayıcı yönüne vurgu yaparak, kamusal alan oluşum potansiyelini ve sınırlarını incelemektedir. Bu nedenle çalışma içinde dijital kamusal alan kavramı ortaya konulmuş ve diğer modellerle benzerliklerine ve farklılıklarına değinilmiştir.

Bu çalışmanın önemi ve alan yazına katkısı dört başlık altında toplanmıştır:

- 1) Sosyal medyada potansiyel olarak oluşabilecek bir kamusal alanın varlığını sorgulaması

Bu çalışmada sosyal medyada potansiyel olarak oluşabilecek kamusal alanın varlığı ve yokluğu sorgulanmış, oluşabiliyorsa hangi şartlar altında gerçekleştiği ortaya konmaya çalışılmıştır. Zira sosyal medya ve kamusal alana dair yapılan önceki çalışmaların çoğu dijital kamusal alan oluşumunu ya varsayımsal olarak kabul edilmiş ya da reddedilmiştir.

- 2) Sosyal medya ve kamusal alanı bütüncül olarak ele alması,

Çalışmanın alan yazın taraması kısmında sosyal medya ve kamusal alana dair kuramlar ve kavramsal çerçeve açıklanmıştır. Diğer birçok çalışmanın aksine, çalışmanın hemen hemen her aşamasında, bu iki kavram bir arada değerlendirilmiş ve bu iki kavramın bir araya gelmesi sonucu sosyal medyada kamusal alan oluşup oluşmayacağı tartışılmıştır.

- 3) Dijital kamusal alanın varlığını ölçmek amacıyla ölçütler geliştirilmesi

Dijital kamusal alanın varlığı ve yokluğu tartışılırken, farklı kuramcılar tarafından ortaya konan modeller baz alınarak çeşitli ölçütler geliştirilmiştir. Geliştirilen ölçütler normların (kapsayıcılık, açıklık, eşitlik ve rasyonel müzakere) alandaki varlığını tespit etmek için kullanılmıştır.

- 4) Sosyal medyada dijital kamusal alanın varlığını geniş ve kapsamlı şekilde sorgulamayı hedefleyen bir araştırma olması

Çalışma sadece sosyal medya ve kamusal alan arasındaki ilişkileri kuramsal düzlemde ortaya koymakla kalmamış aynı zamanda Twitter üzerinde bir araştırma yaparak, kamusal alan ve sosyal medya tartışmalarını içinde bulunduğu zamana taşımıştır. Çalışma bu bağlamda geçmişteki kuramlarla harmanlanmış güncel veriler sunmaktadır.

4.3. Araştırmanın Yöntem ve Teknikleri

4.3.1. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın kuramsal kısmı, araştırma konusu ile ilgili daha önceden yazılan makaleleri, kitapları, bildirimleri, doktora ve yüksek lisans tezlerini, araştırma projelerini ve değerlendirmeleri, istatistiksel raporları, resmi/gayri resmi dokümanları ve internetteki web sayfalarını içermektedir. Alan çalışmasında ise elde edilen veriler, sınıflandırma, kavrama, açıklama, kıyaslama, mantıksal çözümler üretme ve görsel dokümantasyon oluşturma yoluyla analiz edilmektedir.

Alan araştırması sonuçları değerlendirilirken NVIVO ve Gephi programlarından yararlanılmıştır. Çalışmada problemin belirlenmesi ve araştırma sorularının oluşturulmasını takiben çoklu veri toplama metodu ile içerik inceleme tekniğinin kullanılması düşünülmüştür. Bunlara ek olarak Ncapture ve Force Atlas gibi Twitter'da analiz yapılmasına yardımcı araçlar kullanılmıştır. Literatür araştırması, doküman analizi, alan araştırması, görsel dokümantasyon içeren çok yönlü bir veri toplama yaklaşımı ile toplanan verilerin analizi ve ortaya çıkan sonuçların değerlendirilmesi sonraki aşamayı teşkil etmektedir. Ortaya konan bulguların, araştırma sorularına cevap vermesinin yanında son kısımdaki çözüm/model önerilerine de ışık tutması beklenmektedir.

Tartışmanın niteliğini ve rasyonel müzakereye katkısını belirlemek, kullanıcıların gözlemlenmesini ve söylemlerini not etmeyi gerektirmektedir. Araştırma Twitter üzerindeki özel bir gruba ya da topluluğa yönelik değildir. Çalışmanın evrenini, belirlenen hashtagi kullanarak fikirlerini ifade eden Twitter kullanıcıları oluşturmaktadır. Her ne kadar bu araştırma kesin bir temsil kaygısı gütmese de internet nasıl tüm nüfusu temsil edemiyorsa, rastgele seçilen hashtagler de ilgili internet ortamının tamamını temsil etmediği vurgulanmalıdır (Avcıoğlu, 2014: 102). Dolayısıyla çalışmanın amacı doğrultusunda seçilen örneklem *amaçlı örnekleme* (Neuman , 2014: 322) olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmada Twitter ne sosyal medyanın tamamını ne de toplumu bütünüyle temsil ettiği için belirlenen *hashtag*'i kullanan insanların da bir topluluk olarak düşünülmesi doğru değildir. Buradaki amaç bir hashtag dizisi kullanılarak genelleme yapmak değildir ve bu veriler genel bir kanıya varmak için yetersizdir. Daha önce de belirtildiği gibi bu çalışmanın amacı Twitter'ın kamusal bir alan olup olmadığına dair genel bir betimleme yapmaktır. Bu yüzden seçilen hashtag'e ek olarak konuyu içeren diğer tweetler de ele alınmış ve örneklemin kapsamı genişletilmiştir.

Yukarıda bahsi geçen soruların cevaplanabilmesi adına, bu araştırmada örneklem olarak 01.04.2021 tarihinden 31.05.2021 tarihine kadar 2 aylık süreç ele alınmıştır. Özellikle bu 2 aylık dönemin ele alınmasının nedeni 15.04.2021 tarihinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın kanal İstanbul'un yapımı için tarih vermesiyle tartışmaların hız kazanacağı düşüncesidir. Bu 2 aylık dönem içerisinde seçilen hashtag ve hashtagi içeren toplamda 27258 adet tweet, Twitter'ın kendi arama motoru kullanılarak toplanmıştır. Rasyonalitenin belirlenebilmesi amacıyla, takipçi kazanmak için o dönem TT olan bütün hashtagleri etiketleyen, sadece TT'yi kullanarak kendi görünürlüklerini arttırmak amacıyla konuyla alakasız tweetler atan ve gerçek olmayan kullanıcıların sayısı belirlenmiş ve not edilmiştir. Buna ek olarak sadece retweet yapanlar, orijinal içerik üretmeyenler ve yurtdışından atılan tweetler belirlenmiştir. Daha sonrasında tartışma ortamının niteliğini belirlemek amacıyla bilgilendirme, kutuplaştırma, eleştiri, öznel yargı ve kinaye, alay içeren tweetler ve söylem biçiminin belirlenebilmesi adına kamusal, siyasal, özel ve enformasyon olarak içeriği belirlenen tweetler değerlendirilmeye alınmıştır. Yazılımların bu temalar arasındaki ayrımı yapamayacak olmasından dolayı herhangi bir program kullanılmamıştır.

Araştırmada alan yazın taraması ile belirlenen ve kuramcılarda ortak olarak tespit edilen *eşitlik*, *aleniyet*, *kapsayıcılık*, *rasyonellik* normlarının dijital ortamda bulunup bulunmadığının test edilebilmesi ve söylem biçiminin ortaya çıkarılması amacıyla gerekli örneklem seçimlerine ve veri toplama araçlarına değinilmektedir. Araştırma her ne kadar niceliksel bir görünüm sergilese de kullanılan bu sayısal veriler temaların, içeriğin ve söylemin ortaya konulabilmesi için kullanılmıştır. Dolayısıyla bu çalışma nitel karakterlidir. Ölçütler ise diğer kamusal alan modellerinde ortak olarak bulunduğu düşünülen normların dijital alandaki varlığını ya da yokluğunu belirlemek ve kamusal söylemin niteliğini ve niceliğini ortaya koymak amacıyla kullanılmıştır. Çünkü

bu dijital alanın kamusal bir alan olup olmadığını belirleyebilmek için teknik özelliklerinin, niteliklerinin, aktörlerinin, aktörler arası iletişimin ve etkileşimin açığa çıkarılması gerekmektedir. Bu nedenle çalışmada yapısal, iletişimsel ve söylem biçimi olmak üzere üç farklı ölçüt belirlenmiştir. Yapısal ölçütle, lokasyon analiz tekniği kullanılarak kapsayıcılık normu araştırılmıştır. İkinci olarak iletişim ölçütü ile, tematik içerik analizi tekniği kullanılarak, eşitlik, aleniyet ve rasyonel müzakere normlarının varlığı araştırılmıştır. Bu ölçüt ile kullanıcıların birbirleriyle olan iletişimleri ve etkileşimleri incelenerek rasyonel tartışmaya ne kadar katılıp katılmadıkları ortaya konmaktadır. Aynı zamanda tweetlerin kimler tarafından atıldığı ve hazırlanan içeriğin açıklığı belirlenmiştir. Son olarak ise söylem biçimi ölçütü ile, sosyal ağ analizi yapılarak sosyal medyada gerçekleştirilen söylemin ne ölçüde kamusal olduğu ortaya konulmaktadır. Tablo 10’da hangi norm için hangi ölçütün ve tekniğin kullanıldığı gösterilmiştir.

Tablo 10: Normlar, Ölçütler ve Teknikler

| Kamusal Alan Modellerinde Ortak Olarak belirlenen Normlar | Normların Varlığının Belirlenmesi İçin Geliştirilen Ölçüt | Normları Ölçmek için Kullanılan Teknik |
|--|--|---|
| Kapsayıcılık | Yapısal Ölçüt | Lokasyon Analizi |
| Eşitlik | İletişimsel Ölçüt | Tematik İçerik Analizi |
| Aleniyet | | |
| Rasyonel Müzakere | | |
| Kamusal Söylemin Varlığı | Söylem Biçimi Ölçütü | Sosyal Ağ Analizi |

4.3.2. Örneklemin Belirlenmesi

Toplumunu ilgilendiren #Deprem, #Montrö Antlaşması, #Kanal İstanbul, #İstanbul sözleşmesi, #Tanzim satış #Halk ekmek gibi hashtagler üzerinden bir ön çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda ölçütlerin kullanılabileceği en uygun hashtagin #Kanal İstanbul olduğuna karar verilmiştir. Çalışmanın yöntem kısmında belirtildiği üzere, seçilen örneklem amaçlı/maksatlı örnekleme yoluyla belirlenmiştir. Amaçlı/maksatlı örneklemede veriler, evreni en iyi temsil ettiği düşünülen, bilgi toplamayı kolaylaştıran ve araştırma sorularına cevap vereceği düşünülen *birimlerden* seçilmektedir. Bu örnekleme özellikle kamuoyunun tepkisini ortaya koymak adına kullanılmaktadır (Ergin, 1994: 93).

Kanal İstanbul projesi bir anlamda AKP iktidarının İstanbul Boğazı’na alternatif bir geçiş koridoru oluşturulma planıdır. Projenin amacı kendine ait internet sitesinde; İstanbul boğazının güvenliğinin artırılması ve dokusunun korunması, deniz trafiğinden kaynaklı yükün azaltılması, seyir emniyetinin sağlanması, deniz trafiğine açık bir su yolunun oluşturulması, olası bir depreme karşı modern yerleşim alanlarının

oluşturulması olarak tanımlanmıştır²⁷. Kanal İstanbul projesinin ortaya çıkışı Montrö sözleşmesi tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Yine projenin devlet onaylı internet sitesinde bu projenin Montrö sözleşmesi ile bir bağlantısının olmadığı “Kanal İstanbul Projesi Montrö Sözleşmesi'ne Halel Getirmez” sloganıyla belirtilmiştir²⁸. Aynı zamanda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan 14.04.2021 tarihinde “Kanal İstanbul projesinin Montrö ile uzaktan yakından alakası yok” sözleriyle tartışmaları körüklemiştir. Bahsi geçen bu tartışmalar çerçevesinde proje özellikle sosyal medyada oldukça tartışılmaya başlanmıştır. Tartışmalar çoğunlukla projenin neden yapılması ya da yapılmaması gerektiği, doğaya etkisi ve Montrö sözleşmesi üzerine odaklanmıştır. Kanal İstanbul projesi tartışma yoğunluğu, konunun herkese eşit mesafede duruşu ve kamuya açıklığı çerçevesinde sadece İstanbul kentinin ya da İstanbul’da yaşayan vatandaşların değil tüm ülkenin tartışma konusu haline gelmiştir. Bu nedenle sosyal medyada kamusal alanın varlığı ya da yokluğuna dair bir araştırmanın *Kanal İstanbul* hastagi üzerinde yapılmasına karar verilmiştir.

Kanal İstanbul için atılan toplam tweet sayısı 31.05.2021 tarihi itibari ile 6.789.854’tür²⁹. Twitter’ın sahip olduğu API’ler bağlamında, tweetler dizinleme kapasitesi sınırı nedeniyle bir hafta geçtikten sonra kaybolmaktadır. Başka bir deyişle bir hafta öncesine ait atılan tweetler silinirse de zaman akışlarında veya aramalarında görünmemektedir³⁰. Bu kadar büyük bir verinin analizi oldukça zordur. Konuyla ilgili atılan bütün tweetlere ulaşılamayacağı düşüncesinden hareketle, 15.04.2021 tarihinde Cumhurbaşkanı tarafından Kanal İstanbul’un yapımı için tarih vermesiyle tartışmaların artacağı beklentisi ve karşılaştırma imkanına olanak sağlaması çerçevesinde çalışma, iki aylık sürede atılan tweetler ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışma için gerekli olan veriler yani hashtagler ve bu hashtaglerin ait olduğu konu başlıkları Twitter gündeminin sürekli takip edilmesiyle günlük olarak toplanıp arşivlenmiştir. Bu hashtag’e ait tweetler günlük olarak NVIVO’nun Ncapture eklentisi ile çekilmiştir. Bu tweetlerin analiz için az sayıda olması sonucunda arama genişletilerek hashtag dışına çıkılmış ve içerisinde *Kanal İstanbul* ifadesi geçen bütün tweetler çekilmiştir. Sonuçta analiz yapabilmek adına nisan

²⁷ Daha fazla bilgi için bkz: <https://www.kanalistanbul.gov.tr/tr/neden/projenin-amaci> Erişim tarihi:29.08.2021

²⁸ Daha fazla bilgi için bkz: <https://www.kanalistanbul.gov.tr/tr/neden/montro-baglami> Erişim tarihi:29.08.2021

²⁹ Bu verilerin tamamına ulaşılamamaktadır. Verilerin sayısı *Python* programından özel yazılım kullanılarak elde edilmiştir.

³⁰ Bu bilgi Twitter’ın kendine ait yardım merkezinden edinilmiştir. Ayrıntılı bilgi için bkz: <https://help.twitter.com/tr/using-twitter/missing-tweets>.

ayı için 13.682 adet tweet bulunmuş bu tweetlerin 2.911 tanesinin konu ile alakasız tweet olduğu, bot hesaplar tarafından atıldığı ve sadece hashtagleri kullanarak takipçi arttırmaya yönelik olduğu tespit edilmiş, sonuç olarak kullanılabilir 10.771 tweet bulunduğu saptanmıştır. Mayıs ayı için 13.575 adet tweet elde edilmiş bunlarında 2.701 tanesinin konu dışı olduğu saptanarak çalışmadan çıkarılmış, toplamda 10.874 tweet kullanılabilir veri olarak eklenmiştir. 2 aylık dönemde toplamda ise 21.645 adet tweet elde edilmiştir.

4.3.3. Araştırma Soruları ve Varsayımlar

Bu çalışmada, bağımlı değişken dijital kamusal alandır. Bağımsız değişken ise web 2.0 teknolojileri ile ortaya çıkan sosyal medya mecralarını kullanan ve yine aynı mecralarda etkileşim içinde bulunan kamusal aktörler olarak ele alınmaktadır.

Alan yazın taraması ve araştırmanın amacı doğrultusunda araştırmada şu varsayımlar bulunmaktadır;

V1a: Sosyal medyanın kamusal alan oluşturma potansiyeli bulunmaktadır.

V1b: Kamusal söylemin bulunduğu yerde kamusal alan oluşabilir.

V1c: Sosyal medyada sansür ve otosansür uygulanmaktadır.

V1d: Sosyal medya algoritmaları filtre balonlarına ve yankı odalarına neden olabilir.

V1c: Dijital kamusal alan sınırlı bir alandır.

V1d: Dijital kamusal alan, herkesi ilgilendiren sorunlar hakkında, fikir alışverişinde bulunmak amacıyla bir araya gelinen bir ortak alandır.

V2a: Dijital kamusal alan oluşumu aktörlerin iletişimsel pratiklerinden ve aktörlerin söylemlerinin niteliklerinden etkilenebilmektedir.

V2b: Kamusal aktörler çift yönlü bir etkileşim içinde bulunmaktadır.

V3: Hashtagler dijital kamusal alanın bir parçasını oluşturur ve dijital bir mekân olarak ortaya çıkar.

Araştırmanın ana sorusu; *“Twitter’da, 01.04.2021 - 31.05.2021 tarihleri arasında, Kanal İstanbul konusunda, dijital kamusal alan oluşmuş mudur?”* olarak belirlenmiştir. Araştırmanın ana sorusuna cevap vermek ve medya ile kamusal alan

arasındaki olası ilişkileri anlamak için, aşağıda yer alan alt sorular oluşturulmuştur. Bu sorular:

- 1- Oluştugu öngörülen bu dijital kamusal alan lokasyon analizine bağıli olarak, yapısal anlamda kapsayıcı mıdır? Katılımcıların nicelik olarak dağılımı nedir?
- 2- Oluştugu öngörülen bu dijital kamusal alan tematik içerik analizine bağıli olarak, her kesime ve gruba açık iletişimsel özellikler sergilemekte midir?
- 3- Oluştugu öngörülen bu dijital kamusal alan, tematik içerik analizine bağıli olarak, sosyal medyada yer alan farklı guruplara iletişimsel bağlamda eşit olarak yaklaşmakta mıdır?
- 4- Oluştugu öngörülen bu dijital kamusal alanda, tematik içerik analizine bağıli olarak, gerçekleştirilen tartışmaların mahiyeti nedir ve rasyonel müzakere özelliklerini taşımakta mıdır?
- 5- Oluştugu öngörülen bu dijital kamusal alanda, sosyal ağ analizine bağıli olarak, ortaya konan söylem biçimleri nelerdir? Bu söylem biçimleri kamusal bir alan oluşumuna ne ölçüde ve ne şekilde katkı sağlamaktadır?

4.3.4. Ölçütler ve Teknikler

Dijital alanın, kamusal bir alan olup olmadığı hususundaki soruları cevaplamak ve Türkiye'deki sosyal medya ve kamusal alan arasındaki ilişkileri araştırmak amacıyla ölçütler belirlenmiştir. Bu ölçütler çeşitli çalışmalardan derlenerek özgün olarak geliştirilmiştir. Kıyan ve Kocager (2020) *Türkiye'de Twitter'ın Kamusal Tartışmalardaki Rolü'nü* araştırırken Twitter'ı yapısal, temsil ve etkileşim boyutları ile ele almış, Bruns ve Stieglitz (2014) *Metrics for understanding Communication on Twitter* adlı çalışmalarında Twitter'daki iletişimin hangi ölçütler ile değerlendirilmesi gerektiğini belirtmiş ve Ausserhofer ve Maireder (2013) ve Recuero, Zago ve Soares, (2019) makalelerinde Twitterdaki aktörlere ve iletişime odaklanmıştır. Araştırmanın ölçütleri özellikle bu çalışmalar dikkate alınarak oluşturulmuştur.

4.3.4.1. Yapısal Ölçüt ve Lokasyon Analizi Tekniğı

Bu araştırmada, en genel haliyle, sosyal medyanın dijital bir kamusal alan olma potansiyeli olumlu görülmekle birlikte bu alanın sınırlı ve heterojen olduğu kabul edilmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde sosyal medyanın dijital bir alan olup olmadığı hususu tartışılırken, ilk olarak sosyal medya *kapsayıcı mı yoksa dışlayıcı*

midir? sorusuna cevap aranmış, sonrasında ise bu alanın nasıl bir alan olduğu ve yapısal karakteristik özellikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Yapısalılık, biçimsel kurumsal özellikler ile ilgilidir (Dahlgren, 1995). Diğer bir deyişle bu özellik teknik boyut ile ilgilidir ve kapsayıcılık/dışlayıcılık konularını kapsamaktadır.

Twitter'ın kamusal alan olma potansiyeli değerlendirilirken *kapsayıcılığın* belirlenebilmesi adına, *hashtag* 'ler incelenmiş ve *konu taraması* yapılmıştır. Twitter'da yaygın olan sosyal medya iletişim biçimi, açık ve kasıtlı olarak kamusal iletişim kurmaya yarar. Bu iletişim biçiminin en basit hali hashtagler'dir. Hashtagler'den (belirli konuların reklamını yapmayı kolaylaştıran teknolojik bir özellik) yararlanılarak, tematik bir anahtar kelimenin başına “#” karma simgesi ekleyerek diğer kullanıcıların katılımı ile (Halavais, 2014), herhangi bir Twitter kullanıcısı, ilgisini çeken temalar hakkında bir tartışma başlatmayı deneyebilir. Diğer kullanıcılar ise aynı hashtagi kullanarak Twitter arama işlevi ile aynı konuda atılmış tüm tweet'leri bulabilir ve takip edebilir. Bu hashtagler tartışma başlatma ve başlatılan tartışmanın takip edilmesine imkân sağlamasına ek olarak kullanıcıların ortak ilgi alanları etrafında toplanmasına ve/veya ortak hedef kitle etkinliklerine katılmasına da imkân sağlamaktadır (Highfield, Harrington ve Bruns, 2013). Hashtag'lerin kullanılması yoluyla sürdürülen kamu etkileşimlerinin, özellikle belirli olaylar ve konular tetiklendikçe hem ulusal hem de küresel düzeyde müzakere edilme potansiyeli bulunmaktadır. Bu hashtagler etrafında toplanan kullanıcılar kamuya açık bir form olarak görülebilmekte ve bu hastagler Twitter'ın alt kümelerini oluşturmaktadır. Bu tür hashtaglerin kamusal alandaki tüm konuları oluşturmadığını, yalnızca platformlar arası bağlantılar aracılığıyla diğer iletişim kanallarına karşılık gelen alt kümelerle bağlantılı üst kümeleri oluşturduğunu vurgulamak önemlidir (Bruns ve Highfield, 2016: 117). Bu tür küresel boyutlarda ortaya çıkan ağ yapıları, kolaylaştırılan bilgi ve iletişim akışını bir hesaptan diğerine mesajların retweetlenmesi yoluyla etkilemeye ve yapılandırmaya başlar.

Twitter *Trending Topics* (TT) algoritması en genel haliyle TTleri kullanıcıların içerisinde buldukları lokasyonlara göre kategorize etmektedir. Türkiye'de bulunan bir kullanıcı ile Amerika'da bulunan kullanıcılar için farklı konular farklı sıralamalarda yer almaktadır. Bir hashtag'in TT olabilmesi için çok sayıda kişi tarafından o konuda tweet atılması gerekmektedir. Bazı hashtag'ler çok popüler olsa bile bazen TT'ye giremeyebilir. Bunun nedeni algoritmanın işleyişinden kaynaklanmaktadır. Sadece çok

sayıda kişi tarafından bir hashtag kullanılarak tweet atılması o konunun TT olmasına yetmemektedir. Bir hashtag'ın TT olabilmesi için onaylı hesapların tweet atması ve farklı bölgelerden kişilerin paylaşım yapması da gerekmektedir. Bu algoritmalar çerçevesinde, örneğin TT listesinde bulunan lokasyonla ilgili olmayan başlıkların da yer aldığı görülmektedir. Bunun nedeni bulunan lokasyonun dışındaki kişi ve kurumların bot hesap ve/veya tweet sayısı satın almasıdır (Erbaysal Filibeli ve Şener, 2019). Sosyal medya üzerindeki kapsayıcılık araştırılırken bu bot hesapların ve reklam işlevi gören hesapların ayrıca belirlenmesi gerekmektedir.

Kamuyu ilgilendiren konularla ilgili görüşmeler, doğrudan kamusal alanın bir parçası değildir. Akşam yemeklerindeki masa sohbetleri, briç kulübündeki tartışmalar veya özel mektuplar kamusal alanın bir parçası olarak sayılmamaktadır. Aynı durum dijital kamusal alan için de geçerlidir. Örneğin ormandaki bir ağaç hakkında yazılan bir blogu kimse okumazsa kamusal alanın bir parçası sayılmayacağı aşikardır (Hindman, 2008: 281). Dolayısıyla çalışmada bir hashtag seçilerek bu hashtag'in kapsadığı konu taraması ve yapısal ölçüt kullanılarak lokasyon analizi yapılmıştır.

Lokasyon analizi ise; bir kuruluşta bulunan bireylerin, bilgilerin ve gerçekleştirilen faaliyetlerin en uygun yerleşimini keşfetme, değerlendirme ve belirleme tekniğidir (Wickramasinghe ve Geisler, 2008: 8). Lokasyon analizinin sosyal medyada kullanımı son zamanlarda oldukça yaygınlaşmıştır. Bunun nedeni sosyal medyanın konum tabanlı olmasıdır (Eiselt, Marianov ve Bhadury, 2015: 2-3). Sosyal medya üzerinde gerçekleştirilen lokasyon analiziyle kullanıcılara ait demografik veriler, kullanıcıların sosyoekonomik statüleri, eğitim durumları ve internete hangi kentlerden ve/veya ülkelerden bağlandıkları belirlenebilmektedir. Yapılan çalışmalara göre sosyal medyadaki lokasyon analizi daha çok Twitter'a odaklanmaktadır. Kullanıcılar uygulamayı başlatmayı kabul ettikleri sürece alternatif coğrafi bilgiler de eklenebilir hale gelmektedir. Kullanıcı cihazlarının Global Konumlandırma Sistemi işlevi, Twitter gönderilerinin mekansal analizini mümkün kılmaktadır (Wu ve Cuia, 2018: 49). Özetle, Twitter'da lokasyon analizinin diğer sosyal medya platformlarına göre daha popüler olmasının nedeni bu platformda oldukça fazla sayıda açık hesabın bulunmasından ve platformun sahip olduğu konum belirleme işlevinden kaynaklanmaktadır (Stock, 2018: 225). Konum tabanlı ağ servislerinin bahsi geçen bu özellikleri ve avantajları bağlamında çalışmadaki kapsayıcılığın ölçülmesi adına bu teknikten yararlanılmıştır.

4.3.4.2. İletişimsel Ölçüt ve Tematik İçerik Analizi Tekniği

İletişimsel ölçütle, sosyal medyanın dijital bir kamusal alan olup olmadığı hususu tartışılırken, sosyal medya kullanıcılara eşit söylem hakkı tanınmakta mıdır, bu alan herkese açık mıdır ve bu alanda yapılan tartışmaların mahiyeti nedir? sorularına cevap aranmıştır. Böylece sosyal medyanın eşitliği nasıl sağladığı ve bu alanda gerçekleşen tartışmaların rasyonel olup olmadığı açıklanmaya çalışılmıştır. Bu özellik iletişimsel yapıyla ilgilidir.

Bir Tweet aşağıdaki bilgileri içermektedir (Bruns ve Stieglitz, 2014: 71):

- Gönderen: Twitter kullanıcı adı ve sayısal kimlik
- Alıcı (lar): tweet'te @ olarak bahsedilen kullanıcı adları
- Zaman damgası: Tweetin atıldığı tarih
- Tweet türü: Orijinal tweet, Retweet, bahsetme olarak atılan tweet veya yanıt
- TT (Trending Topics): Popüler başlıkları içerir
- Hashtag (ler): Tweet'te atıfta bulunulan hashtag'ler (varsa)
- URL (ler): Tweete dahil edilen URL'ler (varsa)

Tweet metninin yapısal analizi, tweetin bir veya daha fazla hashtag içerip içermediğini, birden fazla kullanıcının @bahsetmelerini, hashtaglerini, cevap vermelerini ve Twitter dışındaki herhangi bir URL'ye referans verip vermediğini göstermektedir. Tweetlerdeki diğer temel ölçüt olan hashtag ile ilişkili yanıt vermeler, retweetler ve bahsetmeler çalışmaya eklenmiştir. Retweet, kullanıcıların takip ettikleri hesaplardan biri tarafından yayınlanan genel mesajları kendi takipçi ağına, kelimesi kelimesine veya ek açıklamalı olarak paylaşılmasıdır. Çoğu durumda mesaj genellikle retweetleyen kullanıcının hedef kitlesi ile ilişkilidir. Kullanıcılar ait olduklarını düşündükleri ağ kümeleri tarafından, retweetler ve diğer mesajlar yoluyla, kullanıcı kümeleri oluşturularak, yakından bağlantılı bir şekilde yönlendirilir ve mesajlar geniş çapta yayılabilir (Bruns ve Highfield, 2016: 118).

Bu ölçüt, Twitter kullanıcılarının iletişimsel özelliklerinin daha kapsamlı bir resmini oluşturmak için kullanılır (Bruns ve Stieglitz, 2014: 73). Çalışmada kullanıcıların belirlenen hashtag üzerindeki birbirlerine verdikleri yanıtlar, retweetler, Url kullanımları ve bahsetmeleri incelenerek ne ölçüde kendi fikirlerini ifade ettikleri veya ne ölçüde başkalarının fikirlerini olduğu gibi kabul edip etmedikleri

belirlenmektedir. Böylece rasyonel söylemin mahiyeti ve kullanıcıların ne derece müzakerelere katıldıkları tespit edilmektedir.

Kullanıcıların rasyonel bir müzakerede bulunup bulunmadıklarını belirlemek oldukça zordur. Buradaki rasyonalitenin belirlenmesi açısından kullanıcıların söylemlerinde kinaye, alay veya iğneleme içerip içermediği, hashtag'i trolleyip trollemedikleri³¹, daha fazla kullanıcıya ulaşmak ve takipçi kazanmak adına kendi reklamlarını ya da herhangi bir sayfanın reklamını yapıp yapmadıkları, hashtag ile alakalı bir fikir beyanında bulunup bulunmadıkları ortaya çıkarılmış aynı zamanda Twitter'da bulunan bot hesaplar belirlenmiştir. Bot hesaplar gerçek bir kullanıcı tarafından kullanılmamaktadır, fakat gerçek bir kullanıcı gibi görünerek otomatik mesajlar atabilmektedirler. Bu hesapların kullanımını oldukça yaygın olmakla beraber, bu hesaplar sıfırdan oluşturulabileceği gibi eskiden aktif olan kullanıcıların ele geçirilen hesapları da olabilmektedir. Bu hesaplar genellikle belli bir algoritma kullanarak bir mesajı daha çok kişiye yayma ve/veya bir hashtag'i TT listesinde en üstlere çıkarmak amacıyla kullanılabilir (Erbaysal Filibeli ve Şener, 2019: 501).

Buna ek olarak Twitter'da belli bir konuya ilişkin içeriğin sistematik bir şekilde sınıflandırılması ve tanımlanması yapılmıştır. Çalışmada belirlenen hashtag ve atılan tweetler incelenerek belirli bir grup tarafından mı yoksa direkt olarak özel kişiler tarafından mı atıldığı incelenmiştir. Buradaki amaç; dijital bir kamusal alan oluşurken kamuoyunun sivil toplum kuruluşları, partiler, parti temsilcileri vb. tarafından mı belirlendiği yoksa özel kişiler tarafından mı belirlendiğini ortaya koymaktır. Bu ölçüm, sosyal medyanın hangi kişilere açık olduğu konusunda çeşitli ipuçları vermektedir. Böylece sosyal medya ortamında kamusal alan oluşumunun söylemsel düzeyde mi kaldığı yoksa kamusal mekân olma özelliğinin ötesine geçerek bir kamusal alan olarak mı ortaya çıktığı belirlenmeye ve Twitter'daki hastagin ve konu ile atılan tweetlerin kamusal alana dönük beklentileri ne ölçüde karşıladığı sorusu yanıtlanmaktadır. Bu amaçla, yukarıda çerçevesi çizilen dijital kamusal alan kavramı kullanılarak tematik içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

³¹ Trol kelimesi internet jargonunda kullanılmaktadır. Sosyal medya ortamının kötü niyetli ve istismar amaçlı kullanımını anlatmaktadır. Bu trollerin amacı kişileri kızdırmak onları rahatsız etmek, yanlış enformasyon yaymak, kişilerin internet üzerindeki kamusal alan itibarlarını yok etmektir (Karataş ve Binark, 2016: 433-434).

İçerik analizi, bir metni analiz ederken kullanılan bir dizi farklı strateji için kullanılan genel bir terimdir (Powers ve Knapp, 2006). Kullanılan kelimelerin eğilimlerini ve kalıplarını, sıklıklarını, ilişkilerini, iletişim yapılarını ve söylemlerini belirlemek için büyük miktardaki metinsel veriyi araştırmak için kullanılan sistematik bir kodlama ve sınıflandırma yaklaşımıdır (Mayring, 2000; Pope, Ziebland ve Mays, 2006; Gbrich, 2007). Tematik İçerik analizi metnin içeriğinin kantitatif, nesnel ve sistematik bir şekilde analiz edilmesine olanak sağlayan bir araştırma tekniğidir. Bu analiz aynı konu üzerinde yapılan çalışmaların bir tema altında ya da şablonlar çıkarılarak eleştirel bir bakış açısı ile ele alınarak yorumlanmasını içermektedir (Çalık ve Sözbilir, 2014: 34).

Tematik içerik analizi, nitel verilerin açıklayıcı bir sunumudur. Tematik içerik analizinde, sunulan metinlerdeki ortak temalar belirlenir, nitel analitik prosedürler hakkında bilgi verilir. Araştırmacı konuları gruplara ayırır ve metinlerden ortak temaların bir listesini çıkarır. Katılımcıların gerçek sözcüklerinden temalar için isimler kullanır ve temaları gruplandırarak, bir bütün olarak metinleri yansıtır. Temalar sınıflandırılırken ve isimlendirilirken, "yorumlama" minimumda tutulur (Anderson, 2007: 1). Tematik içerik analizinde, bir metin içerisindeki söylemlerin tekrar sıklığının ve karakteristik özelliklerinin belirlenebilmesi için nasıl bir tutumla sunulduğunun ortaya koyulması, onların kategorik bir analiz yapılarak araştırılması (Çomu ve Halaiqa, 2015: 38) ve “kamusal alana yönelik üretilen ve kurgulanan metinlerin çözümlenmesi” (Gökçe, 2006: 20) amaçlamaktadır.

4.3.4.3. Söylem Biçimi Ölçütü ve Sosyal Ağ Analizi

Söylemsel kamusal alan, toplum ve kültür alanlarında bulunan aktörlerin eylemlerini pratik tartışmalar yoluyla sağlamaktadır (Yükselbaba, 2008: 252). Sosyal medya söylemleri, resmi çevrimiçi haber medyası, kuruluşlar ve kişiler tarafından aynı anda etkinleştirilen bir dizi çerçeveyi temsil etmektedir. Bu aktörler bu söylemleri sadece okuyan ve değerlendiren kişiler yani tüketiciler değil aynı zamanda onları üreten ve şekillendiren kişilerdir (Valentini, Romenti ve Kruckeberg, 2016). Bahsi geçen kullanıcıların ürettiği yazılı metinlerin pasif bir şekilde bir konu hakkında bilgi veren sözcük öbekleri olduğu düşünülmemelidir. Bu metinler aynı zamanda onu yazan kişilerin perspektiflerini ve fikirlerini de yansıtmaktadır (Oprea, 2019: 315). Twitter’ın yazılı mesajların yayımlandığı ve kullanıcıların birbiriyle iletişime geçebildiği bir mikro

blog olması çerçevesinde düşünüldüğünde, özellikle kullanıcıların söylem biçimi önemli bir kriter olarak ortaya çıkmaktadır.

Hashtag ve tweetlerde kamusal söylemin varlığının dijital bir kamusal alan oluşup oluşmayacağı hakkında ipuçları verebileceği düşünülmektedir. Buradaki kamusal söylemden kasıt, kullanıcıların üzerinde konsensüs sağlayabileceği bir ortamda sosyal, siyasal, ekonomik, kültürel ya da pratik sorunların çözümüne ilişkin olarak (Mutlu, 1995: 196) *konuşabilmesi* ya da platform ile ilişkili olarak *tweet atabilmesidir*. Kamusal alan ile ilgili tartışmalar düşünüldüğünde, medya metaforundaki değişimler sonucu kamusal söylemin içi boşalmıştır (Postman, 1994: 25). Dolayısıyla benzer durumun sosyal medya için de geçerli olup olmadığının araştırılması ve dijital ortamda oluşabilecek bir kamusal alanın kamusal söylem içerip içermediğinin araştırılması gerekmektedir.

Söylem biçimi ölçütüyle, seçilen konudaki söylem tipleri incelenerek kullanıcıların söylemsel özellikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu ölçüt ile, kullanıcıların belirlenen hashtag ve konu hakkında attığı tweetler ve retweetler sosyal ağ tekniği ile analiz edilerek, söylemin kamusal olup olmadığı eğer kamusal bir söylem mevcut ise kamusal alan oluşumunu etkileyip etkilemediği, özel ya da siyasal bir söylem bulunup bulunmadığı, bu söylemlerin iç içe geçip geçmediği, hangi söylem biçiminin daha çok kullanıldığı analiz edilmiştir. Bu söylem analiz edilirken sosyal ağ analizinden yararlanılmıştır.

