



**T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYA VE KAMUSAL ALAN:
SOSYAL MEDYA MECRALARINDA KAMUSAL ALANIN
SAĞLANABİLİRLİĞİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA**

**Mine KAYA
1730247140**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN
Prof. Dr. Celalettin VATANDAŞ**

ISPARTA – 2021

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI



T.C.



SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Sosyal Medya ve Kamusal Alan: Sosyal Medya Mecralarında Kamusal Alanın Sağlanabilirliği Üzerine Araştırma**” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Mine KAYA

...../...../2021



T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-SOYADI	MİNE KAYA
Öğrenci Numarası	1730247140
Enstitü Ana Bilim Dalı	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIN ANA BİLİM DALI
Programı	İLETİŞİM BİLİMLERİ
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora
Danışmanın Unvanı, Adı-SOYADI	PROF. DR. CELALETTİN VATANDAŞ
Tez Başlığı	SOSYAL MEDYA VE KAMUSAL ALAN: SOSYAL MEDYA MECRALARINDA KAMUSAL ALANIN SAĞLANABİLİRLİĞİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA
Turnitin Ödev Numarası	

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 215 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 07/06/2021 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönergesinin 14 üncü maddesinde yer alan filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

Kaynakçalar hariç, alıntılar dahil, 10 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç;

% 3 (üç) tür.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(x) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

05/07/2021
(İmza)
Prof. Dr. Celalettin VATANDAŞ

(KAYA, Mine, *Sosyal Medya ve Kamusal Alan: Sosyal Medya Mecralarında Kamusal Alanın Sağlanabilirliği Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2021)

ÖZET

Teknolojik gelişmeler, insan hayatında pek çok farklılık meydana getirmiştir. Buna bağlı olarak kamusal alan anlayışında da büyük değişim ve dönüşümler meydana gelmiştir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, sosyal medya mecralarında yeni bir tür kamusal alan anlayışının bulunabilirlik düzeyinin ortaya konmasıdır. Bu amaca ulaşabilmek için; öncelikle geleneksel kamusal alan, akabinde sosyal medya ile kamusal alan / sosyal medya ilişkisi açıklanmaya çalışılmıştır. Ardından, yapılan anket uygulamasıyla elde edilen veriler, analiz edilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda sosyal medyada bir tür kamusal alanın bulunabileceği anlaşılmıştır.

Çalışmam boyunca, hiçbir desteğini esirgemeyen öncelikle tez danışmanım Prof. Dr. Celalettin Vatandaş'a teşekkürlerimi bir borç bilirim. Ayrıca, çalışmam süresince her zaman yanımda olan ve desteklerini benden hiçbir zaman esirgemeyen başta eşim ve annem olmak üzere tüm aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Anahtar Sözcükler: Sosyal Medyada Kamusal Alan, Sosyal Medya, Kamusal Alan

ABSTRACT

Technological developments have created many differences in human life. Consequently this major changes and transformations have also occurred in the understanding of public space. In this context, the purpose of this study is to reveal the availability level of a new kind of public space understanding in social media channels. To achieve this; starting by traditional public space, then social media and public space / social media relationship were tried to be explained. The data obtained by the survey have been analyzed. As a result of the study, it was understood that a kind of public space can be found in social media.

I owe my thanks to my advisor Prof. Dr. Celalettin Vatandaş who helped me throughout my work. Also I would like to extend my endless thanks to my whole family, especially my husband and mother, who have always been by my side during my work and have never withheld their support from me.

Keywords: Public Space in Social Media, Social Media, Public Space

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI	i
YEMİN METNİ	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ.....	vii
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM ENFORMASYON TOPLUMU ÖNCESİNDE KAMUSAL ALAN

1. KAMUSAL ALAN.....	6
2. KAMUSAL / ÖZEL ALAN AYRIMI.....	10
3. KAMUSAL ALANIN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	14
3.1. Antik Yunan Polis Devletlerinde Kamusal Alan	15
3.2. Ortaçağ'da Kamusal Alan.....	17
3.3. 17,18 ve 19. Yüzyıllarda Kamusal Alan.....	19
3.4. 20. ve 21. Yüzyıllarda Kamusal Alan.....	23
3.5. Tarihsel Kamusal Alan Tablosu	25
4. KAMUSAL ALAN MODELLERİ	26
4.1. Habermas'ın Söylemsel Kamu Modeli.....	26
4.2. Arendt'in Agnostik Kamusal Alan Modeli.....	31
4.3. Neght ve Kluge'nin Karşıt/Proleter Kamusal Alan Modeli.....	36
4.4. Liberal Kamusal Alan Anlayışı	40
4.5. Richard Sennet ve Kamusal Alan	44
4.6. Kamusal Alan Modelleri Tablosu.....	51
5. BİRİNCİ BÖLÜME SONUÇ	51

İKİNCİ BÖLÜM ENFORMASYON TOPLUMU SONRASI KAMUSAL ALAN

1. GELENEKSEL MEDYA VE KAMUSAL ALAN İLİŞKİSİ	53
2. İNTERNETİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE ENFORMASYON TOPLUMU ..	57
3. GELENEKSEL MEDYA VE YENİ MEDYA KARŞILAŞTIRMASI	61
4. YENİ MEDYANIN BİR ÜRÜNÜ OLARAK SOSYAL MEDYA.....	64
4.1. Sosyal Medya.....	65
4.2. Politik Katılım Olarak Sosyal Medya	73
4.3. Sosyal Medya ve Sanal Topluluklar	75
5. SOSYAL MEDYA VE MEVCUT TOPLUMSALLIK İLİŞKİSİ.....	78
6. SOSYAL MEDYA VE KAMUSAL ALAN İLİŞKİSİ	82

6.1. Kamusal Müzakerelere E-Katılım	86
7. İKİNCİ BÖLÜME SONUÇ	88

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ, KONUSU VE ÖNEMİ.....	90
2. ARAŞTIRMANIN AMACI	91
3. ARAŞTIRMANIN TEMEL KAVRAMLARI.....	91
4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	93
5. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	93
6. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	96
7. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	96
8. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNDE KULLANILAN İSTATİSTİKSEL TEKNİKLER	97
9. ANKETİN GÜVENİLİRLİĞİ.....	97
10. ANKETİN TANITILMASI VE KATILIMCILARA AİT DEMOGRAFİK BİLGİLER.....	97

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

1. FREKANS TABLOLARI	100
2. ÇAPRAZ TABLOLAR	164
2.1. Sosyal Medya Ve Kamusal Alan	164
2.2. Kamuoyunun Sanal Alanı: Sosyal Medya	167
2.3. Kamusal Konularda Etkili Bir Etkileşim Alanı Olarak Sosyal Medya	170
2.4. Kamusal Alan ve Fiziksel Mekân	174
2.5. Sanal Topluluklar ve Kamusal Konular.....	176
2.6. Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Kamusalılık	181
2.7. Sanal Ortamlar ve Geleneksel Kamusal Alan.....	186
2.8. Geleneksel Kamusal Alana Göre Sosyal Medyada Özgürlük	190
2.9. Kamusal Alanın Unsurları ve Sosyal Medya.....	193
2.10. Kanaat Önderliği ve Sosyal Medya Fenomenliği	198
SONUÇ.....	203
KAYNAKÇA	210
EKLER.....	217
ÖZGEÇMİŞ.....	222

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 1. Kamusal Alanın Tarihsel Süreçteki Değişim ve Dönüşümleri.....	26
Tablo 2. Kamusal Alan Modelleri.....	51
Tablo 3. Geleneksel Medya ve Sosyal Medya Arasındaki Temel Farklılaşmalar	62
Tablo 4. Sosyal Medyanın Özellikleri	67
Tablo 5. Yaşa Göre Katılımcı Sayısı.....	94
Tablo 6. Cinsiyete Göre Katılımcı Sayısı	95
Tablo 7. Eğitim Durumuna Göre Katılımcı Sayısı	95
Tablo 8. Yaşa Göre Katılımcı Dağılımı	98
Tablo 9. Cinsiyete Göre Katılımcıların Dağılımı.....	98
Tablo 10. Medeni Duruma Göre Katılımcıların Dağılımı	99
Tablo 11. Aylık Hane Gelirine Göre Katılımcıların Dağılımı	99
Tablo 12. Eğitim Düzeyine Göre Katılımcıların Dağılımı.....	99
Tablo 13. "Sosyal medya hesabınız var mı?" (Bir sosyal medya hesabına sahip değilseniz lütfen anketi sonlandırınız).....	100
Tablo 14. "Ne kadar süredir sosyal medya kullanıyorsunuz?"	101
Tablo 15. "Hangi sosyal medya mecralarını kullanıyorsunuz?"	101
Tablo 16. "Bir günde ortalama ne kadar süre sosyal medyada kalıyorsunuz?"	102
Tablo 17. "Sosyal medya hesabına sahip olmanızın başlıca sebebi nedir?"	103
Tablo 18. "Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz?"	104
Tablo 19. "Gündemi daha çok hangi mecralardan takip edersiniz?"	105
Tablo 20. "Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendiğiniz mecra/araç hangisidir?"	106
Tablo 21. "Sosyal medya içerikleri herkesçe görülür ve bilinir"	107
Tablo 22. "Sosyal medyada yapılan paylaşımlar başkalarının gözü önündedir"	108
Tablo 23. "Sosyal medya sanal bir meydan gibidir"	109
Tablo 24. "Sosyal medyada yapılan paylaşımlar, mahrem/özel olmaktan çıkar"	110
Tablo 25. "Sosyal medyada yalnızca belirli kişiler için görünür olan (kısıtlanmış) paylaşımlar, diğerleri tarafından da (dolaylı olarak) görülebilir. (ör/ dedikodu veya başka birinin cihazının kullanımı)"	111
Tablo 26. "Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür"	112
Tablo 27. "Herkes sosyal medya hesabı açabilir"	113
Tablo 28. "Sosyal medya, bireylerin ve grupların bir araya gelebildiği sanal bir mekândır"	114
Tablo 29. "Sosyal medyaya girişte herhangi bir kısıtlama yoktur. (Din, dil, ırk, ücret, zaman, mekân)"	115
Tablo 30. "Tüm bireyler istedikleri zaman sosyal medyada var olabileceklerini bilirler"	116
Tablo 31. "Kadına şiddet, nükleer santral kurulumu, pahalı ve önemli bir ilacın devletçe karşılanması, iktidarın uygulamalarına yönelik eleştiriler... gibi durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir"	117

Tablo 32. "Yukarıda belirtilen toplumsal durumlarla alakalı, sosyal medyada her birey eşit düzeyde geniş kitlelere sesini duyurabilir"	119
Tablo 33. "Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler".....	120
Tablo 34. "Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur"	121
Tablo 35. "Sosyal medyada yürütülen bir tartışmada herkesin fikri eşit düzeyde dikkate alınır"	122
Tablo 36. "Sosyal medyada sıkı denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar yoktur" ..	123
Tablo 37. "Sosyal medyada bireyler, çekinmeden gerçek kimliklerini kullanırlar"	124
Tablo 38. "Sosyal medyada bireyler, belirli amaçları doğrultusunda toplanıp örgütlenebilirler"	125
Tablo 39. "Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler"	126
Tablo 40. "Sosyal medya mecralarında katılımcılar karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygılıdır"	127
Tablo 41. "Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/meydanlara taşınabilir"	128
Tablo 42. "Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)"	129
Tablo 43. "Sosyal medyada başlatılan eylemler yönetim mekanizmalarınca dikkate alınır"	130
Tablo 44. "Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesi mümkündür"	131
Tablo 45. "Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, gündemde olmayan bir meselenin gündeme alınması mümkündür"	132
Tablo 46. "Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır"	133
Tablo 47. "Sosyal medya şirketleri kişi ve kurumlardan tümüyle bağımsızdır"	134
Tablo 48. "Sosyal medya, bireylerin ifade özgürlüğü hakkını gözetir"	135
Tablo 49. "Sosyal medya, bireylerin bilgi kaynaklarını kullanma hakkını gözetir"	136
Tablo 50. "Sosyal medya, bireylerin örgütlenme hakkını gözetir"	137
Tablo 51. "Sosyal medyada, insanlar (toplumsal konularda) birbirlerini etkileyebilirler"	138
Tablo 52. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının bazı gönderilerini beğenirim"	139
Tablo 53. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerine yorum yaparım" ..	140
Tablo 54. "Gönderilerle alakalı olarak hesap sahibine direkt mesaj atarım"	141
Tablo 55. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerini paylaşıyorum. (retweet / repost)"	142
Tablo 56. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerin, gerçek kimliklerini kullandığına inanırım"	143
Tablo 57. "Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, samimi ve güvenilirdir"	144
Tablo 58. "Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, gerçek hayattakinden daha samimi ve güvenilirdir"	145
Tablo 59. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta da görüşürüm"	146

Tablo 60. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta görüştüğümde, kişinin sanal ortamdaki görüş ve düşünceleriyle gerçek hayattaki görüş ve düşüncelerinin tutarlı olduğunu düşünürüm. (Görüşmediyseniz boş bırakınız)"	147
Tablo 61. "Sosyal medyadaki gruplara/sayfalara katılırim"	148
Tablo 62. "Ortak sorunlarımız olduğunda, katıldığım sosyal medya sayfalarındaki ya da gruplarındaki kişilerle, internet ortamında etkileşime geçerim.(Katıldığınız grup veya sayfa yoksa boş bırakınız)"	149
Tablo 63. "İnsanlar, ortak meseleleri/sorunları ile ilgili sosyal medyada diğerlerine ulaşarak sanal topluluk(lar) oluşturabilirler"	151
Tablo 64. "İnsanlar; ortak beklenti, ihtiyaç ve talepleri konusunda sosyal medyada başkalarına ulaşarak örgütlenebilirler"	152
Tablo 65. "Sosyal medya grupları veya sayfalarında belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen bireyler, hedeflerine ulaşmaya dek bir arada kalırlar"	153
Tablo 66. "Sosyal medya mecralarında başlatılan kampanyalara / eylemlere / aktivitelere katılırim"	154
Tablo 67. "Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu.(Hiçbir kampanyaya katılmadıysanız cevaplamayınız)"	155
Tablo 68. "Sosyal medyada başlatılan kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere katılmak önemlidir"	156
Tablo 69. "İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere, (fiziki alanlarda yapılanlara kıyasla) daha çok katılım sağlar" ...	157
Tablo 70. "Toplumu ilgilendiren bazı sorunlar, sosyal medyada (pek çok kişinin katılımıyla) yapılan kampanyalar / eylemler sayesinde çözüme kavuşur" ...	158
Tablo 71. "Sosyal medya fenomenlerinin yaşantıları alenidir"	159
Tablo 72. "Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir"	160
Tablo 73. "Sosyal medya fenomenleri, toplumu ilgilendiren meselelerde öncüdürler"	161
Tablo 74. "Sosyal medya fenomenleri; tutumlarını/tepkilerini, tüm takipçileri adına sergilerler"	162
Tablo 75. "Takip ettiğim sosyal medya fenomenlerinin, toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate alırım"	163
Tablo 76. "Toplumu ilgilendiren durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir" İfadesine göre "Herkes sosyal medya hesabı açabilir" ifadesine Katılma Durumu.....	165
Tablo 77. Yaşa göre "Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz" İfadesinin analizi.....	166
Tablo 78. "Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür" İfadesine göre "Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler" İfadesine Katılma Durumu	168