Sosyal ağ kavramıyla hem toplulukların kendi içindeki ilişkiler ve bu ilişkilerin sahip olduğu yapılar hem de diğer topluluklarla olan ilişkilerin ve yapıların etkisi araştırılmaktadır (Wimmer ve Min, 2006; Gürsakal, 2009: 184). Diğer bir deyişle sosyal ağ, bireylerin ve diğer etmenlerin aralarındaki iletişimi, etkileşimi açıklayan bir yapıdır. Sosyal ağ analizi, bütünü sadece bütünü oluşturan parçalardan ibaret olmaması (Watts, 2002: 26) ve parçaların toplamından daha fazla bir şey ifade ettiği düşüncesi üzerine kuruludur. Sosyal sistemlerin işleyiş şekli, bireyler arasındaki ilişki ve bu ilişkilerin nasıl kurgulandığı konusu bu analiz ile ortaya çıkarılabilmektedir. Buna ek olarak bireylerin, grupların ve toplulukların sahip oldukları sosyal ilişkiler, bu ilişkilerin yapısı, davranışlar ve inançlar arasındaki bağların da ortaya çıkarılmasına imkân tanımaktadır (Prell, 2012: 12). Sosyal ağ analizinde yer alan yapılar; çeşitli formlarda kendilerini gösterebilmektedir. Bu formlar çift taraflı ve karşılıklı olabileceği gibi aynı zamanda hiyerarşi de içermemektedir (Burt, 1984). Diğer bir deyişle bu analiz bileşenler

arasındaki alt üst ilişkiyi değil karşılıklı etkileşimlerini ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır. Sosyal ağ analizinin odak noktası ağdaki sosyal aktörlerin ilişki verileri, bu ilişkilere ait çeşitli ağ yapıları, konular, kümeler ve kavramlardır.

Sosyal ağ analizi gerçekleştirilirken *Degree Centrality*, *Betweenness Centrality* ve *Closeness Centrality* gibi çeşitli algoritmalarla yararlanılmaktadır. Bir sosyal ağ temel iki bileşeni olan *nodes*den (*düğüm*ler) ve *edges*den (*etkileşim*ler) oluşmaktadır (Bródka, vd., 2011). Düğümler en çok etkileşim alan noktaları ve konuları (bu çalışma bağlamında tweetleri ve retweetleri) belirlemek için kullanılmaktadır. Mevcut çalışmada bahsi geçen algoritmalarla *Degree Centrality* algoritması kullanılmıştır. Bu algoritmanın kullanım amacı diğer düğümlerle doğrudan bağlantı ilişkilerinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu algoritma ile, düğümler ve kullanıcıların iletişim/etkileşimleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla kullanılmıştır. Çalışmada yer alan düğümler *Degree Centrality* algoritmasının bir alt bileşeni olan *In-Degree* ile birleştirilerek düğümlerin etkileşimine, iç içeliğine ve mahiyetine dair bilgiyi ortaya çıkarmak için kullanılmıştır.

4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmada dijital kamusal alan oluşumunun sınırlı olduğu kabul edilmektedir. Buna istinaden yapılan alan çalışmasında bazı koşulların gerçekleşmesi halinde bu alanın en azından dijital ortamda oluşan bir kamusal mekân olacağı düşünülmektedir. Bu düşünce *hashtaglerin* ve konu taramalarının her birinin birer dijital kamusal mekân³² olduğu ve dolayısıyla heterojen ve parçalı bir kamusal alan olduğu (Kluge ve Negt, 2018) düşüncesi ile desteklenmektedir. Dolayısıyla araştırma bulgularının yukarıda bahsedilen dijital kamusal alanın sınırları ışığında değerlendirilmesi gerekir. Sonuçlar çalışmada *Kanal İstanbul* konusu ile sınırlıdır ve genelleştirilmemelidir. Çünkü özellikle çoklu dijital kamusal alanlar ve kamusal mekanlar bağlamında araştırma sonuçlarının genelleştirilemeyeceği ve her hashtag ve/veya konu taraması için farklı sonuçların ortaya çıkabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Çalışmanın alan araştırması kısmının amacı, sosyal medyanın kamusal alan oluşturma potansiyeli

³² Çalışmanın alan yazın araştırması kısmında bahsedildiği üzere *public sphere* (kamusal alan) / *public space* (kamusal mekân) birbirinden farklı kavramlardır. Burada bahsedilen mekân yer (Donat ve Savaş Yavuzçehre, 2016: 510) ya da ortam niteliğindedir. Diğer bir deyişle dijital ortam veya sosyal medya dijital bir kamusal alan oluşturmasa da dijital bir mekan olarak kamusal tartışmalar için mekan niteliği taşıyabilmektedir ki; dijital ortamın kamusal bir alan oluşturma potansiyeli de buradan ileri gelmektedir.

hakkında bir çerçeve oluşturmaktır. Dolayısıyla ortaya çıkan sonuçlar, gözlem ve analiz için seçilen içerikle sınırlıdır. Bu çalışmada belirlenen örneklem büyüklüğü çalışmanın sınırını oluşturmaktadır. Çalışmada 27.258 *tweetten* oluşan bir örneklem analiz edilmiştir. Her ne kadar örneklem büyüklüğü ile sonuçlar arasında niteliksel açıdan doğrudan bir ilişki bulunmasa da sonuçların genelleştirilebilir olmayacağı göz önünde bulundurulmalıdır. Buna ek olarak Twitter’da örneklem seçimi Twitter API’lerine göre (Application Programming Interfaces) belirlenmiştir. Twitter’ın verileri ticarileştirmesinin bir sonucu olarak araştırmacıların herhangi bir konuda atılan tweetlerin tamamına ulaşamayacağı göz önünde bulundurulmalıdır (Felt, 2016: 2-3).

Çalışma sosyal medya araçlarından Twitter ile sınırlandırılmıştır. Twitter, sosyal medya alanında, Dünya’da en çok kullanılan ikinci uygulamadır. Yaygın olarak kullanılan, çok yönlü ve küresel iletişim platformu olan Twitter, birçok konu hakkındaki görüşlerin gözlemlenebilmesine imkân sağlamaktadır. Twitter şimdiye kadar karşılaştığımız geleneksel kamusal alan yapılarına alternatif bir yapı sunabilmektedir. Çünkü kamusal alanın yapı taşı olan tartışma ve fikrini ifade edebilme, Twitter’ın temel kullanımını oluşturarak, kamuya açık iletişim etkileşimleriyle ilgili benzeri görülmemiş büyüklükte veri kümelerine erişim sağlamasını ve bireysel kullanıcıların faaliyetlerinin derinlemesine ve saniye saniye izlenmesine imkân tanımaktadır.

İnternet erişimi ve otosansür bir başka sınır olarak kabul edilmiştir. Dijital kamusal alan aktörlerinden internete erişimi olmayanlar doğal olarak çalışma kapsamı dışındadır. Twitter’da yapılan yorumların ne kadarının otosansüre uğradığı belirsizdir. Eğer oto sansür varsa ne sıklıkta olduğu ve ne şekilde olduğu belli değildir. Otosansür, Twitter’daki ifade özgürlüğünü sınırlandırdığı için kamusal alanın potansiyelini ve genişlemesini kısıtlayabilir. Buna ek olarak Sosyal medyanın sahip olduğu algoritmalar sonucu oluşan filtre balonları ve yankı odaları bir sınır oluşturmaktadır. Bunun anlamı, en azından içinde bulunduğumuz dönem itibari ile, bir dijital kamusal alan oluşuyorsa bu sınırlar içerisinde varlık gösterebildiği gerçeğidir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

ANALİZ, BULGULAR VE YORUM

Çalışmanın bu kısmında araştırma bilgileri ve yöntem kısmında bahsi geçen ölçütler ve teknikler kullanılarak seçilen hashtag ve hashtag konusu analiz edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmış ve araştırma sorularına cevap verilmiştir.

5.1. Yapısal Ölçüt Analizi ve Bulgular

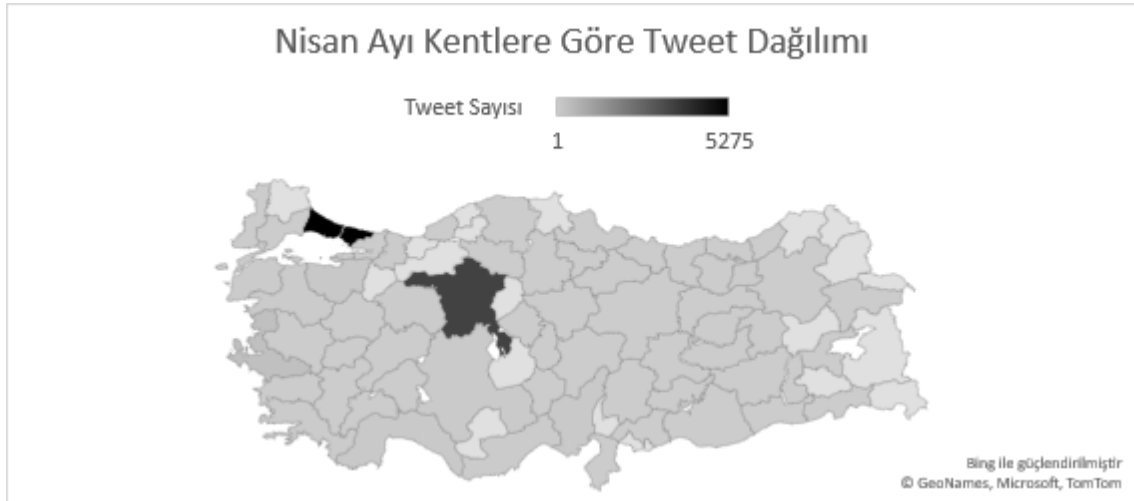
Kamusal alanın varlığı için gerekli olan *kapsayıcılık* değişkeninin dijital alanda bulunup bulunmadığının belirlenebilmesi adına yapısal ölçüt kullanılarak, ilgili hashtag (ve konu) yapısal açıdan analiz edilmiştir. Analizde atılan tweetlerin kimleri *kapsadığı* araştırılmıştır. Bu araştırma yapılırken kullanıcıların konum bilgileri kullanılarak bu konuda atılan tweetlerin coğrafi dağılımı belirlenmeye çalışılmıştır. Böylece yapılan tartışmaların ne oranda kapsayıcılık gösterdiği analiz edilmektedir.

Kullanıcıların lokasyon koordinat bilgilerinden hareketle, Türkiye'deki kentlere göre dağılımına bakılmıştır. Sosyal medyada kapsayıcılık farklı yollarla ölçülebilir. Bunlardan biri de lokasyon analizidir. Hem tweet atan hem de retweet yapan kullanıcıların konum bilgileri NVIVO'nun Ncapture uzantısı ile elde edilmiştir. Bu analiz gerçekleştirilirken Excel programının içerisinde bulunan haritalar özelliğinden yararlanılmıştır. Elde edilen veri lokasyon koordinatları <https://koordinat.hesaplama.net/> sitesinden tek tek hesaplanmıştır. Türkiye'de 2020 yılına göre nüfus dağılımı aşağıdaki şekilde görülmektedir. Buna göre nüfusu en yüksek kentler İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya, Adana ve Konya'dır.



Şekil 3: Türkiye Nüfusa göre dağılım

Nisan ayı için atılan toplam tweet sayısı 10771'dir. Bu tweetlerin 667 tanesinin Türkiye dışındaki ülkelerden atıldığı tespit edilmiştir. Bu tweetlerin toplamda 44 farklı ülkeyi³³ kapsadığı tespit edilmiştir. Türkiye'den atılan tweet sayısı 10.104'tür. Kullanıcıların attığı tweetler ve/veya yaptığı retweetler toplamda 65 farklı kenti, ülkedeki kentlerin %80'ini kapsamakta olup bunların dağılımı Şekil -4'te verilmektedir.

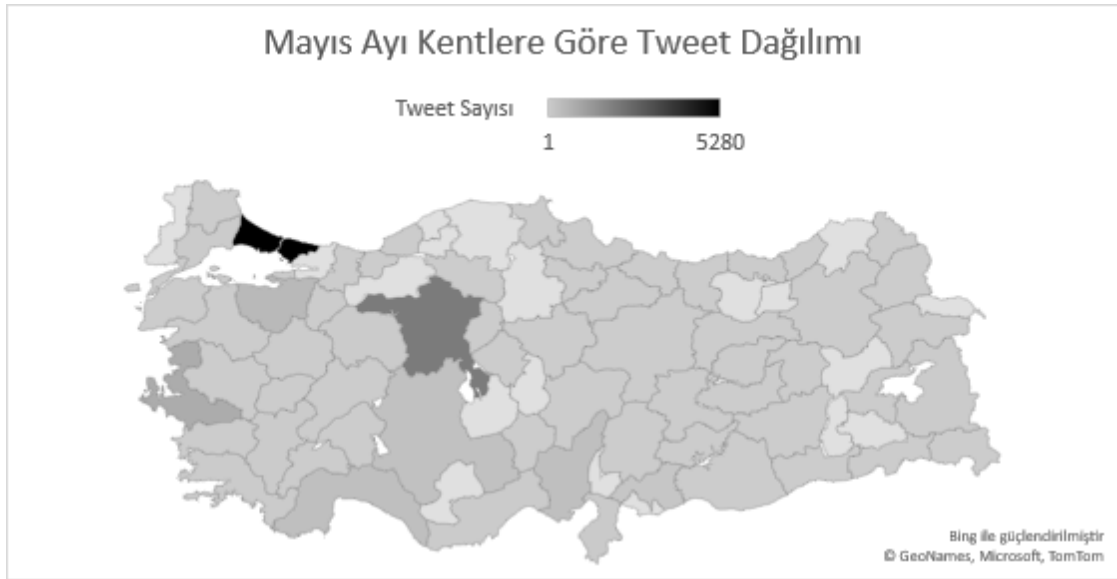


Şekil 4: Nisan Ayında Atılan Tweetlerin Kentlere Göre Dağılımı

Mayıs ayı için ise, atılan toplam tweet sayısı 10.874'tir. Bu tweetlerin 611 tanesinin Türkiye dışından (toplamda 41 farklı ülkeden³⁴) atıldığı tespit edilmiştir. Türkiye'den atılan tweet sayısı 10.263'tür. Kullanıcıların attığı tweetlerin ve/veya yaptığı retweetlerin toplamda 63 farklı kenti diğer bir deyişle kentlerin %77'sini kapsadığı görülmektedir. Bu tweetlerin dağılımı ise Şekil -5'te görülmektedir.

³³ Buna göre; Almanya'dan 134, Amerika'dan 121, Rusya'dan 109, İngiltere'den 65, Belçika'dan 49, Çin'den 32, Kıbrıs'tan 28, İsveç'ten 14, Suudi Arabistan'dan 12, Endonezya'dan 11, İtalya'dan 10, Hollanda'dan 9, Venezüella'dan 8, Avusturya'dan 6, Fransa ve Romanya'dan 5, Bosna Hersek ve Cezayir'den 4, Şili, İsviçre, Kolombiya, Malezya ve Yunanistan'dan 3, Irak, Nijerya, Özbekistan, Polonya, Sierra Leone, Singapur ve Ukrayna'dan 2, Azerbaycan, Brezilya, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Güney Afrika Cumhuriyeti, Hindistan, İrlanda, İtalya, Lüksemburg, Norveç, Panama, Peru ve Yeni Gine'den 1 tweet atılmıştır. Atılan tweet sayılarının çoğunlukla ülke nüfusu/ Türk nüfusu oranına eş değer olduğu görülmektedir.

³⁴ Buna göre; Almanya'dan 169, Amerika'dan 127, Rusya'dan 108, İngiltere'den 27, Belçika'dan 18, Kanada'dan 15, Avustralya'dan 13, Hollanda'dan 12, Çin ve Yunanistan'dan 11, Fransa ve Suudi Arabistan'dan 9, Norveç ve Hindistan'dan 8, İtalya ve Ukrayna'dan 7, Azerbaycan'dan 6, İsveç, Bosna Hersek ve Polonya'dan 4, İsviçre, Bulgaristan ve Fas'tan 3, Birleşik Arap Emirlikleri, Kıbrıs, Romanya, Zimbabve, Grönland, Danimarka ve Küba'dan 2, Irak, İspanya, Sırbistan, Avusturya, Japonya, Yeni Gine, Kazakistan, Kolombiya, Arjantin, Ermenistan ve Malezya'dan 1 tweet atılmıştır. Atılan tweet sayılarının çoğunlukla ülke nüfusu/ Türk nüfusu oranına eş değer olduğu görülmektedir.



Şekil 5: Mayıs ayında Atılan Tweetlerin Kentlere Göre Dağılımı

Buna göre 2 ay için atılan tweetler ortalama Türkiye'deki 64 kenti ve Türkiye dışındaki 43 ülkeyi kapsamaktadır. Yukarıdaki şekiller incelendiğinde, tweetlerin kapsayıcılığının kentlerin nüfus yoğunluğuyla paralellik gösterdiği görülmektedir. Buna göre, *Kanal İstanbul* tartışmalarına katılma oranı, nüfusun en yüksek yoğunlukta olduğu İstanbul ve Ankara'da ortalama %50 ila %30 arasında İzmir, Bursa Antalya, Adana ve Konya gibi orta büyük kentlerde %10 ila %5 arasında seyretmektedir. Bu oran nüfusun düşük olduğu kentlerde azalmış ve %5-%1 arasında kalmıştır. İki ay içinde atılan tweetlerin sayısı incelendiğinde atılan tweet sayısı bakımından, nüfusa göre kent sıralamanın aynı kaldığı görülmektedir. Diğer bir deyişle her iki ay içinde en çok tweet atan kentler sıralaması İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya, Adana ve Konya şeklindedir.

Twitter her ne kadar sosyal medya kurumlarının ekonomi politiği kontrol edilse ve sahip olduğu algoritmalarından dolayı sınırlı bir alan olarak ortaya çıksa da burada teknik boyutuyla değerlendirilmiştir. Bu yönlü bir analiz yapılmasının nedeni Twitter algoritmalarının kontrol edilebilirlikten uzak olmasıdır. Bu yüzden veri, Twitter'ın kapsayıcılığını coğrafi dağılımla ölçmeye olanak tanımıştır. Bu alanda yapılan dijital tartışmaların yapısının en azından görünürde dışlayıcı değil kapsayıcı olduğu görülmektedir. Yapılan lokasyon analizi sonucu Türkiye'deki kentlerin hemen hemen hepsinden tartışmalara katılan ve fikir beyan eden kullanıcıların nüfus oranıyla paralel bir şekilde dağılım göstermesi anlamlıdır. Diğer bir deyişle İstanbul'dan daha çok tweet atılmasının nedeni *Kanal İstanbul* projesinin İstanbul kenti ile alakalı olmasından kaynaklanmamaktadır. Bu durumunun temel nedeni 2020 nüfus dağılım haritasından

anlaşılabileceği üzere nüfus yoğunluğudur. Kısacası Kanal İstanbul projesinin sadece bir kent ile alakalı olarak değil, bütün bir toplumu ilgilendiren bir mesele olarak görüldüğü söylenebilir.

Habermas'a göre kamusal alan burjuva sınıfını, Arendt'a göre anayasal anlamda eşit vatandaşların, Kluge ve Negt'e göre ise toplumun bütün sınıflarını kapsamaludur. Bu bağlamda dijital kamusal alanın, internete bağlantısı bulunan ve herhangi bir dijital/mobil cihaza sahip tüm kullanıcıları kapsaması beklenmektedir. İnternet, cihaz ve enformasyon kısıtı göz önüne alındığında bu alan Kluge ve Negt'in ortaya koyduğu kamusal alana benzememekte daha çok Habermasyan modeldeki burjuva kamusal alanına benzemektedir. Çünkü toplumun tüm kesimleri ya da tüm sınıflarının bu alana erişimi bulunmamaktadır. Ancak sosyo-ekonomik ve teknolojik enformasyon düzeyi yüksek bir grup bu alana erişebilmektedir. Öte yandan Habermasyan kamusal alan iktidardan bağımsız bir kamusal alandır. Twitter ise hem küresel hegemon güçlerden hem de iktidardan bağımsız bir alan değildir ve bu güçleri içerisinde barındırmaktadır. Daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere bu durum otosansüre neden olmaktadır. Bu noktadan hareketle dijital kamusal alanın kapsayıcılığının internet bağlantısı bulunan ve dijital/mobil cihaza sahip olma kısıtına ek olarak kendine otosansür uygulamayan kullanıcıları kapsadığını söylemek daha uygun olacaktır.

Özetle yapılan lokasyon analizinde *Kanal İstanbul* konusunun sadece İstanbul ile sınırlı kalmadığı, diğer illeri de kapsadığı tespit edilmiştir. Fakat derinlemesine değerlendirildiğinde kapsayıcılığın görünürde var olduğu vurgulanmalıdır; çünkü bu alan herkesi kapsamamakta ve sadece internete erişimi olanları, teknolojik cihaz ile sosyal medya hesabı bulunanları kapsamaktadır. Diğer bir deyişle interneti, cihazları ve sosyal medya hesapları bulunmayan kullanıcılar bu kapsamın dışında kalmıştır.

5.1. İletişimsel Ölçüt Analizi ve Bulgular

Twitter'daki *açıklığın, eşitliğin ve rasyonel müzakerenin* belirlenebilmesi adına, atılan tweetler tematik içerik tekniği uygulanarak analiz edilmiştir. Bu analizde kullanıcıların tartışmalara hangi iletişimsel özellikleri kullanarak katıldıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu ölçüt ile üç tür analiz gerçekleştirilmiştir.

İlk analizde, kamusal alanın varlığı için gerekli olan *açıklık'ın* dijital alanda da var olup olmadığı araştırılmıştır. Analizde Twitter'daki tweet atan kullanıcıların mahiyetinin belirlenebilmesi adına öncelikle kullanıcılar özel ve tüzel kişi olmak üzere

ikiye ayrılmıştır. Çalışmada belirlenen hashtagler ve atılan tweetler incelenerek belirli sivil toplum kuruluşları, partiler, parti temsilcileri vb. gibi bir grup tarafından mı yoksa direkt olarak siyasi parti mensubu, köşe yazarı ya da herhangi bir standart kullanıcı gibi özel kişiler tarafından mı atıldığı incelenmiştir. Bu ölçüm ile kimlere açık olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Böylece sosyal medyanın, hangi kişilere ya da gruplara açık olduğu bu kişi ya da gruplara söz hakkı tanınıp tanınmadığı ve kamuoyunun daha çok hangi kişi ya da gruplar tarafından belirlendiği analiz edilmeye çalışılmıştır. Tablo 10'da elde edilen dağılım görülmektedir.

Tablo 11: Tweetlerin Aktörlere göre Dağılımı

| | | Nisan | Mayıs | |
|--|-----------------------|------------------|-------|------|
| Özel Kişi | Standard Kullanıcı | 3259 | 3191 | |
| | Fenomen | 656 | 845 | |
| | Siyasal Aktör | Akp | 75 | 151 |
| | | Mhp | 0 | 1 |
| | | İyi Parti | 22 | 28 |
| | | Chp | 78 | 85 |
| | | Gelecek Partisi | 26 | 107 |
| | | Saadet Partisi | 13 | 3 |
| | | Hüda Par | 0 | 1 |
| | | BBP | 0 | 1 |
| Diğer | 83 | 87 | | |
| Gazeteci ve Köşe Yazarı | | 1634 | 1770 | |
| Kanal İstanbul hesabı, İstanbul kanal | | 33 | 36 | |
| Tüzel Kişi | Medya | Medya Kuruluşu | 1118 | 1162 |
| | | Dijital Haber | 2992 | 3055 |
| | Parti | Akp | 6 | 2 |
| | | Yeşiller Partisi | 13 | 0 |
| | | Gelecek Partisi | 23 | 0 |
| | | Vatan Partisi | 2 | 1 |
| | Özel Kurum ve Kuruluş | | 299 | 117 |
| | Belediye | | 13 | 1 |
| Sivil Toplum Kuruluşları, Sendikalar ve Vakıflar | | 426 | 230 | |

Özel kişiler, standart kullanıcı, fenomen, siyasi aktör gazeteci ve diğer olarak beşe ayrılmıştır. Standart kullanıcılar takipçi sayısı çok fazla olmayan fakat Twitter'da aktif olarak paylaşımda bulunan bireylerdir. Fenomen hesapların belirlenebilmesi adına mavi tik³⁵ alma sınırı konulmuştur. Mavi tiki bulunan hesaplar fenomen olarak değerlendirilmektedir. Bu hesaplar çok fazla sayıda takipçisi olan hesaplardır ve çoğunlukla orijinal içerik üretmektedirler. Bu grubun içinde akademisyenler, avukatlar, sanatçılar, yazarlar, sinema ve tiyatro oyuncularına ek olarak Twitter fenomenleri de

³⁵ Mavi Tik Twitter'da onaylama anlamına gelmektedir. Bu tik kamu yararını çokça ilgilendiren hesapların gerçekliği konusunda kullanıcıları bilgilendirmeye yardımcı olmaktadır. Onay alınabilmesi için ilgili hesabın tanınmış, original ve aktif olması gerekmektedir. Daha fazla bilgi için bkz: <https://help.twitter.com/tr/managing-your-account/twitter-verified-accounts>

bulunmaktadır. Gazeteciler'in ve siyasal aktörler'in kamuoyu oluşumu üzerindeki etkisini tespit edebilmek adına standart kullanıcılardan ve mavi tik almış hesapları olsa da fenomenlerden ayrı olarak değerlendirilmiştir. Siyasal aktörler her ne kadar özel kişi teması altında değerlendirilse de bağlı oldukları partiler tabloda gösterilmiştir. Bu aktörlerin içinde bakanlar, milletvekilleri belediye başkanları, parti üyeleri ve il başkanları bulunmaktadır. Diğer kişiler ise herhangi bir partide görev almayan, daha önceki dönemlerde başkanlık, bakanlık ve milletvekilliği yapmış ve şu an için Türkiye siyasetinin içinde aktif rol oynamayan kişiler olarak belirlenmiştir. Tüzel kişiler ise medya kurumu, parti ve sivil toplum kuruluşu olarak üçe ayrılmıştır.

Yukarıdaki tablo incelendiğinde Twitter'ın birçok farklı gruba ve kişiye açık olduğu görülmektedir. Buna göre, bu çalışma için özel kişilerin standart kullanıcılardan, fenomenlerden, siyasal aktörlerden ve gazetecilerden; tüzel kişilerin ise, medya ve sosyal medya kuruluşlarından, partilerden, özel kurumlardan, belediyelerden ve sivil toplum kuruluşları, sendikalar ve vakıflardan oluştuğu görülmektedir. Nisan ayı için özel kişiler tarafından atılan tweetlerin ve retweetlerin oranı %54,5 iken, tüzel kişiler tarafından atılan tweetlerin ve retweetlerin oranı %45,5'dir. Mayıs ayı için ise özel kişiler tarafından atılan tweetlerin ve retweetlerin oranı %57,9 iken tüzel kişiler tarafından atılan tweetlerin ve retweetlerin oranı %42,1'dir.

Her ne kadar ileride daha detaylı analizlere yer verilmiş olsa da tweetlerin niteliksel dağılımı tablosundan görülebileceği üzere standart kullanıcıların sayısı daha çok gibi görünmesine rağmen bu tweetlerin büyük bir çoğunluğunun retweetlerden oluştuğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla atılan orijinal içerikli tweetlerin büyük bir çoğunluğunun gazeteciler, köşe yazarları, medya kurumları ve sosyal medya içerik üreticileri tarafından atıldığı önemli bir bulgu olarak vurgulanmalıdır. Diğer bir deyişle bu çalışma özelinde kamuoyu oluşumunun büyük oranda medya ve sosyal medya kuruluşları tarafından gerçekleştirildiği iddia edilebilir. Sivil toplum kuruluşlarının, derneklerin, sendikaların ve vakıfların kamuoyu oluşumundaki etkisi oldukça sınırlıdır. Buna ek olarak siyasal aktörlerin ve partilerin de az sayıda tweet attığı görülmektedir.

Genel olarak sosyal medya özelinde ise Twitter, oldukça büyük bir iletişim sisteminin parçasını oluşturmaktadır. Tablo 12'de görülebileceği üzere iletişim standart kullanıcılar, gruplar, siyasal aktörler, medya kuruluşları, partiler, özel kurum ve kuruluşlar, belediyeler, sivil toplum kuruluşları, sendikalar ve vakıflar gibi pek çok farklı kişi ve kurum arasında gerçekleşmektedir. Dolayısıyla dijital kamusal alanın

varlığı açıklık normu altında sorgulanırken tweetleri yazan kişilere odaklanma gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Tablo 12: Tweetlerin Kullanıcı Profiline Göre Dağılımı

| | Nisan | Mayıs |
|----------------------------|-------|-------|
| Mavi Tikli Hesaplar | 7.180 | 7.525 |
| Standard Kullanıcı | 3.591 | 3.349 |

Tablo 12’de görülebileceği üzere konu hakkında tweet atan kullanıcıların 2/3’ünü Twitter tarafından orijinal olarak değerlendirilen ya da mavi tik alan çok takipçili hesaplar oluşturmaktadır. Çok takipçili hesapların, yapılan çalışmalarda³⁶, bir önder gibi hareket ettikleri, kamuoyu oluşturmaya ve kitleleri ikna etmeye çalıştıkları belirlenmiştir. Sosyal medyada, popülist mesajların kısa doğası iyi çalışmaktadır. Bu noktadan hareketle hashtag incelendiğinde bu konuda popülist söylem temelinde bir dil oluştuğu görülmektedir. Çok takipçili bu hesapların yazmış olduğu orijinal mesajlar özellikle siyasal aktörler tarafından yazılan tweetler, standart kullanıcılar tarafından okunarak, paylaşarak ve yorumlanarak vermiş oldukları mesajların ve popülist fikirlerin viral bir şekilde yayılmasına imkân tanımıştır.

Bu haliyle Twitter’ın bir dijital alan olarak Habermas’ın modelindeki kamusal alan ile uyumlu olmadığı belirtilmelidir. Zira bu alan Habermas’ın modelinde geniş kitlelerin katılımını ve insanların fikirlerini özgürce sunabileceği bir ortam gibi görünse de çok takipçili hesaplar tarafından hegemonize edilen popülist bir enformasyon alanıdır. Popülist söylem basit bir iletişim şekli değildir, bu söylem tarzı kamusal alanı etkiler ve onu hegemonize eder. Bu durum bir sonraki bölümde tweetlerin niteliksel dağılımında ve söylem biçimi analizinde net bir şekilde görülmektedir. Zira Twitter’ın, doğrudan kitlelere ulaşabilme özelliği ile kısa metinlere yer verebilme imkânı ve görsel öğeler kullanmaya izin veren yapısı ile popülist söylemlere, duygusal görsellere ve provakatif ifadelerle daha uygun bir çerçeve çizmektedir. Çünkü popülist söylem onu kullanan aktörlerin ideolojik doğasına göre şekillenmektedir.

Arendt’a göre kamusal alan aleni bir alandır. Kişiler bu alanda fikir ve düşüncelerini açıklamakta eşit ve özgürdür. Arendt’ın söylediği bu bağlamda anlamlı değildir. Diğer bir deyişle kamusal alanın söylemsel bir alan olması çerçevesinde

³⁶ Daha fazla bilgi için bkz: Sujin Choi, (2015). “The Two-Step Flow of Communication in Twitter-Based Public Forums”. *Social Science Computer Review*, 33(6), 696-711. (Choi, 2015)

düşünüldüğünde, çok takipçisi olan hesaplar ile daha az takipçisi olan hesapların eşit şekilde fikirlerini ifade edebilme imkânı olsa da bu fikirler ve düşünceler eşit sayıda kişiye ulaşmamaktadır. Bu da kamuoyunun ve tartışmaların çok daha fazla sayıda takipçisi olan kişiler tarafından yönlendirilmesi ve onların düşünceleri etrafında şekillenmesi anlamı taşımaktadır.

İkinci analizle bir tartışmanın oluşup oluşmadığı ve kullanıcılar arasındaki etkileşimin ne şekilde ortaya çıktığı araştırılmıştır. Bu aşamadaki analiz için ilk olarak kullanıcıların hangi iletişimsel pratikleri kullandıkları ortaya koyulmuştur. Bu analiz yapılırken NVIVO programına nodelama (kodlama) yapılmış ve tweetler birbirinden ayrılmıştır. Buna göre, elde edilen veri, Tweetler (özgün içerik), retweet (başkası tarafından hazırlanan içerik paylaşımı) ve reply (yanıt) olarak temalara ayrılmıştır. Böylece, Twitter'ın özgün içerik üretme yoluyla bir tartışma başlatıp başlatmadığı, özgün içeriklere ne kadar yanıt verildiği, konu başlıklarının daha çok retweet yoluyla mı yayıldığı yoksa belirli bir grup kullanıcı arasında mı kaldığı belirlenmeye çalışılmıştır. Diğer bir deyişle Twitter'ın rasyonel müzakeresini tartışmadan önce bu alanda gerçekten müzakere yapılıp yapılmadığının belirlenmesi gerekmektedir.

Tablo 13: Tweetlerin İletişimsel Dağılımı

| | Tweet | Retweet | Reply | Toplam |
|--------------|--------------|----------------|--------------|---------------|
| Nisan | 2.138 | 6.316 | 2.317 | 10.771 |
| Mayıs | 2.326 | 5.930 | 2.618 | 10.874 |

Tablo 13'te görüleceği üzere her iki ayda da kullanıcılar retweet pratiğini daha fazla tercih etmişlerdir. Nisan ayı dağılımı incelendiğinde kullanıcılar %19,8 tweet üretmiş, %58,6 retweet yapmış ve %21,5 yanıt vermiştir. Mayıs ayında ise %21,3 tweet atmış, %54,8 retweet yapmış ve %24,6 yanıt vermiştir. Her iki ayda da karşılaşılan durum, belirli içeriklerin retweet yoluyla tartışma içerisinde dolaşıma sokulması ve bu sürecin tartışmayı belirli bir alana hapsederek kamusal tartışmanın genişlemesinin önüne geçmesidir. Diğer bir deyişle kullanıcılar kendileri içerik üretmek yerine başkalarının ürettiği içeriği paylaşmayı ve üretilen içeriklere yanıt vermeyi tercih etmektedirler. Bu durumun bir nedeni kullanıcıların kendilerine otosansür uygulamalarıdır. Diğer bir nedeni ise Twitter'ın yeni nesil bir haber/bilgi ağı olarak görülmesi ve özellikle çok takipçili hesaplar tarafından atılan tweetlerin kullanıcılar tarafından önemli olarak değerlendirilmesidir.

Tablo -11'de görülebileceği üzere bu çok takipçili hesapları çoğunlukla standart kullanıcılar değil medya, sosyal medya kurumları, gazeteciler ve köşe yazarları

oluşturmaktadır. Her ne kadar alan yazında çoğunlukla kitle iletişim araçları ile bir arada incelenmiş olsa da tweetleri çok fazla retweetlenen ve çok takipçili bu kullanıcılar kanaat teknisyenlerine dönüşmektedir. Kanaat teknisyenleri siyasete, topluma, ekonomiye dair sorunları entelektüel özelliklerini yitirerek, gazeteci edasıyla yazan ve “sembolik iktidarın yeniden üretimine katkıda bulunan” (Parlak ve Tangün, 2018: 295) sözde uzmanlardır. Bu noktadan hareketle hesaplar incelendiğinde oldukça büyük bir çoğunluğunun çok takipçisi olması dışında konuya dair bir yetkinliğinin ve enformasyonunun bulunmadığı görülmektedir. Retweet pratiği ise bu kanaat teknisyenlerinin fikirlerinin yayılmasına imkân tanımıştır. Kanaat teknisyenlerinin bu alandaki varlığı, bir yandan tartışmaların seyrini belirleyip kamuoyu oluşumunu kendi fikir ve düşüncelerine göre şekillendirme riski taşıırken, diğer yandan içeriği filtreleme rolüyle ilgili olan denetim ve kontrol mekanizmalarının ortadan kalkma riskini de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla retweet pratiğinin dijital kamusal alandaki tartışmalar için bir müzakere ortamı olmasından çok tartışmaları kendi içine kapattığı görülmektedir. Standart kullanıcılar ya da diğer bir deyişle sıradan vatandaşlar tartışmalara etkin bir şekilde katılmamış diğer bir deyişle özgün içerikler üretmemiş ve retweet pratiğinin zaman ve emek harcatmaması nedeniyle bu pratiği tercih ederek çoğunlukla bu kanaat teknisyenlerinin fikirlerinin yayılmasına imkân tanımıştır.