Tablo 79. “Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur” İfadesine göre “Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler” İfadesinin Katılma Durumu	169
Tablo 80. “İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere daha çok katılım sağlar” İfadesine göre “Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir” İfadesine Katılma Durumu.....	171
Tablo 81. “Gündemi daha çok hangi mecralardan takip edersiniz?” İfadesine göre “Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendiğiniz mecr/araç hangisidir?” İfadesine Katılma Durumu.....	173
Tablo 82. “Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendiğiniz mecr/araç hangisidir?” İfadesine göre “Sosyal medya sanal bir meydan gibidir” İfadesine Katılma Durumu	174
Tablo 83. “Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz?” İfadesine göre “Sosyal medya sanal bir meydan gibidir” İfadesini Katılma Durumu	176
Tablo 84. “Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)” İfadesine göre “Sosyal medyada başlatılan eylemler yönetim mekanizmalarınca dikkate alınır” İfadesine Katılma Durumu	177
Tablo 85. “Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır” ifadesine göre “Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)” İfadesine Katılma Durumu	178
Tablo 86. “Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşır” İfadesine göre “Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesi mümkündür” İfadesine Katılma Durumu	180
Tablo 87. Katılımcıların yaş düzeylerine göre “Sosyal medya hesabına sahip olmanızın başlıca sebebi nedir?” ifadesine Katılım Durumu	182
Tablo 88. “Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır” İfadesine göre “Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir” ifadesine Katılım Durumu.....	183
Tablo 89. “Sosyal medyada başlatılan kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere katılmak önemlidir” İfadesine göre “Sosyal medya mecralarında başlatılan kampanyalara/eylemlere/aktivitelere katılım” İfadesine Katılım Durumu.....	185
Tablo 90. “Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu” İfadesine göre “Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir” İfadesine Katılım Durumu	187
Tablo 91. “Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir” İfadesine Katılım Durumu	188

Tablo 92. “Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, samimi ve güvenilir” İfadesine göre “Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, gerçek hayattakinden daha samimi ve güvenilir” İfadesine Katılım Durumu	189
Tablo 93. “Sosyal medyada bireyler, çekinmeden gerçek kimliklerini kullanırlar” İfadesine göre “Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler” İfadesine Katılma Durumu	191
Tablo 94. “Sosyal medyada sıkı denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar yoktur” İfadesine göre “Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler” İfadesine Katılma Durumu	192
Tablo 95. “Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler” İfadesine göre “Sosyal medya mecralarında katılımcılar karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygılıdır” İfadesine Katılma Durumu.....	194
Tablo 96. “Toplumsal durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir” İfadesine göre “Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur” İfadesine Katılma Durumu	196
Tablo 97. “Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür” İfadesine göre “Herkes sosyal medya hesabı açabilir” İfadesine Katılma Durumu.....	197
Tablo 98. “Sosyal medya fenomenleri, toplumu ilgilendiren meselelerde öncüdürler” İfadesine göre “Sosyal medya fenomenleri; tutumlarını/tepkilerini, tüm takipçileri adına sergilerler” İfadesine Katılma Durumu	199
Tablo 99. “Sosyal medya fenomenlerinin yaşantıları alenidir” İfadesine göre “Takip ettiğim sosyal medya fenomenlerinin, toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate alırım” İfadesine Katılma Durumu	200
Tablo 100. "Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir" İfadesine göre "Sosyal medyada, insanlar (toplumsal konularda) birbirlerini etkileyebilirler” İfadesine Katılma Durumu	202

GRAFİKLER LİSTESİ

Sayfa

Grafik 1. "Sosyal medya hesabınız var mı?" (Bir sosyal medya hesabına sahip değilseniz lütfen anketi sonlandırınız).....	100
Grafik 2. "Ne kadar süredir sosyal medya kullanıyorsunuz?"	101
Grafik 3. "Hangi sosyal medya mecralarını kullanıyorsunuz?"	102
Grafik 4. "Bir günde ortalama ne kadar süre sosyal medyada kalıyorsunuz?"	103
Grafik 5. "Sosyal medya hesabına sahip olmanızın başlıca sebebi nedir?"	104
Grafik 6. "Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz?"	105
Grafik 7. "Gündemi daha çok hangi mecralardan takip edersiniz?"	106
Grafik 8. "Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendiğiniz mecra/araç hangisidir?"	107
Grafik 9. "Sosyal medya içerikleri herkesçe görülür ve bilinir"	108
Grafik 10. "Sosyal medyada yapılan paylaşımlar başkalarının gözü önündedir"	109
Grafik 11. "Sosyal medya sanal bir meydan gibidir"	110
Grafik 12. "Sosyal medyada yapılan paylaşımlar, mahrem/özel olmaktan çıkar"	111
Grafik 13. "Sosyal medyada yalnızca belirli kişiler için görünür olan (kısıtlanmış) paylaşımlar, diğerleri tarafından da (dolaylı olarak) görülebilir. (ör/ dedikodu veya başka birinin cihazının kullanımı)"	112
Grafik 14. "Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür"	113
Grafik 15. "Herkes sosyal medya hesabı açabilir"	114
Grafik 16. "Sosyal medya, bireylerin ve grupların bir araya gelebildiği sanal bir mekândır"	115
Grafik 17. "Sosyal medyaya girişte herhangi bir kısıtlama yoktur. (Din, dil, ırk, ücret, zaman, mekân)"	116
Grafik 18. "Tüm bireyler istedikleri zaman sosyal medyada var olabileceklerini bilirler"	117
Grafik 19. "Kadına şiddet, nükleer santral kurulumu, pahalı ve önemli bir ilacın devletçe karşılanması, iktidarın uygulamalarına yönelik eleştiriler... gibi durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir"	118
Grafik 20. "Yukarıda belirtilen toplumsal durumlarla alakalı, sosyal medyada her birey eşit düzeyde geniş kitlelere sesini duyurabilir"	119
Grafik 21. "Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler"	120
Grafik 22. "Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur"	121
Grafik 23. "Sosyal medyada yürütülen bir tartışmada herkesin fikri eşit düzeyde dikkate alınır"	122
Grafik 24. "Sosyal medyada sıkı denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar yoktur"	123
Grafik 25. "Sosyal medyada bireyler, çekinmeden gerçek kimliklerini kullanırlar"	124
Grafik 26. "Sosyal medyada bireyler, belirli amaçları doğrultusunda toplanıp örgütlenebilirler"	125

Grafik 27. "Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler" ...	126
Grafik 28. "Sosyal medya mecralarında katılımcılar karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygılıdır"	127
Grafik 29. "Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir"	128
Grafik 30. "Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşıır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)"	129
Grafik 31. "Sosyal medyada başlatılan eylemler yönetim mekanizmalarınca dikkate alınır"	130
Grafik 32. "Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesi mümkündür"	131
Grafik 33. "Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, gündemde olmayan bir meselenin gündeme alınması mümkündür"	132
Grafik 34. "Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır"	133
Grafik 35. "Sosyal medya şirketleri kişi ve kurumlardan tümüyle bağımsızdır"	134
Grafik 36. "Sosyal medya, bireylerin ifade özgürlüğü hakkını gözetir"	135
Grafik 37. "Sosyal medya, bireylerin bilgi kaynaklarını kullanma hakkını gözetir"	136
Grafik 38. "Sosyal medya, bireylerin örgütlenme hakkını gözetir"	137
Grafik 39. "Sosyal medyada, insanlar (toplumsal konularda) birbirlerini etkileyebilirler"	138
Grafik 40. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının bazı gönderilerini beğenirim"	139
Grafik 41. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerine yorum yaparım"	140
Grafik 42. "Gönderilerle alakalı olarak hesap sahibine direkt mesaj atarım"	141
Grafik 43. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerini paylaşıyorum. (retweet / repost)"	142
Grafik 44. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerin, gerçek kimliklerini kullandığına inanırım"	143
Grafik 45. "Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, samimi ve güvenilirdir"	144
Grafik 46. "Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, gerçek hayattakinden daha samimi ve güvenilirdir"	145
Grafik 47. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta da görüşürüm"	146
Grafik 48. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta görüştüğümde, kişinin sanal ortamdaki görüş ve düşünceleriyle gerçek hayattaki görüş ve düşüncelerinin tutarlı olduğunu düşünürüm. (Görüşmediyseniz boş bırakınız)"	147
Grafik 49. "Sosyal medyadaki gruplara/sayfalara katılırım"	149
Grafik 50. "Ortak sorunlarımız olduğunda, katıldığım sosyal medya sayfalarındaki ya da gruplarındaki kişilerle, internet ortamında etkileşime geçerim.(Katıldığınız grup veya sayfa yoksa boş bırakınız)"	150
Grafik 51. "İnsanlar, ortak meseleleri/sorunları ile ilgili sosyal medyada diğerlerine ulaşarak sanal topluluk(lar) oluşturabilirler"	151

Grafik 52. "İnsanlar; ortak beklenti, ihtiyaç ve talepleri konusunda sosyal medyada başkalarına ulaşarak örgütlenebilirler"	152
Grafik 53. "Sosyal medya grupları veya sayfalarında belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen bireyler, hedeflerine ulaşınca dek bir arada kalırlar"	153
Grafik 54. "Sosyal medya mecralarında başlatılan kampanyalara / eylemlere / aktivitelere katılırim"	154
Grafik 55. "Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu.(Hiçbir kampanyaya katılmadıysanız cevaplamayınız)"	155
Grafik 56. "Sosyal medyada başlatılan kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere katılmak önemlidir"	156
Grafik 57. "İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere, (fiziki alanlarda yapılanlara kıyasla) daha çok katılım sağlar"	157
Grafik 58. "Toplumu ilgilendiren bazı sorunlar, sosyal medyada (pek çok kişinin katılımıyla) yapılan kampanyalar / eylemler sayesinde çözüme kavuşur"	158
Grafik 59. "Sosyal medya fenomenlerinin yaşantıları alenidir"	159
Grafik 60. "Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir"	160
Grafik 61. "Sosyal medya fenomenleri, toplumu ilgilendiren meselelerde öncüdürler"	161
Grafik 62. "Sosyal medya fenomenleri; tutumlarını/tepkilerini, tüm takipçileri adına sergilerler"	162
Grafik 63. "Takip ettiğim sosyal medya fenomenlerinin, toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate alırım"	163

GİRİŞ

Kamusal alanlar, çok sayıda insanın ortak bir mesele çerçevesinde toplumsal halde buluşarak karar alma mekanizmalarında etkin rol oynadığı ortamlardır. Kamusal alanlarda toplumu ilgilendiren konular, yine toplumu oluşturan paydaşlarca ele alınır. Kamusal alan; herkesin erişimine açık, herkesin eşit katılım ve söz hakkına sahip olduğu ortamlar olarak varsayılırlar. Bazı araştırmacılara göre ilk kamusal alanlar Antik Yunan'da agoralarda görülmüş sonrasında ise salonlar ve kahvehaneler gibi mekânlarda gelişmiştir. Bazı araştırmacılara göre ise kamusal alan daha çok modern zamanın olgusudur. Günümüzde ise gelişen teknolojinin beraberinde getirdiği toplumsal değişimler ile yeni iletişim teknolojilerinin ortamında kamusal alanın yeniden kurulduğu hususu tartışılmaktadır.

Kamusal alan kavramsallaştırmasıyla ilgili olarak ayrıca özel alan kavramına bakmak gereklidir. Özel alan, toplumsal olanın dışındaki alan olarak ifade edilebilir. Özel ve kamusal alan olguları karşılıklı birbirlerini inşa ederler. Bu nedenle bu olgulardan birisini anlamak için diğersini de dikkate almak gerekmektedir. Kamusal alanın anlamsal ve işlevsel değişimine bağlı olarak özel alan da anlamsal ve işlevsel açıdan değişmiş ve değişmektedir. Özel alan kavramsallaştırması genellikle hane ile ilişkilendirilmektedir. Özel alana ait olarak kabul edilen meseleler kamusal alana ilişkin olanlardan farklı olarak; toplumsal anlam barındırmayan kişisel konuları içermektedir. Bunun dışında özel alanı kamusal alandan ayıran bir diğer temel fark ise özel alanın bazı kuramcılarca 'zorunluluklar alanı' olarak nitelendiriliyor olmasıdır. Özel alan, sonraki dönemlerde ona bir önem atfedilmeden önce yalnızca yaşamsal faaliyetlerin sürdürüldüğü bir mecburiyet alanı olarak görülüyordu. Bu anlamda özel alan, fizyolojik gereksinimler başta olmak üzere hayatın devamı için duyulan ihtiyaçların karşılandığı bir zorunluluk ortamı olarak ifade ediliyordu.

Kamusal alan kavramsallaştırması üzerinde akademik olarak 1980'lerden itibaren yoğunlaşmış olsa da, kavram aslında çok daha eskilere dayanmaktadır. Kamu kelimesi etimolojik olarak 14. yüzyılda kullanıldığı bilinen "*pupplik*"

kelimesine kadar gitmektedir. Bu kelime, umumun gözetimine ve bilgisine açık manasına gelmektedir.

Antik Yunan ve Roma’da kamusal alanlar, tüm yurttaşların katılımına açık karar alma mekanizmalarının işlediği yerler olarak kabul ediliyordu. Ancak burada günümüze kıyasla temel bir fark görülmektedir. Bu fark ise yurttaşlık tanımlamasıdır. Antik Yunan ve Roma’da vatandaşlar, sağlıklı ve zorunluluklardan azade olan erkeklerden ibaretti. Kamusal alana katılım için gerekli olan koşul vatandaş olmak olduğu için bu polis devletlerinde kamusal alana yalnızca vatandaş olanlar yani sağlıklı ve zorunluluklar alanından azade erkekler dahil oluyordu. *Koinon*’a yani kamusal alana çıkan yurttaşlar agoralarda bir araya gelerek toplumsal meseleleri tartışır, karar alma mekanizmasına dahil olurlardı. Yurttaş olmayanlar yani köleler, kadınlar, çocuklar ya da sağlıklı olmayan erkekler ise *Oikia*’daki yani özel alandaki konularla meşgul olurlardı. Buradaki anlamıyla özel alan, zorunluluklar alanıdır. Özel alanda yaşamsal faaliyetlerin ve hayatın süregelmesi için mecburi olunan ‘angarya’ olarak nitelendirilebilecek işler yer alır. Özetle bu dönemde bireyin kamusal alanda söz hakkı elde edebilmesi, özel alandaki zorunluluklardan azade olması ve özel alanda nüfuz sahibi olmasıyla mümkündür.

Kamu ve kamusal alan kavramları Ortaçağ’a gelindiğinde; polis devletlerinde olduğu gibi tüm yurttaşların bir araya gelerek toplumsal konuları ele aldıkları yerler olarak değil, soyluları ve soyluların toplum adına gerçekleştirdiği faaliyetleri ifade eder hale dönüşmüştür. Bu dönemde hükümdarın icraatları kamusal olarak nitelendiriliyordu. Kamusal alan kavramı 16. yüzyılda gelindiğinde; saray ve devlet dairelerini ifade ederken, 17. yüzyıl ve sonrasında bireyleri ifade eder bir hale gelmiştir. Görüldüğü gibi kamusal alan kavramlaştırması tarihsel süreçte çeşitli dönüşümler geçirmiş, bu nedenle de kavram üzerinde hala devam eden bir tanımlama karmaşası ve birden çok tanım görülmektedir.

Tarihsel serüveni boyunca kamusal alan daima mücadelelere sahne olmuştur. Dışlanan gruplar, egemen gruplara karşı sürekli direnişte bulunmuşlardır. Dışlanan gruplar, haklarını kazanabilmek amacıyla ortak meseleleri çerçevesinde kamusal alanda yer edinebilmek ve karar alma mekanizmalarında etkin rol alabilmek için direnişte bulunmuşlardır. Bu gruplar, karar alma mekanizmalarına etki ederek ortak

meselerini doğrultusunda bir takım kanaatlerin oluşması ya da mevcut bazı görüşlerin değışmesi için mücadele etmişlerdir. Bu nedenle güç dengeleri zaman zaman değışmiş ancak dışlamalar sona ermemiş, sadece dışlanan gruplar değışmiş ve dönüşmüştür. Örneğın, Antik Yunan ve Roma’da kadınlar ve köleler dışlanırken sonraki dönemlerde eğitimsizler ya da emekçiler gibi grupların dışlandığı görölmektedir. Kamusal alandan dışlanan ve bu alanda yeterince temsil edilmeyen grupların kamuya çıkma talepleri, farklı kamuların oluşmasına neden olmuştur. Bu olgulara dayanarak denilebilir ki; kamusal alan üzerine çalışmış bilim insanları, (kamusal alanda varlık gösterme mücadelesinde olan farklı gruplar olduğundan) birbirinden farklı kamusal alan modelleri ortaya koymuşlardır. Bu kamusal alan modellerinin de işaret ettiğı üzere farklı kamusal alan anlayışlarından ve birbirinden farklı kamulardan söz edilebilmektedir. Buna göre; karşıt kamular, alternatif kamular, madun kamular, kısmi kamular gibi kamu tanımları alanda çalışılan kamulardan bazıları olarak belirtilebilmektedir.

Tarihsel süreçte kamusal alan kavramlaştırması nasıl ki değışip dönüşmüşse, kamusal mekânlarda değışip dönüşmüşlerdir. İlk kamusal mekânlar olarak değerdendirilebilecek olan agoralar, tüm yurttaşların karar alma mekanizmalarına katılımını mümkün kılıyordu. Ortaçağ’a gelindiğinde kamusal alan kavramı, tüm yurttaşlardan ziyade soyluları ifade eder hale dönüşmüş; buna bağılı olarak kamusal tartışmaların mekânı bu kez salonlar sonrasında da kahvehanelere dönüşmüştür. Küreselleşmenin etkisini göstermesinin ve teknolojik gelişmelerin süratli ilerleyişinin ardından kamusal mekânların bir kez daha tanımlandığı, bu kez kitle iletişim araçları ve yeni medya olarak tanımlanan internetin soyut mekânına taşındığı üzerine ortaya atılan görüşler ise hala tartışma konusu olarak gündemde yer almaktadır. Bu araştırmanın hipotezine göre, internet ve özelinde sosyal medya mecralarında da kamusal alanlar mevcuttur.

Teknolojik gelişmelerin etkisiyle günümüzde kamusal alana ilişkin farklı görüş ve düşünceler öne sürölmeye başlanmıştır. Bunlardan biri de kitle iletişim araçlarının gelişiminin, özel alanı kamusal alanın temel mekânı haline getirdiğı yönündeki anonim bir savdır. Birey özel alanından çıkmadan kamusal tartışmalara katılabilir hale gelmiştir. Bu da özel alana hapsedilmiş ya da kamusal alandan

dışlanmış olanların kamusal alanda yer alabilmek için edinebilecekleri bir alternatif alan olasılığını ortaya koymaktadır. Bu görüşe göre birey kamusal alanın kapsamındaki bir olaya özel alanından tanık olabilir, böylece özel alanında bir nevi kamusallaşır. Tezin ana tartışma konusu olan sosyal medyada kamusal alanın mümkünlüğü sorunsalı; eğer sosyal medyada bir kamusal alan vardır denebiliyorsa, bu alan ne derece veya hangi boyutlarıyla kamusaldır sorusu ile bu bağlamda ele alınabilecektir.

Son dönemde internetin tümüyle yaygınlaşması ve buradan sağlanan dünya çapındaki iletişim ve etkileşim, araştırmacıları internet kanalıyla yeni bir kamusal alanın üretilip üretilmediği sorusuna yöneltmiştir. Bunun üzerine yapılmış benzer çalışmalar da bulunmakla birlikte ilgili sorunsal bu tezde ‘sosyal medyada kurulan etkileşimin kamusal alan olarak nitelendirilebilirliği’ ekseninde ele alınacaktır. İnternet ve daha dar çerçeveye sosyal medya yeni bir kamusal alan sunmakta mıdır? Sunuyorsa bu alan hangi bağlamda ve ne düzeyde kamusaldır? Çalışma kapsamında bu sorular cevaplandırılmaya çalışılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ENFORMASYON TOPLUMU ÖNCESİNDE KAMUSAL ALAN

Enformasyon; derlenmiş veri, ham bilgi parçacığı olarak tanımlanmaktadır. Bilgi ise, “enformasyon haline dönüştürülmüş gerçeklerin analiz edilmesi ve sentezlenmesi sonucu karar vermeye yönelik olarak elde edilen daha üst seviyeli gerçekleri içerir.” (Aygün, 2015) şeklinde tanımlanmıştır. Bilginin elde edilmesinde, ilgili enformasyonun; tecrübe, deney, yorum ve analizlerle işlenmesi gereklidir. Yani, ‘veri<enformasyon<bilgi’ denilebilmektedir. Örneğin; ‘Sakarya’da patlama oldu.’ ifadesi bir enformasyon iken, ‘Sakarya’daki havai fişek fabrikasında meydana gelen patlamada 100 kişi yaralandı’ ifadesi bilgi olarak nitelendirilebilmektedir.

Günümüzde, yaşanan toplumsal değişimler neticesinde artan bilgi ihtiyacı ve teknolojik gelişmeler sayesinde milyonlarca verinin dijital platformlarda sürekli olarak depolanabilmesi, enformasyon toplumu kavramının ortaya çıkmasında etken olmuştur. Bireyler, sahip oldukları dijital cihazlar aracılığıyla, ilgi duydukları meseleye ilişkin, farklı coğrafyalardan sınırsız enformasyona anında ulaşabilmektedir. Toplumlarda yaşanan bu değişim ise enformasyon toplumu kavramının doğuşuna sebep olmuştur. Enformasyon toplumu, sanayi toplumu sonrasında ortaya çıkan yeni bir toplum anlayışıdır (Güçdemir, 2012). Enformasyon toplumu, çok sayıda bilgi parçacığının yoğun ve hızlı bir biçimde bireylere ‘yığınla’ sunulduğu dijital çağın toplumu olarak tanımlanabilmektedir. Enformasyon toplumunda kişiye, ihtiyacı olandan çok daha fazla veri aynı anda sunulularak kişinin ihtiyacı olan veriyi bunların arasından bulup çıkarması beklenir. Toplumsal yaşamda pek çok şeyi dönüşüme uğratan enformasyon toplumuna geçiş, kamusal alan kavramında da temel bazı değişimleri mecburi kılmıştır. Araştırma kapsamında ilk olarak; -kamusal alan anlayışının enformasyon toplumuna geçişle birlikte geçirdiği dönüşümlere değinmeden önce- kamusal alan kavramı, enformasyon toplumu öncesine yönelik yapılan literatür taraması kapsamında ele alınacaktır.

1. KAMUSAL ALAN

Kamusal alanın eylemsel olarak, topluluk halinde yaşamın başladığı ilk andan itibaren (farklı anlamlandırılmış ya da bugün bilinen anlamından oldukça uzak, eksik veya ‘kusurlu’ da olsa) fiilen var olduğu iddia edilebilir. Paradigmatik olarak ilk kez Jürgen Habermas tarafından ifade edilen kamusal alan kavramı, bugün bilinen anlamına ise ilk kez 17. Yüzyılın sonlarından itibaren yaklaşmıştır. Farklı dönemlerde farklı tanımlamalarla ifade edilen kavram hakkındaki araştırmalarda genel olarak, antik polis devletleri başlangıç noktası alınmıştır.

Kamusal alan kavramına ilişkin genel bir tanımlama yapılacak olursa, ilk olarak Habermas’ın; “Kamusal alan kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz.” (Habermas, 2015, s. 95) ifadesine yer vermek gereklidir. Yani kamusal bir alandan söz etmek için ilk olarak özgür bir kamunun varlığı gereklidir. Özgür bireylerin, toplumu ilgilendiren toplumsal meselelere ilişkin alenen akıl yürütmek amacıyla kamu olarak bir araya geldikleri ve etkileşimde bulundukları alanlarda kamusal alanın bir biçimi var olmuş olur (Habermas, 2015, s. 95). Herkesin erişimine açık olması beklenen kamusal alanlar; ortalık yer, herkesin her şeyi ifade edip görüp duyabileceği yerlerdir. Kamusal alana ilişkin tanımın özellikleri; Habermas, Arendt ve Sennett’in yaklaşımlarının ortak bağlamı çerçevesinde; “politikanın meşrulaştırılma yeri, politik topluluğun temeli ve politikanın görünürlük kazandığı bir sahne” (Dağtaş, 2014, s. 59) şeklinde ifade edilebilir. Kamusal alanın varlığı, kamuoyunu içinde barındırmasına bağlıdır. Bu bağlamda da öncelikle kamuoyu kavramı ve kamuoyunun varlığı için elzem olan kamu incelenmelidir. Kamu, en basit tanımıyla kamusal alanda bulunan herkes şeklinde ifade edilebilir. Kamu, sıklıkla yanlışlığa düşüldüğü üzere devlet daireleri veya kurumlarını ya da devletin doğrudan kendisini ifade etmez. Aksine devlet kurumlarının, hizmet etmekle yükümlü olduğu topluluğu ifade etmektedir. Kamu kurumu denildiğinde, memurları ya da doğrudan devleti temsil eden kurum değil, halka ait olan, toplum için çalışan ve ona hizmet eden, dolayısıyla da vatandaşları temsil eden kurum ifade edilmektedir. Kamuoyu ise, kamuların toplumu ilgilendiren sorunlar ve müşterek meseleler hakkında vardıkları ortak yargı, kanı, düşünce ve tavırlar olarak açıklanabilmektedir (Özbek, 2015, s. 32-41).

Kamusal alan tartışmalarının, bu konuda gerçekleştirilen araştırmaların yol gösterdiği üzere antik devletler dönemine değin uzandığı görülmektedir. Romalılar döneminde kavram, etimolojik olarak ‘kamusal alan’ şeklinde ifade edilmemiş olsa da Respublica¹ şeklinde kullanılmış olup, bugün bilinen anlamıyla kamusal alanın temelleri olarak nitelendirilebilmektedir. Antik devletlerdeki Respublica da kamusal alan da temelde ortak bir noktada buluşmaktadır. Her iki kavramın da varlığı, demokratik bir toplum yapısının tesis edilmiş ve sürdürülebilir halde bulunmasıyla mümkündür. İfade özgürlüğü ve kişiler arası bilgi alışverişi gibi demokratik bir takım hakların işlerliğinin sağlan(a)madığı toplumlarda kamusal alandan söz edilemez.

“Yurttaşlar ancak, genel yarara ilişkin meseleler hakkında kısıtlanmamış bir tarzda, yani toplanma, örgütlenme, kanaatlerini ifade etme ve yayınlama özgürlükleri garantilenmiş olarak tartışabildiklerinde kamusal bir gövde biçiminde davranmış olurlar.” (Habermas, 2015, s. 95).

Bu bağlamda özgürlüklerin tesis edildiği toplumlarda bir arada yaşayan çok sayıda yurttaşın haklarının demokratik biçimde korunduğu söylenebilir. Bir aradalığın beraberinde getirdiği karşılıklı bağımlılık ilişkileri ise özgürlüklerle birlikte bazı sınırlılıkları da ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada kamusal karşılıklı bağımlılık ilişkileri olarak tanımlayan Jean-Jacques Rousseau’ya atıfta bulunarak, Rousseau’nun kamusal alanda bir takım ödevlerin (çalışmak, aile ve yurttaşlık görevleri vs.) varlığından bahsettiği belirtilmelidir. Rousseau’ya göre kamusal alandaki bu ödevler yerine getirilmezse yozlaşma meydana gelir. Dolayısıyla kamusal alan için karşılıklı bağımlılıklarla birlikte özgürlüklerin sağlandığı ortamlar denilebilmektedir.

Kamusal alan tanımlamalarında düşünürler çoğunlukla alenilik hususunda birleşmektedirler. Ancak bu alenilik tarihsel süreç içinde farklı şekillerde yorumlanmıştır. Örneğin Ortaçağ’daki temsili kamu anlayışında kamuyu temsil eden iktidarın kendisi aleniyken, 19. Yüzyıla gelindiğinde kamusal alanlar ve burada var olan herkes ve her şey aleni kabul edilmiştir. Bu bağlamda kamusal alan için ‘tüm

¹ “Aralarında aile bağı ya da yakın bağlar olmayan insanlar arasındaki birliktelik ve karşılıklı taahhüt bağlarını temsil eder.” (Sennett, 2013, s. 16).

zamanlarda herkese açık ve herkesçe erişilebilen alanlardır' denilememektedir. Ayrıca kamusal alan tartışmalarında düşünürlerin sıklıkla üzerinde durduğu bir diğer husus ise tüm kamulara karşı aleni olan kamusal alanlara her bir yurttaşın erişiminin mümkünlüğü ve kendini temsil edebilmesinin imkânlılığı hususudur. Örneğin "Marx, kamuoyunu yanlış bilinç olarak ifşa eder". (Habermas, 2018, s. 227). Marx'a göre kamusal alana katılabilmek için bireylerin ihtiyaç duyduğu eğitim düzeyi gibi temel bazı gereksinimlere her bir bireyin erişim olanağı ve fırsat eşitliği yoktur. Bu nedenle ona göre herkesçe erişilebilir bir kamu yoktur. Habermas'a göre ise, tüm yurttaşların toplumsal statüleri dikkate alınmaksızın özgür ve eşit bir biçimde kamusal tartışmalara dahil olabildiği kamusal alanlar mümkündür.

Kamusal alan tartışmalarında sıklıkla üzerinde durulan hususlardan biri de 'Nasıl bir kamu?' sorunsalıdır. Genel geçer kapsayıcı tek bir kamu mu? Yoksa birden fazla çeşitli kamular mı vardır? Nancy Fraser bu sorunsala cevap niteliğinde kapsayıcı kamusal alan anlayışını benimsemiş bir düşünür olarak karşımıza çıkmaktadır. Fraser'e göre birden fazla kamusal alan vardır ancak bu çoklu ve yarışan kamuların kültürel çeşitliliklerinin kesiştiği, ortak bir tartışma ortamının sağlandığı kapsayıcı bir kamusal alan da vardır. Yani Fraser'e göre, çok sayıda kamu vardır fakat bütün kamuları ilgilendiren tek ve bunların her birini kapsayıcı genel geçer bir kamu da vardır (Fraser, 2006). 'Nasıl bir kamu?' sorunsalını ele alan bir diğer düşünür ise John Keane'dir. Keane'e göre çok sayıda kamusal alan vardır. Kamusalın yeniden feodalleştiği görüşünde olan Keane, sivil toplumda birbirinden farklı fakat birbiriyle bağlantılı pek çok kamusal alanlar olduğunu savunur. Keane meşru bir kamusal alanı, şiddet içermeyen her tür iletişim tarzı aracılığıyla sağlanan iktidar mücadelesi şeklinde açıklamaktadır. Keane kamuları; Mikro, Mezo ve Makro kamusal alanlar şeklinde ayırmaktadır. Keane'e göre mikro kamusal alanlar, çok sayıda tartışmacının etkileşime girdiği yerel düzeydeki alanlardır. Bu alanlar örtük alanlardır ve mevcut iktidar ilişkilerine karşıt hareket oluştururlar. Mezo kamusal alanlar, Milyonlarca insanın kitle iletişim araçları vasıtasıyla etkileşime girdiği alanlardır. Makro kamusal alanlar ise, küresel düzeyde tartışma ağı kurulan, milyarlarca insanın etkileşime girdiği küresel alanlardır.