Buna ek olarak kullanıcılar sosyal medyada çoğunlukla kendi sahip oldukları ideolojiler ve fikirlerle uyumlu kişilere, hesaplara ve içeriklere yönelme eğilimi taşımaktadırlar. Çünkü Twitter’ın sahip olduğu çevrimiçi deneyimi özelleştiren ve kişiselleştirmeyi amaçlayan algoritmaları çerçevesinde, kullanıcılar filtre balonlarının içine hapsolmakta ve sadece önceki tüketici davranışları ve ideolojik düşünceleriyle eşleşen bilgilerle karşılaşmaktadırlar (Pariser, 2011; Rader ve Gray, 2015: 175; Spohr, 2017: 153). Mevcut çalışmada Twitter’ın kullanıcılara, istediği kullanıcıyı takip etme imkânı tanınması çerçevesinde değerlendirildiğinde standart kullanıcılar, çoğunlukla kendi beğeni ve ilgilerine göre kullanıcıları ve içerikleri takip etmeye başlamakta, bu fikirler ve düşünceler dışındaki muhalif düşüncelere ve fikirlere duvar örerek kendilerini yankı odalarına hapsetmektedirler. Çağdaş medyada ve internette, insanlar öncelikle zaten sahip oldukları bakış açılarını aramaktadırlar. Böylece halihazırda var olan siyasi yönelimleri, yankı odası haline gelmiş kutuplaşma kültürünü teşvik etmektedir (Sunstein, 2009). Bu duruş, etkileşimlerin benzer insanlar arasında farklı kişilerden daha sık meydana geldiği *homofili (homophily)* olarak adlandırılan sosyolojik bir kavramla

açıklanabilmektedir. Homofili kavramı sosyal ağ kuramında bireylerin kendilerine benzer özellikte ve ideolojide olan bireylerle bir araya gelmesi ve bunlarla etkileşimde bulunmasını ifade etmektedir (McPherson, Smith-Lovin ve Cook, 2001). Bu durum söylem pratiğinin aynı düşünceye ve/veya ideolojiye sahip kişiler ve/veya gruplar arasında gerçekleştirilmesine ve müzakere imkanlarının kısıtlanmasına sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla yankı odası etkisi ile kullanıcıların var olan düşünceleri pekişmekte, karşıt düşünceler ise görmezden gelinmektedir. Benzer düşüncelere ve ideolojilere sahip birbirini takip eden kullanıcıların sürekli aynı içeriği paylaşması aslında ortada sadece rasyonel bir tartışmanın olmadığı anlamına gelmemektedir aynı zamanda tartışmanın yokluğuna işaret etmektedir. Bu durum potansiyel yapıcı tartışmaların da önünü kesebilmektedir.

Eşitlik ve aleniyet'in varlığı incelendiğinde, twitter'ın medya kuruluşları, gazeteciler, köşe yazarları, siyasal aktörler, fenomenler ve standart kullanıcılar gibi birçok farklı gruba açık olduğu görülmektedir. Fakat söylemsel bağlamda fazla takipçisi olanın daha fazla kişiye erişebildiği, bir kanaat teknisyeni olarak kanaatleri şekillendirir ve söylem pratiklerinin popülist ifadeler içerebildiği belirlenmiştir. Fenomenlerin ya da çok takipçili hesapların daha fazla kullanıcıya ulaşabilmesi bağlamında değerlendirildiğinde eşitliğin bulunmadığı da tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle farklı fikirler eşit şekilde yayılmamaktadır. Yankı odaları ve filtre balonları çerçevesinde düşünüldüğünde kullanıcıların sahip olduğu fikirler ve ideolojiler dışında kalanların kullanıcılara ulaşmasının oldukça zor olduğu ve homofilinın yani benzer ideolojilere sahip fikirdeki kullanıcıların benzer ideolojideki kullanıcılar ile etkileşimde bulunduğu tespit edilmiştir.

Dijital kamusal alanın ötesinde normalde de bir kamusal alanın varlığının bulunması aslında oldukça zordur. Çünkü bireylerin sahip oldukları kültürel yapıları birbirine benzemediği için ortak karar ve ortak alanı yakalamak oldukça zordur (Öztürk, 2019: 11). Liberal ve kapitalist sistemin içinde yer alan kamusal alan hem toplum içi hem de toplumlar arası eşitsizlikten etkilenmektedir. Dolayısıyla bu durumun dijital alana yansması da benzer bir şekilde gerçekleşmektedir. Bu şartlar altında dijital ortamda bir kamusal alanın oluşumu için liberalizmin ve kapitalizmin sınırlarının, sosyal medyanın sahip olduğu algoritmaların ve sosyal medya kuruluşlarının etkilerinin yeniden düşünülmesi gerekmektedir. Sosyal medya üzerinde medya kuruluşları ve köşe

yazarlarının bu kadar etkisinin bulunması hala kamusal alanın medya tarafından yönlendirildiğinin bir göstergesi olarak ortaya çıkmaktadır.

Üçüncü analizde kullanıcıların rasyonel müzakere pratikleri incelenmiştir. Analizde kullanıcıların tartışmalara hangi mahiyette katıldıkları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu ölçüt ile dijital kamusal alandaki rasyonelitenin belirlenebilmesi amacıyla sadece kullanıcıların ürettiği orijinal içerik olan tweetler ve verdikleri yanıtlar analiz edilmiştir. Bu noktada halihazırdaki tweetlerin tekrar paylaşılması anlamına gelen retweetler analiz kapsamı dışında bırakılmıştır. Bu aşamada nisan ayı için 4455, mayıs ayı için 4944 ve toplamda 9399 tweet analize tabi tutulmuş ve yine tematik içerik analizi tekniği kullanılmıştır.

Rasyonelliğin belirlenebilmesi adına kullanıcıların atmış olduğu tweetler *bilgilendirici*, *kutuplaştırıcı*, *tartışmaya kapalı*, *tartışmaya açık*, *tarafgir*, *muhalif* ve *sarkastik* olarak yedi kategoriye ayrılmıştır. Buna göre bir tweet, Kanal İstanbul ile ilgili bilgi veriyorsa *bilgilendirici*; küfür ve/veya hakaret barındırıyorsa ya da karşı tarafı suçlayıcı bir niteliği bulunuyorsa *kutuplaştırıcı*; bu konuya ilişkin bir yargılamada bulunuyorsa *tartışmaya kapalı*; kamusal alanın temel yapıtaşı olan tartışmaya ve/veya müzakereye zemin oluşturacak bir içerik barındırıyorsa “*tartışmaya açık*; kullanıcı Kanal İstanbul’un yapımını olumluyorsa *tarafgir*; olumsuzluyorsa *muhalif* ve bu konu ile alaycı ya da kinayeli bir ifadeye bulunuyorsa *sarkastik* teması altına toplanmıştır. Tweetlerin iki aylık dağılımı aşağıdaki tablo-14’te verilmiştir.

Tablo 14: Tweetlerin Niteliksel Dağılımı

| | Bilgilendirici | Kutuplaştırıcı | Eleştirel | Tartışmacı | Tarafgir | Muhalif | Sarkastik |
|-------|-------------------|----------------|-----------|------------|----------|---------|-----------|
| Nisan | 2133 | 624 | 554 | 431 | 213 | 265 | 235 |
| | Haber Köşe Yazısı | Bilgi | | | | | |
| | 1876 | 257 | | | | | |
| Mayıs | 2208 | 873 | 688 | 474 | 236 | 284 | 281 |
| | Haber Köşe Yazısı | Bilgi | | | | | |
| | 1986 | 222 | | | | | |

Yukarıdaki tabloya göre nisan ayında atılan tweetlerin: %47,8’i *bilgilendirici*, %14’ü *kutuplaştırıcı*, %12,4’ü *tartışmaya kapalı*, %9,6’sı *tartışmaya açık*, %4,7’ü *tarafgir*, %5,9’u *muhalif* ve %5,2’si *sarkastiktir*. Mayıs ayı içinse: %44,6’sı *bilgilendirici*, %17,6’sı *kutuplaştırıcı*, %13,9’u *tartışmaya kapalı*, %9,5’i *tartışmaya açık*, %4,7’si *tarafgir*, %5,7’si *muhalif* ve %5,6’sı *sarkastiktir*. Buradan hareketle,

Twitterdaki tweetlerin çoğunlukla bilgi vermek amaçlı atıldığı görülmektedir. Daha önceki analiz ile ortaya çıkan gazetecilerin ve medya kurumlarının diğer kullanıcılara göre fazla sayıda tweet atması ile Twitter kullanımının bir müzakere aracı olmasından çok bir bilgi alma platformu olması birbiriyle bağlantılı ve uyumlu gözükmektedir. Nitekim atılan tweetlerin her iki ay içinde daha çok bilgilendirici nitelik taşıdığı saptanmıştır. Bu tweetlerin içeriği ise haber verme/ köşe yazısı ile direkt bilgi verme olarak ikiye ayrılmıştır. Bilgilendirici tweetlerin büyük bir çoğunluğu medya kuruluşları tarafından servis edilen haberleri ve gazetecilerin köşe yazılarını kapsamaktadır.

“Bakan Karaismailoğlu’ndan Kanal İstanbul açıklaması: Marmara Bölgesi’nin gelecek resminde yer alan en stratejik ve katma değerli proje, yapımına kısa bir süre sonra başlayacağımız Kanal İstanbul olacaktır <https://t.co/JZ7yvBAOSA>” ve “Kemal Kılıçdaroğlu’ndan uyarı: Kanal İstanbul ihalesine girecek ülkeye mesafe koyacağız,paralarını ödemeyeceğiz açıkladı. <https://t.co/2mXCJrYOAY> #Cumhuriyet #cumhuriyetgzt @cumhuriyetgzt aracılığıyla”, “Kanal İstanbul İdaresi kuruluyor <https://t.co/X8GR00FTiV> <https://t.co/iqKvQ2zcMH>” gibi tweetler direkt olarak medya kuruluşları tarafından servis edilen haberlerin paylaşımını içermektedir. Buna ek olarak “Çiğdem Toker yazdı: İşte Kanal İstanbul köprülerinin maliyeti! <https://t.co/mdDNdSDGIK> <https://t.co/zsUFJP7Xlv>”, “Emin Çölaşan’dan 'Kanal İstanbul' yazısı: Yağmacılık şimdiden başladı bile <https://t.co/kyeKTvrpq>” ve “HaberTürk yazarı Par: Kılıçdaroğlu Kanal İstanbul'u tehditle mi engelleyecek? <https://t.co/xAlEp9MINP>” ve “Kanal İstanbul ile ilgilenenlere analizini tamamını @Forbes ‘tan okumalarını öneririm. Ben yazının çok özetini aktarabildim... #kanalistanbul #petrodolar #arsa #rant #çevre #istanbul #forbes #sözcü #gayrimenkul #kanal #bosphorus #inat #piramit <https://t.co/3xBioLvG0Q>”

Yukarıda örnek olarak verilen tweetler köşe yazılarının paylaşımını içermektedir. Bu tweetlerin tipik bir medya kurumu gibi hareket ettiği ve bilgi verme amacı taşıdığı saptanmıştır.

Direkt olarak bilgi veren tweetler ise *Kanal İstanbul'a* dair çoğunlukla çeşitli nicel veriler içeren tweetleri kapsamaktadır. Bu tweetlerde haber ve köşe yazısı tweetlerinde olduğu gibi bilgi verme amaçlanmıştır. Örneğin,

“Kanal İstanbul için 864 milyon tonluk bir kazı ve nakliye gerekiyor, 350 milyon metrekare tarım alanı da yok olacak <https://t.co/ntW8Q2xTzS>”, “İstanbul Boğazının uzunluğu yaklaşık 30 Km, ortalama genişliği 1,5 Km iken Kanal İstanbulun uzunluğu 45 Km, genişliği 125 metredir. Süveyş 20 gün(4.300Km), Panama 15 gün(10.000Km) mesafeyi kısaltırken Kanal İstanbul boğaza göre mesafeyi uzatıyor” ve “@bpthaber dipnot: istanbul boğazının en dar yeri yaklaşık 700m iken kanal İstanbulun ortalama genişliği 150m olacak”

Bilgilendirici tweetlerden sonra en çok atılan tweetlerin kutuplaştırıcı tweetler olduğu görülmektedir. Bu tweetler küfür ve hakaret barındırabildiği gibi aynı zamanda Kanal İstanbul’un yapılmasını isteyenler ve istemeyenlerin birbirini suçladığı, dışladığı ya da aşağıladığı nefret söylemini de barındırabilen tweetlerden oluşmaktadır.

“Muhalefet olmakla şerefsiz olmak arasında bu kadar ince bir çizgi var işte”, “kanal İstanbul yapan, yapılmasına müsaade eden, arkasını dönen görmemiş gibi yapan, herhangi bir şekilde projesinde çalışan çalıştıran, olumlu fikir beyan eden, reklamını yapan,

hattında arsa alan, satan, aracı olan, çizen, boyayan bizden değildir.” “@enginozkoc CHPnin içinde bulunduğu ya da savunduğu ne varsa bu millete ve devlete hiç hayrı dokunmadı çünkü cibiliyetleri hainlik başörtüsü n tutun Suriye Akdeniz Libya köprüler hava limanları kanal istanbul herşeye karşılar çünkü bu ülkeyi sevmezler ve sevmiyecekler de nokta”.

Tweetleri buna örnek olarak verilebilir. Bu örnek tweetlerden görülebileceği üzere, rasyonel bir tartışmadan çok kutuplaştırma bulunmaktadır.

Tablo incelendiğinde üçüncü sırada tartışmaya kapalı tweetlerin olduğu görülmektedir. Bu tweetler çoğunlukla bir yargılama ve öznellik içermektedir. Diğer bir deyişle bu tweetlerin tartışma başlatma ya da müzakere niteliği bulunmamaktadır, sadece öznel yargı özelliği taşımaktadır. Bu tweetler Kanal İstanbul’un yapımı ya da yapılmaması ile alakalı değildir ve Kanal İstanbul’a öncelik verilmesini eleştirmektedir. Çoğunlukla benim için, bence, benim bakış açım göre gibi ifadelerle aktarılmaktadır.

Örneğin;

“@TemelGelir @ihsaneliacik Salgın tiyatrosunu oynamamız isteniyor. Benim için tam kapanma kanal istanbul projesinden çok daha önemlidir. Tam kapanma neye mal olursa olsun. Bunu yapmamak”, ve “@kilicdarogluk @faikoztrak sn başkan.bence ulkemizin parası coksa AKP emeklime versin.asgarı ucetlime versin..şimdilik bızım uzayda kanal istanbul işinde ne işimiz var anlamadım.”

Bu türden tweetler konuyla ilgili tartışmalara katkı sağlamaktan çok kişinin sahip olduğu fikri beyan etmesinin ötesine geçmemektedir.

Tartışmaya açık tweetler ise kullanıcılara müzakerede bulunma imkânı veren ve diğer kullanıcıların o konu hakkında yorum yapabileceği karşı argümanlar geliştirebileceği içeriklerden oluşmaktadır. Bu tarz tweetlerin kullanıcılarına, müzakereye zemin oluşturacak içerikte katkı verdiği görülmektedir. Örneğin,

“Diyelimk8,Kanal istanbul yapıldı.ABD savaş gemileri Möntroya takılmadan Karadenize çıkabilecekler mi? Bunu tartışmamız gerekli”,“@eurodolar1980x @CumhurbaskaniE Kanalın çıkış noktası Büyükçekmece den sonraya kaydırılsa olmazmı? Küçükçekmece tarafı zaten yoğun ama Büyükçekmece tarafı daha sakin... #Kanalistanbul #Kanalistanbul2023 bu iki noktada buluşup konuşabiliriz” ve Kanal istanbul yapılacaksa bence referandum yapılmalı.İktidar bunun niçin gerekli gördüğünü anlatmalı ve referanduma gitmeli <https://t.co/3fihUKQ5Sm>.” “@akingurgen @Fenerbahce Kanal istanbul siyaset üstü, sadece istanbulluları değil hepimizi ilgilendiren bi konudur.”

Tablo incelendiğinde her iki ay içinde tarafgir ve muhalif tweetlerin sayılarının neredeyse eşit olduğu görülmektedir. Bu tweetlerde tartışmaya kapalı tweetlerde olduğu gibi kişiye ait bir düşünce niteliği taşımaktadır. Fakat bu tweetlerin de tartışma başlatma ve müzakere niteliği bulunmamaktadır.

“#kanalistanbul projesine karşıyım...”, “#Kanalİstanbul Bu Ülkenin geleceği boğazlardaki bağımsızlığımızdır.”, “#İstanbul yaşaşın diye... Kanal İstanbul’a hayır!”, “#Kanalİstanbul evet @RTErdogan #REİS durmak yok yola devam”

Tweetleri bu kategoriye örnek olarak verilebilir. Bu tweetlerin her ne kadar müzakere başlatma yeteneği olmasa da kamuoyu oluşturma etkisi bulunmaktadır. Bu tarz tweetlerin hemen hemen hepsinde #kanalistanbul hashtag'inin kullanıldığı görülmektedir.

Son tweet temasını ise sarkastik tweetler oluşturmaktadır. Sarkastik tweetler genellikle alay ve kinaye içeren tweetlerdir. Bu tarz tweetlerin tartışma başlatma yetisi bulunmamakla beraber içerisinde eleştiri barındırdığı için önemlidir. Örneğin;

“Kanal istanbul projesinde açılan kanal kaldırma kuvveti daha fazla olduğu için gülsuyuyla doldurulacakmış. Bilimsel raporlarda kaldırma kuvveti değerleri yer alıyor. Ve gülsuyu sudan daha hafif olduğu için deprem riski de sıfıra iniyor.”, “#Kanalİstanbul için bütçe sıkıntıda, Hz. Musa'ya başvursanız?” ve “@_elif_gibi_sin_@HalukSeyfettin Yok ya Erol yanlış biliyor kanal istanbul kısırlık yapıyor mu kesin bilgi yayalım”

Tweetleri sarkastik teması altında değerlendirilmiştir. Sarkastik tweetler mizahla eleştiriye içerdiği için değerlidir. Çünkü bu tarz söylemlerle basitleştirme, itibar zedelemesi ve değersizleştirme yolu açılmaktadır. Bu tweetler ile hem Kanal İstanbul konusu ciddiye alınmamış hem de kanal İstanbul yapılmasını isteyen ve/veya istemeyen kesim için itibar kaybı ve düşüncesinin değersizleştirilmesi gerçekleştirilmiştir. Kamusal kişiliğin ve söylemin değersizleştirilmesi ile kamusal meselelerle ilgili ortak tavır alabilme ve kamu çıkarını koruyabilecek kamusal söylem imkânı da zorlaştırılmıştır. İtibarsızlaştırma bir bakıma, kamusuzlaştırma sonucunu da doğurma riskini taşımaktadır.

Analiz incelendiğinde, tweetlerin büyük bir bölümünün bilgi verme amacı taşıdığı görülmektedir. Bu tweetlerin çoğu önceki analizlerde bahsedildiği üzere medya ve sosyal medya kurumları, gazeteciler ve köşe yazarları tarafından atılmıştır. Bu tarz tweetlerin tartışmalara herhangi bir katkısı bulunmamaktadır ağırlıklı olarak haber verme niteliği taşımaktadır. Filtre balonu ve yankı odası yaklaşımı çerçevesinde düşünüldüğünde, kullanıcılar haber ve/veya bilgi aldıkları yerleri kendi düşünce ve ideolojine göre seçmektedir (Pariser, 2011; Sunstein, 2009; Rader ve Gray, 2015: 175; Spohr, 2017: 153). Dolayısıyla bu dijital alan kullanıcılara enformasyon sağlamak veya onları farklı fikirler ya da ideolojiler ile konuyu tartışmaya/ müzakere etmeye yönlendirmekten çok, kendi fikirlerini doğrulayacakları şekilde bilgi edinmelerine neden olmaktadır. Diğer bir deyişle kişiselleştirme teknolojileri ve sosyal medya aracının sahip olduğu algoritmalar çerçevesinde kullanıcılar kendileri için önemli olabilecek birçok içerikten ya da bilgiden mahrum kalabilmektedir. Dolayısıyla

kullanıcıların gerçeklerin, olayların ya da sorunların taraflı, eksik ya da doğru olmayan bir şekilde aktarıldığı bu alana hapsolme riskinin güçlü olduğundan söz edilebilir. Bu sayede kamusal alan ve bu alanda yapılacak tartışmalar/müzakereler için gerekli olan toplumsal söylem çeşitliliği de kısıtlamaktadır.

Bilgilendirici tweetlerden sonra en çok atılan tweetler kutuplaştırıcı tweetlerdir. Bu tweetler ile kamusal taleplere dair kullanılan söylemlerin dar ve tahammülsüz olduğu görülmektedir. Tartışılan konu bütün bir toplumu ilgilendiren kitlesel bir mesele olarak ele alınmamış aksine bu konu kişiselleştirilmiş ve partizanlık bağlamında, biz ve öteki dikotomisinin ortaya çıkışına sebebiyet vermiştir. Dolayısıyla Habermas'ın kamusal alan modeli ile bu alanın örtüşmediğini söylemek mümkündür. Çünkü Habermas'a göre kamusal alan farklı kamulardan insanları bir araya getiren, bilgilerini görüşlerini ve söylemlerini paylaşabildikleri alandır. Kamusal alanın işleyişi şu şartlara bağlıdır: 1) karar verme süreçlerine tüm insanların dahil edilmesini teşvik etmek, 2) rasyonel tartışma ve yapıcı diyalogu teşvik etmek için medeni ve bilgili bir tavır, 3) bireylerin başka bakış açıları üzerinde düşünmeye teşvik edildiği fikir rolünü üstlenmeleri için desteklemek. Fakat Twitter'ın sahip olduğu algoritmalar, filtre balonları ve yankı odaları, dolaşımda bulunan büyük miktarda dezenformasyon, kullanıcıların sansasyonel haberlere daha sık tıklamaları, anonim hesaplar (botlar) tarafından yayılan yanlış bilgi, sosyal önyargılar, çeşitli grupların birbirinden uzaklaşması veya birbirine karşı geliştirdikleri nefret söylemi, kamusal ve siyasi konularda ortak anlayış eksikliği kamusal tartışmaları olumsuz etkilemekte ve bu alanda oluşabilecek potansiyel kamusal alanın parçalanmasına sebebiyet vermektedir. Grupların ortak çıkar ve özellikle benzer fikirler çerçevesinde bölündüğü ve siberbalkonizasyon özelliklerini gösterdiği söylenebilir. Sanal cemaat olarak görülebilecek bu yapılaşma grup kutuplaşmasına yol açarak ötekinin dışlanmasını beraberinde getirmekte ve toplumsal ayrışmayı arttıran bir etkide bulunmaktadır. Dolayısıyla bu şekilde bir yapılanmanın cepheleşmeye neden olarak sanal cemaatlerden yıkıcı cemaatlere dönüştüğü iddia edilebilir.

Rasyonel müzakere için gerekli olan ve çalışmanın ana inceleme konularından birini oluşturan tartışmaya açık tweetler üçüncü sırada gelmektedir. Tartışmaya kapalı, muhalif ve sarkastik tweetler toplamda tartışmaya açık tweetlerden daha fazladır. Bu durum kamusal alan oluşumu için gerekli olan rasyonel müzakerenin de gerisinde kalarak tartışma gerçekleşse bile bu tartışmaların kısıtlı olduğunu ve sorunlara ya da

konulara dair ortak bir çözüm üretme pratiklerinin oldukça zor şekilde gerçekleştiğini göstermektedir. Buna ek olarak muhalif tweetler incelendiğinde bu tweetlerin Kluge ve Negt bağlamında, alternatif ya da karşıt bir kamu oluşturacak kadar güçlü bir niteliğe sahip olmadığı belirlenmiştir. Buradaki söylem sadece, egemen söylem içindeki bir düşünceye ya da fikre karşı çıkma olarak algılanabilmektedir. Çünkü muhalif söylemlerde herhangi bir antikapitalist ya da kolektif bir söyleme rastlanamamış ve tartışmalar sorunları ezilenlerin lehine olacak şekilde kanalize edememiştir.

Sosyal medyadaki *rasyonel müzakere* değerlendirildiğinde, rasyonel müzakerenin de ötesinde, müzakerenin bile çok fazla bulunamadığı, bilgi verici, kutuplaştırıcı ve sarkastik bir alan olarak ortaya çıktığı belirlenmiştir. Lubenow kamusal alanın çoğunlukla sosyo-psikolojik eğilimlerin hesaplanmasıyla manipüle edildiğini ve beklenen tepkileri kışkırtan bir *kanaat atmosferi* olduğunu savunmaktadır. Ona göre; kitle iletişim araçları olası iletişim ufkunu hiyerarşik hale getirmekte, engeller oluşturmakta ve kamusal tartışmayı mümkün kılan iletişim yapılarını ikame etmektedir (Lubenow, 2012). Bu noktadan hareketle günümüzün kamusal alanı Lubenow'un yaklaşımına daha uygun düşüğünü iddia etmek yanlış olmayacaktır. Bu kamusal alan, Lubenow'un fikirleri ile bağlantılı olarak çoğunlukla akıldan, rasyonel düşünceden, doğruluktan ve hatta hakikatten yoksun bir *yankı odasından* başka bir şey değildir. Diğer bir deyişle Habermasçı kamusal alanın rasyonel iletişim unsuru, ana akım medya tarafından engellenmektedir. Medya ve sosyal medya bağımsız olmadığı gibi, diğer taktiklerin yanı sıra çerçeveleme, hazırlama, veri manipülasyonu yoluyla gerçekliğin şekillendirici rolünü de benimsemiştir.

Tweetlerin niteliksel açıdan ağırlıklı olarak bilgi verme amacı taşıdığı görülmektedir. Bulgulardan anlaşılabilceği üzere, bu çalışmada potansiyel olarak ortaya çıkacağı düşünülen dijital kamusal alan tartışmaları klasik kamusal alanın ötesine geçememiş, bu alandaki eksikleri kapatamamış ve sorunların tartışılması soyut düzeye bile erişememiştir. Dahası bu durumun bir sonucu olarak, dijital platformlarda rasyonel bir tartışma ortamının oluşabilmesine yönelik ortak ve birlikte yaşamaya yönelik çözüm üretme beklentilerini de zayıflatmıştır.

5.2. Söylem Biçimi Ölçütü Analizi ve Bulgular

Kamusal alan, modern toplumlarda, politik katılımın söylem aracılığıyla icra edildiği bir yer olarak ortaya çıkmaktadır. Bu, vatandaşların ortak meseleleri hakkında müzakerede buldukları bir söylemsel etkileşim alanıdır (Fraser, 2004: 104). Bu

durum dijital kamusal alan için de geçerlidir. Dolayısıyla bu çalışma, öncelikli veri olarak sosyal medyadaki kullanıcıların söylemlerini analiz etme mecburiyetini taşımaktadır. Bu noktadan hareketle tweetlerde ve retweetlerde geçen söylem biçimi analiz ve tasnif edilerek sosyal medyanın kamusal bir alan olarak nasıl ve hangi bağlamlarda sunulduğunun peşine düşülmektedir.

Kanal İstanbul konusunda atılan tweetler ve retweetlerde kamusal alanın varlığı adına öncelikle kamusal söylemin varlığının belirlenebilmesi ihtiyacı doğmuştur. Bu noktadan hareketle, konu ile ilgili olarak atılan tweetler ve retweetler tematik içerik tekniği uygulanarak analiz edilmiştir. Bu analizde kullanıcıların tartışmalara katıldıkları söylem biçimi nisan ve mayıs ayları için ayrı ayrı belirlenmeye çalışılmıştır. Tematik içerik analizi gerçekleştirilirken kullanıcıların atmış olduğu tweetlerin değerlendirilmesi amacıyla çeşitli kriterler belirlenmiştir. Tweetlerin incelenmesi ve analiz edilmesiyle tweetlerdeki söylem biçiminin kamusal, özel, siyasal ve enformasyonel olarak dörde ayrıldığı belirlenmiştir. Tweetlerin iki aylık analizi yapılırken her bir tema için kriterler şu şekilde belirlenmiştir:

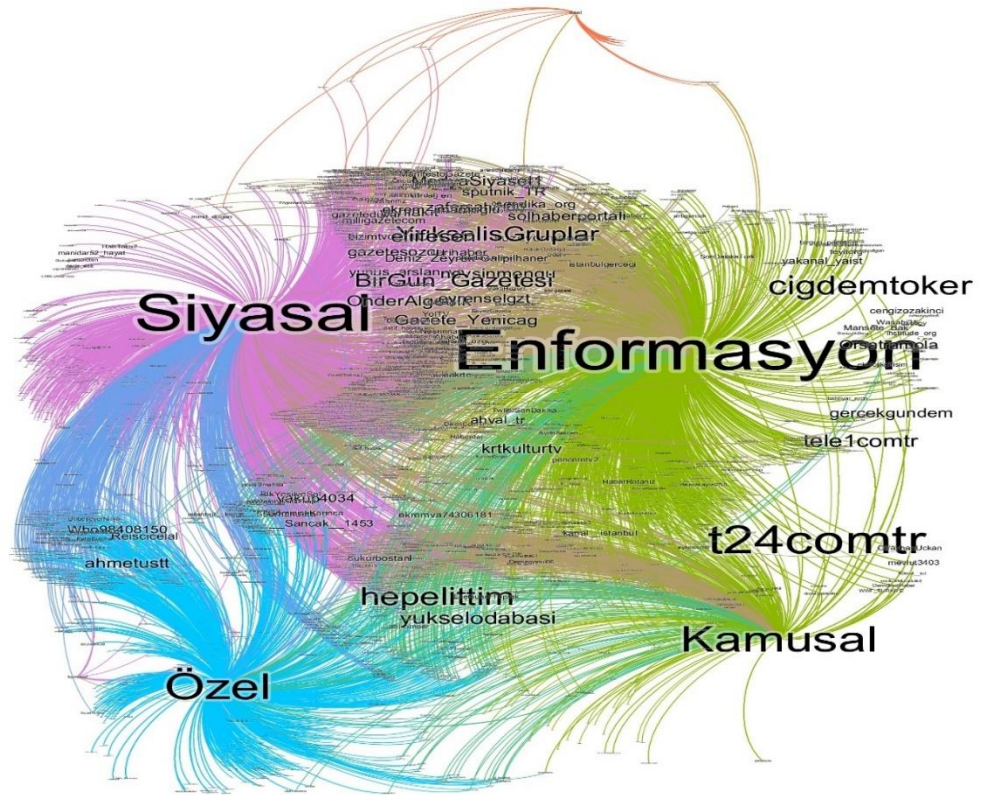
Tablo 15: Söylem biçimi ve kriterleri

| | KRITER 1 | KRITER 2 |
|--------------------|---|---|
| SIYASAL | Siyaset ve ekonomiden bahsetmesi | Hangi partiden olduğuna ve şu an için siyasal olarak aktif görev alıp almadığına bakılmaksızın bir siyasal aktör etiketlenmesi ve/veya siyasal aktör, parti, kurum ve kuruluşu adı içermesi |
| KAMUSAL | Kanal İstanbul konusundan toplumun tüm kesimlerini ilgilendiren kamusal bir mesele olarak bahsetmesi | Atılan tweetlerin içerisinde kamu, kamusal, kamuoyu vb kelimelerin bulunması |
| ÖZEL | Tweet'i atan kişinin tuttuğu takım, parti, yaşı, cinsiyeti, eğitimi, dini vb özel alanına dair bilgi içermesi | Atılan tweetlerin öznel yargı içermesi/ Nefret Söylemi Oluşturabilecek bir potansiyeli |
| ENFORMASYON | Takipçilerine direkt ve/veya herhangi bir kullanıcıyı etiketleyerek bilgi vermesi | Herhangi bir kullanıcıdan bilgi almak istemesi |

Yapılan bu analizde *tweetler*, *retweetler* ve *replyler* de kamusal söylemin varlığı ve diğer söylem biçimleri ile ilişkisi araştırılmıştır. Bunun için ilk olarak tweetler incelenmiş ve hangi söylem biçiminin bulunduğu tespit edilmiştir. Sonrasında ilgili kriterler doğrultusunda bu söylem biçimleri kategorize edilmiştir. Bu analiz yapılırken *Gephi*³⁷ adlı programdan yararlanılarak bir sosyal ağ analizi gerçekleştirilmiştir.

³⁷ Gephi programı, her türlü grafik ve ağ için görselleştirme ve keşif yazılımıdır. Gephi açık kaynak kodludur ve ücretsizdir. Veri analistlerinin kalıpları ve eğilimleri sezgisel olarak ortaya çıkarmasına

Analizlerde programın kendisinin sahip olduğu *Force Atlas* ve *Force Atlas 2* algoritmalarından yararlanılmıştır. Böylece, konuya ilişkin söylem biçimleri ve bu söylem biçimlerinin birbiriyle ilişkisi ortaya konmaktadır.



Şekil 6: Nisan Ayı Söylem Biçimi Analizi

Nisan ayına ilişkin söylem biçimi analizi Şekil -6'da gösterilmiştir. Şekil'de yer alan her bir çizgi (rengi önemli olmaksızın) bir kullanıcıyı, her düğüm ise o kullanıcının söylem biçimini göstermektedir. Şekillerin kesişim noktasında yer alan kavramlar (Kamusal, Özel, Siyasal ve Enformasyon) farklı renklerle gösterilmiştir. Kamusal söylem turkuaz renk ile, Özel söylem mavi renk ile, siyasal söylem pembe renk ile ve enformasyona ilişkin söylem de yeşil renkle tanımlanmıştır. Renklerin karıştığı noktalar söylemlerin iç içe geçtiğini ifade etmektedir. Kullanıcılar tarafından atılan tweetler söylem biçiminin gösterdiği alandan dağılarak *Kanal İstanbul* konusundaki söylemlere işaret etmektedir. Şekilde görülen *t24comtr*, *hepelittim*, *yukselodabasi*, *cigdemtoker*, *YukselisGruplar* ve *birgün_gazetesi_* gibi kullanıcılar diğer kullanıcılara göre daha belirgindir. Bunun nedeni bu kullanıcıların bahsi geçen konuda çok sayıda *tweet* atmaları ve attıkları tweetlerin *retweet* edilip bunlara cevap (*reply*) yazılmasıdır. Şekilde

Büyük grafikleri gerçek zamanlı olarak görüntülenmesine yardımcı olmak amacıyla 3 boyutlu bir oluşturma motoru kullanılmaktadır. Daha fazla bilgi için bkz: <https://gephi.org/about/>

net olarak görünmeyen küçük yazı tipi boyutuna sahip kullanıcılar daha büyük görünen kullanıcılara kıyasla konuya daha çok katkıda bulunmuşlardır. Diğer bir deyişle hashtag ve konu içerisindeki etkinlikleri az olduğu için daha küçük yazı karakteri ile gösterilmiştir. Nisan ayına ilişkin söylem biçimi analizinde daha büyük yazı karakterinin de anlaşılabilirliği üzere en çok *enformasyon* arzı ya da talebine ilişkin bir söylem bulunmaktadır. Sonrasında ise çoktan aza doğru bir sıralama ile *siyasal*, *özel* ve *kamusal* söylemler gelmektedir.

Şekil -6'da görülebileceği üzere Nisan ayında kamusal söylem enformasyonel ve özel söyleme yakın ve siyasal söyleme daha uzak bulunmaktadır. Bunun anlamı şudur; oluşan kamusal söylem çoğunlukla siyasal söylemden değil enformasyonel ve özel söylemden beslenmiştir. Diğer bir deyişle her ne kadar siyasal ve kamusal söylem iç içe geçse de kamusal söylemin varlığı siyasal söylem sayesinde ortaya çıkmamıştır. Kamusal söylem en azından Nisan ayı için küçük bir alanı kapsamaktadır. Bu durum kamusal söylemin diğer söylemlere göre daha sınırlı olmasına işaret etmektedir. Şekilde, söylemlerin çakıştığı yerlerde çeşitli düğümler (nodes) mevcuttur. Bu düğümler tartışmaların belli konular üzerinde yoğunlaştığına işaret etmektedir. Düğümlerin (nodes) olduğu noktalarda, genel olarak şu tartışmalar ve söylemler bulunmaktadır:

- 1) Kanal İstanbul toplantısında, İBB temsilcisinin telefonun alınması
- 2) Kanal İstanbul yapımının Katar/Çin/Amerika/Bülent Ecevit/Kanuni Sultan Süleyman/rant projesi olması
- 3) AKP İstanbul İl Başkanı'nın, Kanal İstanbul ile Boğaçayı projesini karıştırması
- 4) Fenerbahçe stadyumunda Kanal İstanbul karşıtı reklam yapılması
- 5) Hakan Ural'ın Kanal İstanbul'un yapılması konusunda verdiği destek
- 6) Hulki Cevizoğlu'nun Atatürkçü olduğunu belirterek Kanal İstanbul'un yapımına destek vermesi
- 7) Çeşitli siyasal aktörlerin yapmış olduğu açıklamalar

Buna göre Nisan ayında Kanal İstanbul meselesi üzerine gerçekleştirilen tartışmalar ve söylemlerin tamamında bu konuların dışına neredeyse hiç çıkılmamıştır.

5.2.1. Nisan Ayı Enformasyona İlişkin Söylem Bulguları

Enformasyon arzı ya da talebine ilişkin söylemler incelendiğinde öncelikle bu söylemin haber vermeye dayandığı görülmektedir. Bu söylem biçiminin büyük bir çoğunluğu gazetecilerin köşe yazılarını, gazete haberlerini ve bu konudaki çeşitli siyasal

aktörlerin demeçlerini içermekte ve bunlar hakkında yapılan *retweet*ler ve *reply*lerden oluşmaktadır. Örneğin aşağıdaki tweetler enformasyon arzını oluşturmaktadır:

“Hulki Cevizoğlu’ndan Atatürk’ün arkasına sığınan istemezükçülere Kanal İstanbul dersi: Neden parasız yapıyoruz - <https://t.co/D8vRtewBo3> <https://t.co/qEoBjXwBwp>”, “AKP İstanbul İl Başkanı Kanal İstanbul diye Boğazayı projesini paylaştı <https://t.co/DJ68PISNtd> <https://t.co/iBSulX1Dy7>”, “Kanal İstanbul toplantısında İBB temsilcisinin telefonuna el konuldu <https://t.co/ESljWaUYMI> <https://t.co/hts3GvSR6J>”, “Bakan Karaismailoğlu’ndan Kanal İstanbul açıklaması: Marmara Bölgesi’nin gelecek resminde yer alan en stratejik ve katma değerli proje, yapımına kısa bir süre sonra başlayacağımız Kanal İstanbul olacaktır <https://t.co/JZ7yvBAOSA>”, “Yeni Akit yazarı Yakışıklı: Kanal İstanbul için geç bile kalındı, inadına yapılmalıdır! <https://t.co/ufmROFo81U> <https://t.co/2DBYiwX5V2>”, “Kanal İstanbul” diye yazılır “Çin ve Katar” diye okunur ... Kanal İstanbul’un finansmanı; Çin bankası ICBC Turkey Bank ve Hong Kong merkezli İngiliz bankası HSBC’ye adresleniyor. @SylmazSozcu yazdı. <https://t.co/W6KqkXGKS9> <https://t.co/036bg50m5O>” ve “Ali Koç ile Ekrem İmamoğlu işbirliğiyle Fenerbahçe stadında skandal Kanal İstanbul reklamı! <https://t.co/e6LLzgbriu> #akit”

Enformasyon talebi içeren tweetler ise şunlardır:

“Kanal İstanbul nedir? Bilgi verir misiniz? @BirGun_Gazetesi”, “@can_yaziyor kanal istanbul projesi için ne düşünüyorsunuz” ve “@mehmetyazir Mehmet Abi, kanal istanbul projesi onaylanmasına rağmen EKGYO çok ucuz ama gitmedi hisse. Sebebi ne olabilir sizce?”