Çoklu kamuların varlığı, egemen anlayışın ‘özel’ olduğu gerekçesiyle konuşma dışı bıraktığı meselelerin (aile içi şiddet vs.); ötekileştirilen, ezilen, sömürülen ve sesleri çıkmayan kamularca temsil edilerek bunların görünürlüğü, duyulurluğunun, bilinirliğinin sağlanmasını imkânlı hale getirmektedir. Çoklu kamuların varlığını savunan düşünürlerden olan Fraser’e göre (Fraser, 2006) ‘özel’ olduğu iddia edilen pek çok mesele aslında politiktir ve kamusal alana taşınmalıdır. Fraser, “bir meselenin ‘siyasal’ olması için bir dizi farklı söylemsel alanlar ve kamusal alanlar içinde tartışmalı bir statüye sahip olması gerekir.” Demektedir (Fraser, 2006, s. 16). Ezilen ve sesi çıkmayan kamu mensuplarının gördükleri baskı veya şiddetin özelleştirilmesinin, tahakküm ve hiyerarşiyi yeniden ürettiğini savunan Fraser’e göre ihtiyaçlar, tartışılmaya başlandığında siyasallaşır ve kamusal alana taşınır (Fraser, 2006). Ancak bu tartışma gerçekleşmediğinde, kamusal nitelikteki ihtiyaçlar depolitize edilerek ihtiyacın sanki özel bir sebepten kaynaklandığı yanılgısı vurgulanır. Özetle denilebilir ki, esasında kamusal olan ancak depolitize edilmiş meseleler, çoklu kamularca tartışma konusu edilerek kapsayıcı kamusal alana taşınabilmektedir.

Çoklu veya kapsayıcı, herkesçe erişilebilir veya toplumun yalnızca bir kısmının temsilinden oluşan her türlü kamusal alanın var olması, demokratik veya özgürlüklerin tesis edilebildiği toplumların varlığına bağlı olduğu gibi aynı zamanda kamusal aklın varlığına da bağlıdır. Vatandaşların, kamusal politikaların gerçekleştirilebilmesi için gerekli olan, kamu bilinci ve ruhuna sahip olarak davranış biçimi geliştirmeleriyle sağlanan müşterek akıl şeklinde ifade edilen kamusal akıl, kamu yararının sağlanması ve sürdürülmesi amacıyla işlevseldir. Vatandaşların gerekli kamu bilincine sahip olmamaları durumunda toplumu ilgilendiren önemli meseleler hakkında ihtiyaç duyulan kamuoyu oluşturulamayacak ve kamu yararı gözetilemeyecektir.

Pek çok farklı bileşenin etkilediği kamusal alanlar günümüzde, bazı düşünürlere göre tahrip olmuş veya işlevini yitirerek çökmüş, bazı düşünürlere göre ise dönüşerek varlığını sürdürmektedir. Buna örnek olarak; kamusal mekân olarak ele alınan sokakların kimi düşünürlerce eskiden olduğu gibi kamusal değil yalnızca

akıp giden kalabalıkların bulunduğu bir geçiş alanı olduğuna işaret edilirken kimi düşünürlerce ise sokakların hala kamusal alanlar sayılabileceği gösterilebilmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti tarihinde, kamusal alan kavramına kısaca değinilecek olursa bazı değişimlerin meydana geldiği gözlenecektir. Osmanlı'da kamusal kavramına ilişkin, sivil inisiyatiflerin bulunduğu çok kültürlü bir kamusal kavram olduğundan söz edilebilir. Bu alanların büyük çoğunluğu devlet dışında birbirinden farklı etnisitelerce üretilen topluluklarda sağlanırdı. Cumhuriyet dönemine geçişte ise ilk dönemlerde tek boyutlu, devletçe düzenlenen bir kamusal kavram görülmektedir. “Cumhuriyet kurucuları halkevlerinde edebiyat, sanat ve kitle iletişim araçlarıyla kamu oluşturmaya yönelik faaliyetlerde bulunmuşlardır.” (Erol, 2005, s. 121). Cumhuriyetin kuruluş aşamasıyla birlikte gelişen bu tek boyutlu kamusal kavram, kamusal alanda ciddi bir daralmaya neden olmuştur. Kamusal alandaki bu daralma 1930'lu yılların sonlarında doruk noktaya erişmiş yakın geçmişte ise çözülme sürecine girmiştir.

2. KAMUSAL / ÖZEL ALAN AYRIMI

Kamusal alan kavramını, tarihsel süreç boyunca geçirdiği dönüşümlerle birlikte anlamlandırmak ancak özel alan kavramını da açıklayarak mümkün olacaktır. Çoğunlukla birbirinin zıddıymış gibi işlenen bu iki kavram aynı zamanda birbirinin var olmasını ve sürdürülebilirliğini mümkün kılan ana etkenlerdir. Kamusal alan ‘aleni’ olana işaret ederken özel alan, mahrem alanı² da içine alacak şekilde daha çekirdek bir yapıya işaret etmektedir. Kamusal / Özel alan kavramlarının bu karşıtlıkları, tarih boyunca kavramların tanımlanmasında üzerinde durulan ana hususu oluşturmuştur. Birbirinden ayrı olan bu iki kavramın birbirinin varlığını nasıl mümkün kıldığı sorusu ise dönemlere göre farklılık gösterecektir. Antik devletlerde, kamusal alana katılabilmek için şart olan zorunluluklar alanından (özel alandaki) azade olma koşulu, kişinin özel alana hakim olması gerekliliğini ortaya koymaktaydı. Ortaçağ'a gelindiğinde kamusal alan egemenliği simgeler hale geldiğinden ancak özel alanı ‘yok olmuş’ olanlar kamusal alanda var olabilirdi. 17. yüzyıla gelindiğinde ise kamusal / özel alan karşıtlığı nihayet günümüzdeki anlamına yakınlaşmıştır. Bu

² Mahrem alan: “...mahremiyet, bireylerin yalnız başlarına kalabildikleri alanı ve kamusalardan ayrılan bir durumu tasvir etmektedir.” (Büyükaşan, 2015, s. 23)

dönemde kamusal alan, herkesin erişebileceği alanları, özel alan ise kişinin ailesi ve yakın çevresi ile paylaştığı kişisel alanını ifade eder hale gelmişti. 17. yüzyıldan bugüne değin değerlendirildiğinde, ancak özel alanında özgün ve özgür olan bireylerin kamusal alanlarda bir araya gelerek sağlıklı toplumsal tartışmalar yürütebileceği söylenebilmektedir. Daralmış veya yok olmuş bir özel alan, tek tipleşmiş bir kamuyu ortaya koyacağından her iki alanın da sınırları iyi korunmalıdır. Bu bağlamda kamusal / özel alan kavramlarına ilişkin ayrıca eklenmelidir ki, - kavramların geçirdikleri dönüşümler boyunca- kapsadıkları alanın genişliğinin sürekli olarak birinin lehine genişlerken ötekini aleyhine daraldığı görülmektedir. Yani kamusal alanın genişlediği dönemlerde özel alan daralmış ve hatta kimi zaman yok olma noktasına dahi gelmiş, özel alanın genişlediği dönemlerde ise kamusal alanda daralma görülmüştür.

Karşıtlıklarıyla birbirlerini var eden ve tanımlayan bu iki kavram üzerine pek çok bilim insanı, araştırmacı ve düşünür çalışmıştır. Özel alan ile kamusal alan arasındaki sınırları ilk olarak net bir şekilde çizen düşünürler; John Locke, J. Jacques Rousseau ve Hegel'dir. Locke'a göre, özel alan kadının alanı ve kamusal alan ise toplumsal sözleşmenin de gerçekleştirildiği, rasyonelliğin alanı olarak erkeğin alanıdır. Locke, bu iki alan dışında bir de toplumsal alandan bahseder. Ona göre toplumsal alan ise, asker ve savcı gibi kamu hizmetinde olanların alanıdır. Rousseau ve Hegel'e göre, kamusal – özel alan ayrımı iki kutupludur. Bu görüşe göre özel alan; kadınlar, çocuklar ve engellilerin alanı olarak tanımlanmaktadır. Kamusal alan ise, erkeklere ait olan ve tümüyle devletle bütünleştirilmiş bir alan olarak tanımlanmaktadır (Keyman, 2016, s. 163-165). Bu bağlamda iki alan arasındaki ayrım genel olarak; özel alanın bireysel tercihler, din, şahsi kimliğe değer katan unsurlar ve aileye ilişkin olmasıyla, kamusal alanın ise politik ve ekonomik tartışma konularına ilişkin olmasıyla açıklanabilir.

Kamusal alan kavramını temellendiren, eleştirel kuramın önemli temsilcilerinden Habermas'a göre ise kamusal / özel alan arasındaki ayrışma ancak feodalizm sonrasındaki dönem itibariyle başlamıştır. Bu anlamda özel alan, devlet aygıtı alanının dışında ve kamusal görevi olmayandır. Kamusal alan ise, egemenin şahsından bağımsızlaşarak nesnelleşmekte olan devlete ilişkindir (Habermas, 2018, s.

70-71). Buna göre bireylerin, vatandaşlara hizmet etmekle yükümlü olan kamu kurumlarında yaptıkları etkinlikler kamusal, şahsi kendilikleri için yaptıkları etkinlikler ise özel kabul edilir. Örneğin devlet memurları mesai saatlerinde kamusal şahıslar sayılırken evlerine vardıklarında özel şahıslardır.

Politik güç mücadeleleriyle toplumsal hayatta büyük dönüşümlere uğrayan kamusal ve özel alan kavramları, kültürel anlamda da değişikliklerin meydana gelmesine neden olmuştur. Kamusal ve özel alan ayrışmasında kadın ve erkek rollerinin belirlenişini patriarkal kültüre bağlayan feminist düşünürlere göre, bu anlamdaki kamusal ve özel alan ayrışması aslında ataerkil toplum yapısının meydana getirdiği bir oluşumdur. Feministler, patriarkal kültüre göre erkeklerin kadınları, özel alanda görünmez kılarak ezdiklerini savunmaktadırlar (Çaha, 2006, s. 171). Aslında politik mesele olan kadına şiddet gibi hususların ‘özel alana ait meseleler’ olarak vurgulandığı dönemlerde, kadınların madun kamular konumunda kalması ve sonraki dönemlerde feministlerin bu konuları politikleştirilmesi, kamusal/özel alan karşıtlığının ve sınırlarının süregiden mücadelelerle yeniden ve yeniden değiştiğini göstermektedir. Öncesinde mahrem konular olarak görülen; sağlık, aile içi ilişkiler, bireyin bedeni ile kurduğu ilişki gibi insanın ‘özel’ sayılan konular, moderniteye geçişle birlikte politikleşerek kamusal meseleler haline dönüşmüşlerdir.

Kavramlar arasındaki ayrışmayı, kültür ve doğa ayrıştırması ile özdeşleştiren Richard Sennet’e göre ise kamusal ile kültür, özel ile ise doğa özdeşdir. Bu görüşe göre aile özel alan kapsamında doğal olanla bütünleşmektedir. Bu bağlamda denilebilir ki, kamusal alan toplumların var ettiği, özel alan ise varoluşsal bir alandır. 19. yüzyılda ailenin ve beraberinde özel alanın idealleştirildiğine işaret eden Sennet, bu dönemde kamusal alandaki tehlikelerden (saygınlığın yıkılması vs.) kaçınmak isteyenlerin en iyi yol olarak özel alanda kalmayı tercih ettikleri üzerinde durmaktadır. Bunun için insanlar birbirleriyle gerekmedikçe bilgi alışverişi yapmaz, birbirlerine yabancı kalırlardı. Ancak Sennett’e göre bu dönemde ahlak dışı olarak görülen kamusal alandan uzaklaşılmasıyla özel alanın bütünüyle idealleştirilmesine rağmen kavramlar, kadınlar ve erkekler açısından farklı anlamlar taşıyordu. Kadınlar için kamusal, erdemlerin kaybedilme tehlikesi bulunan bir alan iken erkekler için, içten içe özgürlüklerin alanı olma anlamını taşıyordu.

Kamusal ve özel alan ayrılaşmasının kültürel alandaki etkileri, bireylerin kamusal alanlarda kendiliklerini ifade etme amacıyla özneleştirdikleri giyim tarzları ve aksesuar tercihlerinde de dönemlere göre bazı değişimlerin meydana gelmesine neden olmuştur. 1700’lü yıllarda kamusal alanlardaki giyim tarzları bireylerin tercihlerinin çok ötesindeydi. Bu dönemde kıyafetler doğrudan toplumsal statünün bir göstergesi sayıldığından herhangi birinin dış görünüşüne bakarak mesleği ya da statüsü hakkında bilgi sahibi olunabilirdi. Buna karşın aynı yüzyılın sonları itibariyle giyim tarzında bir özgürleşme akımı görülür olmuş ve bireyler toplumsal statülerini göstermenin ötesinde kıyafet tercihleri yapmaya başlamışlardır. Kamusal alandaki bu kaideli giyim algısına karşın özel alanda beden kendi başına bir anlam taşıyordu. İnsanlar evde yani mahrem/özel alanda bedensel ihtiyaçlarına cevap verecek biçimde giyiniyorlardı. Ta ki yeni medya döneminde özel alan da kamulaşana dek...

Yakın geçmiş ve günümüze gelindiğinde, teknolojiyle bütünleşmiş yaşam tarzı ve küreselleşme, kamusal alanın yerelden evrensele geçmesini sağladı. Bu da özel / kamusal alan ayrımını evrensel bir tartışma konusu olarak insanlığın önüne çıkardı. İnsanlığın gün geçtikçe daha fazla toplumsallaşmasının özel alanda daralmaya neden olduğu görüşünde olanlar bunu bir çelişki olarak değerlendirmektedir. Bu çelişki, kamusal alanın temel bir toplumsal gereksinim olarak evrenselleşmesinin iyiye işaret olduğu ancak bu esnada toplumsal olarak yine bir o kadar gerekli olan özel alanın sınırlarının iyi belirlenmesi hususuna işaret etmektedir. Modern çağda kamusal alanın genişlemesi ve aynı zamanda özel alanda yaşanan daralma, özel alana ait olan meselelerin ne kadar özel ya da ne kadar kamusal olduklarına ilişkin çelişkiler oluşturmıştır. “Kluge’nin deyişiyle özel olanın ‘tiranlığına terk edilmiş’ ve bastırılmış toplumsal meseleleri ve yaşam bağamlarını kamusal kılabilmek için, politik bilinç ve mücadele gereklidir.” (Özbek, 2015, s. 608) diyen Özbek, kamusal ve özel alan arasındaki sınırların dönemlere göre değiştiğine işaret eder. Bu değişimler ise, dışlama ve tahakküme karşı olarak çok yönlü bir biçimde yürütülen mücadeleler sonucunda gerçekleşmektedir.

Kamusal alan ile özel alanın ayrışmasını sanayileşmeyle beraber kapitalist toplum yapısına geçişe bağlayan Ömer Çaha ise (Çaha, 2005), gelişmiş toplumlarda tek tipleşmekten ziyade farklılaşabilmenin demokratik toplum yapısı için önemine

dikkat çekerek, farklılığın özel alanda değil ancak kamusal alanda anlam kazandığını söylemektedir. Bu görüşe göre, kamusal alanda olan farklılaşmaya müsaade edilmediği takdirde ilgili toplumda toplumsal çeşitliliğin sağlanması ve akabinde sağlıklı bir demokratik yapının tesisi mümkün değildir. Çünkü özel alan topluma kapalı mahrem bir alan olduğundan burada farklılıkların olmasının ya da olmamasının hiçbir önemi yoktur (Çaha, 2005, s. 150). Modern çağda kamusal ve özel alanlar arasındaki sınırdaki değişimlerin meydana geldiğini belirten Çaha, modern toplumlarda özel alanlar azalır ve oldukça sınırlı bir hale gelirken kamusal alanların genişlediğini vurgulayarak günümüzde aileyle toplumun iç içe geçtiğini söylemektedir (Çaha, 2005, s. 145).

Türkiye özelinde değerlendirilecek olursa ise, kamusal / özel alan ayrımlaşması, Cumhuriyetin ilk yılları itibariyle, tabandan gelen bir direnç veya istencin sonucunda değil yukarıdan (egemen sınıf tarafından) tanımlanmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında vatandaşlık, kamusal ve özel alan arasındaki ayrım gözetilmeden tanımlanmıştır. Burada sadece kamusal görevler tanımlanmamış, giyiniş tarzı (şapka kanunu) gibi özel alana ait olabilecek bazı hususlar da tanımlanmıştır (Kadıoğlu, 2002, s. 280-281). Bu noktada cumhuriyetin ilk yıllarında kamusal alan anlayışında bir daralma yaşandığı söylenebileceği gibi özel alanda da bir daralma görüldüğü söylenebilir.

3. KAMUSAL ALANIN TARİHSEL GELİŞİMİ

Kamusal alan tanımlaması, bugünkü anlamına benzer bir biçimde ilk kez 17. Yüzyıl sonlarında kullanılmaya başlanmıştır. Ancak kavram, tarihsel olarak çok daha eskilere dayanmaktadır. Topluluk olarak yaşamın başladığı ilk andan itibaren çeşitli bağlamlarda farklı kamusal alan anlayışlarının var olduğu öngörülse de araştırma çerçevesinde kamusal alanın tarihsel gelişiminde başlangıç noktası olarak Antik Polis devletleri kabul edilmiştir.

Antik devletlerde görülen ‘Respublica’ (duygusal bağları olmayan, topluma dair birliktelik), modern kamusal alan anlayışının temeli sayılmaktadır. Respublica’dan modern çağa değin kamusal alan anlayışı, dönemlere göre değişim ve dönüşümler geçirmiştir. Ancak kavram üzerine uzlaşılan ve tanımlamada ortak

kullanılan bir nokta aleniliktir. Kamusal, kimi zaman belirli bir zümrenin erişebildiği kimi zamansa herkesçe erişilebilen bir alan olarak ortaya konulmuş olsa da daima aleni, ‘ortalık yer’ olmuştur.

Bu bölüm kapsamında kamusal alan; Antik Polis devletleri başlangıç noktası olmak üzere sırasıyla orta çağ, 17,18 ve 19. yüzyıllar ile 20. ve 21. yüzyıllardaki kamusal alan anlayışları çerçevesinde incelenecektir.

3.1. ANTİK YUNAN POLİS DEVLETLERİNDE KAMUSAL ALAN

Antik Yunan Polis Devletleri, doğrudan demokrasiyle yönetilen devletlerdi. Bu devletlerde toplumu ilgilendiren her türlü karar *agoralarda* tüm yurttaşların katılımıyla alınırdı. Duygusal bağlardan arınık halde agoralarda bir araya gelen yurttaşların bu birlikteliği, vatandaşlık görevi olarak kabul edilmekteydi. Her bir yurttaşın katılımına açık olan bu polis alanları; yurttaşların, yurttaşlık görevi olarak kamusal birer özne niteliğiyle katılmaları gereken her türlü faaliyeti ve etkinliği içermekteydi. Bu polis alanları, bugünkü anlamıyla kamusal alan kavramını karşılayan bir işleve sahipti. Çünkü polis devletlerinde *Koinon*’da (kamusal olan) bireyler, demokratik olarak varlık gösterebilir, her bir yurttaş eşit sayılır, politik, sosyal ya da kültürel her türlü meselede etken rol oynayabilirdi.

Polis devletlerinde yaşam daha çok politikti. Öyle ki, *poliste* kamusal alan öncelenmekte özel alan ise geri plana bırakılmaktaydı ve “kamusal alan ile siyasal alan özdeşdir” (Dağtaş, 2014, s. 22) anlayışı hakimdi. “Polisin kurulmasından önce akrabalık esasına göre örgütlenmiş *phratriave phylegibi* bütün birimler ortadan kaldırılmıştı.” (Arendt, 2016, s. 60). Poliste doğal ve toplumsal bir birliktelik vardı ancak, eylem yani fikri temelli faaliyetler, iş ve emeğin üstünde tutulmaktaydı. Salt türün ve yaşamın devamı için zorunlu olan faaliyetler, kamusal alandan dışlanmaktaydı. Agoralarda yani kamusal alanda ise; siyasi, felsefi, toplumsal ya da edebi olmak üzere pek çok alanda kamusal tartışma ve muhakemeler gerçekleştirilirdi. Bir başka deyişle, “özgür yurttaşların ortak kullanımına açık polis’in (koine) alanı, tek tek insanla ait olan özel alandan (oikos) kesin olarak ayrımlaştır,” (Dağtaş, 2014, s. 23).

Poliste tüm vatandaşlar politik katılımı yükümlüydü. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus, polisteki yurttaşlık tanımlamasıdır. Antik Yunan'da; kadınlar, köleler ve çocuklar yurttaş sayılmıyorlar dolayısıyla da kamusal alanda söz sahibi olamıyorlardı. Yurttaş kabul edilerek kamusal alanda söz sahibi olanlar ise, zorunluluklar alanından (iş ve emeği içeren yaşamsal faaliyetler) azade olan sağlıklı ve erişkin erkeklerdi. Bu dönemde; Kamuya dahil olamayan insanlar, doğal birer 'hayvan' hükmünde olup, eğitilmeye ve temsil edilmeye muhtaç sayılıyorlardı. Bu noktada değinmek gerekli ki, antik devletlerde kamusal alanlar ile özel alanlar arasında keskin bir çizgi vardı. Yurttaşlar tümüyle kamusal birer özne iken yurttaş olmayanlar ise tümüyle özel alana aittiler. Yurttaş olmayanlar, eve bağlı olan, yaşamsal zorunlulukları içeren ve ihtiyaçlarının güdümünde bir yaşam sürerken, yurttaşlar; polisteki yönetim, karar alma ve yargılama gibi işlerle meşgul olurlardı. Polis devletlerinde yurttaş sayılabilmeyi göstergesi ise; zorunluluklar alanına hakim olmak, belirli bir mal varlığına ve nüfuza sahip olmak, emeğe hükmediyor olmak, ev ve aile yaşamı üzerinde egemenliği bulunmaktı. Çünkü birey böylece, yaşamsal zorunluluklar için çaba harcamak zorunda olmayacak, kamusal faaliyetler için gerekli boş zamana sahip olacak ve bu sayede kamusal alanda varlık/faaliyet gösterecekti.

Antik Yunan düşüncesinde, ortak yarar/iyilik ile kamu yararı birbiriyle eşit. Tüm yurttaşların katılım sağladığı, agoralarda ve pazar meydanlarında cereyan eden kamusal alanlarda; mahkemeler, savaş kararları gibi toplumu ilgilendiren meseleler tartışılarak karara bağlanırdı. Bu dönemde kamusal alan taşıdığı nitelik itibarıyla küreseldi. Kamusal alanlarda her türlü politik, ekonomik, yaşamsal ya da kültürel mesele ele alınmaktaydı. Polis devletlerindeki bu yüz yüze iletişim ve etkileşimle kurulan kamusal alan, sonraki dönemlerde kamusal alan kavramı üzerine çalışan pek çok düşünürün tarihsel başlangıç noktası olacaktı.

Özel alandan azade olan yurttaşların, birbiriyle tümüyle eşit oldukları, özgürlüğün alanı olarak da bakılabilecek olan *Koinon*'un (kamusal alanın) karşısında ve ondan keskin biçimde ayrılmış halde bulunan 'korunmaya ve temsil edilmeye ihtiyacı olanların güvenli olarak yaşadığı *Oikia*'da (özel alanda) ise yaşamsal mecburiyetler (doğurmak, yiyecek temini gibi) seyretmekteydi. Polis devletlerinde,

hanedeki (özel alandaki) eşitsizler üzerinde durulmazdı. Hanenin zorunlu yaşamı ile meydanlarda cereyan eden eylemin esas olduğu kamusal alan arasındaki ayrım doğal kabul ediliyordu. Çünkü özel alanda faaliyet gösterenler (yurttaş olmayanlar), yaşamsal zorunluluklar olan ‘angarya işleri’ hallederek, yurttaşların kamusal faaliyet gösterebilmesinin önünü açıyorlardı. Yani toplumsal faaliyetler sekteye uğramadan süregidiyordu.

“Bu iki doğal işlev de, erkeğin yiyecek sağlayıcı emeği ile kadının doğurucu emeği de, aynı yaşamsal kaçınılmazlığın konusuydu. O nedenle hanedeki doğal topluluk zorunluluğun eseri idi ve bu doğal toplulukta yerine getirilen bütün etkinliklere zorunluluk hakimdi. Tersine polis alanı özgürlük sahasıydı ve eğer bu iki alan arasında bir ilişkiden söz edilecekse doğal olarak bu şöyle bir ilişki olacaktır: polis’in özgürlüğünün koşulu, hanede yaşamın zorunluluklarına hakim olmaktan geçer.” (Arendt, 2016, s. 68).

Polis devletlerin de özel alan, mahrem alanla eş kabul edilmekle birlikte hayvansal güdülerin karşılandığı alan olarak görüldüğü için öteleniyor, buna karşın eylemin gerçekleştiği politik alan önceleniyordu. Bu nedenle de özel alanın mensubu olanlar aşağılanıyor önemli olanın politik yaşam olduğu kabul ediliyordu.

3.2. ORTAÇAĞ’DA KAMUSAL ALAN

Ortaçağda görülen kamusal alan, Antik Yunan’da görülen kamusal alan anlayışından oldukça farklıydı. Bu dönemde, polis devletlerinde olduğu gibi tüm yurttaşların katılımına açık bir toplumsal kamudan söz edilememektedir. Ortaçağda, “özel alandan ayrı ve devletten bağımsız bir kamu alanı bulunmamaktadır.” (Sunay, 2002, s. 54). Bu dönemde; Antik Yunan’da, agoralarda cereyan eden kamusal alan yerini saraylara bırakmıştır. Feodalist bir üretim biçiminin hakim olduğu Orta Çağ’da, temsili bir kamusal alan görülmektedir. Yani kamusal alan, direkt olarak bir yöneticinin varlığına bağlıdır. 15. ve 16. yüzyıllardaki saray hayatının göstergesi olarak da ifade edilebilecek olan temsili kamusal alanın, bizzat kralın şahsında vücut bulduğu kabul edilmektedir. Saray eşrafının şahsında birincil olarak cereyan eden temsiliyetin akabinde ise, kendilerini halkın temsilcisi halinde kamusal birer erk olarak gören feodal beylerin temsiliyeti gelmektedir. Yani denilebilir ki, Ortaçağ’da

“yeterince büyük bir servete sahip olmayanlar, kamu görevi üstelenemiyorlardı.” (Dağtaş, 2014, s. 28).

Bu dönemde feodal otorite, iktidarını halkın önünde temsil ederdi. Soyluların yaşantıları bütünüyle kamusal temsiliyet şeklinde kabul edilir, aleni bir biçimde seyrederdi. Bu, soyluların ‘özel’inin ‘kamulaşması’ şeklinde de yorumlanabilecek olan her türlü faaliyeti kapsayan bir temsiliyetti. Yurttaşların önünde egemenliğini temsil eden saray eşrafı, bunu; giyim kuşamdan davranış biçimlerine değin her anlarında gerçekleştirmekteydi. Çünkü temsiliyet kamusal alanda cereyan etmesi gereken bir eylem olarak görülmekte, özel olan hiçbir meselenin temsiliyetinin mümkün olmadığı kabul edilmekteydi. Yöneticiler de halkı temsil ettiklerinden yaşamları büsbütün kamusal kabul edilmekteydi. Bu dönemde özel, devlet aygıtı alanının dışında olmayı ifade etmekteydi. Çünkü kamusalın, mutlakıyetçilikle birlikte egemenin şahsından bağımsızlaşarak nesnelleşmekte olan devlete ilişkin olduğu kabul edilmekteydi (Habermas, 2018, s. 71). Bu nedenle de devlet memurları kamusal şahıslar, kurumları da kamusal kabul edilirdi. Devlete ilişkin olan bu kamusal alanın karşısında ise, ondan tümüyle ayrılmış biçimde bulunan özel alanlar vardır. Özel alanlarda, özel şahıslar, şahsi işlerini yaparlar. Yani devlet toplum bekası için, özel alandakiler ise kendi çıkarları için eylemler.

Orta Çağ’da şehirler, meydan yaşamının var olduğu kentlerdi. Bu dönemde meydanlar mahrem alanların bulunduğu bölgelerin tersine serbest alanlardı ancak buralarda toplumsal bir kamusal alan değil egemenlik sergilenirdi. Esas olanın, iktidarın egemenliğinin (otoritesinin) sürdürülmesi olduğunun kabul edildiği bu dönemde kamusal alanın işlevinde de değişiklik görülmektedir. Meydanlarda, toplumu ilgilendiren ortak meselelere ilişkin (politika, felsefe vs.) gerçekleştirilen kamusal tartışmalardan öte kralın egemenliğinin temsili görülmekteydi. Dolayısıyla da Orta Çağ toplumlarında etken ve eyleyen bir toplumsal kamudan söz edilememektedir. Bu durumun kilisenin gücündeki artış ve dini alanlardaki yükselişle ilişkili olduğu da söylenebilmektedir. Bu dönemde kamusal alanın geçirdiği ciddi daralma, ilişkilerin hane içiyle sınırlı kalmasına da neden olmuştur. Temsili kamu, feodal beylerin yerini burjuva sınıfının almasıyla önemini yitirmiş ve temsili kamunun yerini edebi bir kamu anlayışı almıştır.