Buna ek olarak enformasyonel söylem biçimi altında değerlendirilen tweetler *Kanal İstanbul* itiraz dilekçeleri ve bunların başvuru/son başvuru tarihleri ve yatırım danışmanlığı hakkındadır. Örneğin;

“Kanal İstanbul'a 20 Nisan'a kadar itiraz edebilirsiniz! İtiraz dilekçeleri <https://t.co/L9DWrpofok> adresinde! #YaKanalYaİstanbul <https://t.co/sNwaip6yyK>”, “Kanal İstanbul’a birlikte itiraz edelim! Kanal İstanbul’un Çevre, Şehircilik, Dış İlişkiler ve Güvenlik, Kültür ve Ekonomi alanları düşünülmeden hazırlanan imar planlarına itiraz için son gün 24 Nisan. İtiraz dilekçesine ulaşmak için: <https://t.co/N7P7pcwJC4>”, “#ekgyo #hisse --Düşüşten sonra 2 li dip yapmış --Endeks iyi olursa ve kanal istanbul hikayeleri vs fibolar ile takip edilebilir--Çanak hedefini tamamlamak için %50 marjı mevcut <https://t.co/cLQz5W5azG>” ve #ekgyo haftalık usd bazlı grafik düğ sonrası onay alıyor gibi geldi bana 0,35cent ilk durak Benim görüşüm gerek kanal istanbul, gerekse hissenin ederinin altında oluşu ile 0,50-0,67cent aralığı bir fiyata orta vade için oturması olur Orta-uzun vade sevenler için iyi seviyeler. YTD <https://t.co/p6rODIhJLO>”

5.2.2. Nisan Ayı Siyasal Söylem Biçimine Dair Bulgular

Siyasal söylem biçimi teması altında değerlendirilen Kanal İstanbul söylemleri hem diğer siyasal aktörleri suçlayıcı/destekleyici söylemleri hem konunun ekonomi-politik boyutunu hem de siyasal aktörlere ilişkin haberleri kapsamaktadır. Bu söylem biçiminde siyasal nefret söylemine oldukça sık rastlanmıştır. Buna ek olarak tweetlerin bazılarının diğer söylem biçimleri ile iç içe geçtiği görülmektedir.

Kanal İstanbul konusu bazı kullanıcılar tarafından iktidarın mutlaka gerçekleştirmesi gereken bir proje olarak, bazı kullanıcılar tarafından ise muhalefetin karşı çıkması gereken ve kesinlikle yapılmaması gereken bir proje olarak değerlendirilmiştir.

“Kanal İstanbul yapımına ancak sen dur diyebilirsin @ekrem_imamoglu”, “@RTErdogan Hiç kimse bize karışamaz biz koskoca bir ülkeyiz kendi kararlarımızı kendimiz veririz ALLAH ın izniyle kanal istanbul yapılacak Ve bizim gönlümüze sultan başımıza taç olan bir liderimiz var Ölümüne senin yanındayız #Başkomutanımız Recep Tayyip Erdoğan <https://t.co/dDSzVLZCj3>”, Kanal İstanbul, Ya yapılacak ya yapılacak Recep Tayyip Erdoğan”, ve “Lütfen bir şey yapın, kanal İstanbul yapılmasın, bizi bu doğa katliamından ancak siz kurtarabilirsiniz @ekrem_imamoglu @kilicdaroglu”

Bu tarz tweetlerin siyasal aktörlere vurgu yaptığı görülmektedir. Bunlara ek olarak bazı tweetlerde yine bakanlardan ya da muhalefetten yardım ve bilgi istendiği de görülmektedir. Örneğin:

“@csbgovtr @murat_kurum Sayın bakanım askıdaki kanal istanbul imar planında yol ve demiryolu kusağı gibi umumi hizmet alanlarında kalan parsellerinde D.O.P kapsamındaki parselyona dahil olmasını istiyoruz. Saygılarımla.” ve “Kanal İstanbul yapımına ne zaman başlanacak, hepimiz bunu bekliyoruz Sayın Cumhurbaşkanım @ csbgovtr @ RTErdogan”

Bu söylem biçimi altında bulunan bazı tweetlerde siyasal nefret söylemi³⁸ oluşturabilecek bir potansiyel bulunduğu tespit edilmiştir. Bu tweetlerde karşı tarafın düşüncelerini itibarsızlaştırma ve değersizleştirme bulunmaktadır. Örneğin;

Başkanım bir sorum olacaktı; Kanal İstanbul isteyen gerizekalı AKP'lilerin yeşilliğimizi öldürmelerine izin vermeyeceksiniz değil mi, buna bir tek sen engel olabilirsin @ekrem_imamoglu, “kanal İstanbul projesinin kötü olduğuna klasik chp li mallar inanır diyecektim ama bence videoyu çeken de chp li olabilir yani ihtimal dahilinde @suleymansoylu”

Bazı tweetlerde Kanal İstanbul konusunun ekonomi-politik bir söylem biçimi barındırdığı görülmektedir.

“Kanal İstanbul maalesef siyasi bir projedir. Memleket faydası düşünülerek yapılıyorsa kanal çevresinin imara kapatılması gerekli. istanbul patlamak üzere. Buna neden evet diyeyim ki. Jeoloji, Çevre, deprem vb benim alanım değil.”, “@sozcumuratoglu Hocam hatırlıyor musunuz? Berat albayrak kanal istanbul bölgesinden arsa satın almıştı ve yabancıya gitmesin diye aldım demisti. Peki şimdi de yabancıya gitmedi mi bu arsa? Bu nasıl bir rantçılıktır?”, “@Bagdtbuyuksehir @MertArmagan53 ve Ayrıca eğitim sistemi berbat, sağlık sistemi çökmüş,ekonomi yerlerde,enflasyon ve faiz tavan yapmış,demokrasi diye bir şey kalmamışken ülkede kanal istanbul önceliğimiz mi? ve istanbulda boğazımız varken kanal istanbul yapılması önemli bir şey mi?”, “@OkuyanKemal @orhanaydin6 Özel hastanelerde 3 günlük yatışın bedeli 6-8bin tl arası. Devlet hastanesi de ölmek üzere olmayanları eve gönderiyor. Ama mühim olan kanal istanbul ve ihaleleri. Allahım ne günah işledik yarab, affet bizi, bizlere yardımcı ol bitsin artık bu kabus...”, “@HakanUlutepe @alpayozalan35 20 adayda yunanlılara verdiler kanal istanbul arazisini katarlılara sattılar ah bu haysiyetsiz chp liler, @teleIcomtr”, “Zaten memleketimiz borç içinde birde borç alarak inadına kanal istanbul yapılacaktı ama beni millet seçti diyorsun o zaman bu millet kanal istanbulu istiyormu diye niye sormuyorsun neden referandum yapmıyorsun sizi seçen bu millete güvenmiyormusunuz @RTErdogan”, “Ekonomi diken üstünde Kanal istanbul bizi 50

³⁸ Siyasal nefret söylemi, siyasal bir düşünceyi, ideolojiyi, partiyi ya da bu düşünceyi savunanları hedef alan bir söylemdir (Öztekin, 2015: 927). 2019 yılı Hrant Dink vakfı tarafından hazırlanan “Medyada Nefret Söylemi ve Ayrımcı Söylem Raporu’na göre; “nefret söylemi içerdiği tespit edilen metinler, benimsedikleri söylemin niteliğine göre kategorilere ayrılmaktadır (Engindeniz (Ed.), 2019: 11).. Bu kategoriler, *abartma/yükleme/çarpıtma*, *küfür/hakaret/aşağılama*, *düşmanlık/savaş söylemi* ve *simgeleştirme*’den oluşmaktadır. Buradaki nefret söylemi partiye hakaret kapsamı altında değerlendirilmiştir.

sene geriye atar para varsa yap yoksa olunca yaparsin diken üstünde herkes @RTErdogan, @kilicdaroglu,”

Bu tarz tweetler bu konunun kamusal bir anlam taşımasından çok ekonomi politikasının üzerinde durulduğunu göstermektedir. Fakat tweetlerin tamamının bu tarzda olduğu anlaşılmamalıdır. Çünkü bazı tweetlerin hem siyasal hem kamusal bağlamda değerlendirildiği tespit edilmiştir. Kamusal söylem biçimi ile alakalı tweet örneklerinde bu tweetler de ele alınmıştır.

Son olarak bazı tweetlerin siyasal haber niteliği taşıdığı görülmektedir. Örneğin;

“Kanal İstanbul için Ulaştırma Bakanı'ndan son dakika açıklaması! Erdoğan duyurmuştu- Güncel Ekonomi Haberleri <https://t.co/HLpiyqsOoi> #postacomtr @postacomtr aracılığıyla”, “Bakan Karaismailoğlu'ndan Kanal İstanbul açıklaması: Marmara Bölgesi'nin gelecek resminde yer alan en stratejik ve katma değerli proje, yapımına kısa bir süre sonra başlayacağımız Kanal İstanbul olacaktır” Bakan Karaismailoğlu'ndan "Kanal İstanbul" açıklaması! "Büyük tehlike" iddiasıyla savundu! <https://t.co/LAN7fMV43S> @bizimtvcomtr aracılığıyla <https://t.co/JZ7yvBAOSA>” ve “Cumhurbaşkanı Erdoğan, İstanbul'da cuma namazı sonrası yaptığı açıklamalarda, Kanal İstanbul için, "Yerli sermayeden bu işe gelecek olanlar var, konsorsiyumla yürütecek olanlar olabilir. Dış krediyle bu işi içeriden yapmak da söz konusu. " dedi. <https://t.co/sNk8J7Rqkh> <https://t.co/5SHc9x5yn2>”

Tweetler incelendiğinde bu tweetlerin çeşitli siyasal aktörlerin yaptığı açıklamalardan oluşan haberler olduğu görülmektedir. Bu tarz tweetler siyasal olduğu kadar aynı zamanda haber niteliği de taşıdığından hem enformasyon hem de siyasal söylemin altında değerlendirilmiştir. Şekil 6'da görüldüğü üzere bu tarz tweetlerin kesiştiği yer diğer söylem biçimlerine göre daha yoğundur. Diğer bir deyişle söylem biçimleri analiz edildiğinde Nisan ayı için en çok kesişme siyasal ve enformasyonel söylemlerde ortaya çıkmıştır.

Buna ek olarak bazı tweetlerde siyasal nefret söylemi oluşturma potansiyeli bulunduğu tespit edilmiştir. Örneğin:

@enginozkoc CHP nin içinde bulunduğu yada savunduğu ne varsa bu millete ve devlete hiç hayrı dokunmadı çünkü cibiliyetleri şerefsizlik başörtüsü n tutun Suriye Akdeniz Libya köprüler hava limanları kanal istanbul herşeye karşılar çünkü bu ülkeyi sevmezler ve sevmeyecekler de nokta”, ve @ismailsaymaz Neyi nasıl savunduğunuzu bilmiyorsunuz bile. Kanal istanbul projesini CHP gibii geri kalmış kafalılar yapsaydı acaba o zaman da böyle konuşur muydun? Size gazeteci kimliği verenin allah bin belasını versin. Tayyip de Tayyip başka derdiniz yok

5.2.3. Nisan Ayı Özel Söylem Biçimine Dair Bulgular

Özel Söylem biçimi tweetleri kişilerin öznel yargılarından ve kişilerin tuttuğu takım, parti, yaşı, cinsiyeti, eğitimi, dini vb özel alanına dair bilgi içermektedir.

Örneğin;

“@NUH_Kemal_Akp muhalifiyim.. Jeoloji ve İnşaa Muhendiyim.. Kanal istanbul'un istanbula faydalı oldugunu düşünüyorum.. Tek çekincem karadenizin suyunun marmara deniz suyuna ekosistem olarak zarari olur mu? Bunun dışında çekincem yok. İstanbul da

polulasyon şehre yayilmali”. “Ankarada yaşıyorum, 34 yaşındayım ve kanal istanbula karşıyım!!!! Söyleyeceklerim bu kadar.”, “@Can69384008 @GkhnKhrman @Selcuk_044 ben tarih bölümü mezunuyum monröyü oradan öğrendim. Siyasal tarih okudum planları oradan öğrendim. Kanal istanbul çevre raporları ve bilim adamlarının yayınladığı raporu okudum oradan öğrendim. Kısaca okumassam araştırmazsam bende bilemez ve beni kandıran çok olurdu.”, “@ProfDemirtas Almanya’da yaşayan biri olarak kesinlikle kanal istanbul diyorum, kanal manzaralı villa almak katarlıları olduğu kadar benim de hakkım. Bir fenerbahçeli olarak kanal istanbula evet diyorum, o reklam bütün bir Fenerbahçe camiasını temsil edemez!!!”

Yukarıda yer alan tweetler kullanıcıların siyasi görüşü, tuttuğu takım, yaşadığı yer vb hakkında bilgi vermektedir. Özel söylem biçimi temasında yer alan tweetlerin bazıları yine nefret söylemi oluşturma potansiyeli barındırmaktadır. Örneğin;

“@ZaferArapkirli Siz kanal istanbul'a karşı çıkıyorsanız, bizim Kanal İstanbul'u acilen yapmamız lazım.. sizler bu ülkenin hayrina olan herşeye karşısınız zaten!!, Kanal istanbul'a hayır diyenler de Aynı gerici yobaz Ateistler ve dinsizler değil mi? <https://t.co/OERqhdwEOw>”, “@@Arinna_1881 @deniz_edit bu adam şey değil mi ya Amerika protestosu sırasında basın önünde çakma iphone parçalayan adam. düne kadar bu adam da kanal istanbul'u destekleyenlerin yanındaydın menfaatler uyuşmadı şimdi karşı tarafta. komiksiz yaa”. ve “@odin1907 @MehmetArdic_ Dostum bu palavracıların gerçekte işi yokki. Cumhurbaşkanı kanal istanbul ihanet desin anında döner bu topaçlar”

Bu tweetlerin siyasal söylem biçimi altında değerlendirilen tweetlerden farkı etiketlenen kişilerin siyasal aktör değil standart kullanıcılar olmasıdır. Fakat bu durum söylem biçimi bağlamında siyasal ve özel tweetlerin kesişmediği anlamına gelmemektedir. Diğer bir deyişle hem siyasal hem de özel söylem biçimi altında değerlendirilen tweetler bulunmaktadır. Bu tweetlerde kişiler hem siyasal tercihlerini belirtmiş hem de ekonomi-politik bir söylem biçimi kullanmış veya siyasal aktörler etiketlemiştir. Örneğin;

“Bir AKP’li olarak kanal İstanbula hayır diyorum, doğa katliamına neden olmasını ancak sen durdurabilirsin reisim @RTErdogan” ve “37 yaşındayım doğduğumdan beri İstanbulda yaşıyorum, senelerdir İstanbul depremi konuşuluyor ve kanal istanbulun depremi tetikleyeceği biliniyor. Bir şey yapmayacak mısınız? @ekrem_imamoglu @kilicdaroglu” gibi tweetler bulunmaktadır. Buna ek olarak özel tweetlerin ve enformasyonel içeriğe sahip tweetlerin de çakıştığı görülmektedir. “Bir Fenerbahçeli olarak Kanal İstanbul karşıtlığından gurur duyuyorum habere bakın <https://t.co/9JNprZX2V5>” ve “Saçmalamazmısınız?!! Gemi kaptanıyım, 13 senelik İstanbulluyum Kanal istanbul'a karşıyız tamam da bu nedir kardeşim? @bizimtvcomtr aracılığıyla <https://t.co/LxgJvauPMs>”

Son olarak hem siyasal hem özel hem de enformasyonel içeriğe sahip tweetlerin bulunduğu da saptanmıştır. Şekilden görülebileceği üzere bu tarz tweetler çok sayıda olmamasına rağmen mevcuttur. Örneğin;

“Hulki Cevizoğlu, CHP yüzünden iktidar olamayan, eleştirileri ve tepkileri CHP'ye yöneltemeyen, yöneltse de sonuç alamayan benim gibi Müslüman ve Atatürkçü kitleye öfkesini yönlendirmeye çalışıyor #HulkiCevizoğlu #Kanalİstanbul <https://t.co/E4mhlfEhun> @ekrem_imamoglu” ve “ Ben de bir kaptan olarak bu yazıyı okumanızı diliyorum @suleymansoylu, @csbgovtr, @murat_kurum Kaptan Sedat Tenker yazdı: Gemi kaptanından Kanal İstanbul soruları <https://t.co/CsIdW9cZLr> <https://t.co/VOmNtGEP6W>”

5.2.4. Nisan Ayı Kamusal Söylem Biçimine Dair Bulgular

Kamusal söylem biçimi analizi yapılırken özellikle Kanal İstanbul konusunun tüm toplumu ilgilendiren bir mesele olarak değerlendirildiği ve içerisinde kamu, kamusal, kamuoyu vb ifadelerin geçtiği tweetler bu tema altında değerlendirilmiştir.

Örneğin;

“@kanal_istanbul Ve biz İstanbul halkı hatta akli başında her vatandaş bu projeye hayır demelidir” , “@akingurgen @Fenerbahce Kanal istanbul siyaset üstü, sadece istanbulluları değil hepimizi ilgilendiren bi konudur.” , “Amerikayı rahat rahat karadenize sokmak için yapılan bu kanal istanbul projesini halkımız anlayacaktır. Bu proje Türkiye nin değil Abd nin yararına bir projedir. Halkımız anlayacak ve görecektir #umuyoruz” Bu olay kamusal bir meseledir”, “@aykuty91 @_tragedie Osmangazi köprüsünün ülkeye katkısı olmadığı gibi buda aynı proje. Bu daha tehlikeli hatta eko sistem tamamen değişecek.Bu tarafında hiç yazmadım bile.İstanbulun su sıkıntı problemi var kanal İstanbul tüm iklimide bozacak.Yağışlar azalacak doğa katledilecek”. “@arda_ceviz @YQadz @partiyukarida @gorkem708 @jahreindota <https://t.co/HubsCMLFaH> Ülkeler arası bir kriz çıkma ihtimali+doğanın mahvolması+İstanbul'da kontrolsüz çoğalma kentleşmenin artması+köylerden şehre göçün artması gibi herkesi etkileyen sorunlar doğuracak bu kanal İstanbul”, “@Elifhevav @h_hatemi Kanal istanbul riskler 1- Tatlı su kaynakları yok olacak 2- Trakya bölgesinin güvenliği bozulacaktır, tüm Türkiye'nin hatta dünyanın sorunudur”. “Hepimizi etkileyen @FOXhaber bunca işsizlik ve geçim sıkıntısı varken, kanal istanbul inadını aklım almıyor”

Şekil 6'da kamusal söylem içeren bazı tweetlerin diğer söylem biçimlerinde olduğu gibi iç içe geçebildiği görülmektedir. Kamusal söylem içeren tweetlerin en çok siyasal söylem içeren tweetler ile kesiştiği saptanmıştır. Bu tweetlerin neredeyse tamamı ekonomi-politik ve kamusal söylemleri içermektedir. Örneğin;

“@istanbulbd Kanal istanbul yerine emeklilere işçilere verilsin böyle bi krizde. Hepberaber ülke kalkınalım istiyorum, yoksa bu iktidar ve ekonomi ile ilerlememiz mümkün değil”, “@YusufElmas Ya kanal Ya istanbul Diye kampanya yapıldı halbuki Ya kanal Ya Türkiye Olması gerek bizi helaka götürür hem vatandaşı hem coğrafyayı hem dogayi. Bunlar sözkonusu olduğunda parti tanımamız tanımamız...Cumhur ittifakının derdi oy değilse eğer”, “@GeL_Pc_pc__ @BaranKk20 @bahriyaz istanbul demek turkiye demektir bu nedenle haliyle istanbulda yapılan devasa butceli bir proje tum turkiyeyi de etkileyecektir. İktidar paralarımızı nereye harcadığına ve verilen oylara dikkat etmelidir” ve @HaberturkTV @ekrem_imamoglu #Kanalİstanbul un yapılmasına karşıyız. Çünkü ile başlayan yüzlerce nedeni anlatan tek kelime "EKOSİSTEM". İki cümle "MİLLİ GÜVENLİK SORUNU"; ULUSAL GIDA GÜVENLİĞİ SORUNU". Bu proje yapılırsa; SONUÇ: Açlık, Sefalet, Felaket olacaktır. #bunlarikonuşalım #YaKanalYaİstanbul”

Siyasal tweetlerden, sonra enformasyonel söylem biçimine sahip tweetler ile kamusal tweetlerin çakıştığı da görülmektedir.

“Kanal istanbul'dan bütün ekolojik dengeyi bozup, ulusal güvenliğimizi tehlikeye atıp rant sağlamayı amaçlayanlar şu yazıyı okuyun Emekli Amiral,araştırmacı yazar ADD Genel Başkan adayı Türker Ertürk kaleme aldı @Orsatramola <https://t.co/Tfzght0GaV>” ve “Kanal İstanbul hepimizin meselesidir Kanal İstanbul'a birlikte itiraz edelim! Kanal İstanbul'un Çevre, Şehircilik, Dış İlişkiler ve Güvenlik, Kültür ve Ekonomi alanları düşünülmeyen hazırlanan imar planlarına itiraz için son gün 24 Nisan. İtiraz dilekçesine ulaşmak için: <https://t.co/N7P7pcwJC4>”

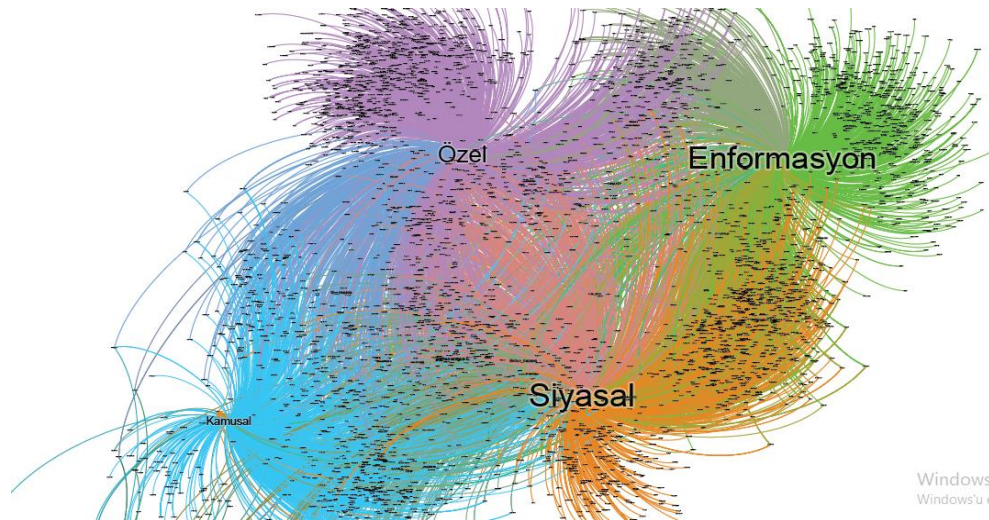
Buna ek olarak hem enformasyonel hem siyasal hem de kamusal söylem biçimi içeriğine sahip tweetler çok sayıda olmasa da bulunmaktadır. Örneğin;

“@devapartisi Kanal İstanbul Değerlendirme Raporu çok önemli. Raporla "RANT" projesinin kentleşme, arkeolojik sit alanları, su kaynakları, çevre ve afet riski, uluslararası hukuk, dış politika, jeostrateji ve güvenlik açısından etkileri olduğu görülüyor. <https://t.co/e8LZOjCJq8> <https://t.co/CgaLxdjd8V>” ve “Binlerce insanı evinden, milyonlarca hayvanı yok edecek #Kanalistanbul'a itiraz süreci devam ediyor. İtiraz dilekçelerini buradan indirebilir, ÇŞB İl Müdürlüğüne elden veya ÇŞB e-plan sitesi üzerinden ulaştırabilirsiniz: <https://t.co/99H2UNUL84> @yakanal_yaist @kuzeyormanlari. Seninleyiz başkanım @ekrem-imamoğlu”

Son olarak çalışmada elde edilen bulgular arasında kamusal ve özel söylemin de iç içe geçebildiği görülmüştür. Örneğin

“@Serkan_Ficici bir yatırımcı ve 23 senelik İstanbullu olarak şunu söylüyorum Kanal İstanbul büyük yatırımlara halk kar ortağı olacak şekilde yatırıma ortak edilerek milli ve yerli imkanlarla yapılsın, ülkemiz kazansın” ve “Ankarada yaşıyorum fakat Kanal İstanbul, yalnız İstanbulun değil ülkenin temelini dinamit koymaktır” gibi tweetler mevcuttur. Bazı tweetler ise kriterler bağlamında hem siyasal hem özel hem de kamusal olarak değerlendirilmiştir. Örneğin “20 yaşındayım ve ben doğduğumdan beri bu iktidar başımızda artık dur demek lazım, kanal İstanbul gibi ülkemizi etkileyecek bu projeye hayır diyorum, başkanımın yanındayım @ekrem-imamoğlu #oymoyyok”

Bu ay için her dört söylem biçiminin de bir arada bulunduğu bir tweete rastlanmamıştır.



Şekil 7: Mayıs ayı Söylem Biçimi Analizi

Mayıs ayına ilişkin söylem biçimi analizi ise şekil-7’de gösterilmiştir. Şekillerin kesişim noktasında yer alan kavramlar (Kamusal, Özel, Siyasal ve Enformasyon) Nisan ayında da olduğu gibi farklı renklerle gösterilmiştir. Kamusal söylem mavi renk ile, Özel söylem mor renk ile, siyasal söylem turuncu renk ile ve enformasyona ilişkin söylemi yeşil renk ile tanımlanmıştır. Renklerin karıştığı noktalar yine söylemlerin iç içe geçtiğini ifade etmektedir. Kullanıcılar tarafından atılan tweetler söylem biçiminin gösterdiği alandan dağılarak *Kanal İstanbul* konusundaki söylemlere işaret etmektedir. Burada Nisan ayında olduğu gibi, belirgin bir kullanıcı tarafından atılan tweet ve/veya retweet bulunmamaktadır. Diğer bir deyişle şekil 6’da göze çarpan “t24, cigdemtoker, hepelitim, yukselisgruplar” vb. gibi kullanıcılar burada göze çarpmamaktadır. Bunun

bir nedeni Mayıs ayında Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Kanal İstanbul projesinin kesin olarak gerçekleştirileceğine dair yaptığı açıklama olduğu düşünülmektedir. Nisan ayında kullanıcılar çoğunlukla Kanal İstanbul'un yapılıp yapılmamasını ya da neden yapılması ya da yapılmaması gerektiğini tartışırken ve bu konularda birbirini ikna etmeye veya suçlamaya çalışırken Mayıs ayında projenin kesinleşmesi sonucu bu konudaki söylemler şekil değiştirmiştir.

Bu durumun diğer bir nedeni ise Rogers'ın yeniliğin yayılımı kuramı bağlamında değerlendirilebilir. Yeniliğin yayılımı sadece önceden kesin olarak bilinmeyen bir şeyin bulunması anlamına gelmez. Yenilik herhangi bir soruna yönelik alternatif bir yol keşfedilmesi veya sorunun anlaşılması için yeni bir algının geliştirilmesi şeklinde de olabilmektedir (Rogers E. M., 2003). Kanal İstanbul meselesinin kullanıcıları ve özellikle köşe yazarlarını harekete geçirerek çeşitli söylemlerin ortaya çıkması bu bağlanma değerlendirilebilir. Bu kurama göre; çoğunluğu köşe yazarı olan kullanıcılar, kamuoyu oluşturma sürecinde ikna uzmanları olan değişim ajanları misali ortaya çıkmıştır. Kuram bağlamında değerlendirildiğinde değişim ajanları yeniliğin diğer kişilere ve topluma açıklanması ve bunlar tarafından benimsenmesi işlevleri bulunmaktadır. Bu işlev gerçekleştikten sonra değişim ajanları ortadan kaybolmaktadırlar (Rogers E. M., 2003). Bu çerçevede düşünüldüğünde çoğunluğu köşe yazarlarından oluşan ve Nisan ayı için öne çıkan bu kullanıcılar kamuoyu oluşturma işlevlerini yerini getirdikten sonra Mayıs ayında daha pasif konumda kalmışlardır. Dolayısıyla Mayıs ve Nisan aylarında gerçekleştirilen söylem biçimi analizi sonucu birbirinden farklı iki ayrı şekil ortaya çıkmış ve kullanıcıların hemen hemen hepsi aynı küçük yazı tipi boyutu ile yer almıştır.

Şekil 7'de görülebileceği üzere, Mayıs ayında kamusal söylem siyasal ve özel söyleme yakın ve enformasyonel söyleme ise daha uzak bulunmaktadır. Oluşan kamusal söylem çoğunlukla enformasyonel söylemden değil siyasal ve özel söylemden beslenmiştir. Kamusal söylem Nisan ayına göre daha fazla yer kaplamaktadır. Enformasyon söylemi ise özel ve siyasal alanları beslemiştir. Enformasyonun özellikle siyasal söylem ile iç içe geçmesiyle, siyasal içeriğe sahip iletişim biçimine dönüşmüştür. Bu noktadan hareketle, Nisan ayının Mayıs ayına göre daha fazla rasyonel tartışmayı içerdiği gözlemlenmiştir. Çünkü Nisan ayında var olan kamusal söylem siyasal söylemden uzaklaşmış ve enformasyon söylemine yaklaşarak çoğunlukla buradan beslenmiştir. Mayıs ayının ise Nisan ayına göre; daha popülist olduğu

düşünülmektedir. Çünkü burada kamusal söylem çoğunlukla siyasal ve özel söylemle iç içe geçmiştir. Şekilde Nisan ayında olduğu gibi, çeşitli kesişim noktaları yani düğümler (nodes) bulunmaktadır. Bu düğümler tartışmaların belli konular üzerinde yoğunlaştığına işaret etmektedir. Düğümlerin (nodes) olduğu noktalarda, genel olarak şu tartışmalar ve söylemler bulunmaktadır:

- 1) Kanal İstanbul'un Marmara Denizini daha da kirletecek olması, musilaj tehlikesi
- 2) İmamoğlu'nun, Davutoğlu'nun kanal İstanbul konuşmasını paylaşması
- 3) Kanal İstanbul ve deprem tehlikesi
- 4) Kanal İstanbul projesinin kesin başlama tarihi
- 5) Sedat Peker'in konuşmaları ve Kanal İstanbul bağlantısı
- 6) Kanal İstanbul köprü maliyetleri
- 7) Kılıçdaroğlu'nun Kanal İstanbul ihalesine girecek ülkelere paralarını ödemeyeceklerine dair verdiği demeç

Nisan ayında olduğu gibi burada da Kanal İstanbul meselesi üzerine gerçekleştirilen tartışmalar ve söylemlerin tamamında bu konuların dışına neredeyse hiç çıkılmamıştır.

5.2.5. Mayıs Ayı Enformasyona İlişkin Söylem Bulguları

Mayıs ayında da Nisan ayında olduğu gibi enformasyon arzı ya da talebine ilişkin söylemler incelendiğinde öncelikle bu söylem biçiminin haber vermeye dayandığı görülmektedir. Bu söylem biçimi gazetecilerin köşe yazılarını, gazete haberlerini ve *bu* konudaki çeşitli siyasal aktörlerin demeçlerini içermekte ve bunlar hakkında yapılan *retweet*ler ve *reply*lerden oluşmaktadır. Örneğin

“İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu da paylaştı! Ahmet Davutoğlu'ndan çarpıcı Kanal İstanbul yorumu (Videolu Haber) <https://t.co/q2THwLALnM> @bizimtvcomtr aracılığıyla”, CHP'den doğa raporu: Kanal İstanbul, Marmara Denizi'ni daha da kirletecek, vazgeçilmeli <https://t.co/4KxSdSE4zM> <https://t.co/o2BjSeQt0w>, Kılıçdaroğlu: Kanal İstanbul ihalesine girecek ülkeyle aramıza mesafe koyacağız. Parasını vermeyeceğiz. Eğer bizden bir banka kredi verirse günü geldiğinde o da görür <https://t.co/FpRzDgM2ah>, Forbes Dergisi'nden Kanal İstanbul Yazısı: 'Tüm Bölge ve Dünya için Bir Mayın Tarlası' <https://t.co/fSmB9HEGhx> <https://t.co/3H58rsOZwE>, Forbes'te çarpıcı Kanal İstanbul yazısı: 'Erdoğan'ın ısrarının temel nedenleri...' <https://t.co/nioaCiMEBy>, Emin Çölaşan'dan 'Kanal İstanbul' yazısı: Yağmacılık şimdiden başladı bile <https://t.co/I4a5Cp4Z3E> ve Cumhurbaşkanı Erdoğan, 'Kanal İstanbul' ile ilgili tarih verdi - <https://t.co/UbzSOPrt9j> <https://t.co/O1fhj5hlUH>” Dün Akşam Şer İttifakı Sözde Fetih Şöleni Kutluyor Fatih Sultan Mehmet Han'ın Adaletinden Bahsediyor Sözde Parti Genel başkanı Meral Akşener Birde Kanal İstanbul DanBahsettiler Neymiş İmamoğlu Kanal İstanbul projesini Engelleyecekmiş Ne Oldu Meral Hanım Engelledinizmi <https://t.co/i6mUJQIZI>

Anlaşılabileceği üzere bu tweetlerin neredeyse tamamı siyasal haber niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla bu tweetlerdeki söylem biçimi siyasal söylem ile de kesişmektedir. Öte yandan Nisan ayındaki tweetlerde tespit edilen Kanal İstanbul itiraz dilekçeleri ve bunların başvuru/son başvuru tarihleri ile alakalı tweetlerin atılması diğer bir deyişle bu konu ile ilgili bilgilendirme sadece iki hesap tarafından gerçekleştirilmiştir. Bunlardan biri yakanal_yaist hesabı diğeri ise İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun hesabıdır. Örneğin “İstanbulular Beton Kanal’a hayır diyor. Şehrini korumak isteyen vatandaşlar, Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü’nde askıya çıkan plana itiraz ediyor. Projenin yaratacağı tahribat ile ilgili bilgi ve itiraz dilekçesi; <https://t.co/eBk8iiMJNp> <https://t.co/enF18uQSDN>” tweeti Ekrem İmamoğlu tarafından atılmıştır. Fakat bu tweet Nisan ayında olduğu kadar rağbet görmemiş ve diğer kullanıcılar tarafından çok fazla sayıda paylaşılmamıştır. Dolayısıyla bu tarz tweetler Nisan ayında olduğu kadar retweet edilmemiş ve dolaşımında kalmamıştır. Bu durumun kullanıcıların dilekçe verseler bile bir işe yaramayacağı düşüncesi ile kendilerine oto sansür uygulamalarından kaynaklı olduğu tahmin edilmektedir.

5.2.6. Mayıs Ayı Siyasal Söylem Biçimine Dair Bulgular

Nisan ayında olduğu gibi Mayıs ayında da Kanal İstanbul söylemleri hem konunun ekonomi-politik boyutunu hem de siyasal aktörlere ilişkin haberleri kapsamaktadır. Siyasal haberlerden bir önceki bölümde bahsedilmiştir. Bu ay için siyasal aktörleri suçlayıcı/destekleyici söylemlerin yerini iktidar/ muhalefet destekçileri ve onların çekişmeleri almıştır. Diğer bir deyişle siyasal aktörlerin yerini siyasal partiler almıştır.