3.3. 17,18 VE 19. YÜZYILLARDA KAMUSAL ALAN

Güçlü krallıkların kurulması ve bu sayede merkezi otoritenin hissedilir olmaya başlamasıyla 13. yüzyılın ortalarından itibaren özgürlüklerini ekonomik yollarla elde etmek isteyen köylülerin şehirlere göç etmesi, sonraki yüzyıllarda hakimiyet kazanacak olan burjuva sınıfının temellerinin atılmasını sağlamıştır. (Dağtaş, 2014, s. 31) Meydana gelen bu politik değişimler ve bunların beraberinde getirdiği dünya çapında dönüşen ticari hayat; 17. yüzyıl itibariyle burjuva sınıfının, aristokrasi karşısında yeni bir güç olarak ortaya çıkmasına yol açmıştır. Burjuvazinin; ticari, siyasi ve kentsel alanlarda egemenliğini genişletmesi, temsili kamuda ciddi bir çözülme yaşanmasına neden olmuştur. Toplumsal ve yönetsel alanlarda feodal otoriteden giderek bağımsızlaşılması, burjuva sınıfının nüfuzunu artırmış, böylece yeni bir kamu alanı meydana gelmiştir. Bu yeni kamu anlayışına bağlı olarak, kamusal ve özel alanların yeniden ayrışması ise ancak 18. yüzyıl sonları itibariyle başlayabilecektir.

17. yüzyıl, feodalizm etkisindeki temsili kamunun hala egemen olduğu ama aynı zamanda da yeni bir sınıf olarak ortaya çıkan burjuvazinin etkisini göstermeye başladığı bir dönemi kapsamaktadır. Kamusal alan kavramı üzerine önemli görüşler ortaya koyan profesörlerden Richard Sennet (Sennett, 2013), 17. yüzyıl itibariyle, - kanaat önderleri misali toplumun aktif ve azınlıkta olan bir kısmını oluşturan-kamusal aktörlerin hakim olduğu bir kamusal alandan bahseder. İki kısımlı olan bu kamusal alan anlayışının da, kamusal aktörlerin yanı sıra (kamusal aktörler dışında kalan) toplumun büyük bir kısmını oluşturan suskun/içkin kamularda yer almaktadır. Sennett'e göre bu iki kısımlı kamusal alan anlayışı, kişiliğin kamusal alana girmesinin ardından ortaya çıkmıştır. Buna göre; toplum içerisinde bir azınlık aktör olarak kamusal alanda yer alır, geri kalan çoğunluk ise kamusal alanda olup bitenleri bütünüyle izler halde bulunur.

Aristokrasinin karşısında yeni bir güç olarak beliren ve nüfuzunu günden güne artıran burjuvazi, süreç boyunca kamusal alan anlayışında köklü değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu değişimler; kamuların bir araya geldikleri tüm mekânlar, kamusal bir ifade biçimi olan giyim kuşam ve yine kamusal bir ifade biçimi olarak eğlence anlayışlarında gerçekleşmiştir. Kamusal mekânlar bu

kapsamda incelenecek olursa ilk olarak, temsili kamunun hala etkin olduğu 17. yüzyıl başlarında kamusal mekânlar olarak salonların kullanıldığı görülecektir. Bu dönemde entelektüeller, aristokrasiyle buluşmak için salonları tercih ederken, yüzyılın sonlarından 18. yüzyıl başlarına kadar ki süreçte, kamusal konuların tartışıldığı mekânlar, kahvehaneler olarak değişmiştir. Kamusal mekânlar, 18. yüzyıl başları itibariyle bir kez daha dönüşerek; kafeler, ‘pub’lar ve lokantalar gibi daha geniş toplumsal buluşma alanlarını kapsar olmuştur. Mekânsal olarak yaşanan bu değişim ve dönüşüm, söz konusu mekânların kullanım amaçları ve biçimlerinde yaşanan farklılaşmayla doğrudan bağlantılıdır. Örneğin, salonlarda bir araya gelen gruplar kendilerini çoğunlukta olan ve kamusal alana ait olmayan diğerlerinden izole etmek amacını taşır ve kamusal aktörlerce sağlanan bir kamusalılık biçimini kabul ederken, kahvehanelerde bir araya gelen gruplar daha görünür ve herkesçe ulaşılabilir konumdadır. Çünkü, burjuvazinin etkisiyle bireysellik ön plana çıkmış, temsili gruplar dağılmış ve kamusalılığın biçimi değişmiştir. Bir diğer kamusalılık alanı olan eğlence ve kültür-sanat anlayışlarında yaşanan dönüşümlerde ise öncelikli olarak tiyatrolarda yaşanan farklılaşma dikkat çekmektedir. 18. yüzyıla gelindiğinde “tiyatro ve opera salonlarını artık, eskiden olduğu gibi aristokratlar değil; satın aldıkları biletlerle kamu kesimine üye insanlar dolduruyordu.” (Dağtaş, 2014, s. 36). Tiyatro salonlarına gelen seyirci kitlesindeki bu farklılaşmanın yanı sıra oyunların içeriği, oyuncuların kostümleri ve oyun-seyirci ilişkisinde de köklü değişimler meydana gelmiştir. Bu dönemde kamuoyu önünde bir eylem gerçekleştirenler (konuşmacı, tiyatro oyuncusu), kitlelerin tepkilerine anında hedef olmaktaydı. Sennet bu durumu ‘*Halletmek*’³ olarak ifade etmiştir. Kamuoyu önünde eyleyen kişi (tiyatro oynayan, konuşan vs.) kitlelerce beğenilmez ya da hoş görülmezse, gürültü edilerek duyulamaz hale getirilerek etkisizleştirildi. Tiyatrolardaki bu etkin izleyici, sonraki yıllarda ise yeniden edilgen hale gelecektir (Sennett, 2013). Sonraki yüzyıllarda yeniden farklılaşacak olan oyun-seyirci ilişkisinde değinilmesi gereken bir diğer nokta ise oyuncuların kostümleridir. Önceleri tiyatro oyuncularının kostümleriyle sokak giysileri ayrılmazken sonraları sahne kostümleri ile günlük kıyafetler birbirinden farklılaşmıştır. Kamusal mekanlar ve kültür-sanatın mekanı olan

³*Halletmek*, Richard Sennett tarafından ortaya konulmuş bir ifade ediliş biçimidir. Bu kavram; sahnede bulunan(lar)ın sergiledikleri eylemlere, izleyiciler tarafından anında verilen geri bildirimi ifade etmektedir. Ör/ beğenilmeyen oyunun o anda gürültü çıkarılarak sabote edilmesi

tiyatronun alanının kesiştiği noktalar ele alınacak olursa, 18. yüzyıl itibariyle tiyatroların yakınına kurulan kafe ve ‘pub’ların, tiyatroya gelen kalabalıkların, oyun öncesi veya sonrasındaki toplanma yerine dönüştüğüne değinmek gereklidir. Tiyatrolarda oynanan oyunlar ve bu oyunlara izleyenlerin geri bildirimlerinin tartışıldığı bu mekânlarda aynı zamanda kamusal diğer tartışmalar (politik, edebi vs.) da gerçekleşiyordu.

Ortaçağın ardından kamusal alanda değişim ve dönüşüme uğrayan bir diğer unsur ise giyim kuşamdır. 1700’lerin sonuna gelindiğinde kamusal alanda ‘özgürlük’ teması daha çok önemsenecek hale gelmişti. Önceki dönemlerin aksine bu dönemde kıyafetler, mevki belirten işaretler olarak görülmez hale dönüşerek önemini yitirmiştir. Görünürlük, kafelerdeki perdelerin dahi kaldırılması görüşüyle hakim hale dönüşmüştür. Değişim, kafe sakinlerini sokaktaki insanların bakışlarından korumaktan, onları da sokaktaki insanlar haline dönüştürmek yönünde ilerlemiştir. Ancak bu dönüşüm (yani, artık kıyafetlerin mevki belirtmeyişi veya kafelerden perdelerin kaldırılarak aleniyetin sağlanması durumu), bu kez de bedenın kendisinin bir işaret ve semboller haline gelmesine neden olmuştur. Bir diğer deyişle, Önceki dönemlerde ait olunan toplumsal statünün gerektirdiği kıyafetleri giyme zorunluluğunun aksine 17. yüzyıl itibariyle dileyen dilediği kıyafeti giymekte teknik olarak özgürdü. Ancak bu kez de giyim kuşam vasıtasıyla verilmek istenen mesajlar nedeniyle (kişiliğin ön plana çıkması) bu kez bedenin kendisinin metalaşmasına neden olmuştur.

Son olarak, 18. yüzyılın meydanları ve pazarlarına değinmek gereklidir.

“On sekizinci yüzyılın kentlerindeki pazarlar ise, Ortaçağ sonlarındaki ya da Rönesans dönemindekilere hiç benzemiyordu. Pazarlarda, satıcılar birbirleriyle rekabet halindeydiler. Sürekli değişen ve kim olduklarını pek bilmedikleri müşterilerin ilgisini çekebilmek için aralarında yarışıyorlardı.” (Dağtaş, 2014, s. 36).

Antik Polis devletlerinde, kamuoyunun toplanma ve kamusal tartışmaları yürütme merkezi olan meydanların da 17. ve 19. yüzyıllar arasında işlevsiz halde bulunduğu görülmektedir. Yeni kamusal mekanlar olarak ön planda bulunan kapalı toplanma alanlarının da meydanlardan ayrı, (bina içlerinde) tasarlandığı

düşünüldüğünde bu dönemde meydanların mimarileri tasarlanırken, üzerinden gelip geçmeye yarayacak yani ulaşımın sağlanması gibi sınırlı etkinliklerin yapılabileceği alanlar olarak tasarlandığı söylenebilir. Meydanların, kamusal alanlar olarak kullanımını mümkün kılacak, toplanma ve kalabalıkların bir araya gelme olgusu var sayılmamış aksine kamusal alan işlevi gören kafeler dahi bina içlerine taşınarak meydanlardan uzaklaştırılmıştır. Sennett'in deyiimiyle 'anıtsal' meydanlar, kalabalıkların işlevini yeniden yapılandırmıştır; toplanma gereksinimini sürdüren insanlar bu eylemi meydanlarda gerçekleştiremez hale gelince, bir araya gelme eylemi özelleşerek kafeler, tiyatrolar ve parklar gibi mekanlara taşınmış oldu (Sennett, 2013, s. 82). Kalabalıkları mümkün kılmayan, insanların toplanmasına ve sosyalleşmesine elverişli olmayan anıtsal meydanlar, şehre gelen yabancıların kolayca tanınırlığını da yok etmiştir. Bu durum iki farklı sonucu beraberinde getirmektedir; ilk olarak şehre giren yabancı kolayca sosyalleşemeyecek ve yalnızlaşacak. İkinci olarak da şehrin ticari ve sosyo-demografik yapısı kontrol altında tutulamayacaktır.

19. yüzyıla gelindiğinde, Sennett'e göre (Sennett, 2013), kamusal yaşamı dönüştüren üç etken vardır. Bunlar, "Sanayi kapitalizminin biçim verdiği ikili değişim. Yeni sekülerliğin verdiği kamusal inanç koşullarındaki değişim ve *Ancienregime* kamusal ideolojisinin tek bir yanının hayatta kalması sonucu kamusal davranışta ortaya çıkan değişim."dir (Sennett, 2013, s. 172). 19. yüzyılda, bireyselleşme eğilimleri sebebiyle kamusal alanlarda sessizleşme görülür hale gelmiştir. Bu dönemde, kişinin diğerleriyle konuşma, veri alışverişinde bulunma gereksinimleri ile diğerlerinin yalnız kalma hakkı ya da susma hakkı kamusal bir nosyon olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle bilgi toplumsal ilişkiler aracılığıyla üretilemez duruma gelmiştir (Sennett, 2013, s. 46).

Kamusal alan, toplumsal güç mücadeleleri, demokrasi arayışları, direniş gibi olgular çerçevesinde de dönüşümlere uğramıştır. Kamusal insanın Çöküşü eserinde Paris ve Londra kentlerinde araştırma yapan Sennett, bu anlamda Fransa'da 1838'de yürürlüğe giren yasaları örnek gösterir. Bu yasalara göre işçilerin kamusal tartışmalar yapmaları yasaklanmıştır. İşçilerin toplanma/bir araya gelmeleri ve tartışmalarından duyulan kaygı Londra'da da geçerliydi ancak burada yasal olarak değil gayri resmi bir kısıtlama yapılıyordu. İşçilere yönelik yapılan bu kamusal alan kısıtlaması,

işçileri gizli gizli toplanmaya veya alkol/sarhoşluk kamuflesiyle toplanmaya itmiş bu da proleter kamusal alana yeni bir boyut getirilmesine sebep olmuştur.

Bu yüzyıllar arasında Türkiye’de kamusal alanın durumu incelenecek olursa; Osmanlı’da mahrem alan ve kamusal alan arasındaki sınırların, 17. Yüzyıla kadar kesin sınırlarla ayrıştığı söylenebilmektedir. 17. yüzyıl itibariyle ise mahrem alan, kamusal alana açılmaya başlamış ve 2. meşruiyetle birlikte bu tahvil süreci daha belirgin şekilde hissedilmeye başlanmıştır (Çaha, 2006, s. 179). Bu dönemde Osmanlı’da gayrimüslim kadınlar ve varlıklı kadınlar, Batıdan gelen moda akımıyla birlikte, kamusal alanda giyindikleri kıyafetler aracılığıyla zevklerini ve tercihlerini sembolize ederek kamusal aleniyet haline dönüştürmüşlerdir.

Ömer Çaha’ya göre (Çaha, 2006), Türkiye’de kamusal alan anlayışı; 2. meşruiyetle (döneme göre) zirveye ulaşmış ve 1925-80 yılları arasında kamusal alan anlayışında şiddetli bir daralma yaşanmıştır. Çaha, 1925 yılına kadar yaşanan özgürlük ortamının sebebini, Osmanlı tebaasının ‘düşünce suçu’ kavramıyla henüz tanışmamasına bağlamaktadır. Sonraki yıllarda yaşanan daralmayı ise, yeni kurulan Cumhuriyet’in ilk aşamasında homojenleştirilmeye çalışılan toplumun, farklılıklarından ayıklanmasına bağlamaktadır (farklı olan dernek, sosyal oluşum vs. yasaklanması). Çaha’ya göre (Çaha, 2006) 1980’den sonra kamusal alan anlayışında büyük bir değişim ve açılım görülmüştür. 80’li yıllar itibariyle farklı sosyal gruplar (etnik, din, cinsel yönelim vs.) kamusal alanda görünür hale gelmiştir (Çaha, 2006, s. 179-191).

3.4. 20. VE 21. YÜZYILLARDA KAMUSAL ALAN

Modern çağda kamu alanı; ‘modern kamu alanı’ ve ‘post modern kamu alanı’ şeklinde ikiye ayrılarak incelenmektedir. “Modern kamu alanı, modern rasyonalizme bağlı olarak biçimlendirilmiş ve öznenin kendi özgünlükleri / farklılıkları daha baştan irrasyonel kabul edilerek kamu alanının dışında tutulmuştur.” (Karadağ, 2006, s. 55). Bu dönemde kamusal alanda bulunmanın hakkaniyetli ilkesi olarak, bireylerin kamusal alana çıkarken; toplumsal statülerinden ve ‘fazla’ olan kişisel aidiyetlerinden (inanç/ırk) sıyrılarak eşit bir biçimde kamu alanı oluşturdukları savunulmuştur. Ancak, irrasyonel sayılan öznenin kimlikssel farklılıkları bir kenara

bırakılmış ve dayatılan resmi bir kimlikte öznelere homojenleştirilmiştir. Bu tip bir eşitleme, dayatılma sayılmıştır çünkü birey, eğer böylesi bir eşitlemeyi kabul etmezse kamusal alandan dışlanmaktadır. Ahmet Karadağ (Karadağ, 2006), modernitenin kamusal alanını, *yaderk* kamusal alan olarak tanımlamaktadır. Yaderk kavramını ise, “insanlar kamusal ilişkilerinde bir meta-anlatıya dayalı olarak meşrulaştırılmış, başkalarının emir ve kurallarına göre hareket ediyorlardı.” (Karadağ, 2006, s. 65) şeklinde açıklamaktadır. Öte yandan, modern çağda gelişen teknoloji ve değişen sosyo-kültürel, ekonomik yapılar neticesinde küresel düzeyde yaygınlaşan iletişim araçları (kişiler arası iletişim araçları, kitle iletişim araçları, yeni iletişim teknolojileri) ve dünya çapındaki aktif enformasyon akışı, toplumları tek bir kamusal otoriteye bağlı olmaktan çıkarmıştır.

Modern kamunun iddiası, aktif ve işlevsel bir kamusallığın varlığı yönündedir. Fakat gerek teknolojik gerek iktisadi alanda geçirilen dönüşümler, modern toplumda bireylerin kamusallaşmanın aksine bedenleri ve benlikleri dolayısıyla kamulaştıklarını göstermektedir. Richard Sennet’e göre ise modern kamu, özel alanın değerinin yüceltildiği bir dönemin kamusudur (Sennett, 2013). Sennet, kamusal alanda ifade bulamayan gerçekliğin özel alanda aranmasının ‘narsizm’i tetiklediği görüşündedir. “Nasıl ki geçen yüzyılda kamusal ve özel yaşam krizine düşen bir kültür toplumsal ilişkilerde histeriyi seferber etmişse, şimdi de kamusal olana güven duymayan ve gerçekliğin anlamının bir ölçüsü olarak mahrem duygunun yön verdiği bir kültür. Toplumsal ilişkilerde narsizmi seferber emektedir.” (Sennett, 2013, s. 418). Modern kamu, postmodern eleştiriler kapsamında; bireylerin birey olarak özgür olduğunu ancak ‘fazla özgürlük’ talep edildiğinde bu ‘fazla özgürlüklerin’ özel alana itilerek kamusal alanda görmezlikten gelindiği ve hiç yokmuşçasına davranıldığı şeklinde değerlendirilmektedir. Örneğin farklı bir din ya da ırk mensubu olunabilir fakat fazla dindar olunamaz veya kamusal alanda azınlık dilinin konuşulması kabul edilemez. Post modern eleştiriler, bunu ‘zulüm’ olarak nitelermektedir. Dolayısıyla bu dönemde, kamusal/özel alan ayrımı beraberinde ‘kitlesele yalnızlığı’ da getirmiştir (Karadağ, 2006, s. 12). Özel alan ile kamusal alan arasındaki mesafenin açılması, özel alandaki birey için diğerlerinin önemsizleşmesine ve kamusal alandakiler için de özel alandaki bireyin yok sayılmasına yol açmıştır. Modern kamudaki bu durum, bireylerin kolektif olarak

kamu alanında bulunduklarında kendi farklılıklarını ve aidiyetlerini görünür kıılma çabasına girmelerine neden olmuştur. Bu çaba ve dönüşüme duyulan ihtiyaç, post modern kamunun oluşmasına zemin hazırlamıştır. Post modern kamu da özerk akla dayalı toplumu meydana getirmiştir. Ahmet Karadağ'ın ifadesiyle modern kamudaki 'üniter özne' (yani kimliği devlet tarafından merkezi olarak oluşturulmuş ve hazır olarak sunulmuş özne) küreselleşen Dünya'da bütünleşik tek bir kamunun oluşmasının aksine farklı kamuların varlığı nedeniyle krize girmiştir (Karadağ, 2016, s. 68). Farklı kimliklerin temsili gereksinimi, modern kamudaki üniter öznenin yerini çok katmanlı özneye bırakmasına yol açmıştır.

Özetleyecek olursak Ahmet Karadağ'a göre modern çağda; post modern kamu, modern kamunun dayatmacı kamu anlayışına alternatif olarak daha insani bir kamunun oluşumuna yol açmıştır (Karadağ, 2016). Bir başka araştırmacı ise post modern kamunun farklılıkların bir aradalığı içermesine değinmiştir (Bayhan, 2016, s. 81).

Modern öncesi dönemlerde topluluklar arasında olan ve hatta dayandığı değerler itibariyle evrensel sayılabilecek kamusal alanın modern çağlarda, toplumların içinde kalan bir alan haline gelerek evrensel niteliğini yitirdiğini düşünen Mustafa Aydın, kamusalın günümüzde yeniden küresellik çerçevesinde kurulmaya çalışıldığını belirtmektedir (Aydın M. , 2005, s. 113).

3.5. TARİHSEL KAMUSAL ALAN TABLOSU

Tarihsel süreçte kamusal alan dönemlere göre bazı değişim ve dönüşümler geçirmiştir. Yukarıda açıklanan kamusal alanın tarihsel süreçteki değişim ve dönüşümleri aşağıdaki tabloda temel unsurlar ele alınarak sunulmuştur.

Tablo 1. Kamusal Alanın Tarihsel Süreçteki Değişim ve Dönüşümleri

Antik Çağ	Orta Çağ	17,18,19. Yüzyıllar	20,21. Yüzyıllar
Yurttaşlara açıktır	Saray = Kamusalılık	Burjuva Kamusu	Modern Kamu
Vatandaşlık Görevidir	Temsili Kamu Esastır	Kamusal Aktörler Vardır	Post Modern Kamu
Duygusal Bağlar Yoktur	Kralın Şahsı Kamusaldır	Kamusal Mekanlar Dönüşmüştür	Özel Alan Yüceltildi
Özel Alandan Azadlık Gerekir	Soyluların Özeli Yoktur	Tiyatrolar Dönüştü	Kitlesel Yalnızlık
Vatandaşlar Eşittir	Meydanlarda Egemenlik Vardır	Giyim ve Beden Algısı Dönüştü	Farklılıkların Görünmezliği

4. KAMUSAL ALAN MODELLERİ

Kamusal alan kavramı temel olarak; Habermas'ın söylemsel kamu modeli, Arendt'in agnostik kamusal alan modeli, Liberal kamusal alan anlayışı ve Neght ve Kluge'nin proleter kamusal alan modeli üzerine gerçekleştirilen çalışma ve araştırmalar ile oluşmuştur. Söylemsel kamu modelinde iletişimsel akıl kavramı ön plana çıkarak toplumdaki herkesin kamusal alana dahil olabileceği vurgulanmaktadır. Agnostik kamusal alan anlayışında eylem öncelenmektedir, liberal kamusal alan anlayışında çok kültürlü bir kamusal alan anlayışı benimsenmektedir ve proleter kamusal alan anlayışında ise tecrübe öncelenerek özellikle işçi sınıfının kamusalılığı ele alınmaktadır. Kamusal alan kavramı için temel olan bu anlayışların yanında ayrıca, kamusal alanla ilişkili olarak önemli değerlendirmeleri olan bir diğer düşünür Richard Sennet'in kamusal alan değerlendirmelerine de tez kapsamında yer verilmiştir (Sennett, 2013). Sennet'in kamusal alan anlayışına göre ise kamusalılık, yabancılar arasındaki ilişkilere dayanmaktadır ancak modern çağa gelindiğinde kamusalılıkta bir çöküş yaşanmaktadır.

Bu çalışma kapsamında, kamusal alan kavramına ilişkin ana kaynak olarak yukarıda belirtilen model ve görüşler referans alınmıştır.

4.1. HABERMAS'IN SÖYLEMSEL KAMU MODELİ

Frankfurt okulunun son temsilcisi ve eleştirel kuramın önemli temsilcilerinden biri olan Jürgen Habermas, söylemsel kamu modeliyle tanınmaktadır. Bu kamu modelinde ırk, sınıf, cinsiyet ya da kültürel aidiyetler gibi

toplumsal statüleri belirleyici unsurlar dikkate alınmamıştır. 18. ve 19. Yüzyılların Fransa, İngiltere ve Almanya'sındaki burjuva kamusu üzerine çalışmış olan Habermas temel olarak, kamusal alanda (toplumsal statülerinden sıyrılarak) bulunan herkesin iletişimsel akılla kamusal meseleler hakkında makul ve meşru neticelere ulaşabileceğini savunmaktadır (Habermas, 2019). Habermas'a göre kamusal alan; hukuk devletlerinde politik katılım, tartışma ve fikir oluşumunun alanı olarak sivil toplumdaki iletişimi ve iletişim tarzlarını ifade etmektedir. Habermas, kamusal alanı temel olarak; temsili, siyasal ve edebi kamu başlıklarında incelemiştir (Habermas, 2018). Habermas'a göre kamusal alan, herkesin toplumsal statülerinden sıyrılmak koşuluyla dahil olabileceği bir alandır (Habermas, 2018, s. 101-103). Ayrıca kamusal alan, toplum ve devlet bürokrasisi arasındaki bir konumu da ifade etmektedir.

Kantçı gelenekten gelen ve Frankfurt Okulu'nun önemli bir temsilcisi olan Habermas, aklın yalnızca tek yönü olduğunu ('aklın yolu birdir'i) savunur (Habermas, 2019, s. 163). Habermas, kamusal her türlü meselenin 'iletişimsel akıl' vasıtasıyla çözülebileceğini söylemektedir. Çünkü toplumsal gerçekliğin dil aracılığıyla kurulduğunu düşünmektedir. Öyleyse, kamusal herhangi bir meselenin hangi kesimden olduğu fark etmeksizin kamuoyunun katılımıyla oluşturulmuş kamusal alanda, iletişimsel akılla sonuca erdirilmesi mümkündür denilebilmektedir.

Habermas'ın kamusal alan kavramına dair yaptığı çalışmalar incelendiğinde ilk olarak, 'temsili kamudan' 'kamu otoritesine' geçişe değinmek gereklidir. "Habermas, feodal devletten modern devlete geçişi, 'temsili kamudan' 'kamu otoritesine' geçiş olarak anlatıyor" (Yılmaz, 2016, s. 193). Bu bağlamda, araştırması kapsamında ilk olarak temsili kamu incelemelerine yer veren Habermas'a göre açıklayacak olursak; Temsili kamu, 15. ve 16. yüzyıllardan itibaren -yüzeysel bir ifade ile- hükümdarın statüsü olarak tanımlanabilmektedir (Yılmaz, 2016). 19. yüzyılın başlarına kadar varlığını sürdüren temsili kamu, toplumsal bir kamusal alan değildir. Kamuoyunu ilgilendiren meseleler hakkında, kamuoyu adına karar alan üstün hükümdarın statüsüdür. Saray eşrafından oluşan bu temsili kamusal alan kendisi bizzat alenidir. Temsili kamu mensuplarının, herkesin önünde geçen hayatları herkesçe takip edilir bilinir. Temsiliyet, kamu alanıyla eş tutulur. Özel mesele kabul

edilen bir temsiliyet olamaz. Bu dönemde özel alan olarak nitelenen, temsili kamu dışındakilerin alanıysa zorunluluklar ve hane yaşamından ibaretti.

Sanayi devrimi, düzenli haber akışı ve kapitalist düzene geçiş gibi toplumsal değişimler, özel alan ile temsili kamunun (devlet alanı) arasında yeni bir alanın ortaya çıkmasına neden oldu. Bu yeni alan burjuva sınıfı ve beraberinde meydana gelen burjuva kamusal alanıdır. Söz konusu değişim sürecinde, kapitalist döneme geçişle çözülmeye başlayan “...temsili kamunun kurumları olan kilise, krallık ve soyluluk, ortaya çıkan yeni sınıf burjuvazinin çabaları sonucu dönüşüme uğrar” (Karadağ, 2006, s. 26). Çözülme sürecinin beraberinde temsili kamuya ait olan edebi kamu da dönüşüme uğrayarak, öncesinde saraya/soylulara ait iken burjuvazinin etkisiyle toplumun da dahil olduğu bir kamu haline dönüşür. Edebi kamunun hemen ardın da siyasal kamu gelişmiştir.

Kısacası Habermas, 19. yüzyıl öncesindeki feodal yapının yerini kapitalizmin almasıyla kamusal alanın değişim ve dönüşüme uğradığını belirtir. Ortaya çıkan burjuva sınıfı ve kamusal alanını inceleme konusu olarak alan Habermas, toplumun her kesiminden bireylerin toplumsal statülerinden sıyrılarak akılcı ve eleştirel bir kamu oluşturabilecekleri görüşünü savunur. Habermas, moderniteyi tamamlanmamış bir proje olarak ele alır ve tamamlandığında içerisinde barındırılan sıkıntıların aşılacağı görüşündedir (Karadağ, 2016, s. 62).

Habermas’a göre sanayi devrimi ve kamusal alan doğru orantılıdır. Kamusal alan, sanayi toplumunun bir ürünüdür (Bayhan, 2016). Modernleşmeyle birlikte kendiliğinden oluşmuş olan kamusal alan, alenilik alanıdır. Kamusal alanda, özel alana itilmiş olan tartışma konuları alenilik kazanmıştır (Bayhan, 2016, s. 75). Kamu alanında alenen tartışılan/görüşülen meseleler, toplumu ilgilendirdiği için herkese açık olan bu alanda yurttaşlar, özel şahıslar olarak değil kamunun üyeleri olarak bulunurlar. Kamunun üyeleri olarak toplumsal statülerini bir kenara bırakmış biçimde kamusal meseleler konusunda karar alan yurttaşlar da aldıkları bu kararlar ile kamuoyunu / kamusal kanaati oluştururlar.

Habermas, kamusal alanı tüm vatandaşların fikir beyan edebileceği, dahil olabileceği ‘karmaşık bir iletişim ağı’ olarak tanımlamaktadır (Özbank, 2009, s. 35).

Habermas, temsili kamu döneminde, kamu erki olan hükümdarın özel şahıslara basın özgürlüğünü kısıtlayıcı yasaklamalar getirdiğini ve bunun meşru kabul edildiğini ‘Kamusallığın Yapısal Dönüşümü’ eserinde örnekleriyle açıklar. Kamu alanındaki bu durum, burjuva kamusunun ortaya çıkışının ardından dönüşmüştür. Eskiden kamu erkine ait olan kamusal alan burjuva kamusunda, vatandaşların denetleyebileceği bir kamuya dönüşmüştür. Eskinin tebaası, kamu erkinin sözleşme ortağı olmuştur (Habermas, 2018, s. 89,90). Burjuva kamusallığı ile birlikte; asillerin, soyluların ve kilisenin kamusal alanı olan salonlar karşısında kamusallığın yeni mekanları olarak kabul edilen kahvehanelerde kamusal akıl yürütülür olmuştur. Kahvehane kültürü ile oluşan etkili tartışma ortamı, kamusal alanın geniş kitlelerin (orta sınıf, zanaatkarlar vs.) dahil olabildiği bir alana dönüşmesinin önünü açmıştır. Habermas’a göre kahvehaneler, yoksul ile soylunun bir arada tartışma ortamı bulabildiği ortak noktalar. Kahvehanelerin herkesçe erişebilir oluşu, statükoyu dışarıda bırakmayı sağlıyordu. Habermas, kamusal alana çıkışı özel alandan ayrılma koşuluna bağlamaktadır. Bu, “özel şahıslar salonda oluşan kamusallığa, oturma odalarının mahremiyetinden çıkarak dahil olurlar.” (Habermas, 2018, s. 118) değişimiyle açıklanabilmektedir. Habermas, çalışmasında salonlar ve kahvehanelerden kamusal alanın elzem mekânları olarak bahseder. Ancak, bu mekânlar dışında veya bunlardan önce kamusal alanın olmadığını savunmaz. Ona göre öncesinde veya bunlar dışında da kamusal alan varlık gösteriyordu ancak bu mekânlar vasıtasıyla kamusal alan kurumlaşarak etkinlik kazanmıştır. Habermas’a göre kamusal alan, başlangıçta nedensiz dışlayıcı olursa olsun her daim topluluklar içinde var olagelmıştır. Bu nedenle esasında topluma ait olandır (Habermas, 2018, s. 107).