Ekonomi politik söylem incelendiğinde aşağıda örnekleri bulunan tweetlere rastlanmıştır:

“#geçolmadan kanal istanbul projesi bugünün muktedirlerinin 20 yıl öncesine dayanan ve sadece iktidarda kalmaları değil var oluş nedenidir de! Uluslararası bir projenin Türkiye ayağının "daha neler yapabileceklerinin" yanında bu daha bi "nüans"! En kötüsü herkes biliyor,susuyor!!”, #kanalistanbul kanal istanbul projesi istanbulu öldürme projesidir yapılmaması gerekiyor istanbul boğazında musilaj problemi varken bu proje istanbulu yok etme arap şirketlerine para kazandırma rant projesi yapılamamalıdır ve gerekirse eylem yapılmalıdır”, “#SendenNefretEdiyoruz kanal istanbul yolsuzluğu usulsuzluğu sizin sonunuzu getirecek”, “Ayasofya tamam, Taksim tamam, Çamlıca tamam, Kanal istanbul' yükleniyor. Döşeyeceğiz... @RTErdogan” , “128 Milyar dolar yok olduğunda nerdediniz kanal istanbul gibi para yığımını boşa bocaladığımız istanbulun deprem tehlikesini arttıran projeleri desteklemeyi bırakıp gözünüzü açın kadın akp üyesi çıktı KARALAYAMIYACAKSINIZ #CHPNedenSessiz”, Rte gidici. Planımızı programınızı ona göre yapın.”, Dolar olmuş 8.60₺ Euro olmuş 10.50₺ Mazot olmuş 7.50₺ Faiz olmuş %20 Kamu borçlarını 18 ay olmuş ödemiş ama hala kanal istanbul cami açılışları ile

uğrasıyoruz bi fabrika açın da o kadar işsiz evine ekmek götürsün en kötüsü halk sessiz tepki yok alışmış insanlar yazık ..!!, @Ahmet_Davutoglu Ne oldu sen demiyormuydun kanal istanbul asrın projesi dir diye reis ölümüne davasına sahip çıkıyor senin gibi davasını satmıyor, @jasminvt İstanbul mu Allah aşkına.. Kanal istanbul adı altında Araplara parsel parsel satılmış. İhale adı altında köprüler 5 Müteahhite satılmış İBB nin arazileri yandaş vakıf derneklere parsel parsel hibe edilmiş.. Cennet mekan Fatih Sultan Mehmed'in ruhu sızlıyordur.. @FOXhaber #SedatPeker Türkiye cumhuriyetinden daha güvenilir görülüyor. Bu çok acı AMA vatandaşın gündemi iş aş hayat pahalılığı eğitim her şey çok kötü gidiyor Aşırı bile yapamayan bir yönetim #RTerdogan için kanal istanbul #benimmesajım HALK ile #beştepe nin ne kadar farklı dertleri var, “@ekolojibirliği @kazdaglariist @kuzeyormanlari @heryerkazdaglar @KentSavunmasi_ @dogader @yakanal_yaist Öyle gerçek sorunlarla işi yok sarayın. Cami yaptırıyor açıyor dua mua, meşgul adamlar. Bugün de astronot seçeceklermiş, gençlere okçuluk kılıç kalkan öğrenin filan diyo, haziran sonu kanal istanbul temeli atıp, marmaranın içine daha nasıl edilir onu göreceğiz. Türkiye işte.”, “@ResulAltun1818 @safsatapengueni @rt_erdogan O kadar esnaf kepenk kapatırken,intihar ederken kanal istanbul gibi hiçbir ise yaramayacak bir proje için neden bu kadar uğraşılır merak ediyorum. Hangi partiye oy verirsen ver, ama seçtiğin kişinin her düşüncesine katılmak zorunda değilsin”

Kanal İstanbul meselesi bazı tweetlerde siyasal bir mesele olarak algılanmış ve bu şekilde değerlendirilmiştir. Bu tweetlerde iktidar ve muhalefet yanlısı olan kullanıcılar meseleyi sahip oldukları siyasi yönelim bağlamında değerlendirmiş ve karşı tarafı suçlayıcı/yerici söylem kullanmışlardır. Örneğin;

“@mt_goksu Kanal istanbul'a has değil CHP nin karşı çıktığı her şey behemal ülkemiz için hayırlı ve yapılması elzemdir”, “O değil de Kazara bu muhalefet iktidar falan olursa Allah bilir bitmiş olsa da Kanal İstanbul beton döker kapatır.Parasını da Millete öğretirler.Yalan mı?”, “@Armagan_caglaya Duyan yok imamoğluna tek eleştiri yok .. kanal istanbul a müdahale eden suriye hakkında konuşan imam, konu istanbul olunca sesi çıkmıyor nedense”, “Muhalefetin yapamadığını kanal istanbul ısrarıyla akp kendi kendine yapacak”ve . “Reis yapılacak dediyse yapılacak ne yapsalar boş sıra kanal istanbul sizde izleyeceksiniz nokta hizmet ak pari hezimet chp bu kadar” , “@DaktirNikola Sizin “İtibardan tasarruf olmaz” düşünceleriniz yüzünden bu hale geldi. Her birde ilim bilim zafer nidaları atan şahıs beton yığına dönmüş, beton rant sevdasından ekonomisi batmış ülkede hala “kanal istanbul olsada hisselerim tavan yapsa” heyecanında” “@ekolojibirliği @kazdaglariist @kuzeyormanlari @heryerkazdaglar @KentSavunmasi_ @dogader @yakanal_yaist Öyle gerçek sorunlarla işi yok sarayın. Cami yaptırıyor açıyor dua mua, meşgul adamlar. Bugün de astronot seçeceklermiş, gençlere okçuluk kılıç kalkan öğrenin filan diyo, haziran sonu kanal istanbul temeli atıp, marmaranın içine daha nasıl edilir onu göreceğiz. Türkiye işte.”, “@ResulAltun1818 @safsatapengueni @rt_erdogan O kadar esnaf kepenk kapatırken,intihar ederken kanal istanbul gibi hiçbir ise yaramayacak bir proje için neden bu kadar uğraşılır merak ediyorum. Hangi partiye oy verirsen ver, ama seçtiğin kişinin her düşüncesine katılmak zorunda değilsin”

Tweetlerden görüldüğü üzere, Kanal İstanbul meselesi kamusal olarak değil siyasal bir mesele olarak algılanmaktadır.

5.2.7. Mayıs Ayı Özel Söylem Biçimine Dair Bulgular

Mayıs ayında da yine nisan ayında olduğu gibi, kullanıcılar kendi özel alanlarına yani tuttuğu takım, parti, yaş, cinsiyet, eğitim, yaşadığı yer, din vb özel alanına dair bilgi vererek Kanal İstanbul konusunu değerlendirmişlerdir. Örneğin;

“Kanal istanbul rant projesidir. Zihniyet mihiyet temsilcisi değilim,dış mihrak hiç değilim.İstanbul sakini olarak karşıyım.Mütahitlik yapacaksanız kentsel dönüşüm yapın.Her depremde ailemize bir şey oldu mu korkusu yaşarken, bize kanal masalını falan yutturamazsınız.”,“Ben bir cografyacıyım kanal istanbul konusunda fikrimizi sorsalar

söyledik buna gerek bile duymuyorlar işte Bu bir inşaat rantı projesidir İstanbula göçü durduracaklarına göçü artırıyorlar dahası mi ne deprem riskinin bu kadar fazla olduğu bir alana yeni bir şehir kurmak pes <https://t.co/vGO6sMypfN>”, “İnadına kanal istanbul..Küçükçekmece de doğdum ve halen oturuyorum. Kanal yapılırsa mülklerimiz bire bin değer kazanabilir; istemiyoruz.Olta balık meraklısıyım, beş dakika da balık tutmaya gidebilir belki yüzlerce fazladan balık tutabiliriz; istemiyoruz. @_foxhaber #benimmesajım”, “@dusundurevideo Doğayla ilgisi olan her insan anlar mesela 4 yıllık jeoloji mühendisiyim kanal istanbul riskli diyorlarye aslında o kanal tabakadaki yükün bir miktar alınması demek bu bilimsel gerçek ama agzi olan konuşuyor yapacak bise yok.”

Kanal İstanbul konusunda Nisan ayında çoğunlukla siyasi aktörlere yönelik nefret söylemi Kanal İstanbul’un yapılacağı kesinleşmesiyle mayıs ayında, iktidar veya muhalefet olmasına bakılmaksızın bu partilere oy verenlere yoğunlaşmıştır.

“@fadimemtr Gordunuzmu güzelim boğaz tehlikede, bu yuzdennn bizzzzz kanal istanbul diyoruzzzzz. Sen ne anlarsın bee bay kemalll, ve buna oy veren zillett”, “Aslan parçası be! yapacam dedi ve yaptı kanal istanbul olacak dedi ve olacak kudurmak isteyenler, Chp2ye oy verenler buyursun Allah ömür versin Reis ! #CumhurSeninYanında <https://t.co/wvGWBTEtxS>”, “@yasinozdemr3 Önceden kanal istanbul dendimi piyasayı alırlardı petrol kuyusu dendimi alırlardı aşı dendimi alırlardı vakalar azaldı gelecek güzel bi haberde kalmadı alacak kimsede kalmadı artık her haberde düşüyor dolarımın da piyasayı bu hale getirenlerin de oy verenlerinin de topunun ag”, “Kanal istanbul Yapılsın halk olarak destekliyoruz 3 5 çapulcunun ağzına bakılmicak tabiki kanal istanbul yapılacak çapulcular ve muhalefet agzi acik izlicek ancak klavya silahşörlüğü yapacaklar”, “@Beyzanurparlak @Jesuskhali @35ozze35 @tc_kemalist @seno3459 Kanal istanbul'u savunacak kadar acizsiniz :).Yapsalardı görücektim ben eteklerinizde ki zilleri.

Bu tweetlerden görülebileceği üzere etiketlenen kullanıcılar Nisan ayında olduğu gibi siyasal aktörler değil standart kullanıcılardır. Yine de bu tweetlerin bir yönüyle siyasal bir söylem biçimi barındırdığını da söylemek mümkündür. Dolayısıyla bu tarz tweetler hem özel hem de siyasal söylem biçimi altında değerlendirilmiştir.

Son olarak bazı tweetlerin hem enformasyonel içeriğe sahip söylem biçimini hem de özel söylem biçimini taşıdığı tespit edilmiştir. Bu tarz tweetler çok fazla sayıda bulunmamaktadır. Bu konuda şu tarz örneklerin mevcut olduğu görülmüştür:

“Efendiler haziran sonunda kanal istanbul’un temelini atıyoruz, bir müslüman olarak yine #OyumAkPartiye <https://t.co/wcyDH2k3a5>”, “#kanalistanbul #İstanbul'a, Marmara'ya ve Türkiye'ye bir ihanet projesidir. Hiç bir makul gerekçesi yoktur. Bir deniz bilimcisi olarak söylüyorum, Marmara denizindeki ekolojik denge o kadar kritik ki yeni bir yükü kaldıramaz. Daha yeni deniz salyası olayında gördük. Bu ısrar neden? <https://t.co/2I7FCJHf2t>” ve “Gemi kaptanı olarak açık ve net söylüyorum KANAL İSTANBUL TİYATROSU BAŞLADI, şu habere bakın İstanbul Boğazı'nda petrol taşıyan tanker, kıyıya 300 metre kala durduruldu: Boğaz gemi trafiğine kapatıldı. <https://t.co/9DPTpojV67>”,

Bu tweetlerde kullanıcıların özel hayatlarına dair söylemlere ek olarak bir haber veya köşe yazısı linki bulunmaktadır

5.2.8. Mayıs Ayı Kamusal Söylem Biçimine Dair Bulgular

Nisan ayında olduğu gibi Mayıs ayında da kamusal söylem biçimi analizi yapılırken özellikle Kanal İstanbul konusunun tüm toplumu ilgilendiren bir mesele

olarak değerlendirildiği ve içerisinde kamu, kamusal, kamuoyu vb ifadelerin geçtiği tweetler bu tema altında değerlendirilmiştir.

“şuna bak. gölün ağzına sığınmalar. Kanal istanbul'u düşünün bir de marmara bölgesinin tüm canlı yaşamını yok edecek. Kim ne derse desin, İstanbul ölürse Türkiye ölür. <https://t.co/VljkRItrbe>”, ve #Kanalİstanbul birilerine inat yapılmıyor! Tüm ülkenin yararına yapılıyor! Sanki Kanal istanbul sadece bi kesimin yararınaymış gibi algı yapıyorlar!

Hem siyasal hem kamusal tweetlere bu ayda da rastlanmıştır. Siyasal tweetlerin büyük bir çoğunluğu ekonomi-politik bir söylem içermektedir.

“#kanalistanbul kanal istanbul projesi sadece istanbulu öldürme projesi değil tüm türkiyeyi öldürür yapılmaması gerekiyor istanbul boğazında musilaj problemi varken bu proje istanbulu yok etme arap şirketlerine para kazandırma rant projesi yapılamamalıdır ve gerekirse eylem yapılmalıdır”, “@Beyzanurparlak @tc_kemalist @seno3459 Ücret tarifesinden dolayı geçemediğimiz köprü, taksi süresin 30 dk olan havalimanı, katliam yaratacak olan kanal istanbul şu resimdekilerin karşısına bunlarla çıkmak tam bir zeka yoksunluğu... Hala kendinizi yol yaptı diye avutuyorsunuz. Gerçekleri görün artık. Ülkenin durumunu vatandaşın durumunu görün” ve “marmara denizi ve salda gölü öldürülüyor. Salgının yarattığı yıkımla beraber birçok insan intihar ediyor, iş yerleri birbir kapanıyor. Her şey ateş pahası, birçoğu açlık sınırının altında bir millet. eğitim hak getire. buna rağmen milletçe tek hedefimiz sadece kanal İstanbul”

Bu örneklerden görülebileceği üzere kullanıcılar Kanal İstanbul meselesinden önce ülkenin daha öncelikli sorunları olduğunu belirterek bunların düzeltilmesi konusunda gereklilik olduğu belirtmiştir. Kanal İstanbul meselesi bir yandan tüm ülkenin meselesi olarak yani kamusal bir mesele olarak görülmüş öte yandan bir rant projesi ve önceliksiz bir proje olarak değerlendirilmiştir. Hem kamusal hem enformasyonel söylem biçimine sahip tweetler oldukça azdır.

“İki günden beri deniz salyasını gördükçe “hala daha nasıl kanal istanbul projesini yapıp milyonlarca insanı bu bölgeye taşımayı düşünüyor iktidar” diyorum. Yazık etmeyin, vallahi çok yazık hem bu şehre hem bu ülkeye hem de doğamıza! <https://t.co/DY2hYpNgwl>” ve “geçen seneki izmir depreminden etkilenen insanların konut sorunlarını özetleyen ufak bir yazı zinciri. Aslında ülkedeki birçok kişi için söz konusu olan dev bir mesele. kanal istanbul gibi bir talan projesine değil, depreme dayanıklı yapılaşmaya ihtiyacımız var. <https://t.co/RGfmQmv4Vt>”

Tweetler incelendiğinde görülebileceği üzere bu tweetlerin siyasi bir yanı da bulunmaktadır. Dolayısıyla bu tweetler siyasal, enformasyonel ve kamusal olarak her üç tema altında da değerlendirilmektedir. Hem özel hem kamusal söyleme sahip tweetlere mayıs ayında da rastlanmıştır.

“Su ürünleri mezunuyum @sputnik_TR Bu salya kanal istanbul yapılıp hemen oradan filitlenerek başka denizlere aktarılması lazım başka türlü kurtulmaz Türkiye marmara ölüyor”, “@halktvcomtr 20 senedir istanbulda tek başıma yaşıyorum, Kanal istanbul diye bi kanal yok gereksiz bi proje oraya harcanan emeğe yazık oraya harçicağınız zamanın tamamını demir yoluna harcayın ve daha sonra fabrikalar açın millet hep işsiz, yazık türkiyeye” ve “Küçükçekmece de doğdum ve halen oturuyorum. Kanal yapılırsa mülklerimiz bire bin değer kazanabilir; istemiyoruz. Olta balık meraklısıyım, beş dakika da balık tutmaya gidebilir belki yüzlerce fazladan balık tutabiliriz; istemiyoruz. Ülkemizi etkileyecek bu projeyi istemiyoruz! @_foxhaber”

Buna ek olarak Mayıs ayında da nisan ayında olduğu gibi dört kategoriye de ait olan bir söylem biçimine rastlanmamıştır.

Dijital ortamda kamusal alanın varlığı ve yokluğu meselesi tartışılırken kamusal söylemin var olup olmaması ve söylemin mahiyeti oldukça önemli bir etmen olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü hem sosyal medya hem de kamusal alan genellikle söylemsel bir alandır. Kamusal alanın kamusal söylemin olduğu yerde var olması varsayımından hareketle Kanal İstanbul konusundaki söylem biçimi analizi gerçekleştirilmiştir. Söylem biçimine dair yapılan analiz sonucu elde edilen dağılım aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 16: Aylar Bazında Söylem Biçimi Dağılımı

| | Nisan | Yaklaşık Yüzde | Mayıs | Yaklaşık Yüzde |
|--------------------------------|-------|----------------|-------|----------------|
| Kamusal | 91 | 0,84 | 568 | 5,22 |
| Siyasal | 832 | 7,72 | 1179 | 10,8 |
| Özel | 442 | 4,10 | 600 | 5,51 |
| Enformasyonel | 2560 | 23,7 | 1980 | 18,2 |
| Kamusal + Siyasal | 415 | 3,85 | 560 | 5,14 |
| Kamusal + Özel | 34 | 0,31 | 78 | 0,71 |
| Kamusal + Enformasyonel | 1592 | 14,7 | 1743 | 16,2 |
| Siyasal + Özel | 377 | 3,50 | 687 | 6,31 |
| Siyasal + Enformasyonel | 3163 | 29,3 | 2457 | 22,5 |
| Özel + Enformasyonel | 784 | 7,27 | 368 | 3,38 |
| Kamusal + Özel + Siyasal | 39 | 0,36 | 287 | 2,63 |
| Kamusal + Özel + Enformasyonel | 8 | 0,07 | 19 | 0,17 |
| Kamusal +Siyasal+Enformasyonel | 218 | 2,02 | 102 | 0,93 |
| Siyasal + Özel + Enformasyonel | 216 | 2,00 | 246 | 2,26 |

Her ne kadar kamusal söylem biçimi, kamusal alanın varlığı için gerekli tek ölçüt olmasa da kamusal söylemin bulunduğu yerde kamusal alanın oluşabileceği varsayımına dayanarak; Nisan ayında kamusal söylem, %0,84 lük bir oranda kamusal alan meydana getirme imkânı oluşturmuştur. Bu oran Mayıs ayında ise %5,22 ye çıkmıştır. Şekil 6’da turkuaz, şekil 7’de ise mavi olarak gösterilen kısımlar, söz konusu hashtag ve konu altında oluşan kamusal söylemleri ve dolayısıyla da kamusal alanları gösterebilmektedir. Nisan Ayı için yapılan sosyal ağ analizinde turkuaz Mayıs ayı için yapılan analizde ise mavi olarak gösterilen kamusal söylemler diğer söylem biçimleri ile iç içe geçmiştir. Buna göre Twitter’da oluşan “tartışma alanları” sadece kamusal niteliğe sahip değil aynı zamanda, siyasal, ekonomik, enformasyonel ve özel tartışma alanlarını da içermektedir. Sadece belli kısımların kamusal taşıması ise Twitter’ın kamusal alanlar oluşturabilme potansiyelini işaret ederken bunların eş zamanlı olarak başka alanlarla kaynaşıyor oluşu Twitter’ın kamusal alan oluşturma potansiyelinin harekete

geçirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Diğer bir deyişle, Twitter'da kamusal alan oluşması mümkün gözükmekle birlikte Twitter'ın iletişimsel alanı sadece kamusal alandan ibaret değildir. Bu durum sosyal medya özelinde twitter'ın birçok alandan oluşan heterojen bir alan olduğunu kanıtlar niteliktedir. Bu bağlamda Twitter alanlar oluşturma özelliğine sahipken kamusal bir alan oluşması twitter'ın kendi varlığının ötesinde kullanıcılar ve onların edindikleri/benimsedikleri demokrasi ve müzakere kültürüyle, sosyal medyanın sahip olduğu algoritmalarla ve sansür ve otosansür kullanımlarıyla ilişkilidir. Bu bağlamda genelde sosyal medya özelinde ise Twitter tek başına kamusal alan olma gücüne sahip olmamakla beraber kamusal bir müzakereye katılmak isteyen kullanıcılar için gerekli ortamı sağlama potansiyeli bulunmaktadır. Fakat sosyal medya uygulamalarında gerçekleştirilen çalışmaların çoğunda Twitter kullanıcılarının, bir önder ve/veya tekniker gibi hareket ederek, hesaplarını kullandıklarını ve takipçilerini kendi düşünceleri doğrultusunda ikna etmeye çalıştıkları ve bu doğrultuda kamuoyu oluşturdukları tespit edilmiştir (Choi, 2015: 706). Bu noktadan hareketle söz konusu çalışma için de benzer bir düşünce yanlış olmayacaktır. Kullanıcılar kendi özel alanlarına ilişkin bilgilerini öne sürerek bir kamuoyu oluşturma ya da bu konuyu müzakere etme çabası içinde bulunmaktadırlar. Dolayısıyla bu durum müzakere ortamının oluşabilmesini zorlaştırmaktadır.

Araştırma için enformasyonel söylemin ya da diğer bir deyişle enformasyonel alanın yoğunluklu bir yer tuttuğunu söylemek mümkündür. Bahsi geçen hashtag ve konu taramasında Nisan ayı için enformasyonel alan %23,7'lik ve siyasal alan ise %29,3 lük bir alanı kapsamaktadır. Diğer bir deyişle Kanal İstanbul konusu için yapılan tartışmaların toplamda %53'ünü bilgi arzı ya da bilgi talebi oluşturmaktadır. Mayıs ayında bu oran biraz daha düşmüştür. Buna göre enformasyonel alan %18,2 oranında yer kaplarken, enformasyonel ve siyasal alan 22,5'lik bir oranı kapsamış ve totalde %40,7'lik bir alan oluşmuştur. Buna ek olarak bu oranlara Nisan ayı için 14,7 ve Mayıs ayı için 16,2'lik bir kamusal ve enformasyonel alanlar eklendiğinde, Nisan ayı için 64,7lik ve Mayıs ayı için 56,9'luk enformasyon içeren alanlar oluşmuştur. Yapılan çalışmada enformasyonel söylemin bu kadar büyük bir oranda yer işgal etmesi Twitter'daki *Kanal İstanbul* konusunun Habermas'ın modeline benzer bir kamusal alan oluşturmasından ziyade Mill'in metaforu bağlamında bir fikirler/enformasyon pazarı (*Marketplace of Ideas*) olup olmadığı sorusunu da beraberinde getirmiştir. Bu kavram kamusal alan kavramıyla doğrudan ilişkilidir ve kamusal alandaki fikir rekabetini

piyasadaki meta rekabeti ile karşılaştıran bir metafordur. Buna göre kamusal söylemle beraber fikirlerin rekabeti ortaya çıkacaktır, fikirler ve ideolojiler halk arasında kabul görmesi bağlamında kabul görmeyen fikirler ve ideolojiler güçlüler karşısında yok olacaktır (Mill, 2008). Yapılan analiz sonucunda kullanıcıların birbirinden farklı fikir ve görüşlerle Twitter üzerinden *Kanal İstanbul* konusunda kanaat/pozisyon oluşturdukları tespit edilmiştir. Kullanıcıların birçoğu o ana kadar bu konuda net bir kanaat sahibi olmadıkları için takip ettikleri hesaplar ve ideolojileri bağlamında anlık bir karar ile bu konuya önem vermekte veya görmezden gelmektedir. Bu durum kanaat oluştururken çoğunlukla özgün tweetler atmak yerine çok takipçili hesaplardan, siyasetçilerden, medya ve çeşitli haber kanallarından retweet yapmaları ve bunları etiketleyerek, yanıt vererek veya alıntı yaparak paylaşmaları ile uyumlu görülmektedir. Dolayısıyla Twitter'ın bu konuda bir kanaat pazarı sunduğu düşünülebilmektedir. Fakat bu fikirler ve düşünceler genellikle medya tarafından şekillenmiştir. Medya kurumlarının bu alandaki varlığı ve söylemleri ile, bu kurumların sahip olduğu ideolojiler doğrultusunda enformasyon yayılmış ve pekişmiştir. Medya kurumlarının haber sunumlarının kendi ideolojileri doğrultusunda olması (Örneğin; “*Kemal Kılıçdaroğlu'ndan tarihi uyarı: Kanal İstanbul ihalesine girecek ülkeye mesafe koyacağız,paralarını ödemeyeceğiz açıkladı. <https://t.co/2mXCJrYOAY>” ve “*Kemal Kılıçdaroğlu'nun Kanal İstanbul Tehditi @kilicdarogluk <https://t.co/gS4TFMlhUg>” tweetleri incelendiğinde görülebileceği üzere, medya kuruluşları tarafından kendi ideolojilerine uygun olacak şekilde servis edilmiştir.) bu alanın bir fikirler enformasyonu/pazarı olmasını olumsuz bağlamda etkilemiştir.**

Buna ek olarak her iki ay içinde analizlerden görülebileceği üzere, söylem biçimleri iç içe geçmiş ve genellikle retweet yoluyla yayılmıştır. Tartışmalar çoğunlukla retweetler üzerinden Nisan ayı için, enformasyonun, Mayıs ayı için ise siyasal söylemin yayılması yoluyla gerçekleşmiştir. Nisan ayında kamusal ve enformasyonel söylemin %14,7'lik bir oran tutmasıyla, bu durum kamusal alan tartışmaları üzerinde kısıtlayıcı bir etki yapmıştır. Tartışmalar genellikle medya ve sosyal medya kurum ve kuruluşların dağıttığı enformasyonun dışına çıkamamış, farklı gruplar arasında dağılamamış ve belirli gruplar arasında sıkışmıştır. Bahsi geçen durum, Türkiye'nin kamusal alan yapısı ile uyumlu gibi görünmektedir. Çalışmanın alan yazın kısmında bahsedildiği üzere, Türkiye'de kamusal alanın çoğulcu yapısal özellikleri bulunmamakta ve ideolojik kamusal alan profiline daha uygun bir yapı sergilemektedir. Aynı durumun bu çalışma

için de geçerliliğini koruduğu düşünülmektedir. Özellikle Türkiye’de kamusal alanın toplumun sadece küçük bir kesimini oluşturan seçkin/aydın tabakanın alanı olması ve grupların daha çok medya kuruluşlarını ve köşe yazarlarını takip eden kişilerden oluşması çerçevesinde düşünüldüğünde, enformasyonun belirli gruplar arasında sıkışmasının bu iddiayı desteklediği düşünülmektedir. Türkiye’nin kapalı kamusal alan yapısının dijital ortamı da etkileyerek, bu yapının özelliklerini oraya taşıdığı söylenebilir. Şekil 6’da görülebileceği üzere tartışmalar genellikle yumak halinde gerçekleşmiştir. Tartışmalar sadece Nisan ayında 5-6 kişinin tweetleri ile bahsi geçen grubun dışına çıkabilmiştir. Bu durum bu konunun ve ortaya çıkan alanların manipüle edilmiş olmasının bir kanıtını oluşturmuştur. Benzer durum Mayıs ayı için de geçerlidir.

Şekil 7 incelendiğinde söylemlerin ve tartışmaların çoğunlukla belirli başlıklar ve siyasal söylem ekseninde gerçekleştiği görülmektedir. Mayıs ayı için siyasal söylem toplamda %44,7’lik bir alan oluşturmuştur. Bu söylemlerin büyük bir çoğunluğu siyasal fikirleri ve ideoloji barındırmaktadır. Twitter Habermas’ın modeli çerçevesinde burjuva sınıfının bir siyasal tartışma alanı olmasının ötesine geçerek bir *arzuhal* mekanına dönüşmüştür (Erbaysal Filibeli ve Şener, 2019: 510). Kullanıcıların özellikle siyasal aktörleri etiketlemesi ve onlardan attıkları tweetlerde bahsetmeleri bu durumun bir kanıtını oluşturmaktadır. Kullanıcılar isteklerini, arzularını, düşüncelerini ve yargılarını tweet atarak ve siyasal aktörleri etiketleyerek paylaşmışlardır. Siyasal ve kamusal söylem %5,14’lik bir alan oluşturmuş ve hemen hemen birbiriyle eş tutulmuş, olgusal ve düşünsel düzeyde farklılık gösterememiştir (Köker, 1990: 45). Buna ek olarak siyasal söylemin Mayıs ayı için genel olarak oldukça fazla bir yer kaplaması ideolojiler tarafından yönlendirilmesi ve kamusal alanla iç içe geçmesi dijital bir kamusal alan olma potansiyeli bulunan Twitter’ın, siyasal baskı ve sansür bağlamında bu vasfını yitirme riskini beraberinde getirmiştir. Kanal İstanbul konusu bazı tweetlerde kamusal bir mesele olarak ele alınmış veya tartışılmıştır. Fakat bu söyleme bazen nefret söylemi, bazen siyasal söylem bazen ise kişilerin özel bilgileri ve kendilerini bir uzman olarak öne çıkarmaları eşlik etmiştir. Bu durum kamusal gerçeklik algısının dönüşümüne neden olmuştur. Özellikle nefret söylemi bağlamında değerlendirildiğinde kamusal söylemin içinin boşaldığı görülmektedir.

Bu noktadan hareketle, Twitter’a ne tam olarak dijital bir kamusal alan ne de fikir pazarı/enformasyon vitrini demek doğru olmaktadır. Siyasal alanın istekleri yansıtması (Mudde, 2004) düşüncesi çerçevesinde değerlendirildiğinde *Kanal İstanbul*

konusuna dair popülist bir söylemin olduğu görülmektedir. Popülizm bağlamında siyasal aktörlerin göz ardı ettiği konular, bu aktörler etiketlenerek onlara duyurulmaya çalışılmıştır. Çünkü popülist siyaset bireylerin isteklerinin dışı vurumudur (Mudde, 2004). *Kanal İstanbul* konusunda, siyasal aktörlerden hem enformasyonel bağlamda hem de *Kanal İstanbul'un* yapılması/yapılmaması konusunda çeşitli istekleri olan kullanıcıların varlığı ve bu sosyal platformu bu amaç için kullanmaları popülist bir söylemin varlığına işaret etmektedir.

Her ne kadar çok fazla bir alan kapsamasa da her iki ay için de görülebileceği üzere kamusal, enformasyonel ve siyasal söylemler özel söylemler ile de iç içe geçmiş şekilde bulunmaktadır. Özel alan kişisel ve toplum çıkarının var olmadığı alandır. Bu alan kolektiflik içermez. Fakat Arendt'in modeli (2018) bağlamında değerlendirildiğinde kamusal ve özel söylemlerin iç içe geçmesi ve arasındaki sınırların ortadan kalkması burada oluşabilecek alanların da iç içe geçebilmesi anlamına gelebilmektedir. Bunun bir sonucu olarak özel olanın ya da özel söylemin kamusal alanda ifşa edilmesini ya da diğer bir deyişle özelin kamusallaşmasını içermektedir. Özel söylemin kamusal söylemle iç içe geçmesi siyasi ve ekonomik amaçlar için kullanılmasını da beraberinde getirmektedir ki bunun örnekleri de çalışmada mevcuttur. Özelin kamusallaşması aynı zamanda siyasallaşmasını ve ekonomikleştirilmesini de içermektedir. Örneklerden görülebileceği üzere kişiler kendi özel alanları hakkında bilgi vererek kendi düşüncelerini kabul ettirmeye ve tartışmalarda kendi ağırlıklarını ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Bu durum kamusal alanın varlığı için gerekli olan müzakereyi olumsuz yönde etkilemiştir.

Alan yazın kısmında bahsedildiği üzere public sphere (kamusal alan) ve public space (kamusal mekân) birbirinden farklı kavramlardır. Kamusal alan ortak ve aleni kamusal söylemlerin oluşturduğu, fikirlerin ve düşüncelerin iletildiği bir mekân olma özelliği taşıyabilmektedir (Özbek, 2010: 41). Bir mekânın kamusal bağlamda kullanımı onun "yer" olma özelliğini vurgulamaktadır (Donat ve Savaş Yavuzçehre, 2016: 510). Dijital kamusal alan klasik kamusal alan modellerinden farklı olarak çoğul kamusal mekanlardan oluşan bir alan olarak ortaya çıkabilmektedir (Fraser, 1990). Çalışmada elde edilen veriler bağlamında her ne kadar bahsi geçen ortama doğrudan kamusal alan denilemese de kamusal söylem taşımasından dolayı bu alanın kamusal bir mekân olabileceği düşünülmektedir. Diğer bir deyişle elde edilen veriler incelendiğinde Twitter'ın kamusal bir alan olarak işlevlerini sınırlı şekilde yerine getirdiği fakat

Habermas'ın modeli bağlamında coğrafi bir yer belirten kahvehaneler, meydanlar, sokaklar, alışveriş merkezleri, camiler, üniversiteler gibi kamusal söylemin ve tartışmaların bulunabileceği kamusal bir mekân olma özelliği bulunduğu iddia edilebilmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kamusal alan kavramı geçmişten bu yana varlığını koruyan ve üzerinde oldukça tartışılan bir kavramdır. En genel anlamıyla kamusal alan fikirlerin ve düşüncelerin üretildiği ve tecrübe edildiği, paylaşıldığı ve müzakere edildiği bir alanı anlatmaktadır. Kamusal alanda siyasal, ekonomik, toplumsal, kültürel ve sosyal talepler, çıkarlar, ilişkiler ve düşünceler bağlamında müzakere edilmektedir. Dolayısıyla kamusal alanın ne olduğu, hangi koşullar altında bir kamusal alan oluşabileceği ve sürecin nasıl ilerlediği, bu alanın kimin ya da kimlerin alanı olduğu, bu alanın dönüşümünün nasıl gerçekleştiği ve bu dönüşümde hangi araçların kullanıldığı gibi sorular ortaya çıkmakta ve bu alanı incelenebilir kılmaktadır.

Kamusal alanın görünürlüğü katılımcılarının müzakerelerde bulunmasıyla gerçekleşmektedir. Özellikle demokrasinin temel koşulu olan ifade özgürlüğü önemli bir nokta olarak ortaya çıkmaktadır. Kamusal alanın varlığından söz edebilmek için bir ön koşul olarak ortaya çıkan demokrasi sayesinde özgür bireyler, bu alanda yer alarak düşüncelerini ifade etme hakkına sahip olmaktadır. Dolayısıyla kamusal alan, demokratik toplumlarda eşitlik, özgürlük ve ifade alanıdır.

Kamusal alan kavramı zamanla dönüşüm geçirmiştir. Bu dönüşüm çoğunlukla geleneksel medya araçlarının ortaya çıkışı ve gelişmesiyle gerçekleşmiştir. Kamusal alan faaliyetleri, kamusal alandaki söylemin inşasında ve alanın dönüşümünde oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Bu araçlar, herkes tarafından takip edilen ve herkesin olup biteni öğrenebildiği bir izlenim alanıdır. Dolayısıyla demokrasi ve siyasal söyleme bağlı olarak, kamusal alanda söz hakkı ve iktidar elde edilmesi ve bu hakkın korunabilmesi için kullanılmaktadır. Kamusal alanın üreten süreçler, yapılar, kurumlar, ilişkiler pratikler ve etkileşimler mekanlardan ve tarihsel bağlamdan etkilenmektedir. Bu etki kamusal alanda çeşitli dönüşümlere neden olmaktadır. Çünkü kamusal alandaki bilgi aktarımı ve kamuoyu oluşumu, gerçekliğin ne kadarının ne şekilde sunulduğuna ve sunulanın ne kadarının doğru olduğuna bağlı olarak şekillenmektedir. Bu aktarımın gerçekliği ve doğruluk oranı aynı zamanda toplumsal yapıyı da şekillendirmektedir. Bu araçların etkinliğinin artması halk ve siyasal iktidarlar arasındaki kamusal iletişimi/diyaloğu da arttırmıştır.

Kamusal alan ancak kamusal iletişim ile var olabilmektedir. Kamusal iletişim için ise bu iletişimi sağlayacak araçlar gerekmektedir. Teknoloji geliştikçe iletişim

araçları da değişmektedir. Günümüzde kamusal alan için bu iletişimi sağlayan geleneksel araçların yerini yeni medya araçları almıştır. Bu noktadan hareketle, özellikle internetin ve internet özelinde sosyal medyanın kamusal ilişkilerin gerçekleştirileceği bir alan oluşturma potansiyeli ve geleneksel medya araçlarının eksiklerini kapatıp kapatamayacağı tartışılmaya başlanmıştır.

Web 2.0 teknolojileri ile ortaya çıkan sosyal medya mecralarında bir kamusal alan oluşup oluşmayacağını çok boyutlu bir açıdan araştırmak ve oluşuyorsa bunun hangi şartlar ve/veya sınırlar altında gerçekleştiğini dijital kamusal alan kavramı bağlamında açığa çıkarmak bu çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın başlangıç noktası, konunun temelinde bulunan kamusal alan kavramını mevcut alan yazın bağlamında tartışmaktır. Buna ek olarak kamusal alan modelleri üzerinde durulmuş ve bu modeller üzerinden bir dijital kamusal alan fikri oluşturulmuştur. Çalışmanın temel katkısı sosyal medya ve kamusal alan kavramlarını bütüncül bir bakış açısıyla ele alarak, dijital ortamda potansiyel olarak oluşabilecek kamusal alanın varlığının sorgulanması ve bu sorgulama için gerekli olan ölçütlerin ve kriterlerin geliştirilmesidir.

Bu çalışmada 2021 yılı Nisan ve Mayıs aylarında Twitter'da kamusal alan oluşup oluşmayacağı ve hangi şartlarda, sınırlarda ve bağlamda oluşabileceği lokasyon, içerik ve sosyal ağ analizi yoluyla incelenmiştir. Araştırmada örnek olay olarak Kanal İstanbul projesine ilişkin tartışmalar seçilmiştir. Örnek olay olarak belirlenen Kanal İstanbul hashtag'i az sayıda tweet içermesi nedeniyle ve daha geniş bir ölçek oluşturmak amacıyla içerisinde kanal İstanbul kelimesi geçen bütün tweetler olarak genişletilmiş ve araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmada her ne kadar nicel verilerden yararlanılmış olsa da araştırmanın yöntemi niteldir. Araştırma gerçekleştirilirken Nvivo ve Gephi programlarından yararlanılmıştır.

Çalışmada iki aylık süreç için toplamda 27257 tweet tespit edilmiştir. Bu tweetlerin toplamda 5612 tanesinin konu ile alakasız ya da takipçi kazanmak için trol hesaplar tarafından atılan tweetler olduğu tespit edilmiş, bunlar çıkarılmış ve çalışmada sadece 21645 tweet kullanılmıştır. Bu çerçevede araştırma Twitter'da Kanal İstanbul konusunda atılan tweetler, hashtagler, replyler ve retweetler ile sınırlıdır. Buna ek olarak algoritmaların etkileri, potansiyel sansür ve otosansürün varlığı ve teknolojiye ulaşım zorluğu da çalışmanın diğer sınırları oluşturmaktadır. Çalışmada elde edilen verilerden, bulgulardan ve bunlara dair sonuçlardan bahsetmeden önce belirtmelidir ki, çalışma

sonucunda elde edilen değerlendirmelerin Twitter’da var olan bütün hashtagleri ve konu taramalarını her durumda ve her daim temsil ettiğini iddia etmek olanaklı değildir; fakat çalışma için geliştirilen ölçütlerin ve kriterlerin diğer hashtagler ve konu taramalarında kamusal alan oluşumunu değerlendirebilmek amacıyla kullanılabilmesi mümkündür. Buna ek olarak hem sosyal medyayı hem de kamusal alan kavramını akademik düzeyde tartışmak ve dijital kamusal alanın varlığını sorgulamak birtakım zorlukları içerisinde barındırmaktadır. Bu zorlukların başında hem Twitter’ın API’ler ve algoritmalarının etkileri hem de kamusal alana yönelik kavramsallaştırmanın nasıl yapılacağı ve farklı kamusal alan modelleri arasında uzlaşılan kavram tanımlamalarına nasıl varılacağı ile ilgilidir. Bu sınırlılıklarına rağmen, çalışmanın bulguları ve çıkarımları bağlamında dijital kamusal alan kavramına ve varlığına ilişkin tartışmalara da önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çoğu akademik çalışmada dijital kamusal alan kavramı ya direkt kabul edilmekte ya reddedilmekte ya da sınırlı olarak kabul edilerek çeşitli yorumlar ve analizler yapılmaktadır. Bahsi geçen çalışmalarda dijital kamusal alanın varlığının ya da yokluğunun sorgulanmamış olmasının bu katkının önemini daha da somutlaştıracağı düşünülmektedir.

Çalışmanın kuramsal bölümünde Habermas, Arendt, Kluge ve Negt’in modelleri ile Liberal model bağlamında dört ayrı kamusal alan düşüncesine yer verilmiştir. Habermas’ın kamusal alan modelinde kamusal müzakerelere eşit ve özgür olan vatandaşlar hem konu hem de kişi sınırı olmadan, tartışma süreçleri hukuk tarafından garantiye alınmış şekilde katılabilmektedir. Arendt’in kamusal alan kavrayışı ise Antik Yunan bağlamında şekillenmiş ve doğrudan demokrasi bağlamında değerlendirilmelidir. Fakat Arendt bu değerlendirmeyi yaparken hukuk bağlamına değinmemiştir. Aynı zamanda bu alan homojen ve eşitlikçidir, ama sadece vatandaşlar katılabildiği için bir takım dışlayıcı mekanizmalara da sahiptir. Liberal model Arendt’in modelinin aksine hukuka dayalıdır. Kamusal alanda bulunan aktörler Arendt’in modelinde olduğu gibi sadece Antik Yunan vatandaşları değil, eşit ve özgür olan vatandaşlardır. Kamusal alan düşüncesi liberal anlayış ile paralellik göstererek devletin dışarıda tutulduğu ve tarafsız olduğu bir ortamda oluşabilmektedir. Diğer bir deyişle, bu model, kamusal alanda liberal düşünceye meşruiyet kazandırmaya çalışmaktadır. Kluge ve Negt’in kamusal alan modeli ise Habermas’ın burjuva kamusal alanına karşılık geliştirilen proleter kamusal alan düşüncesine dayandırılmıştır. Kamusal alan bağlamında sosyalleşmiş üretkenliğin kamusal alanda yükselerek kapitalist sistemi yıkması

beklenmektedir. Proleter kamusal alanda sosyalleşmiş üretkenlik ile sınıflar ve dolayısıyla kamusal/özel ayrımı ortadan kalkacak böylece herkes kamusal alanda düşüncesini ifade edebilme şansı yakalayacaktır.

Kamusal alan modelleri incelendiğinde bu modellerin bir takım ortak normlara sahip olduğu belirlenmiştir. Bu normlar; herkesin erişimine açık olması, toplumun bütün kesimlerini kapsamaması, herkesin eşit söylem hakkının olması, ortak meselelere ilişkin konularla ilgili rasyonel müzakereye (için) gerekli ortamı sağlaması ve kamusal bir söylemin bulunmasıdır. Bu normlar bağlamında sosyal medyanın kamusal alan olma potansiyelinden söz edilebilir. Çalışma, dijital ortamda oluşabilecek bir kamusal alanın kolay gözlemlenebilir ve ölçülebilir bir fenomen olmadığını kabul etmekle beraber, bahsi geçen normlar üzerinden varlığını sorgulamaktadır. Dijital ortamdaki kamusal alanın varlığını söz konusu normlar üzerinden sorgulayabilmek amacıyla çeşitli ölçütler oluşturulmuştur. Bu ölçütler, yapısal, iletişimsel ve söylem biçimi ölçütleri olarak belirlenmiştir. Yapısal ölçüt ile kapsayıcılık ve açıklık, iletişimsel ölçüt ile de eşitlik ve rasyonel müzakere normları ele alınmıştır. Son olarak söylem biçimi ölçütü ile dijital ortamdaki kamusal alanın varlığı araştırılmıştır.

Çalışmanın varsayımlarına göre; sosyal medyanın kamusal alan oluşturma potansiyeli bulunmaktadır ve kamusal söylemin bulunduğu yerde ise kamusal alan oluşabilir. Dijital kamusal alan sınırlı ve herkesi ilgilendiren sorunlar hakkında, fikir alışverişinde bulunmak amacıyla bir araya gelinen bir ortak alandır. Dijital kamusal alan oluşumu aktörlerin çift yönlü iletişimsel pratiklerinden ve aktörlerin söylemlerinin niteliklerinden etkilenebilmektedir. Hashtagler dijital kamusal alanın bir parçasını oluşturur ve dijital bir mekân olarak ortaya çıkar. Çalışmadaki varsayımlar doğrultusunda elde edilen bulgularla yapılan çıkarımlar doğrultusunda, dijital kamusal alan görünürde kapsayıcı, eşit ve aleni bir ortam olarak ortaya çıkmış olsa da pratikte içinde çeşitli kısıtlama mekanizmalarını barındırdığı belirlenmiştir. Gerçekleştirilen müzakerelerin çok az bir kısmı rasyoneliteyi ve kamusal söylemi içinde barındırmış, enformasyonel ve siyasal söylem öne çıkarılmış ve genel olarak bilgilendirme ve bilgilendirme gerçekleşmiştir. Sonuç olarak sosyal medyada dijital kamusal alan oluşumuna dönük potansiyellerin zayıf olduğu doğrulanmıştır.

Yapılan analizler sonucunda, yapısal ölçütlerle birlikte incelenen kapsayıcılığın görünürde ya da diğer bir deyişle yüzeysel olarak var olduğu söylenebilir. Lokasyon analizi çerçevesinde, Kanal İstanbul ile alakalı atılan tweetlerin Türkiye'deki kentlerin

çoğunluğunu kapsadığı, konunun sadece İstanbul ile alakalı olarak görülmediği tespit edilmiştir. Atılan tweetler kent nüfus oranları ile paralellik göstermektedir. Lakin derinlemesine değerlendirildiğinde dışlayıcı bazı mekanizmalarında var olduğu bu yüzden de kapsayıcılığın sadece yüzeysel olarak var olduğu iddia edilmektedir. Bu dışlayıcı mekanizmaların başında internete erişimi olanlar/olmayanlar, internete ve sosyal medya platformlarına erişebilecek cihazı bulunanlar/bulunmayanlar ve enformasyona erişimi olanlar/olmayanlar gelmektedir.

Sosyal medyada yer alan kamusal aktörlerin; standart kullanıcılar, fenomenler, siyasetçiler, gazeteciler, köşe yazarları, medya ve sosyal medya kurum ve kuruluşları, siyasal partiler, özel kurumlar, belediyeler, sivil toplum kuruluşları, sendikalar ve vakıflardan oluştuğu görülmektedir. Çalışmada her ne kadar Twitter'ın birçok farklı kullanıcıya (yüzeysel de olsa) açık olduğu iddia edilse de kullanıcı söylemlerinin ulaştığı kişi sayısı bağlamında bir eşitlik taşımadığı gözlemlenmiştir. Mavi tiki bulunan kullanıcılar ve fenomen hesapların diğer hesaplara göre daha çok takipçisi bulunduğu için atmış oldukları tweetler doğrultusunda fikirlerinin ve ideolojilerinin diğer kullanıcılara oranla daha fazla sayıda kullanıcıya ulaştığı belirlenmiştir. Mavi tiki olmayan ya da daha az takipçiye sahip hesaplar ise sınırlı sayıda kişiye ulaşabilmiştir. Özellikle mavi tik alan çok takipçili hesapların kanaat teknisyeni gibi hareket ettiği, popülist bir söylemle kamuoyu oluşturma ve diğer kullanıcıları ikna etme çabası içinde oldukları tespit edilmiştir. Bu da kamuoyunun ve sosyal medyada yer alan tartışmaların bu hesaplar tarafından yönlendirilmesi ihtimalini beraberinde getirebilir. Bu durum sorunlara alternatif çözüm getirme olarak yeniliğin yayılımı kuramı ile de uyumlu görünmektedir. Bu bağlamda köşe yazarlarının, Kanal İstanbul meselesinde kamuoyu oluşumunu etkileyen ikna uzmanı veya değişim ajanları olarak değerlendirilmesi gerektiği söylenebilir. Özellikle Nisan ayı için yapılan analizde köşe yazarlarının ön plana çıkması ve Mayıs ayında görevlerini tamamlayarak geri planda kalmaları yeniliğin yayılımı prensibine göre işlevlerini yerine getirdikleri iddiasını güçlendirmektedir.

Twitter'da Kanal İstanbul konusunda yer alan tweetler üzerinde gerçekleştirilen tematik içerik analizi doğrultusunda; tweetlerin mahiyetinin “Bilgilendirici, Kutuplaştırıcı, Tartışmaya Kapalı, Tartışmaya Açık, Tarafgir, Muhalif ve Sarkastik” olduğu belirlenmiştir. Bilgilendirici tweetlerin tartışmalara bir katkısı bulunmamakta, daha çok haber verme niteliği ağır basmaktadır. Filtre balonu ve yankı odası yaklaşımı

çerçevesinde düşünüldüğünde, kullanıcılar haber ve/veya bilgi aldıkları yerleri kendi düşünce ve ideolojilerine göre seçmektedirler. Bu durum kullanıcıların kendi fikirlerini doğrulayacakları şekilde bilgi edinmelerine neden olmaktadır. Kutuplaştırıcı tweetler kamusal tartışmaların partizanlık bağlamında ele alınmasına neden olurken, sarkastik tweetlerin ise konunun ya da kişinin itibarsızlaşmasına neden olabileceği söylenebilir. Bu noktadan hareket edildiğinde Twitter’da gerçekleştirilebilecek müzakerelerin oldukça sınırlı olduğu söylenebilir. Dijital ortamda oluşabilecek bir kamusal alanın can alıcı sorunu, bu alandaki belirli grupların giderek parçalanması ve tecrit edilmesidir. Çalışmada görülebileceği üzere tweetler hem kutuplaştırmayı hem de sarkazmi içinde barındırmaktadır. Bu durum kamusal alan oluşumunu olumsuz şekilde etkilemektedir. Çünkü kutuplaşma kamusal alanın temelinde yer alan müzakere pratiklerinin önünü kapatabilir ve ön yargıyı arttırabilir. Sarkazm ise basitleştirme, itibar zedelemesi ve değersizleştirmenin önünü açabilir.

Buna ek olarak her ne kadar alan yazında sosyal medyanın karşıt bir kamu olma potansiyeli üzerinde duran çok sayıda çalışma mevcut olsa da en azından bu çalışma özelinde Kluge ve Negt’in ortaya koyduğu bağlamda olaylara egemen bakış açısının dışında bir alternatif geliştiren söylemlere rastlanmadığı vurgulanmaktadır. Üstelik söylemler de ağırlıklı olarak alternatif değil muhalif nitelikler taşımaktadır. Bahsi geçen bu muhalif söylem karşıtlık ya da alternatif düşünce olarak değerlendirilebilecek kadar güçlü bir niteliğe sahip değildir. Diğer bir deyişle tweetlerdeki söylemler egemen politik alanda yer alan muhalif bir söylemin önüne geçememiş, alternatif kamusal alanda bahsedildiği üzere sorunlar ezilenler lehine çözülememiş ve karşıt/proleter bir alan oluşturacak kadar antikapitalist ve kolektif nitelikler taşıyamamıştır.

Dijital kamusal alan ile ilgili liberal ve eleştirel yaklaşımlar çerçevesinde düşünüldüğünde elde edilen bulgular bu alanın liberal yaklaşımda var olan umutlardan ziyade eleştirel yaklaşımda bahsi geçen çeşitli endişeleri barındırdığı görülmektedir. Twitter bir kamusal alan oluşturmaktan çok enformasyon uçurumunu içinde barındıran, devlet tarafından kontrol edildiği için kullanıcıların kendilerine otosansür uyguladığı düşünülen, kutuplaştırıcı bir alan görünümü sergilemektedir. Buna, Twitter’ın sahip olduğu algoritmalar çerçevesinde, filtre balonları ve yankı odaları gerçekliği eklendiğinde, ortaya çıkan kamusal alanın bir kamusal alan oluşturabilecek seviyeye erişemediği iddia edilebilir. Diğer kullanıcılar ve grupların kutuplaştırıldığı ya da dışlandığı söylemler bağlamında değerlendirildiğinde, kullanıcılar kimlik ve ideoloji

temelli bölünme yaşayarak grup kutuplaşmasına daha fazla katkı sunma riski barındırmaktadır. Bu durum kamusal alan için gerekli olan müzakere pratiklerinin de önünü kapatabilir.

Türkiye’de kamusal alanın niteliği tek tipli ve kapalı olarak ortaya çıkmıştır. Çalışma bulgularında görüleceği üzere, bireyler sadece kendi fikirlerine paralel sosyal medya hesaplarını takip etmekte ve sadece kendileri gibi olanların ya da kendi cemaatlerinden olan bireylerin sesini duyarken diğer sesleri duymaz hale gelmişlerdir. Böylece kapalı, tabakalaşmış, karmaşık ve parçalanmış çoğulluklardan oluşan bir alan olarak ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu parçalanmış çoğulluklar tek tek incelendiğinde, grupların ortak çıkar ve benzer fikirler çerçevesinde bölündüğü, tek tipli ve kapalı bir yapı görünümü sergilediği söylenebilir. Dolayısıyla bu noktadan hareketle, Türkiye’deki kamusal alan niteliklerinin sosyal medyaya da benzer şekilde yansıdığı ve siberbalkanizasyona yol açtığı iddia edilebilir.

Çalışmadaki söylem biçimi analiz edildiğinde; kamusal, siyasal, özel ve enformasyonel olmak üzere dört ayrı söylem biçimine ulaşılmış ve çoğu tweette bu söylem biçimlerinin iç içe geçtiği tespit edilmiştir. Söylem biçimlerinin iç içe geçmesinin bir sonucu olarak, kamusal alanda bulunması zorunlu olan kamusal söyleme bazen nefret söylemi, bazen siyasal söylem bazen de kişilerin özel bilgileri ve kendilerini bir uzman olarak öne çıkarmaları hali eşlik ederek, kamusal tartışmaları sınırlandırıcı ve kamusal alan oluşumunu engelleyici bir etkinin varlığı saptanmıştır. Habermasyan modelde, kamusal söylemde idealler var olduğu için söylemin doğasında yer alan çeşitli standartlar bulunmaktadır. Çalışmada gerçekleştirilen söylem biçimi analizinde görülebileceği üzere, tweetlerde yer alan söylemler gerçekliğin çoğu zaman ideallerin gerisinde kalması sonucunu doğurmuştur. Kamusal söylemin diğer söylemlerle iç içe geçmesi ve Twitter’ın 280 karakterle sınırlı olması nedeniyle Habermas’ın modelindeki ideal diyalog standartları sağlanamamıştır. Buna ek olarak Arendt’in modelinde yer alan ortak meselelerdeki kamusal tartışmanın yerini özel ekonomik çıkarların alabileceği korkusu dijital kamusal alan oluşumu için de geçerli olmuş ve dijital ortamdaki kamusal alan oluşumuna negatif bir etkide bulunmuştur. Ortak bir paydada buluşamama, ortak sorunlar hakkında müzakere edememe ve sınırlı kamusal söylem sonucunda bu alanda farklılık ve etkileşim azalmıştır. Dolayısıyla filtre balonları ve yankı odaları etkisi ile giderek birbirine benzeyen ve düşünemeyen bireyler ortaya çıkabilir. Bu tür alanlarda eylemler yerini davranışa, farklılıklar standartlaşmaya,

düşünce ise itaate bırakma tehlikesi taşımaktadır. Dolayısıyla Arendt'in bakış açısı bağlamında, dijital kamusal alanda bugün yaşananlar, kamusal alan ile özel alan arasındaki sınırların bulanıklaşması ve bu alanların birleşmesi süreci olarak düşünülebilir. Dijital ortamdaki kamusal ve özel alan arasındaki sınırların birleşmesi, doğası gereği iki yönlü ve karşılıklı işleyen bir süreçtir. Bu durum bir yandan, ekonomik kaygılardan ötürü izleyici kısıtlama mekanizmaları ya da filtre balonları ve yankı odaları bağlamında kamusal alanın özelleştirilmesiyle sonuçlanmaktadır. Öte yandan, özel alanın diğer bir deyişle kullanıcıların özel alana ilişkin verilerinin kamusal alanda ifşa edilmesiyle veya siyasi ve ekonomik amaçlar için kullanılmasıyla özel alanın kamusal alanla birleşmesi ve siyasallaşması türü bir sonuçla da karşılaşabilir.

Dijital kamusal alana dair yapılan yorumlar ve değerlendirmeler, bu alanın, diğer kamusal alan modellerine getirilen eleştirilere bir cevap niteliği taşıma umudunu içerisinde barındırmaktadır. Çalışmada yer alan analizlerden ve bulgulardan anlaşılacağı üzere, çalışmada potansiyel olarak var olduğu düşünülen dijital kamusal alanın, düşünüldüğü ve ümit edildiği gibi yeni bir tür kamusal alan olmadığı iddia edilebilmektedir. Bu alan, klasik modellerdeki açıkları kapatamamış ve eleştirilere çözüm getirememiştir. Habermas ve Arendt'in kamusal alan modelleri incelendiğinde bu modellere getirilen en büyük eleştirilerin kapsayıcılık bağlamında yapıldığı görülmektedir. Çünkü bu modeller, içerisinde kadınları, köleleri, vatandaşları ve Yunan olmayanları barındırmamaktadır. Dijital kamusal alan da benzer şekilde bu kapsayıcılığı gerçekleştirilememiştir. Bu alan sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel olarak alt düzeyde yer alan sınıfları, teknolojik enformasyona sahip olmayanlar, internete erişimi olmayanlar ve gerekli cihazlara sahip olmayanları kapsayan bir alan değildir. Kluge ve Negt'in modeli ise bireysellik ön planda olduğu için eleştirilmiştir. Benzer durum dijital kamusal alan için de geçerlidir ve bu alanda da bireysellik ön plandadır. Kullanıcılar daha çok sahip oldukları düşünce ve ideolojilere yakın kişileri takip ederek öznel bir alan oluşturmaktadır. Son olarak Liberal modeldeki tarafsızlık, eşitlik ve azınlık haklarının korunması Habermas'ın ve Arendt'in modellerinde olduğu gibi gerçekleştirilemediği iddia edilmektedir. İletişimsel kısıtlamalar ve bu alanın siyasal açıdan sınırlı olması dijital kamusal alan için de geçerlidir. Özellikle sansür ve otosansür bağlamında değerlendirildiğinde bu alanın iletişimsel kısıtları içerisinde barındırabildiği düşünülmektedir.

Buna ek olarak Arendt'in modelinde yer alan, kamusal alanın devasa homojen bir varlık olmaması ve yerel kamusal alanlardan oluşması fikri ile Kluge ve Negt'in heterojen kamusal alan düşüncesi, çalışmada dijital kamusal alanın heterojen bir alan olması ve içinde çoklu kamusal alanları barındırması tespiti ile uyumlu görünmektedir. Arendt'in kamusal alanda yerelliği aşırı merkezileştirme tercihi ve toplumun yerel topluluklar aracılığıyla kendi kendini örgütlenme fikriyle, sosyal medyada bulunan çoğul dijital kamusal alanların birbirine bağlı olmasına rağmen yine de ayrı topluluklar olarak birçok alandan oluştuğu gerçeğiyle paralellik göstermektedir. Bu bağlamda, kamusal alanın gelişimi için sosyal ağlar özelinde Twitter çok çeşitli fikirlerin oluşturulmasına ve yayılmasına katkı sunabilmektedir; fakat bu durum dijital ortamda bir kamusal alan oluştuğunun kesin bir kanıtı olarak ortaya çıkmayabilir.

Çalışmada *Kanal İstanbul* tartışmalarında kullanıcıların Twitter paylaşımlarının, toplum için kamusal bir müzakereye hizmet eden kamusal bir söylem barındırmadığına ve sahip oldukları ideolojiler ve özel alanlarına ilişkin yetkinliklerini belirterek, kamuoyu oluşturamayacak, siyasal ve enformasyonel yönü baskın bir dil kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya algoritmalarının yankı odaları ve filtre balonları ile sarmalanması ve kullanıcıların otosansür uygulamaları nedeniyle, dijital ortamda oluşabilecek bir kamusal alanın rasyonel demokratik bir tartışma zemini olma özelliği neredeyse kaybedilmiştir. Twitter'da yer alan tartışmalar özgün nitelikler taşıyan kişiselleştirilmiş ve kendi düşüncelerini onaylayan ve/veya karşıt düşünceleri yeren bir söylem kullanımının yaygınlaşmasına sebebiyet vermiştir. Böylece sosyal medyada potansiyel olarak oluşabilecek bir kamusal alanın, kamusal bir mekân olarak bile müzakere niteliklerini zayıflatmıştır.

Twitter'da varlığı incelenen ve potansiyel bir kamusal alan olduğu düşünülen bu alanın, çalışmada bahsi geçen diğer modellerin ötesine geçerek yeni tür bir kamusal alan olarak ortaya çıktığı kanıtlanamamıştır. Dahası ortaya çıkan sonuçlar bağlamında, Twitter özelindeki dijital ortamlarda rasyonel bir tartışmanın oluşabilmesine yönelik kamusal beklentilerin ve çıkarların tartışılacağı, ortak sorunlara ve beklentilere dair çözüm üretebilecek potansiyel ümitleri de zayıflatmıştır. Öte yandan çalışma Twitter'ın da içinde bulunduğu sosyal medya ortamlarının bir kamusal alan olarak sınırlı ve heterojen olduğunu öne süren ve diğer modellere yönelik eleştirileri de içinde barındıran çalışmaların savlarını desteklemektedir. Sonuç olarak bu çalışma Twitter'ın dijital bir kamusal alan olarak işlevlerini bile sınırlı bir şekilde yerine getirdiğini fakat kamusal bir

alan oluşturamasa “coğrafi” ve “yer” yönüne vurgu yapacak şekilde kamusal söylemler ve tartişmalar için kamusal bir mekân olma özelliği taşıdığını iddia etmektedir.

KAYNAKLAR

- Abdalla, K. J. (2019). Potential Youth's Civic Engagement on Virtual Public Sphere in Developing World. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 5(5), 21-30.
- Adaklı, G. (2010). Neoliberalizm ve Medya: Dünyada ve Türkiye'de Medya Endüstrisinin Dönüşümü. *Mülkiye Dergisi*, 34 (269), 67-84.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. İstanbul: Kabalcı.
- Aghaei, S., Nematbakhsh, M. A., & Farsani, H. K. (2012). Evolution Of the World Wide Web: From 1.0 to 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*, 1-10.
- Aichner, T., & Jacob, F. H. (2015). Measuring the Degree of Corporate Social Media Use. *International Journal of Market Research* 57 (2), 257-275.
- Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması*. İstanbul: Elif Yayınevi.
- Akinbobola, Y. (2015). Theorising the African digital public sphere: a West African odyssey. *African Journalism Studies*, (36)4, 47-65.
- Akıncı Vural, B., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5) s. 3348-3382.
- Akşit, E. E. (2009). Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye'de Kamusal Kavramının Dönüşümü ve Dışladıkları. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(1), 1-21.
- Aktaş, C. (2007). Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması. G. Erol içinde, *Medya Üzerine Çalışmalar* (s. 107-120). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Aktaş, H. (2004). *Bir Siyasal İletişim Ortamı Olarak İnternet*. Konya: Tablet Kitabevi.
- Akveran, S. (2018). Ana Akım Medya Karşısında Alternatif Medya İhtiyacı ve Etik. *Adnan Menderes Üniversitesi Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergisi*, 1(1), 10-31.
- Akyazı, E., & Aslan, P. (2013). C. Bilgili (Ed.), & G. Şener (Ed.). içinde İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- Akyol, O. (2015). Yeni İletişim teknolojilerinin Ortak Özellikleri. M. G. Genel içinde, *Yeni Medya Araştırmaları 1: Güncel Tartışmalar Ekseninde* (s. 1-42). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Albrechtslund, A. (2008). Online Social Networking as Participatory Surveillance. *First Monday*, 13(3).
- Alejandro, R. (1993). *Hermeneutics, Citizenship and the Public Sphere*. Albany, New York: State University of New York Press.
- Alexander, J. C. (2006). *The Civil Sphere*. Oxford: Oxford University Press.
- Al-Khalifa, H. S., & Al-Salman, A. (2006). From Web 1.0 to Web 2.0 and Beyond: Is the Web Becoming More Accessible For People With Visual Impairments? *The Eighth International Conference on Information Integration and Web-based Applications Services* (s. 1-11). Yogyakarta, Indonesia: iiWAS'2006.

- Alper (Ed.), A., Akyol, C., Ünal, E., Aydın, F., Debbağ, G., Öztürk, G., Kemeriz, Z. (2012). *Sosyal Ağlar*. Eskişehir: Pelikan Yayıncılık.
- Al-Saggaf, Y. (2006). The online public sphere in the Arab world: The war in Iraq on the Arabiya Website. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(1), 311-334.
- Althusser, L. (2002). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Anar, E. (2000). *Çağdaş Bir Efsane: "İnternet"*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Forumu Vakfı Yayınları.
- Anderson, R. (2007). Thematic Content Analysis: Descriptive Presentation of Qualitative Data. 03 02, 2021 tarihinde <http://www.wellknowingconsulting.org/publications/pdfs/ThematicContentAnalysis.pdf> adresinden alındı
- Andrade, P. (2013). Sociological ontology of the digital public sphere: the case of Web 2.0/3.0. *Comunicação e Sociedade*, 23, 202-216.
- Arendt, H. (1996). *Geçmişle Gelecek Arasında*. (B. S. Şener, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arendt, H. (2018). *İnsanlık Durumu*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arora, P. (2015). Web 2.0 (and Beyond). R. Mansell(Ed.), & P. H. Ang(Ed.) içinde, *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society* (s. 1-3). Chichester, UK: John Wiley & Sons, Inc.
- Asen, R. (2017). Neoliberalism, the public sphere, and a public good. *Quarterly Journal of Speech*, 103(4), 329-349.
- Ashraf, D., & Lakhtaria, K. (2011). The Impact of the New Web 2.0 Technologies in Communication, Development, and Revolutions of Societies. *Journal of Advances in Information Technology*, 2(4), 204-216.
- Aşman Alikılıç, Ö. (2011). *Halkla İlişkiler 2.0 Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar Yeni Teknikler*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Atabek, N. (2002). Kamuoyu, Medya ve Demokrasi. *Kurgu Dergisi*, 19(19), 223-238.
- Ausserhofer, J., & Maireder, A. (2013). National Politics on Twitter. *Information Communication and Society*, 16(3), 291-314.
- Avcı, A. (2008). Türkiye’de Kamusal Alan ve Televizyon: Vatandaş Televizyonundan Tüketici Televizyonuna Dönüşüm. İstanbul, Yayımlanmamış Doktora Tezi: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Avcıoğlu, G. Ş. (2014). Sosyal bilimlerde internet anketi uygulamaları: cevaplama oranı, veri kalitesi, örneklem sorunları ve çözümleri. *International Journal Of Human Sciences*, 11(2), 89-113.
- Aydın, M. (2002). Bir Siyasal Mahremiyet Alanı Olarak “Kamusal” ve Kılık Kıyafet Sorunu. *Umran Dergisi*, 96, 77-81.
- Aziz, A. (2010). *İletişime Giriş*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Babacan, M. E. (2014). Sosyal Medya Sonrası Yeni Toplumsal Hareketler. *Birey ve Toplum*, 4(1) 135-160.

- Babacan, M. E., Haşlak, İ., & Hira, İ. (2011). Sosyal Medya ve Arap Baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(2), 63-92.
- Bacık, G. (2003). Devlet ve Birey Aşınırken Kamusal Alanı Düşünmek. *Sivil Toplum*, 1(2), 25-29.
- Bahçeci, H. I. (2018). Kent Mekanında Kamusal Alan: Richard Sennet Perspektifinde Bir İnceleme. *Memleket Siyaset Yönetim (MSY) Dergisi*, 13(29), 111-128.
- Balakrishnan, V., & Lay, G. C. (2015). Students' Learning Styles and Their Effects on the Use of Social Media Technology for Learning. *Telematics and Informatics*, 3(33), 808-821.
- Balubaid, M. A. (2013). Using Web 2.0 Technology to Enhance Knowledge Sharing in an Academic Department . *Procedia - Social and Behavioral Science*, 102(3/4), 406-420.
- Barabas, J., & Jerit, J. (2009). "Estimating the Causal Effects of Media Coverage on Policy-Specific Knowledge. *American Journal of Political Science*, 53(1), 73-89.
- Barbera, P., Jost, T. J., Nagler, J., Tucker, J. A., & Bonneau, R. (2015). Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than An Echo Chamber? *Psychological Science*, 26(10), 1531-1542.
- Barbier, F., & Lavenir, C. B. (2001). *Dideret'tan İnternete Medya Tarihi*. İstanbul: Okuyan Us Yayıncılık.
- Barnes, S. J., & Böhringer, M. (2011). Modeling Use Continuance Behaviour in Microblogging Services: The Case of Twitter. *Journal of Computer Information Systems*, 51(4), 1-10.
- Bartelson, J. (2009). Is There a Global Society? *International Political Sociology*, 3(1), 112-115.
- Başer, A. (2010). Yeni İletişim Teknolojilerinin Evriminde Televizyonun Yeri. F. Aydoğan, & A. Akyüz içinde, *İkinci Medya Çağında İnternet* (s. 36-60). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Başlar, G. (2013). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm. XV. *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* (s. 823-831). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Batorski, D., & Grzywinska, I. (2017). Three Dimensions of The Public Sphere on Facebook. *Information, Communication & Society*, 21(3), 356-374.
- Baudrillard, J. (2017). *Tüketim toplumu söylenceleri yapıları*. (N. Tural, & F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2010). *Küreselleşme- Toplumsal Sonuçları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2010). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2016). *Akışkan Gözetim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Benhabib, S. (1992a). "Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jurgen Habermas. C. Caulhoun içinde, *Habermas and the Public Sphere* (s. 72-98). Cambridge: MIT Press.
- Benhabib, S. (1992b). *Situating the Self: Gender, Community and Postmodernism in Contemporary Ethics*. Cambridge: Polity Press.

- Benhabib, S. (1999). Müzakereci Bir Demokratik Meşruiyet Modeline Doğru. S. Benhabib (Der.) (Dü.) içinde, *Demokrasi ve Farklılık: Siyasal Düzenin Sınırlarının Tartışmaya Açılması* (Z. Gürata, & C. Gürsel, Çev.). İstanbul: Demokrasi Kitaplığı.
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks*. New Heaven, CT: Yale University Press.
- Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Benmamoun, M., Kalliny, M., & Cropf, R. A. (2012). The Arab Spring, MNEs, and virtual public spheres. *Multinational Business Review*, 20(1), 26-43.
- Bennet, W. L., & Entman, R. M. (2001). Mediated Politics: An Introduction. W. L. Bennet, & R. M. Entman (Dü) içinde, *Mediated Politics: Communication In The Future Of Democracy* (s. 1-32). New York: Cambridge University Press.
- Bernard, R. H. (2001). *Research Methods in Anthropology*. New York: Altamira Press.
- Best, K. (2010). Living In the Control Society: Surveillance, Users and Digital Screen Technologies. *International Journal of Cultural Studies*, 13(1), 5-24.
- Biber, A. (2009). Türkiye’de Sivil Alanın Darlığının Tarihsel Nedenleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(3), 27-42.
- Binark, M. (2014). Giriş. M. Binark (Der.) içinde, *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (s. 15-25). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Binark, M., & Bayraktutan, G. (2013). *Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Binark, M., Yıldırım, A., Toprak, A., Aygül, E., Börekçi, S., & Çomu, T. (2009). *Toplumsal paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım"*. İstanbul: Kalkedon.
- Bohman, J. (2004). Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy. *The Social Review*, 52(1), 131-155.
- Borchgrave, A. D., Cilluffo, F. J., Cardash, S. L., & Ledgerwood, M. M. (2001). *Cyber Threats and Information Security: Meeting the 21st Century Challenge*. Michigan: CSIS Press.
- Bosch, T. (2010). Digital journalism and online public spheres in South Africa. *Communicatio: South African Journal for Communication Theory and Research*, 36(2), 265-275.
- Bostancı, M. (2010). Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. Kayseri, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bostancı, M. (2015). *Sosyal Medya ve Siyaset*. Konya: Palet Yayınları.
- Bostancı, M. N. (2011). *Siyaset ve Medya: Alacakaranlığın İki Atlısı*. Mayıs: Özgür Yayınları.
- Bourdieu, P. (2006). *Karşı Ateşler*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Boyd, D. (2009, February 26). Social Media is Here to Stay... Now What? Redmond,, Washington, <https://www.danah.org/papers/talks/MSRTechFest2009.html>: Microsoft Research Tech Fest.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Boyd, D., Golder, S., & Lotan, G. (2010). Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter. *HICSS-43. IEEE: Kauai, HI*, January 6.
- Bozkurt, V. (1999). Sanal Cemaatler. *Birikim Dergisi*, 127, 65-72.
- Brainard, L. A. (2009). Cyber-communities. H. K. (Ed.)Anheier, & S. (Ed.) Toepler (Dü) içinde, *International Encyclopedia of Civil Society* (s. 587-600). New York: Springer Science & Business Media.
- Bródka, P., Skibicki, K., Kazienko, P., & Musiaá, K. (2011). A Degree Centrality in Multi-layered Social Network. *2011 International Conference on Computational Aspects of Social Networks (CASoN)* (s. 237-242). IEEE.
- Bruce Bimler, “. . (2002). İnternet ve Siyasi dönüşüm: Hızlandırılmış Çoğulculuk. *Cogito "İnternet Üçüncü Devrim?"*(30), 166-174.
- Brundidge, J. (2010). Encountering “Difference” in the Contemporary Public Sphere: The Contribution of the Internet to the Heterogeneity of Political Discussion Networks. *Journal of Communication*, 680-700.
- Bruns, A., & Highfield, T. (2016). Is Habermas on Twitter? Social Media and the Public Sphere. A. Bruns, G. Enli, E. Skogerbo, A. O. Larsson, & C. Christensen (Dü) içinde, *The Routledge Companion to Social Media and Politics* (s. 98-130). New York: Routledge.
- Bruns, A., & Stieglitz, S. (2014). Metrics For Understanding Communication On Twitter. K. (Ed.) Weller, A. (Ed.) Bruns, J. (Ed.) Burgess, M. (Ed.) Mahrt, & C. (Ed.) Puschmann (Dü) içinde, *Twitter and Society* (s. 69-82). New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Burt, R. S. (1984). Network items and the general social survey. *Social networks*, 6(4), 293-339.
- Butow, E., & Bollwitt, R. (2012). *Blogging to Drive Business: Create and Maintain Valuable Customer Connections*. Indianapolis, Indiana: Que Publishing.
- Büyükaslan, A. (2015). Sosyalleşmenin Boyutu. A. Büyükaslan (Ed.), & M. A. Kırık (Ed.) içinde, *Sosyal Medya Araştırmaları-2* (s. 15-20). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Calhoun, C. (1992). *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Calvo, D., & Campos-Domínguez, E. (2016). Participation and topics of discussion of Spaniards in the digital public sphere. *Communication & Society* 29(4), 219-234.
- Candon, P. (2012). A Triumph of Rhetoric over Practice? The 'Online Public Sphere' and Political Discourse in Ireland's General Election 2011. *Irish Studies in International Affairs*, 23, 59-74.
- Cangızbay, K. (2010). Globalleşme ve Kamusal Alan. M. Özbek (Dü.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 285-307). İstanbul: Hil Yayınları.

- Cardosa, G. (2006). *The Media in the Network Society: Browsing, News, Filters and Citizenship*. Lisboa, Portugal: CIES – Centre for Research and Studies in Sociology.
- Carey, J. (1995). The Press, Public Opinion and Public Discourse. T. L. Glasser, & C. T. Salmon içinde, *Public Opinion and the Communication of Consent* (s. 373-402). New York: Guilford.
- Caridà, A., & Colurcio, M. (2013). Viral Marketing Communication: Just Sales or More? *Business Systems Review*, 2(1), 99-110.
- Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections On The Internet, Business, And Society*. New York: Oxford University Press.
- Castells, M. (2008). *Kimliğin Gücü - Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt 2*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2008a). *Enformasyon Çağı:Ekonomi, Toplum ve Kültür - Birinci Cilt Ağ Toplumunun Yükselişi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2008b). The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 78–93.
- Castells, M. (2014). The Impact of the Internet on Society: A Global Perspective. M. Castells, D. Gelernter, J. Vázquez, E. Morozov, & M. Hyppönen içinde, *Change: 19 Key Essays on How the Internet Is Changing Our Lives* (s. 132-147). Nashville, Tennessee: Turner Publishing.
- Castells, M. (2015). *Networks Of Outrage And Hope Social Movements in The İnternet Age*. Cambridge: Polity Press.
- Cengiz, G. (2015). Yeşim Ustaoglu Sinemasının Kamusal Alan Bağlamında İçerik Analiz Yöntemiyle İncelenmesi: "Güneşe Yolculuk" ve "Bulutları Beklerken" Film Örnekleri. *Akademik Bakış Dergisi*,50, 20-32.
- Chan, C.-h., & Fu, K.-w. (2017). The Relationship Between Cyberbalkanization and Opinion Polarization: Time-Series Analysis on Facebook Pages and Opinion Polls During the Hong Kong Occupy Movement and the Associated Debate on Political Reform. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 266–283.
- Chaney, P. (2009). *The Digital Handshake: Seven Proven Strategies to Grow Your Business Using Social Media*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Charles, A. (2012). *Interactivity: New Media, Politics and Society*. Oxford: Peter Lang.
- Cho, A., & Giustini, D. (2008). Web 3.0 and health librarians: an introduction. *JCHLA / JABSC*, 13-18.
- Choi, S. (2015). The Two-Step Flow of Communication in Twitter-Based Public Forums. *Social Science Computer Review*, 33(6), 696-711.
- Colleoni, E., Rozza, A., & Arvidsson, A. (2014). Echo Chamber or Public Sphere? Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data. *Journal of Communication*, 64(2), 317–332.
- Collier, M. (2012). *Social Media Commerce for Dummies*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- Comm, J. (2009). *Twitter Power: How to Dominate Your Market One Tweet at a Time*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Constantinides, E., & Fountain, S. (2008). Web 2.0: Conceptual Foundations and Marketing Issues. *Journal of Direct Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 231-244.
- Coşkun, M. K. (2006). Toplumsal Hareketler ve Proleter Kamusal Alan. *Ekonomik Yaklaşım*, 17(60-61), 143-155.
- Crack, A. M. (2007). Transcending Borders? Reassessing Public Spheres in a Networked World. *Globalizations*, 4(3), 341-354.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2003). *Media/Society: Industries, Images and Audiences*. London: Sage Publications.
- Cuilenburg, J. V. (2010). Medya ve Demokrasi. B. Çaplı, & H. Tuncel içinde, *Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 99-124). Ankara: Farsa Matbaacılık.
- Curran, J. (1997). Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Bıçme. S. İ. (Der.) içinde, *Medya Kültür ve Siyaset* (s. 139-197). Ankara: Ark Yayınları.
- Çaha, Ö. (1999). *Sivil Toplum, Aydınlar ve Demokrasi*. İstanbul: İz Yayınları.
- Çaha, Ö. (2003). Mahrem Kamusal Alan. *Sivil Toplum*, 1(2), 79-88.
- Çaha, Ö. (2004). İdeolojik Kamusal Alanın Krizi. *Açık Toplum Yazıları* (s. 62-80). içinde Ankara: Liberte Yayınları.
- Çaha, Ö. (2014). İdeolojik Kamusalın Sivil Kamusala Dönüşümü. *Doğu Batı*, 2(5), 81-103.
- Çakıcı, A. (2007). Örgütlerde Sessizlik: Sessizliğin Teorik Temelleri ve Dinamikleri. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 145-162.
- Çakır Aydın, M. (2004). Gelişen İletişim Teknolojileri ve Gerileyen İletişim Süreci. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 20, 117-122.
- Çakır, H. (2007a). *Gazeteciliğe Giriş*. Konya: Tablet Yayınları.
- Çakır, H. (2007b). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 123-149.
- Çakır, M. (2015). *İnternette Gösteri ve Gözetim Eleştirel Bir Okuma*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Çalık, M., & Sözbilir, M. (2014). İçerik analizinin parametreleri. *Eğitim ve Bilim*, 39(174), 33-38.
- Çatalbaş, S., & Kaya, B. (2017). Gözetim Toplumu ve Distopik Filmlerde Göz'ün İktidarı: The Lobster ve Equilibrium Filmlerinin Analizi. *Online Academic Journal of Information Technology*, 8(30), 21-44.
- Çaycı, B. (2016). Medyada gerçekliğin inşası ve toplumsal denetim. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 25, 84-96.
- Çekiç, A., & Erkul, E. R. (2012). Türkiye'de Kamu Hizmetlerinde Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kullanımı. M. Z. Sobacı (Ed.), & M. Yıldız (Ed.) içinde, *E-Devlet: Kamu Yönetimi ve Teknolojisi İlişkisinde Güncel Gelişmeler* (s. 279-292). Ankara: Nobel Yayınevi.

- Çelebi, A. (2010). Kamusal Alan ve Sivil Toplum: Siyasal Bir Değerlendirme. M. Özbek (Dü.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 237-284). İstanbul: Hil Yayınları.
- Çetinkaya, Y. D. (2008). 1908 Devrimi'nde Kamusal Alan ve Kitle Siyasetinde Dönüşüm. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*(38), 125-140.
- Çığ, Ü. (2018). Neoliberal Dönemde Medyanın Dönüşümü ve Gerbner'i Yeniden Düşünmek. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*(29), 1-20.
- Çiğdem, A. (2010). Kamusal Alan, Kamusal Din ve Kamusal Akıl. M. Özbek (Dü.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 501-513). İstanbul: Hil Yayınları.
- Çırakman, A. (2002). Bir Meşruiyet Sorunu Olarak Siyasal Adalet. E. F. Keyman içinde, *Liberalizm, Devlet, Hegemonya* (s. 105-147). İstanbul: Everest Yayınları.
- Çomu, T., & Halaiqa, İ. (2015). Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi. M. Binark (Der.) (Dü.) içinde, *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (s. 26-87). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çöteli, S. (2017). *Sanal Kamusal Alan ve Toplumsal Hareketler Sibermekanlara Çağrı*. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Da Costa, O., Cachia, R., Compano, R., & Amanatidou, E. (2011). Using Online Social Networks to Look at the Future. R. D. Sullivan(Ed.), & D. P. Bartell(Ed.) içinde, *Future of the Internet: Social Networks, Policy Issues and Learning Tools (Internet Theory, Technology and Applications)* (s. 1-24). New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Dacheux, E. (2012). *Kamusal Alan: Demokrasinin Anahtar Bir Kavramı*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dağtaş, E. (2007). Yurttaşlık Haklarının İnşası Ekseninde Eskişehir Yerel Basınından Çevrimiçi Bir Örnek: Midas Gazetesi. M. Binark (Der.) (Dü.) içinde, *Yeni Medya Çalışmaları* (s. 97-146). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Dahlberg, L. (2007). The Internet, deliberative democracy, and power: Radicalizing the public sphere. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 3(1), 47-64.
- Dahlgren, P. (1995). *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage Publications.
- Dahlgren, P. (2001). The Public Sphere and the Net: Structure, Space and Communication. W. L. (Ed.) Bennett, & R. M. (Ed.) Entman (Dü.) içinde, *Mediated Politics: Communication In the Future of Democracy* (s. 33-55). New York: Cambridge University Press.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication* 22(2), 147-162.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- De Cock, B., & González Arias, C. (2018). Reference to Self and Other in the Digital Public Sphere: The Case of Political Blogs. *Journal of Psycholinguistic Research*, 47(2), 343-354.
- Dean, J. (2003). Why The Net is not a Public Sphere. *Constellations*, 95-112.
- DeJong, S. M. (2013). *Blogs and Tweets, Texting and Friending: Social Media and Online Professionalism in Health Care*. London: Elsevier Inc.

- Dekker, R., & Bekker, V. (2015). The contingency of governments' responsiveness to the virtual public sphere: A systematic literature review and meta-synthesis. *Government Information Quarterly*, 32(4), 496-505.
- Demir, S., & Sesli, M. (2007). Kamusal Alan (Türkiye’de Kamusal Alan Kavramlaştırılmasının Muhtevası: Tektopluluk mi, Çogulculuk mu?). *Sosyal Bilimler Arastirmaları Dergisi*, 2(1), 273-292.
- d'Entreves, M. P. (2006, 07 27). *Hannah Arendt*. Stanford Encyclopedia of Philosophy: <https://plato.stanford.edu/entries/arendt/#CitPubSph> adresinden alındı
- Deveci, C. (1998). Siyasetin Sınırı Olarak Kamusalılık: Arendt'in Kant'tan Çıkarsadıkları. *Doğu Batı*, 2(5), 111-128.
- Dictionary, O. (2019, 07 10). *English Oxford Living Dictionaries*. Social media: https://www.lexico.com/en/definition/social_media adresinden alındı
- Dictionary, O. E. (tarih yok). *Online Etymology Dictionary*. Online Etymology Dictionary: <https://www.etymonline.com/search?q=media> adresinden alındı
- Doğanay, Ü. (2003). *Demokratik Usuller Üzerine Yeniden Düşünmek*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Donat, O., & Savaş Yavuzçehre, P. (2016). Batı’da ve Osmanlı’da Kamusal Mekanın Tarihsel Süreçteki Değişimi. *Akademik Sosyal Arastirmalar Dergisi*, 4(26), 505-519.
- Douai, A., & Nofal, H. K. (2012). Commenting in the Online Arab Public Sphere: Debating the Swiss Minaret Ban and the “Ground Zero Mosque” Online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 266-282.
- Downing, J. D., Villarreal Ford, T., Gil, G., & Stein, L. (2001). *Radical media: Rebellious Communication and Social Media Movements*. London: Sage Publication.
- Doyuran, L. (2018). Medyatik Bir Çalışma Alanı Olarak Eleştirel Söylem Çözümlemesi (Televizyon Dizileri Örneğinde). *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 301-323.
- Durmuş, B., Yurtkoru, S., Ulusu, Y., & Kılıç, B. (2010). *Facebook’tayız ‘Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere ve İşletmelere Yönelik İncelemesi : Facebook Üzerine Bir Arastırma*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Durmuş, M. (2012). Yeniden Kamusalılık! Kamusalılığı Yeniden Tanımlamak Ya Da Yerine Devrimci Bir Seçenek Koymak? *Türk Tabipleri Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 12(45), 34-48.
- Dursun, O. (2014). İnternet Üzerine Güncel Bir Panorama. H. Yüksel(Der.) (Dü.) içinde, *LaborComm 2014 5. Uluslararası İşçi ve İletişim Konferansı Bildiriler Kitabı* (s. 247-254). Ankara.
- Dursunoğlu, İ., & Kömür, G. (2018). Siyasal Toplumsallaşma Sürecinde Kitle İletişim Araçları: Geleneksel Medyadan Sosyal Medyaya. *International Journal of Social Science*, 7(71), 405-418.
- Duthely, R. (2017). Black Feminist Hip-Hop Rhetorics and the Digital Public Sphere. *Changing English*, 24(2), 202-212.
- Eiselt, H. A., Marianov, V., & Bhadury, J. (2015). Location Analysis in Practice. H. A. Eiselt, & V. Marianov (Dü) içinde, *Applications of Location Analysis* (s. 1-24).

Cham Heidelberg New York Dordrecht London: Springer International Publishing.

- el-Nawawy, M., & Khamis, S. (2011). Political Blogging and (Re) Envisioning the Virtual Public Sphere: Muslim– Christian Discourses in Two Egyptian Blogs. *International Journal of Press/Politics*, 16(2), 234-253.
- el-Nawawy, M., & Khamis, S. (2012). Divergent identities in the virtual Islamic public sphere: A case study of the English discussion forum ‘Islamonline’. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 5(1), 31-48.
- Engindeniz (Ed.), İ. (2019). *Medyada Nefret Söylemi ve Ayrımcı Söylem 2019 Raporu*. Hrant Dink Vakfı. 12 7, 2021 tarihinde alındı
- Enjolras, B., & Steen-Johnsen, K. (2017). The Digital Transformation of the Political Public Sphere: a Sociological Perspective. F. Engelstad, H. Larsen, J. Rogstad, & K. Steen-Johnsen içinde, *Institutional Change in the Public Sphere: Views on the Nordic Model* (s. 99-117). Berlin: De Gruyter Open.
- Eraslan, L. (2016). *Sosyal Medyayı Anlamak*. İstanbul: Nobel Akademi.
- Erbaysal Filibeli, T., & Şener, O. (2019). Manipüle Edilmiş Enformasyonel Bir Vitrin Ve Popülist Bir Enformasyon Alanı Olarak Twitter. *Moment Dergi Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 6(2), 492-515.
- Ercins, G. (2013). Demokrasinin Bir Önkoşulu Olarak Kamusal Alan ve Türkiyede Kamusal Alan Algısı. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 297-313.
- Erdem, B. K. (2011). Radikal Demokrasi Kuramı Bağlamında Yeni Medyanın Geleceği: ‘Wikileaks Örneği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(40), 5-24.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Erdoğan, M. (2006a). *Aydınlanma, Modernlik ve Liberalizm*. Ankara: Orion Yayınevi.
- Erdoğan, M. (2006b). Kamu Alanı ve Liberalizm: Birkaç Not. A. Karadağ içinde, *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 92-109). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Erdoğan, Z. (2014). *Pazarlama İlkeler ve Yönetim*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Ergin, D. Y. (1994). Örneklem Türleri. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(6), 91-102.
- Erkul, R. E. (2009). Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği*, 116, s. 96-101.
- Erol, A. (2003). Bir Kamusal İnşası Olarak Halkevleri. *Sivil Toplum*, 1(2), 59-67.
- Eröz, S. S., & Doğdubay, M. (2012). Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 133-157.
- Erragcha, N., & Romdhane, R. (2014). Social Network As a Marketing Tools. *British Journal of Marketing Studies*, 2(1), s. 79-88.
- Ersöz, S., & Meral, P. S. (2007). İnternet Okuryazarlığı ve Dijital Uçurum. (N. Türkoğlu & M. Cinman Şimşek) içinde, *Medya Okuryazarlığı* (s. 247-265). İstanbul: Kalemus Yayınları.

- Ertaş, H. (2015). Kamu Yönetiminde Sosyal Medyanın Kullanımı. H. Ertaş (Ed.) içinde, *Kamu Yönetiminde Sosyal Medya, Kuramdan Uygulamaya* (s. 15-42). Konya: Palet Yayınları.
- Fairclough, N. (1995a). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. New York: Longman.
- Fairclough, N. (1995b). *Media Discourse*. London & New York: Edward Arnold.
- Falay, N. (2014). Kamusal Alanın Oluşumu, Dönüşümü ve İktisadi Boyut. *Journal of Life Economics*, (2), 51-70.
- Felt, M. (2016). Social Media and The Social Sciences: How Researchers Employ Big Data Analytics. *Big Data & Society*, 3(1), s. 1-15.
- Fenton, N. (2018). Fake Democracy: The Limits of Public Sphere Theory . *Javnost - The Public*, 25(1-2), s. 28-34.
- Fernback, J., & Thompson, B. (1995). Virtual Communities: Abort, Retry, Failure? *International Communication Association*. New Mexico. 07 02, 2020 tarihinde <https://www.rheingold.com/texts/techpolitix/VCCivil.html> adresinden alındı
- Ferree, M. M., Gamson, W. A., Gerhards, J., & Rucht, D. (2002). Four Models Of The Public Sphere In Modern Democracies. *Theory and Society*, 31, 289-324.
- Ferree, M. M., Gamson, W. A., Gerhards, J., & Rucht, D. (2002). *Shaping Abortion Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. California: Pine Forge Press.
- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Flores-Yeffal, N. Y., Vidales, G., & Martinez, G. (2017). #WakeUpAmerica, #IllegalsAreCriminals: the role of the cyber public sphere in the perpetuation of the Latino cyber-moral panic in the US. *Information, Communication & Society*, 402-419.
- Fossum, J. E., & Schlesinger, P. (2007). The European Union and the Public Sphere, A Communicative Space in the Making? J. E. Fossum (Ed.), & P. Schlesinger(Ed.) (Dü) içinde, *The European Union and the Public Sphere, A Communicative Space in the Making?* New York, John Erik Fossum Philip Schlesinger: Routledge.
- Foucault, M. (1991). *Discipline and Punish : The Birth of the Prison*. New York: Vintage Books.
- Foucault, M. (2003). *İktidarın Gözü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2017). *Hapishanenin Dogusu*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Foucault, M. (1987). *Söylemin Düzeni*. (T. Ilgaz, Çev.) İstanbul: Hil Yayınları.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, 25/26, s. 56-80.
- Fraser, N. (2004). Hannah Arendt in the 21st Century. *Contemporary Political Theory*, 3(3), 253-261.

- Fraser, N. (2010). Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek: Gerçekte Varolan Demokrasinin Eleştirisine Bir Katkı. M. Özbek (Dü.) içinde, *Kamusal Alan* (M. Özbek, Çev., s. 103-132). İstanbul: Hil Yayınları.
- Friedland, L. A., Hove, T., & Rojas, H. (2006). The Networked Public Sphere. *Javnost-The Public/European Institute for Communication & Culture*, 13(4), s. 5-26.
- Fuchs, C. (2008). *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. New York: Routledge.
- Fuchs, C. (2010). Alternative Media as Critical Media. *European Journal of Social Theory*, 13(2), s. 173-192.
- Fuchs, C. (2012). Critique of the Political Economy of Web 2.0 Surveillance. C. Fuchs(Ed.), K. Boersma(Ed.), A. Albrechtslund(Ed.), & M. San(Ed.) içinde, *Internet and Surveillance The Challenges of Web 2.0 and Social Media* (s. 31-71). New York: Routledge.
- Fuchs, C. (2014). Social Media and the Public Sphere. *TripleC (Cognition, Communication, Co- Operation): Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 12(1), s. 57-101.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal Medya - Eleştirel Bir Giriş*. İstanbul: Nota Bene Yayınları.
- Fuchs, C. (2017). Google Kapitalizmi. Kolektif, & F. Aydoğan (Dü.) içinde, *Yeni Medya Kuramları* (Ç. Çavuşoğlu, Çev., s. 71-86). İstanbul: Der Yayınları.
- Garnham, N. (1992). The Media and the Public Sphere. C. Calhoun (Dü.) içinde, *Habermas and the Public Sphere* (s. 359-376). Cambridge: The MIT Press.
- Gbrich, C. (2007). *Qualitative Data Analysis: An Introduction*. London: Sage Publications.
- Gerhards, J., & Schäfer, M. S. (2010). Is the Internet a Better Public Sphere? Comparing Old and New Media In the USA and Germany. *New Media & Society*, 12(1), 143-160.
- Geuss, R. (2007). *Kamusal Şeyler, Özel Şeyler*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Gill, R. (2007). *Gender and The Media*. Cambridge: Polity Press.
- Gowan, J. M. (1998). *Hannah Arendt: An Introduction*. Minneapolis: The University of Minesota Press.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gökgöz, G. (2010). Web 2.0, Postmodern Toplum ve İletişimsel Demokrasi. *Akademik Bilişim '10 - XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* (s. 543-552). Muğla : Muğla Üniversitesi.
- Gökgür, P. (2008). *Kentsel Mekânda Kamusal Alanın Yeri*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Göksu, V. (2016). *Kamusal Alan ve Siyasal Katılma Mecrası Olarak Sosyal Medya*. Konya: Çizgi Yayınları.
- Göle, N. (1997). Gendered Nature of the Public Sphere. *Public Culture*, 10, s. 61-81.

- Gönenli, G., & Hürmeriç, P. (2012). Sosyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook'un Kullanımı. E. Özgen & T. Kara (Der.) içinde, *Sosyal Medya - Akademi* (s. 213-242). İstanbul: Beta Basım Yayım .
- Gunelius, S. (2010). *30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Techniques to Spread the Word About Your Business*. New York: McGraw-Hill Education.
- Gupta, R., & Brooks, H. (2013). *Using Social Media for Global Security*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Güçdemir, Y. (2010). *Sanal Ortamda İletişim: Bir Halkla ilişkiler Perspektifi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Gülsoy, T. (1997). *Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü*. İstanbul: Adam Yayınları.
- Gümüş, Ö. (2008). Anlamsal Web Servisleri Ortamında Bir Aracı Etmen Tasarımı ve Gerçekleştirimi. İzmir, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü: Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Güngör, N. (2011). *İletişim Kuram ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gürbilek, N. (2014). *Vitrinde Yaşamak: 1980'lerin Kültürel İklimi*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Gürcan, İ. (1999). *Sanal Gazetecilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gürsakal, N. (2009). *Sosyal ağ analizi*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Habermas, J. (1997). *Kamusal alanın Yapısal Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Habermas, J. (2005). Concluding Comments on Empirical Approaches to Deliberative Politics. *Acta Politica*, 40(3), 384-392.
- Habermas, J. (2010). Kamusal Alan. M. Özbek (Der.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 95-132). İstanbul: Hil Yayınları.
- Hafner, K., & Iyon, M. (2000). *Sihirbazların Gecelediği Yer: İnternet Tarihi*. İstanbul: Güncel Yayınları.
- Halavais, A. (2014). Structure of Twitter: Social and Technical. K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, C. Puschmann, & M. Mahrt (Dü) içinde, *Twitter & Society* (s. 29-42). New York: Peter Lang.
- Hansen, M. (2018). "Önsöz" Yirmi yılın Ardından Negt ve Kluge'nin Kamusal Alan Tecrübesi: Değişken Karışımlar ve Genişlemiş Alanlar. A. Kluge, & O. Negt içinde, *Kamusal alan ve Tecrübe* (s. 17-62). İstanbul: NotaBene Yayınları.
- Hardt, M., & Negri, A. (2003). *İmparatorluk*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hasan, S., Zhan, X., & Ukkusuri, S. V. (2013). Understanding Urban Human Activity and Mobility Patterns Using Large-scale Location-based Data from Online Social Media. *UrbComp '13: Proceedings of the 2nd ACM SIGKDD International Workshop on Urban Computing*, (s. 1-8). Chicago, Illinois, USA.
- Hassanzadeh, H., & Keyvanpour, M. R. (2011). A Machine Learning Based Analytical Framework For Semantic Annotation Requirements. *International Journal Of Web and Semantic Technology*, 2(2), 27-38.
- Hayek, F. A. (1997). *Hukuk, Yasama ve Özgürlük, Cilt III*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Hayek, F. A. (2004). *Kölelik Yolu*. Ankara: Liberte Yayınları.

- Hepburn, P. (2012). Local Governance and the Online Networked Public Sphere-A Case Study. *Journal of Information Technology & Politics*, (9)4, 370-387.
- Heywood, A. (2006). *Siyaset*. Ankara: Liberte Yayınları.
- Highfield, T., Harrington, S., & Bruns, A. (2013). Twitter as a Technology for Audiencing and Fandom: The #Eurovision Phenomenon. *Information, Communication & Society*, 16(3), s. 315-339.
- Hindman, M. (2008). What Is the Online Public Sphere Good For? J. Turow, & L. Tsui (Dü) içinde, *The Hyperlinked Society: Questioning Connections in the Digital Age* (s. 268-288). Michigan: University of Michigan Press; Digitalculturebooks.
- Hobsbawm, E. J. (2007). *Yeni Yüzyılın Eşiğinde*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Hoffman, M. (2017). *Habermas's Public Sphere: A Critique*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield.
- Hohendahl, P. U., & Silberman, M. (1979). Critical Theory, Public Sphere and Culture. Jürgen Habermas and His Critics. *New German Critique*, 16, 89-118.
- Holt, R. (2004). *Dialogue on the Internet: Language, Civic Identity, and Computer-Mediated Communication*. Westport: CT: Praeger.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Huisman, D. (2000). *Bir Medya Felsefesi İçin: Sokrates İntemet'te*. İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Ilgaz Büyükbaykal, C. (2008). Küresel Medya Yapılarının Yoğunlaşması. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31, 39-50.
- Iosifidis, P. (2011). The Public Sphere, Social Networks and Public Service Media. *Information, Communication & Society*, 14(5), s. 619-637.
- Iveson, K. (2007). *Publics and the City*. New York: Wiley-Blackwell.
- Jameson, F. (1988). On Negt and Kluge. S. Liebman içinde, *Alexander Kluge: Theoretical Writings, Stories, and an Interview* (s. 151-177). Cambridge: MIT Press.
- Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K., & Chowdury, A. (2009). Twitter Power: Tweets as Electronic Word of Mouth. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 60 (11), 2169-2188.
- Jarvis, J. (2012). *E-Sosyal Toplum: Dijital Çağda Sosyal Medyanın İş ve Gündelik Hayata Etkisi*. (Ç. Kök, Çev.) İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Jham, B. C., Duraes, G. V., Strassler, H. E., & Sensi, L. G. (2008). Joining the podcast revolution. *Journal of Dental Education*, 72 (3), 278-281.
- Jones, C. (1996). The Great Chain of Buying: Medical Advertisement, the Bourgeois Public Sphere, and the Origins of the French Revolution. *The American Historical Review*, 101(1), 13-40.
- Kaban Kadioğlu, Z. (2018). Türkiye'de Medya Sahipliği Ekseninde Mülkiyet Yapılarındaki Değişimin Kronolojik Analizi (1950-2010). *İnsan & İnsan*(16), 100-120.

- Kambil, A. (2008). What is your Web 5.0 strategy? *Journal of Business Strategy*, 29(6), 56-58.
- Kammer, A. (2015). Post-Industrial Cultural Criticism: The Everyday Amateur Expert and the Online Cultural Public Sphere. *Journalism Practice*, 9(6), 872-889.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2009). The fairyland of Second Life: About virtual social worlds and how to use them. *Business Horizons*, 52(6), s. 563-572.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! Challenges and Opportunities Of Social Media. *Business Horizon*, 53(1), 59-68.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2011). The Early Bird Catches the News: Nine things you should know about micro-blogging. *Business Horizons* 54 (2), 105-113.
- Kaplan, K., & Ertürk, E. (2012). Dijital Çağ ve Bireyin İdeolojik Aygıtları. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 2(4), 7-12.
- Kara, H. (2005). Bilgisayar/İnternet Teknolojisi ve Değişen Gazetecilik. S. Alankuş içinde, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya* (s. 97-140). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Karacasulu, N. (2009). Hegemonik Düzen Tartışmaları ve Eleştirel Görüşler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (4), 53-71.
- Karadağ, A. (2003). Kamusal Alan Modelleri: Çoğulcu Perspektiften Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58(3), 171-195.
- Karadağ, A. (2006). Kimlik/Fark, Demokrasi ve Kamusal Alan. A. Karadağ (Dü.) içinde, *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 1-4). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karadağ, A. (2006). Postmodernite ve Kamusal Alan: Mutlak Hakikat Arayışının Sonu. A. Karadağ (Dü.) içinde, *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 42-71). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karaduman, N. (2017). Popüler Kültürün Oluşmasında ve Aktarılmasında Sosyal Medyanın Rolü. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31(43), 7-27.
- Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri. *İletişim ve Diplomasi*(1), 131-156.
- Karakaya Polat, R. (2005). The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links. *European Journal of Communication*, 20(4), 435-459.
- Karakehya, H., & Kamer Usluadam, A. (2016). Neden Gözetl(en)iyoruz. *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* (3), 187-200.
- Karakoç, E., & Taydaş, O. (2015). Suskunluk Sarmalı Kuramı Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya. A. Büyükaslan (Ed.), & A. M. Kırık (Ed.) içinde, *Sosyal Medya Araştırmaları II: Sosyalleşen Olgular* (s. 117-129). Konya: Çizgi Kitapevi.
- Karataş, E. (2019). Medyada Kanaatler Üzerine: Kanaat Üreticileri Doksozoflar. *Etkileşim*, 4, 254-275.
- Karataş, Ş., & Binark, M. (2016). Yeni Medyada Yaratıcı Kültür: Troller ve Ürünleri 'Caps'ler. *TRT Akademi*, 1(2), 426 - 448.

- Katz, E. (2006). Rediscovering Gabriel Tarde. *Political Communication*, 23(3), 263-270.
- Kaya, R. (2009). *İktidar Yumağı Medya-Sermaye-Devlet*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Kaya, R., & Çakmur, B. (2015). Siyaset Bilimi ve Medya Çalışmaları. G. Atılğan (Haz.), & A. Aytekin (Haz.) içinde, *Siyaset Bilimi Kavramlar, İdeolojiler, Disiplinler Arası İlişkiler* (s. 567-577). İstanbul: Yordam Kitap.
- Keane, J. (1997). Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümleri. S. İrvan (Der) (Dü.) içinde, *Medya, Kültür Siyaset* (S. İrvan, Çev., s. 295-338). Ankara: Alp Yayınevi.
- Kedik, A. S. (2011). Kamusal Alan, Kent ve Heykel İlişkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 229-240.
- Kejanlıoğlu, D. B. (1995). Kamusal Alan, Televizyon ve Siyaset Meydanı. *Birikim*(68-69), 39-64.
- Kejanlıoğlu, D. B. (2010). Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı. M. Özbek (Ed.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 689-710). İstanbul: Hil Yayın.
- Keleş, R. (2012). Kamusal Alan, Kentleşme ve Kentlilik Bilinci. *Güney Mimarlık Dergisi*(10), 10-12.
- Kellner, D. (1997). Overcoming the Divide: Cultural Studies and Political Economy. M. Ferguson, & P. Golding içinde, *Cultural Studies in Question* (s. 102-120). London: Sage Publications Ltd.
- Kellner, D. (1999). Globalisation from below? Toward a radical democratic technopolitics. *Angelaki: Journal of the Theoretical Humanities*, 4(2), 101-113.
- Kellner, D. (2004). Tabandan Küreselleşme:Radikal Demokratik Bir Teknopolitikaya Doğru. M. Özbek(Ed.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 715-735). İstanbul: Hil Yayınları.
- Keskin, I. (2013). Global Köy'e "Siber Moda": Moda Blogları. G. Şener (Ed.), & C. Bilgili (Ed.) içinde, *Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler / Sosyal Medya ve Ağ Toplumları -1* (s. 163-176). İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- Keyman, F. (2014). Kamusal Alan ve Cumhuriyetçi Liberalizm: Türkiye'de Demokrasi Sorunu. *Doğu Batı Dergisi*, 2(5), 63-81.
- Khan, G. F. (2015). The Government 2.0 Utilization Model and Implementation. *Information Development*, 135-149.
- Khan, M. Z. (2014). Revitalization of The Public Sphere: A Comparison between Habermasian and The New Public Sphere. *Acta Universitatis Danubius. Communicatio*, 8(1), 41-57.
- Khan, M. Z., Gilani, I. S., & Nawaz, A. (2012). From Habermas Model to New Public Sphere: A Paradigm Shift. *Global Journal of Human Social Science*, 12(5), 42-52.
- Khan, M. Z., Nawaz, A., Khan, S. A., & Khan, A. S. (2011). The Potentials of New Public Sphere For Emerging Global Civil Society. *Acta Universitatis Danubius, Communication Didactics* 5(2), 40-59.
- Kim, W., Jeong, O.-R., & Lee, S.-W. (2010). On social Web sites. *Information Systems*, 215-236.

- Kırcova, İ., & Enginkaya, E. (2015). *Sosyal Medya Pazarlama*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Kırık, H. (2005). *Kamusal Alan ve Demokrasi*. İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- Kırık, H. (2005). *Kamusal Alan ve Demokrasi: Örtünme Sorununu Yeniden Düşünmek*. İstanbul: Salyangoz Yayınları .
- Kırık, H. (2007). *Türban Sorunu - Kamusal Alan ve Demokrasi*. İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- Kıyan, Z., & Kocager, U. (2020). Türkiye’de Twitter’ın Kamusal Tartışmalardaki Rolü Üzerine Bir Araştırma. *Akdeniz İletişim Dergisi* (34), 464-469.
- Kluge, A., & Negt, O. (2018). *Kamusallık ve Tecrübe: Burjuva ve Proleter Kamusallığın Analizine Doğru*. İstanbul: NotaBene Yayınları.
- Knödler-Bunte, E. (1975). The Proletarian Public Sphere and Political Organization: An Analysis of Oskar Negt and Alexander Kluge's The Public Sphere and Experience. *New German Critique*, 51-75.
- Kocadaş, B. (2004). Kitle İletişim Araçları Eğitim İlişkisi. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 4(2), 133-134.
- Koç, C. (2015). Neoliberalizmde Devlet ve Kamusal Alan Üzerine Bir Bakış. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 117, 91-116.
- Kolbitsch, J., & Maurer, H. (2006). The Transformation of the Web: How Emerging Communities Shape the Information we Consume. *Journal of Universal Computer Science*, 12 (2), 187-213.
- Kongar, E. (1995). *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kongar, E. (2002). *21. Yüzyılda Türkiye: 2000’li Yıllarda Türkiye’nin Toplumsal Yapısı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. New York: Pearson.
- Köker, E. (1998). *Politikanın İletişimi İletişimin Politikası*. Konya: Vadi Yayınları.
- Köker, E. (2005). *Kitapta Kurutulmuş Çiçekler*. Ankara: Dipnot.
- Köker, L. (1990). *İki Farklı Siyaset-Bilgi Teorisi, Siyaset Bilimi İlişkileri Açısından Pozitivizm ve Eleştirel Teori*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Köker, L. (1993). *Demokrasi Üzerine Yazılar*. Ankara: Siyasal İlimler Derneği.
- Köker, L. (2010). Demokratik Meşruluk, Kamusal Alan ve Çokkültürlülük Sorunu. M. Özbek (Dü.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 309-320). İstanbul: Hil Yayınları.
- Kömeçoğlu, U. (2005). Kamusal Alan: Katılım ve Dışlanma Güçleri Arasındaki Diyalektiğin Biçimi. Kolektif içinde, *Sivil bir Kamusal Alan* (s. 19-47). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Köroğlu, C. Z. (2013). Modern Kamusal Alana Eleştirel Yaklaşımlar: Genel bir Değerlendirme (Postmodernizm, Feminizm ve Din). *Turkish Studies*, 8(6), 431-457.
- Köroğlu, C. Z. (2014). Kamusal Alan ve Din İlişkilerinde Yeni Dönem. *Turkish Studies*, 9(5), 1487-1505.

- Köroğlu, C. Z., & Köroğlu, M. A. (2013). Klasik Kamusal Alan Modelleri ve Türkiye'nin Kamusal Alan Tecrübesi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *International Journal of Social Science*, 6(4), 913-936.
- Köse, A., & Yılmaz, M. (2010). "Fısıltı Gazetesi İçin Yeni Bir Mecra: Söylentilerin İletim Mekânı Olarak Çevrimiçi Forumlar. *Milli Folklor*, 22(85), 183-192.
- Köse, H. (2007). *Küresel Akıntıya Karşı Sivil Arayışlar: Alternatif Medya*. İstanbul: Yirmidört Yayınları.
- Ku, A. S. (2000). Revisiting the Notion of "Public" in Habermas's Theory - Toward a Theory of Politics of Public Credibility. *Sociological Theory*, 18(2), 216-240.
- Kubilay, Ç. (2005). Türkiye'de Anadillere Yönelik Düzenlemeler ve Kamusal Alan: Anadil ve Resmi Dil Eşitlemesinin Kırılması. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 55-86.
- Kubilay, Ç. (2010). *İslamcı Söylemde Kamusal Alan ve Türban Tartışmaları*. İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık.
- Kurilovas, E., & Juskeviciene, A. (2015). Creation of Web 2.0 tools ontology to improve learning. *Computers in Human Behavior*, 1380-1386.
- Kück, G. (2004). Tim Berners-Lee's Semantic Web. *South African Journal Of Information Management*, 1-10.
- Küzeci, E. (2010). *Kişisel Verilerin Korunması*. Ankara: Turhan Yayınları.
- Lamb, J. M. (2013). The Digital Divide: Free Expression, Technology and a Fair Democracy. *SSRN Electronic Journal*, 1-66. available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2245072> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2245072> adresinden alındı
- Lariscy, R., Avery, E., Sweetser, K. D., & Howes, P. (2009). An examination of the role of online social media in journalists' source mix. *Public Relations Review*, 314-316.
- Lavie-Dinur, A., & Karniel, Y. (2011). Israeli journalism blogs: The new public sphere? *The Electronic Journal Of Communication*, 21(3), 1-17.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. (D. NicholsonSmith, Çev.) Oxford: Blackwell.
- Lerman, K. (2007). Social Information Processing in Social News Aggregation. *IEEE Internet Computing*, 16-28.
- Lester, D. (2012). Social Media: Changing Advertising Education. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2(1), 116-125.
- Liebman, S. (2010). Alexander Kluge'yle Söyleşi: Yeni Alman Sineması, Sanat, Aydınlanma ve Kamusal Alan Üzerine. M. Özbek içinde, *Kamusal Alan* (s. 609-652). İstanbul: Hil Yayınları.
- Lietsala, K., & Sirkkunen, E. (2008). *Social Media: Introduction to the Tools and Processes of Participatory Economy*. Tampere, Finland: University of Tampere.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge.

- Lobera, J., & Sampedro, V. (2018). New intermediations of the electoral information flows: Changes in the Digital Public Sphere in election campaigns in Spain (2008–15). *Social Science Information*, 57(4), 553-572.
- Locke, J. (1986). Uygur Yönetim Üstüne ikinci incelemeden Seçme Parçalar. M. TUNÇAY içinde, *Batıda Siyasal Düşünceler Tarihi -2* (s. 225-258). Ankara: Teori Yayınları .
- Locke, J. (1993). *Political Writings*. London: Penguin.
- Loke, J. (2013). Readers' Debate A Local Murder Trial: “Race” in the Online Public Sphere. *Communication Culture & Critique* 6(1), 179-200.
- Los, M. (2006). Looking Into The Future: Surveillance, Globalization and The Totalitarian Potential. D. Lyon içinde, *Theorizing Surveillance: The Panopticon and Beyond* (s. 69-94). Portland, Oregon, USA: Willan Publishing.
- Lubenow, J. A. (2012). The Public Sphere 50 Years Later: Public Sphere And Mass Media In Jurgen Habermas. *Problemata - Revista Internacional de Filosofia*, 3(2), 228-274.
- Lunt, P., & Livingstone, S. (2013). Lunt, P., & Livingstone, S. Media studies' Fascination with the Concept of the Public Sphere: Critical Reflections and Emerging Debates. *Media, Culture & Society*, 35(1), 87-96.
- Lyon, D. (2006). *Gözetlenen Toplum Günlük Hayatı Kontrol Etmek*. İstanbul: Kalkadeon.
- Maccatrozzo, V. (2012). Burst the Filter Bubble: Using Semantic Web to Enable Serendipity. *ISWC'12 Proceedings of the 11th international conference on The Semantic Web - Volume Part II*, 391-398.
- Mahçupyan, E. (1998). *Türkiye'de Merkezîyetçi Zihniyet, Devlet ve Din*. İstanbul: Yol Yayınları.
- Mahçupyan, E. (2014). Osmanlı'dan Günümüze Parçalı Kamusal Alan ve Siyaset. *Doğu Batı*, 25-54.
- Mahlouly, D. (2013). Rethinking the Public Sphere in a Digital Environment: Similarities between the Eighteenth and the Twenty-First Centuries. *ESharp*, 20(6), 1-21.
- Maigret, E. (2014). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. (H. Yücel, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mandiberg, M. (2012). Introduction. M. Mandiberg (Ed.) içinde, *The Social Media Reader* (s. 1-13). New York: New York University Press.
- Mangold, G. W., & Faulds, D. J. (2009). Social Media: The New Hybrid Element of Promotion. *Business Horizons*, 52, 357-365.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Manovich, L. (2012). Trending: The promises and the challenges of Big Social Data. M. K. Gold (Dü.) içinde, *Debates in the digital humanities* (s. 460-475). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Mardin, Ş. (1991). *Türk Modernleşmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mardin, Ş. (2012). *Türkiye'de Toplum ve Siyaset*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Mardin, Ş. (2015). *Türkiye, İslam ve Sekülerizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media?* e-kitap: Icrossing.
- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2). 03 02, 2021 tarihinde <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2385> adresinden alındı
- Mazali, T. (2011). Social Media As A New Public Sphere. *Leonardo*, 44(3), 290-291.
- McChesney, R. W. (2007). *Communication Revolution: Critical Junctures and the Future of Media*. New York: New Press.
- McChesney, R. W. (2013). *Digital Disconnect: How Capitalism Is Turning The Internet Against Democracy*. New York: The New Press.
- McGee, J., Caverlee, J., & Cheng, Z. (2013). Location Prediction in Social Media Based on Tie Strength. *CIKM '13: Proceedings of the 22nd ACM international conference on Information & Knowledge Management*, (s. 459-468). San Francisco, CA, USA.
- Mcluhan, M., & Powers, B. (2015). *Küresel Köy*. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds Of a Feather: Homophily In Social Networks. *Annual Review of Sociology*, 27(8), 415-444.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2010). *İletişim Modelleri-Kitle İletişim Çalışmalarında-*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Melleri, A. (2014). Public Opinion in the Political Thought of John Stuart Mill. University of Helsinki, Faculty of Social Sciences, Political History: Master's Thesis.
- Melton, V. H. (2011). *Aydınlanma Avrupasında Kamunun Yükselişi*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Meng, P. (2005). *Podcasting & Vodcasting*. Missouri: University of Missouri IAT Services White Paper.
- Mergel, I. (2013). *Social Media in the Public Sector: A Guide to Participation, Collaboration and Transparency in The Networked World*. San Francisco: John Wiley and Sons.
- Mergel, I., & Greeves, B. (2012). *Social Media in the Public Sector Field Guide: Designing and Implementing Strategies and Policies*. San Francisco, USA: John Wiley& Sons Inc.
- Miles, M. (2007). Interrupting the Public Realm: Performative Excursions. *Research In Drama Education: The Journal Of Applied Theatre end Performance*, 15-25.
- Mill, J. S. (1986). Temsili Hükümet Üstüne Düşünceler'den Seçme Parçalar. M. Tunçay içinde, *Batıda Siyasal Düşünceler Tarihi -3* (s. 63-92). Ankara: Teori Yayınları.
- Mill, J. S. (2008). *Özgürlük Üzerine*. İstanbul: Oda Yayınları.
- Mişçi, S. (2006). Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı* (s. 128-137). İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi.

- Moressi, E. (2003). *Haber Etiği*. Ankara: Dost Kitapevi.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion, The Dark Side of Internet Freedom*. New York: PublicAffairs.
- Moyo, L. (2009). Digital Democracy: Enhancing The Public Sphere. G. Creeber , & R. Martin (Dü) içinde, *Digital Cultures Understanding New Media* (s. 139-150). England: Open University Press.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541-563.
- Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. *IEEE Computer Society*, 9 (4), 34-41.
- Mutlu, E. (1995). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınevi.
- Müftüoğlu, A. (2005). Liberal Kamusal Alan Tanımına Yeni Bir Bakış: Rawls'un Uzlaşmacı Liberal Kültürü. EDAM içinde, *Bir Kamusal Alan* (s. 47-69). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Nagel, T. (2002). Enformasyon Gettoları: İnternet ve Demokrasi Tartışması. *Cogito Dergisi, Kış'02(30)*, 327-330.
- Naik, U., & Shivalingaiah , D. (2009). Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0. *6th International CALIBER 2008* (s. 499-507). University of Allahabad, Allahabad: https://www.researchgate.net/publication/264845599_Comparative_Study_of_Web_10_Web_20_and_Web_30.
- Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş Çevrimiçi Haber Akışının Yankı Odası Etkisi, Filtre Balonu ve Siberbalkanizasyon Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi. *Selçuk İletişim Fakültesi Dergisi, 11(2)*, 232-251.
- Nath, K., & Iswary, R. (2015). What Comes after Web 3.0? Web 4.0 and the Future. *Proceedings of the International Conference on Computing and Communication Systems (I3CS'15)*, (s. 337-341). Shillong, India.
- Navaro, İ. (2004). ABD'de Alternatif Medya. M. Özbek (Dü.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 677-687). İstanbul: Hil Yayınları.
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. New York: Vintage Books.
- Neuman , L. W. (2014). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (7 b., Cilt 1). (D. Çetinkaya, Çev.) Ankara: Yayınodası Yayıncılık.
- Noelle-Neumann, E. (1998). *Kamuoyu: Suskunluk Sarmalının Keşfi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Norris, P. (2001). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Oğuz, T. (2018). "Platon'un Mağarası"ndan Sosyal Medyaya Gerçekliğin Görünümü: Filtre Balonu. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, 26(2)*, 1-10.
- Okmeydan, S. B. (2017). Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: 'Panoptikon'dan 'Sinoptikon' ve 'Omniptikon'a. *Online Academic Journal of Information Technology*, 8(30) 45-69.
- Onat, F. (2010). Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (31)*, 103-122.

- Onat, N. (2013). *Kamusal Alan ve Sınırları*. İstanbul: Durak İstanbul Dizisi 1.
- Oprea, D. (2019). Discourse Analysis In Social Media. *International Multidisciplinary Scientific Conference on the Dialogue between Sciences & Arts, Religion & Education (Vol. 3, No. 3)* (s. 315-320). Ideas Forum International Academic and Scientific Association.
- O'Reilly, T. (2006, 12 10). *Web 2.0 Compact Definition: Trying Again*. O'Reilly Radar: Insight, Analysis and Research About Emerging Technologies: <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html> adresinden alındı
- O'Reilly, T., & Milstein, S. (2009). *The Twitter Book*. Sebastopol, California: O'Reilly Media, Inc.
- O'Sullivan, N. (1994). Hannah Arendt:Eski Yunan Özlemi ve Endüstri Toplumu. A. D. Crespiigny içinde, *Siyaset Felsefecileri* (s. 223-245). İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Outhwaite, W. (2008). *Modern Toplumsal Düşünce Sözlüğü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özbek, M. (2010). *Kamusal Alanın Sınırları*. (M. Özbek, Dü.) İstanbul: Hil Yayınları.
- Özbek, M. (2010). Önsöz. M. Özbek (Dü.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 9-18). İstanbul: Hil Yayınları.
- Özbek, M. (2010). Politik Kamusal Alan ve Kolektif Yaratıcılık. M. Özbek içinde, *Kamusal Alan* (s. 181-233). İstanbul: Hil Yayınları.
- Özcan, M. T. (2008). *Modern Toplum ve Hukuk Devleti*. İstanbul: XII levha Yayınları.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları: Kuramlar, Okullar, Modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özçetin, B., Arslan, U. T., & Binark, M. (2012). Türkiye'de İnternet, Kamusal Alan ve Demokratik Kanaat Oluşumu. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 18(72), 51-76.
- Özdemir, H. (2015). Modern Ve Postmodern Parametreler Bağlamında Kamusal Alan Ve Din. *Yüksek Lisans Tezi*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özgül, G. E. (2012). Bir Görme Biçimi Olarak Yeni Medya: Kamusal Alan İmkanının Araştırılması. *Journal of Yasar University*, 26 (7), 4526 - 4547.
- Özgül, G. E. (2015). Yanılsamalar Labirentinde Bir Yanılsama Olarak Özne. Ö. Oğuzhan (Der.) içinde, *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada İletişim* (s. 83-111). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Özmen, F., Aküzüm, C., Sünkür, M., & Baysal, N. (2012). Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği. *e-Journal of New World Sciences Academy* 7(2), 496-506.
- Öztekin, H. (2015). Yeni Medyada Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği. 8(38), 925-936.
- Öztürk, A. (2019). Kamusal Alan Nedir, Ne Değildir? *Eleştirel Pedagoji*(62), 5-12.
- Öztürk, S. (2005). Osmanlı İmparatorluğu'nda Kamusal Alanın Dinamikleri. *İletişim Dergisi*(21), 95-124.

- Öztürk, S. (2013). Filmlerle Görünürlüğün Dönüşümü: Panoptikon, Süperpanoptikon, Sinoptikon. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 132-151.
- Özutku, F., Küçükıılmaz, M., Çopur, H., İlater, K., Sığın, İ., & Arı, Y. (2014). *Sosyal Medyanın ABC'si*. İstanbul: Alfa Basım.
- Pang, N., & Goh, D. (2016). Can blogs function as rhetorical publics in Asian democracies? An analysis using the case of Singapore. *Telematics and Informatics*, 33(2), 504-513.
- Papacharissi, Z. (2002). The Virtual Sphere: The Internet as a public sphere. *New Media and Society*, 4(1), 9-27.
- Papacharissi, Z. (2008). The virtual sphere 2.0: The internet, the public sphere, and beyond. A. Chadwick(Ed.), & P. N. Howard (Ed.) içinde, *Routledge Handbook of Internet Politics* (s. 230-245). London: Routledge.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding From You*. New York: Penguin.
- Parlak, İ., & Değirmenci, N. (2015). Zaman Gazetesi Köşe Yazarlarının Bir Rol Değişim Göstergesi Olarak Bourdieücü Bağlamda Söylemsel Dönüşümleri (2011'den 2014'e). *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (23), 9-38.
- Parlak, İ., & Tangün, Y. A. (2018). Güvenlik teçhizatı olarak komplo teorileri ve kanaat teknisyenlerinin rolü. Kolektif içinde, *Toplum ve Bilim (Sayı: 146): Kapana Kısılmışken: Siyaset İmkânı* (s. 5-31). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Parnes, J. (2016). Internet media as the digital public sphere: Possibilities and problems. *Central European Journal of Communication*, 9(1), 90-103.
- Parsell, M. (2008). Pernicious virtual communities: Identity, polarisation and the Web 2.0. *Ethics and Information Technology*, 10 (1), 41-56.
- Patel, K. (2013). Incremental Journey for World Wide Web: Introduced with Web 1.0 to Recent Web 5.0 – A Survey Paper. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 410-417.
- Patelis, K. (2000). The Political Economy of the Internet. J. Curran(der.) (Dü.) içinde, *Media Organizations and Society* (s. 84-106). London: Arnold Publishers.
- Patil, H. J., & Surwade, Y. (2018). Evolution Of Web 3.0 & Its Application To The Libraries. *Scholarly Research Journal For Interdisciplinary Studies*, 7(36), 127-129.
- Patterson, R. (2004). Reviewing public reason: acritique of rawls' political liberalism and the idea of public reason. *Deakin law review*, 9(2) 715-729.
- Paul, S. (2017). A new public sphere? English-language stand-up comedy in India. *Contemporary South Asia*, 25(2), 121-135.
- Peltekoğlu, F. B. (2012). Sosyal Medya, Sosyal Değişim. T. Kara (Ed.), & E. Özgen (Ed.) içinde, *Sosyal Medya-Akademi* (s. 3-8). İstanbul: Beta Yayınları.
- Peters, J. D., & Cmiel, K. (1997). Medya Etiği ve Kamusal Alan. S. İrvan (Der) (Dü.) içinde, *Medya Kültür Siyaset* (Ü. H. Yolsal, Çev., s. 255-282). Ankara: Ark Yayınları.

- Phillips, D., & Young, P. (2009). *Online Public Relations: A Practical Guide To Developing An Online Strategy In The World Of Social Media*. London: Kogan Page Publishers.
- Pitta, D. A., & Fowler, D. (2005). *Internet Community Forums: An Untapped Resource For Consumer Marketers*. *Journal of Consumer Marketing*, 22(5): 265-274.
- Poe, M. T. (2015). *İletişim Tarihi: Konuşmanın Evriminden İnternete Medya ve Toplum*. (U. Y. Kaya, Çev.) İstanbul: İslık Yayınları.
- Polan, D. (1990). The Public's Fear, or Media as Monster in Habermas, Negt, and Kluge. *Social Text*, (25/26), 260-266.
- Poor, N. (2006). Mechanisms of an Online Public Sphere: The Website Slashdot. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10 (2).
- Pope, C., Ziebland, S., & Mays, N. (2006). Analysing Qualitative Data. C. Pope (Ed.), & N. Mays (Ed.) (Dü) içinde, *Qualitative Research in Health Care* (s. 63-81). Oxford: Blackwell Publishing.
- Poster, M. (1990). *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Poster, M. (1997). Cyberdemocracy: Internet and The Public Sphere. D. Porter (Dü.) içinde, *Internet Culture*. New York: Routledge.
- Poster, M. (1997). *The Second Media Age*. Cambridge: Polity Press.
- Postman, N. (1994). *Televizyon Öldüren Eğlence: Göseri Çağında Kamusal Söylem*. (O. Akınhay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Powers, B. A., & Knapp, T. R. (2006). *Dictionary of Nursing Theory and Research*. New York: Springer Publishing Company.
- Poynter, R. (2012). *İnternet ve Sosyal Medya Araştırmaları El Kitabı: Pazar Araştırmaları İçin Araçlar ve Teknikler*. İstanbul: Optimist Yayınları.
- Prell, C. (2012). *Social Network Analysis, History, Theory and Methodology*. California: Sage.
- Quan-Hasse, A., & Young, A. (2010). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science Technology & Society*, 30(5), 350-361.
- Rader, E., & Gray, R. (2015). Understanding User Beliefs About Algorithmic Curation in the Facebook News Feed. B. Begole, & J. Kim (Dü.), *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* içinde (s. 173-182). New York, NY, USA: ACM.
- Rappa, A. L. (2002). Modernity and the Politics of Public Space: An Introduction. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 15(1), 5-10.
- Rasmussen, T. (2014). Internet and the Political Public Sphere. *Sociology Compass*, 8(12), 1315-1329.
- Rawls, J. (2006). *Halkların Yasası*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Rawls, J. (2006). *Halkların Yasası*. (G. Evrin, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üni. Yayınları.

- Rawls, J. (2007). *Siyasal Liberalizm*. (M. F. Bilgin, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Recuero, R., Zago, G., & Soares, F. (2019). Using Social Network Analysis and Social Capital to Identify User Roles on Polarized Political Conversations on Twitter. *Social Media + Society*, 5, 1-18.
- Rehmani, M., & Khan, M. (2011). The Impact of E-Media on Customer Purchase Intention. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 100-103.
- Rehmann, J. (2017). *İdeoloji Kuramları: Yabancılaşma ve Boyun Eğme Güçleri*. (Ş. Alpagut, Çev.) İstanbul: Yordam Kitap.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading On The Electronic Frontier*. New York: Basic Books.
- Rigby, B. (2008). *Mobilizing Generation 2.0: A Practical Guide to Using Web 2.0: Technologies to Recruit*. San Francisco: John Wiley & Sons Inc.
- Rizwan , M., & Wan, W. (2018). Big Data Analysis to Observe Check-in Behavior Using Location-Based Social Media Data. *Information*, 9(10), 257-269.
- Rizwan, M., Wan, W., Cervantes, O., & Gwiazdzinski, L. (2018). Using Location-Based Social Media Data to Observe Check-In Behavior and Gender Difference: Bringing Weibo Data into Play. *International Journal of Geo-Information*, 7(5), 196.
- Robins, K., & Webster, F. (2006). From Public Sphere To Cyberstate. R. (Ed.) Hassan, & J. (Ed.) Thomas (Dü) içinde, *The New Media Theory Reader* (s. 92-100). Berkshire: Open University Press.
- Robison, W. L. (2017). Digital Privacy: Leibniz 2.0. *Orbit Journal*, 1(2), 1-9.
- Rogers, E. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: Free Publishing.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Free Press: New York.
- Rosa, A. M. (2012). From mass communication to new media: a network perspective. *Observatorio (OBS) Journal*, 6(3), 145-176.
- Ryan, D. (2017). *Dijital Pazarlama*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Ryan, J. (2010). *History of The Internet and The Digital Future*. London: Rreaktion Books.
- Safko, L. (2012). *The Social Media Bible. Tactics, Tools and Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Salter, L. (2003). Democracy, New Social Movements and The Internet. (M. Mccaughey, & M. D. Ayers, Editors) içinde, *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practise* (s. 117-145). Routledge.
- Sampedro, V., & Martínez-Avidad, M. (2018). The Digital Public Sphere: An Alternative and Counterhegemonic Space? The Case of Spain. *International journal of communication*, 12, 23-44.

- Samuels, M. G. (2012). Review: The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You by Eli Pariser. *InterActions: UCLA Journal of Education and Information Studies*, 8(2), Retrieved from <https://escholarship.org/uc/item/8w7105jp>.
- Saraç, O. (2002). Kamu Yararı Kavramı. *Maliye Dergisi*, 139, 1-21.
- Sarıbay, A. Y. (2000). *Kamusal Alan Diyalojik Demokrasi Sivil İtiraz*. İstanbul: Alfa Aktüel Kitabevi.
- Sassen, S. (2006). *Territory, Authority, Rights: From Medieval to Global Assemblages*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Savaş, G. (2004). Kitle İletişim Araçlarına Eleştirel Bir Yaklaşım. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 1-5.
- Schäfer, M. S. (2015). Digital Public Sphere. G. M. (Ed.), K. G. Barnhurst, K. Ikeda, R. C. Maia, & H. Wessler içinde, *The International Encyclopedia of Political Communication* (s. 322-328). London: Wiley Blackwell.
- Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism: Networking The Global Market System*. Cambridge: The MIT Press.
- Schultz, T. (2000). Mass Media And The Concept of Interactivity: An Exploratory Study of Online Forums And Reader Email. *Media Culture & Society*, 22(2), 205-221.
- Scott, P. R., & Jacka, J. M. (2013). *Sosyal Medya Kurumsal Yönetim ve Risk Rehberi*. İstanbul: Türkiye İç Denetim Enstitüsü.
- Sennett, R. (2016). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Shaw, M. (2000). *Theory of the Global State: Globality as Unfinished Revolution*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shi, Z., Rui, H., & Whinston, A. B. (2013). Content Sharing in a Social Broadcasting Environment: Evidence from Twitter. *MIS Quarterly* 38 (1), 123-142.
- Shields, R. (1996). *Cultures of the Internet: Virtual Spaces, Real Histories, and Living Bodies*. London: Sage Publications.
- Shirky, C. (2011). The Political Power of Social Media. *Foreign Affairs*, 28-41.
- Shu, W. (2014). Continual Use of Microblogs. *Behaviour and Information Technology* 33 (7), 666-677.
- Shu-Chuan, C., & Kim, Y. (2015). The influence of perceived interactivity of social media advertising and voluntary self-disclosure on attitudes and intentions to pass-along. (N. Öncel Taşkıran, & R. Yılmaz, Editors) içinde, *Handbook of Research on Effective Advertising Strategies in the Social Media Age* (s. 285-301). Hershey, Pennsylvania: IGI Global.
- Singh, T., Veron-Jackson, L., & Cullinane, J. (2008). Blogging: A new play in your marketing game plan. *Business Horizons*, 51 (4), 281-292.
- Solis, B. (2011). *Engage! The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Sousa, H., Pinto, M., & Costa e Silva, E. (2013). Digital public sphere: weaknesses and challenges. *Comunicação e Sociedade*, 23, 9-12.

- Sözen, E. (2012). Sosyal Medyanın Arkeolojisi. E. S. (Ed.) içinde, *Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz Gutenberg Galaksi'den Zuckerberg Galaksi'ye* (s. 1-36). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Sparks, C. (2000). The Global, the local and the Public Sphere. A. (Ed.) Goonasekera , J. (Ed.) Servaes, & G. (Ed.)Wang (Dü) içinde, *The New Communications Landscape: Demystifying Media Globalization* (s. 74-95). London: Routledge.
- Sparks, C. (2001). The Internet and the Global Public Sphere. W. L. (Ed.) Bennett, & R. M. (Ed.) Entman (Dü) içinde, *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy* (s. 75-95). New York: Cambridge University Press.
- Spoehr, D. (2017). Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure. *Business Information Review*, 34(3), 150-160.
- Steinberger, P. J. (1999). Public and Private. *Political Studies*, 292-313.
- Stewart, A. (2001). *Theories of Power and Domination: The Politics of Empowerment In Late Modernity*. London: Sage.
- Stock, K. (2018). Mining Location From Social Media: A Systematic Review. *Computers, Environment and Urban Systems*, 71, 209-240.
- Stoops, J. (2017). Just like heroin: science, pornography, and heteronormativity in the virtual public sphere. *Porn Studies*, 4(4), 364-380.
- Stratton, J. (2002, Kış). Siberaalan ve Kültürün Küreselleşmesi. *Cogito "İnternet Üçüncü Devrim?"*(30), 80-98.
- Straubhaar, J., & Larose, R. (1997). *Communications Media in the Information Society*. California: Warsworth.
- Su, W. (2016). A virtual public sphere and its limitations – microblog, online civic engagement in China and its interplay with the state. *The Journal of International Communication*, 22(1), 1-21.
- Suman, D. (2000). Feminizm, İslam ve Kamusal Alan. N. Göle(Der.) (Dü.) içinde, *İslam'ın Yeni Kamusal Yüzleri* (s. 68-93).
- Sunstein, C. R. (2004). Democracy and Filtering. *Communications Of the ACM*, 47(12), 57-59.
- Sunstein, C. R. (2009). *Republic.com 2.0*. New Haven: Princeton University Press.
- Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided Democracy In the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press.
- Şen, F., & Avşar, Z. (2012). Türkiye'de Neoliberal Politikaların Haber Medyasına Yansımaları: Anaakım Medyanın Ekonomi Haberleri Üzerine Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 35, 42-60.
- Şener, G. (2006). İnternet ve Demokrasi İlişisine Dair Eleştirel Bir Yaklaşım. *Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri* (s. 63-67). Ankara: TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Yayınları.
- Şimşek, V. (2018). Post-Truth ve Yeni Medya: Sosyal Medya Grupları Üzerinden Bir İnceleme. *Global Media Journal Tr Edition*, 8-16.
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. (E-Book): Ventus Publishing.

- Tapscott, D. (1998). *Dijital Ekonomi*. İstanbul: Koç-Sistem Yayınları.
- Taşbaşı, K., Yazıcı, G., Dağlı, B., & Özönur, D. (2014). Kaza mı? Cinayet mi? Gazete Haberlerinde İşçi Ölümleri. H. Yüksel(Der.) (Dü.) içinde, *LaborComm 2014 - 5. Uluslararası İşçi ve İletişim Konferansı, Bildiriler Kitabı* (s. 153-168). Ankara.
- Taylor, C. (2006). *Modern Toplumsal Tahayyüller*. (H. Koyukan, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Taylor, R. (2002). Interpreting Global Civil Society. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 13(4), 339-347.
- Tehraniyan, M. (2004). Civilization: A Pathway to Peace? *Globalizations*, 1(1), 82-101.
- Tekinalp, Ş., & Uzun, R. (2009). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Tellan, D. (2014). Kontrol Toplumunun Yaşam Hücreleri Ya Da Büyük Verinin Ekonomi-Politiği. H. Yüksel (Der.) (Dü.) içinde, *LaborComm 2014 - 5. Uluslararası İşçi ve İletişim Konferansı, Bildiriler Kitabı* (s. 61-72). Ankara.
- Terkan, B. (2007). Basın Ve Siyaset İlişkisinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 561-684.
- Tetik, C. (2015). Sosyal Medya Alternatif Bir Kamusal Alan Olabilir mi? M. G. Genel içinde, *Yeni Medya Araştırmaları I: Güncel Tartışmalar Ekseninde* (s. 195-216). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Tezel, Y. S. (1995). Jakoben Yenileşmecilik. S. Şen (Der.) (Dü.) içinde, *Türk Aydın ve Kimlik Sorunu* (s. 133-150). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Thompson, J. (2008). *Medya ve Modernite*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Tian, D., & Chao, C.-C. (2012). Testing news trustworthiness in an online public sphere: a case study of The Economist's news report covering the riots in Xinjiang, China. *Chinese Journal of Communication*, (5)4, 455-474.
- Tılıç, L. D. (1998). *Utaniyorum Ama Gazeteciyim Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Timisi, N. (2005). Sanallığın Gerçekliği İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi. M. (Der.) Binark, & B. Kılıçbay (Dü) içinde, *İnternet Toplum Kültür* (s. 89-106). Ankara: Epos Yayınları.
- Timisi, N. (2015). Önsöz. Ö. Uğurlu, & S. Ersöz Karakulakoğlu (Dü) içinde, *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter* (s. 7-12). Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Timur, T. (2008). *Habermas'ı Okumak*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Toffler, A. (1998). *Üçüncü Dalga*. (A. Doğan, Çev.) İstanbul: Altın Kitaplar.
- Tok, N. (2006). Liberal Demokratik Toplumda Kamusal Alan, Adalet, İstikrar ve Birlik. A. Karadağ içinde, *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 111-136). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Tomlinson, J. (1999). *Kültürel Emperyalizm Eleştirel bir Giriş*. (E. Zeybekoğlu, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Topbaş, H., & Doğan, A. (2016). Toplumsalın Yeni Agorası Olarak Sosyal Medya: Eleştirel Yaklaşım. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1), 124-148.
- Tosun, G. (2001). Türkiye’de Devlet-Sivil Toplum İlişkisi Bağlamında Demokrasinin Pekışmesi Yönündeki Engellere İlişkin Kuramsal ve Pratik Bir Yaklaşım. *Ege Akademik Bakış*, 1(1), 231-240.
- Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2016). Social Media Use in Organizations: Exploring the Affordances of Visibility, Editability, Persistence, and Association. *Annals of the International Communication Association*, 143-189.
- Trenz, H.-J. (2009). Digital Media and the Return of the Representative Public Sphere. *Javnost-The Public/ European Institute for Communication & Culture*, 16(1), 33-46.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2014). *Social Media Marketing*. London: Sage Publications.
- Türk Dil Kurumu*. (2020). 02 12, 2020 tarihinde Türk Dil Kurumu Sözlükleri: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Türköne, M. (2014). Cumhuriyet’in Kamusal Alanı. *Doğu Batı*, 2(5), 137-148.
- Ubayasiri, K. (2006). Internet and The Public Sphere: A Glimse of Youtube. *eJournalist*, 6(2), accessed 10.01.2020: https://ejournalist.com.au/public_html/v6n2/ubayasiri622.pdf.
- Uçkan, Ö. (2012). Sokak + (Dijital) İletişim = Aktivizm. 07 02, 2020 tarihinde <http://politus.com.tr/sokak-dijital-iletisim-aktivizm/> adresinden alındı
- Uğurlu, S. (2007). Sosyal Dokunun TV Programlarıyla Karşılıklı Etkileşimi. G. Erol içinde, *Medya Üzerine Çalışmalar* (s. 295-305). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Uluç, Ö. (2013). *Kamusal Alanda Din*. İstanbul: Yarın Yayınları.
- Usluata, A. (1995). *İletişim*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Uyanık, F. (2010). *Kevin Robins: Sosyal medya eylemsizliği teşvik ediyor*. BBC Türkçe: http://www.bbc.co.uk/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100306_superguc_kevinrobinns.shtml adresinden alındı
- Uygun, O. (2003). *Demokrasinin, Tarihsel, Felsefi ve Ahlaki Boyutları*. İstanbul: İnkilap Kitapevi.
- Ünüvar, K. (2014). Osmanlı'da Bir Kamusal Mekan: Kahvehaneler. *Doğu Batı Dergisi*, 2(5), 205-221.
- Valentini, c., Romenti, S., & Kruckeberg, D. (2016). Language and Discourse in Social Media Relational Dynamics: A Communicative Constitution Perspective. *International Journal of Communication*, 10, 4055-4073.
- Valtysson, B. (2012). Facebook as a digital public sphere: processes of colonization and emancipation. *Triple C: Cognition, Communication, Co-operation*, 10(1), 77-91.
- Van Alstyne, M., & Erik, B. (1997). *Electronic Communities: Global Village or Cyberbalkans?* 08 21, 2020 tarihinde <http://web.mit.edu/marshall/www/papers/CyberBalkans.pdf> adresinden alındı

- Van Dijk, J. (1999). *The Network Society: Social Aspects of New Media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Van Dijk, J. (2014). Digital Media. J. D. Downing (Der), D. McQuil (Der), P. Schlesinger (Der), & E. Wartella (Der.) içinde, *The Sage Handbook of Media* (s. 145-163). London: Sage.
- Van Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu*. İstanbul: Kafka.
- Van Horn Melton , J. (2011). *Aydınlanma Avrupasında Kamunun Yükselişi*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi.
- Verstraeten, H. (2002). Medya ve Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü. S. İrvan (Der.) içinde, *Medya Kültür Siyaset* (s. 339-376). Ankara: Alp Yayınevi.
- Villa, D. (1992). Postmodernism and The Public Sphere. *The American Political Science Review*, 86(3), 712-721.
- Volkmer, I. (2003). The Global Network Society and the Global Public Sphere. *Society for International Development: Thematic Section*, 46(1), 9-16.
- Vural, A. M. (2012). Kitle İletişim Araçlarına Göre Habercilik Türleri. H. İ. Gürcan içinde, *Haberciliğin Temel Kavramları* (s. 94-141). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Wagner, C. (2004). Wiki: A Technology for Conversational Knowledge Management and Group Collaboration. *Communications of the Association for Information Systems*, 13(9), 265-289.
- Watts, J. D. (2002). *Six Degrees: The Science of a Connected Age*. New York: W. W. Norton & Company.
- Wegerif, R. (2017, 4 25). 'Post Truth': *The Internet, Education and Democracy*. 08 31, 2020 tarihinde <https://www.rupertwegerif.name/blog/post-truth-the-internet-education-and-democracy> adresinden alındı
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. New York: O'Reilly.
- West, J. A., & West, M. L. (2009). *Using Wikis for Online Collaboration: The Power of the Read-Write Web*. San Francisco: John Wiley & Sons.
- Wickramasinghe , N., & Geisler, E. (2008). *Encyclopedia of Healthcare Information Systems*. Pennsylvania: Medical Information Science Reference.
- Widdersheim, M. M. (2017). Late, Lost, or Renewed? A search For the Public Sphere In Public Libraries. *Information Research*, 22(1), CoLIS paper 1644.
- Wilcox, D. L. (2006). The Landscape of Today's Global Public Relations. *Anàlisi* 34, 67-85.
- Wilhelm, A. G. (1998). Virtual sounding boards: How deliberative is on-line political discussion? *Information, Communication & Society*, 1(3), 313-338.
- Wilhelm, A. G. (2000). *Democracy in The Digital Age*. New York: Routledge.
- Williams, F., Rice, R. E., & Rogers, E. M. (1988). *Research Methods and the New Media*. New York: The Free Press.
- Wimmer, A., & Min, B. (2006). From empire to nation-state: Explaining wars in the modern world, 1816–2001. *American Sociological Review*, 71(6), 867–897.

- Wolton, D. (2012). Medyatik Kamusal Alanın Çelişkileri. É. D. (Der.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 28-43). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Wolton, D. (2012). Medyatik Kamusal Alanın Çelişkileri. É. Dacheux (Der.) (Dü.) içinde, *Kamusal Alan* (s. 28-45). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Wright, S. (2007). A Virtual European Public Sphere? The Futurum Discussion Forum. *Journal of European Public Policy*, 14(8), 1167-1185.
- Wu, D., & Cuia, Y. (2018). Disaster Early Warning and Damage Assessment Analysis Using Social Media Data and Geo-location Information. *Decision Support Systems*, 111, 48-59.
- Yağlı, S. (2009). Direnemeyen Aktörlerin Galibiyetsiz Savaşımı. İ. P. (Ed.) içinde, *Medyada Gerçekliğin İnşası-Türk Medya Söylemine Eleştirel Bir Bakış* (s. 1-76). Konya: Çizgi Yayınevi.
- Yamamoto, G., & Şekeroğlu, Ö. (2014). *Sosyal Medya ve Blog*. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Yang, L., & Xu, Y. (2016). Danmei, Xianqing, and the making of a queer online public sphere in China. *Communication and the Public*, 1(2), 251-256.
- Yaşın, C. (2006). İnternette Tartışma Listeleri: Demokratik Bir Açılım Mı? Egemen Söylemin Tartıştığı Kanallar Mı? *Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(4), 133-147.
- Yates, M., & Hasmath, R. (2017). When a joke is more than a joke: humor as a form of networked practice in the Chinese cyber public sphere. *The Journal of Chinese Sociology*, 4, 1-14.
- Yayla, A. (2012). *Hayek'in Liberalizm Anlayışı*. İstanbul: Kesit Yayınları.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yegen, C. (2013). Demokratik ve Yeni Bir kamusal Alan Olarak Sosyal Medya. *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 119-135.
- Yetkin, B. (2016). Popülizmin Gölgesinde Siyaseti ve Siyasal İletişimi Anlamak. *Akademia*, 4(3), 68-82.
- Yıldırım, K. (2013). Sonuç Yerine: Marksizm Uluslararası Hukuka Ne Söyler? Kapitalizmin Yönetimsel Restorasyonu: Krizler ve Yönetişim Mantığı. A. M. (Der.)Özdemir (Dü.) içinde, *Emperyalizmin Hayaletleri: Küresel Düzenlemenin Bugünü* (s. 201-207). Ankara: İmge Kitabevi.
- Yılmaz, E. (2011). Yeni Medya ve Halkla İlişkiler: Hedef Kitleye Ağ Üzerinden Erişmek. M. Işık (Ed.), & M. Akdağ (Ed.) içinde, *Dünden Bugüne Halkla İlişkiler* (s. 137-148). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Yılmaz, H. (2006). Kamu, Kamu Otoritesi ve Devlet: Habermas'ın Işığında Türkiye'yi Düşünmek. A. Karadağ (Dü.) içinde, *Kamusal Alan ve TÜrkiye* (s. 193-209). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Yılmaz, Z. (2006). Özel Alan-Kamusal Alan Ayrımının Tarihsel Temelleri: Antik Yunan. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi (KKEFD)*(14), 359-371.
- Yılmaz, Z. (2009). *Hannah Arendt'te Özel Alan-Kamusal Alan Ayrımı ve Modern*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.

- Yoğurtçu, G. (2016). İletişim Ediminde Diyalog Etiği ve Televizyon Tartışma Programlarına Eleştirel Bir Bakış. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(3), 315-328.
- Yücel, D. D. (2015). Sinema Filmlerinde Gözetim ve İktidar İlişkilerinin İnşası. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(2), 390-398.
- Yükselbaba, Ü. (2008). Kamusal Alan Modelleri ve Bu modellerin Bağlamları. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 66(2), 227-272.
- Zabcı, F. (2019). Söyleşi: Prof. Dr. Filiz Zabcı ile "Kamusallık ve Kamusal Alan" Kavramları ve "Kamusallık" Meselesi Üzerine. *Eleştirel Pedagoji*, (62), 13-18. (A. Öztürk, Röportaj Yapan)
- Zabcı, F. Ç. (1997). Siyasal Kuramda Kamusal Alan Sorunsalı: Habermas ve Arendt. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zappavigna, M. (2012). *Discourse of Twitter and Social Media: How we use language to create affiliation on the web*. London: Continuum International Publishing Group.
- Zarella, D. (2011). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol, California: O'Reilly Media Inc.
- Zarsky, T. Z. (2002). Mine Your Own Business: Making the Case for the Implications of the Data Mining of Personal Information in the Forum of Public Opinion. *Yale Journal of Law and Technology*, 5(1), 1-56.
- Zimmerman, J., & Ng, D. (2012). *Social Marketing All-in-One for Dummies*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc .

ÖZGEÇMİŞ