Habermas’ın söylemsel kamu modelinde iletişimsel akıl olmazsa olmazdır. İletişimsel akılda düşünen özneler, kamusal her türlü meseleyi tartışarak çözüme ulaştırmayı hedeflerler (Habermas, 2019). Buradaki temel olan husus düşünme eylemi değil, düşünülenin tartışma yoluyla etkileşime gidilerek paylaşımı ve çözüme ulaşma gayesidir. Habermas söylemsel kamu modelinin toplum içerisindeki anlaşmazlıkların ortaya çıkmasının önleneyeceği görüşünde değildir. Anlaşmazlıklar, farklılıklar ve çatışmalar her daim söz konusudur. Lakin ona göre, söylemsel kamu modeli ile bütün bu çatışmalar aşılabilmektedir. İletişimsel Eylem Kuramı eserinin önsözünde iletişimsel eylem kavramı; “bir üst kuram değil, kendi eleştirel ölçütlerini

ortaya koyma çabasındaki bir toplum kuramının başlangıcıdır.” (Habermas, 2019, s. 17) şeklinde açıklanmaktadır. Kavram, en az iki öznenin dil ve eylem yetisi vasıtasıyla girdiği kişilerarası etkileşim şeklinde de tanımlanabilmektedir. İletişimsel eylem; rasyonellik, toplum ve modernlikle ilişki içindedir. İletişimsel eylemde, yalnızca dilsel anlatının yapısına ilişkin çözümleyici kuramlar dikkate alınmaktadır ve dilin tüm işlevleri göz önünde bulundurulmaktadır. Bu noktada etkileşime katılanların yaşantılarındaki durumsal bağlamlar da belirleyicidir. İletişimsel eylem rasyoneldir ve bu rasyonellik, anlatımların uygun koşullarda temellendirilmesine bağlıdır. Bu eylemde taraflar, tartışma esnasında anlaşmak için dili araç olarak kullanırlar ve bu eylem biçimine göre taraflar ancak görüş birliğine vardıklarında başarı sağlanmış olur. Habermas’a göre, demokratik biçimde yürütülen kamusal aklın verileri, makul ve meşrudur.

Habermas, örtüşen görüş birliği kavramından söz eder. “Örtüşen görüş birliği, ayrı ayrı her bir vatandaşın doğru bildiklerinin toplamalarının ahlaki kısımlarının üst üste çakışması esasına dayanmaktadır.” (Habermas, 2009, s. 150). Bu görüşe göre, kamusal alanda alenen gerekçelendirilebilen her şey geçerlidir. Özetle örtüşen görüş birliği, ayrı ayrı herkesin, aynı anda fakat bireysel olarak söz konusu ‘şey’in makul ve meşru olup olmadığına karar vermesi ve bu kararların örtüşmesi halidir. “Habermas, iyi işleyen bir politik kamusal alan olmadan oluşan kamuoyuna, ‘kamusal olmayan kanaat’ der.” (Özbek, 2015, s. 44). Öyleyse iyi işleyen bir politik kamusal alan mümkün olduğunda örtüşen görüş birliği sağlanacak ve kamusal meseleler kamuoyunca neticelendirilebilecektir.

Sivil itaatsizliğe ilişkin olarak ise Habermas, sivil itaatsizliğin ancak işler haldeki hukuk devletlerinde mümkün olabileceğini söyler ve sivil itaatsizlikle ilişkili olarak direniş sözcüğünü kullanır (Habermas, 2018). Sivil itaatsizlik illegal olan eylemlerle ortaya konmaktadır ve bu yola başvuran kişi, söz konusu bu gayri meşru kararı ve eylem biçiminin meydana getireceği sonuçları kabullenmektedir. Tüm hukuki yollar tükense de eylemine devam eden - direniş gösteren kişi ya da kişiler, hükümeti kararlarını değiştirmeye zorlamaktadır. Habermas’a göre, “hükümeti kararını değiştirmeye zorlayacak tek şey ise meşruiyetini kaybetme riskinin ortaya

çıkmasıdır.” (Habermas, 2018, s. 126). Buradaki amaç, son çare olarak kullanılan sivil itaatsizlik vasıtasıyla hukuki oluştumdaki yanlışlıkları düzeltmektir.

Habermas’ı söylemsel kamu modeline ilişkin son söz olarak, edebi kamusal alan ile birlikte salon ve kahvehane tartışmalarının modern politik kamusal alan anlayışının zeminini meydana getirdiği söylenebilmektedir.

4.2. ARENDT’İN AGNOSTİK KAMUSAL ALAN MODELİ

Hannah Arendt’in agnostik kamusal alanı, erdemi önceleyen rekabetçi bir modeldir. Rekabetçi kamusal alanda bireyler, kendilerini diğerlerinden farklı olan yönleriyle öne çıkartarak üstünlüklerini ortaya koyarlar. Ancak Arendt’e göre bu durum, toplumsal bir anarşiye ya da şiddete neden olmamaktadır. Çünkü Arendt kamusal alanın, rekabetçi yönünün yanında bir de birleşimsel yönü olduğunu vurgular. Buna göre, farklılıklarını ve eylemlerini göstermek için başkalarının varlığına ihtiyaç duyan birey, diğerleriyle uyum içinde birlikte yaşamaktadır (Arendt, 2016).

Arendt; emek, iş ve eylem kavramları üzerinde durmaktadır. Emek, doğaya zararı olmayan, kısa sürede doğaya tekrar karışarak yok olacak ürünlerin yapımı (gıda maddesi üretimi vs.) veya temizlik gibi yaşamsal zorunluluk olarak görülenler ile ilgidir. İş, doğanın bakış açısıyla yıkıcı olandır. Çünkü daha kalıcı, uzun ömürlü şeylerin üretimi ile ilişkilidir. Eylem ise daha çok politik olarak görülebilir, beyinsel eylemler ve düşünce ile ilişkilidir. Emek antik devletlerde değersiz görülen zorunlulukların alanıydı ve özel alana ait sayılırdı. Eylem ise düşünceyi gerekli kılan ve kamusal alana ait olan değerli bir kavramdı. Arendt’e göre topluluk halinde yaşamaya yani başkalarının daimi varlığına gereksinim duyan yalnızca eylemdir (Arendt, 2016, s. 276). Emek ise başkalarının mevcudiyetini gerektirmez. Bu nedenle de eylemin kamusal, emeğin ise özel sayıldığı söylenebilir.

Antik Yunan dönemini temel alarak çalışmış olan Arendt, polis devletlerindeki kamusal alanı, özgürlük alanı olarak niteleyerek incelemektedir (Arendt, 2016, s. 289). Polis devletlerinde kamusal alan, politiktir. Toplumsal

meselerin tartışıldığı kamusal alanda tüm yurttaşlar⁴ eşit temsil hakkına sahiptir. Bu nedenle de kamu alanı, özgürlükler alanı olarak nitelenmiştir. Özel alan (zorunluluklar alanı) ise, Arendt'e göre, insanın temelde fizyolojik/hayvansal ihtiyaçlarının karşılandığı, türün devamı ve yaşamsal gereksinimlerin giderilmesi için başkalarının varlığına, birlikte yaşamaya ihtiyaç duyulan bir alandır. Bu nedenle de 'yaşamsal bir zorlama' sayılmaktadır (Karadağ, 2006, s. 9). Özel alan, zorunluluklar alanı olarak görüldüğünden antik devletlerde aşağı görülmüş, bu nedenle de yalnızca özel alanda varlık gösteren insan, kamusal alanda diğerlerinin nezdinde yok hükmünde tutulmuştur. Bu noktada erkeğin yiyecek sağlama emeği ile kadının doğurma emeği eş tutulmaktadır ve her ikisi de zorunluluklar alanı olan haneye ait sayılmaktadır. Hane içinde var olan zorunluluklar; özgürlüğün, 'ne yönetmek ne de yönetilmek' ilkesine ters düştüğünden burada özgürlükten söz edilemez. Anlaşılacağı üzere, "Arendt'deki özgürlük kavrayışının adaletle bir ilişkisi yoktur. Onun ifade ettiği özgürlük biçimi, özünü 'vitaactiva'dan (eyleyen insandan) alır." (Dağtaş, 2014, s. 55). Yunanlılara ilişkin olarak ayrıca, ancak yurttaş sayısının sınırlı tutulmasıyla sürdürülebilir kılınabilecek eylem ve konuşmanın, kalabalıkların artması ile (yönetim şekli her ne olursa olsun) despotizme yönelik bir eğilime neden olduğu belirtilebilir. Bu dönemde, kamusal alanda var olabilmek, ancak zorunluluklar alanından azade olmakla mümkündür. Zorunluluklar alanından azade olduğunda, birey artık eylemde bulunabilir dolayısıyla da özgür olabilirdi. Arendt'e göre birey eylemde bulunduğu sürece özgür olabilmekteydi (Arendt, 2016). Kamusal alana dahil olan vatandaşlar, artık özgür ve eyleyenler olduklarından birbirlerine karşı yaşamsal zorunlulukları da kalmaz. Bu nedenle de Arendt, kamusal alanı şiddetten tümüyle arınmış bir yer olarak ifade etmektedir.

Modern çağ öncesinde kamusal alanın varlığı, özel alanın varlığına bağlı idi. Eylemde bulunmak ve kamusal alana çıkabilmek için gerekli olan özel alandan azade olma koşulu, kişinin servetiyle de doğrudan ilişkilidir. Arendt'e göre fakirlik, özgür olan bireyi köleleştirebilir. Geçimini sağlamak isteyen özgür insan, çalışmaya başlar ve beden gücünü –emeğini- satarak özgürlüğünü yitirir. Özel servete sahip olan birey ise onun kullanım ve tüketimi sırasındaki 'angarya' işlerden ve bu sayede hane

⁴ Antik Polis devletlerinde 'yurttaşlar' / 'vatandaşlar'; zorunluluklar alanından azade ve sağlıklı olan erkeklerden oluşmaktaydı.

içindeki işlerden de azade olabilmekte ve kamusal alanda var olabilmektedir (Arendt, 2016). Yani, özel alandaki işlerinin başkalarınca yürütülmesi sayesinde kamusal alana çıkabilmektedir. Özel ve kamusal alanlar arasındaki ayrımın ortadan kalkması ise özgürlüğün tesisini getirmez aksine yaşamın tehlikeye girmesine neden olur. Bireyin inzivaya çekilebileceği tek güvenli yer olan özel alanın kamulaşması yaşamın sığlaşmasına sebep olabilecektir. Özel ile kamusal arasındaki ayrım mahremiyet açısından; başkalarına gösterilebilecek olanlar ve gösterilemeyecek olanlar şeklinde açıklanabilmektedir.

Arendt açısından özel alana ilişkin olarak eklenmesi gereken bir diğer husus da kadının tarihsel süreçte kamusal/özel alanda aldığı konumdur. Kamusal alan kavramı tarihsel süreçte gözlendiğinde, kadının neredeyse modern çağa değin özel alanda bulunduğu görülmektedir. Tarihsel süreçte, kadınlar ve kölelerin aynı kategoriye konularak özel alanda ‘gizli saklı’ tutulmalarının nedeni Arendt’in bakış açısından ele alındığında, kadınların yaşamlarının emekçiliğe adandığı bu nedenle özel alana sıkıştıkları görüşü elde edilmektedir. Kadınlar, kendi yaşamlarını bedeni işlevlere adanmış emekçilerdir. Antik devletlerde yaşamın devamı için elzem olan bütün faaliyetler emek gerektiren ‘kölece işler’ olduğu için, bu dönemlerde kölelik zorunlu olarak görülüyordu. Kadınların bedeni işlevleri de hane içindeki zorunlu işlerdi (başta doğurmak/türün devamlılığı vs.).

Yukarıda bahsedildiği gibi temelde emek, iş ve eylem kavramları üzerinde duran Arendt’in agnostik kamusal alan anlayışı, farklılıkların alanı olarak öne çıkan ve rekabetçi bir kamusal alandır. Bu kamusal alan anlayışı, özgürlükçü bir kamusal alan olarak nitelendirilebilecek olsa da bu özgürlük anlayışı liberallerinkinden farklıdır. Agnostik kamusal alanda özgürlük, liberal kamusal alanda olduğu gibi bireyin topluluğa karşı olan bir özgürlüğü değildir. Aksine antik yunanda ‘polis’in özgürlüğü şeklinde ifade edilir. Yani Arendt’e göre özgürlük politikadan uzaklaşma değil tersine bizatihi politikanın kendisidir (Berktaş, 2002, s. 101). Arendt’e göre kamusal alan, ancak kolektif eylem sağlandığında var olabilmektedir. Öyle ki toplum, yaşamın devamı uğruna karşılıklı bağımlılığın önem ve anlam kazandığı bir biçim şeklinde ifade edilmektedir ve hatta politika da bunun için vardır. Politika,

özgürlüğün sağlanması ve sürdürülmesi amacıyla vardır ve ancak eylem vasıtasıyla deneyimlenebilmektedir.

Arendt, kamusal alanın yükselişinin, özel alanın aleyhine gerçekleştiğini vurgulamaktadır (Arendt, 2018). Antik Yunan’da savunulduğunun aksine Arendt, kişinin mahremiyet içinde geçirdiği alanı ahmakça görmemektedir. Arendt bu içsellik alanını, özel alan olarak işlemektedir. Bu noktada kitle kültürünü eleştiren Arendt, kitle kültürünün kamusal alanın yanında özel alanı da tahrip ettiğini, böylece bireylerin özel alanlarını da ellerinden almak suretiyle onları ‘kitlesele yalnızlığa’ sürüklediklerine işaret eder. Acı gibi içsel ve başkalarına aktarımı zor olan duygular, özel hatta gizli alan içinde sayılmaktadır. Bu duygular, kamusal alana taşınması en zor olan duygulardır ancak bunlar bir şekilde özel ve bireysel olmaktan çıkarılmadıkları müddetçe belirsiz ve bulanık kalacaklardır. Çünkü özel insan başkalarının gözünde görünmez ve sanki yok gibidir. ‘Yabancılaşma’ da Arendt için önemli bir kavramdır. İnsanların kendi yaptıkları makinelerle bütünüyle hakim olamayışının, onların bu makinelerin insafına terk edilmiş düşünmeden aciz topluluklar olma ihtimalinin mümkünlüğüne dikkat çeker. Sanayi devrimiyle birlikte işçilikler yerini tümüyle emeğe bırakmıştır. Seri üretimin meydana getirdiği tüketim toplumu da esasında “bir emekçiler toplumunda yaşadığımızı söylemenin başka bir biçimidir.” (Arendt, 2016, s. 193).

Kamusallığın temelde, ölümsüzlük ve dünyada bir iz bırakma gayesiyle doğrudan bağlantılı olduğunu savunan düşünür, dünyada bulunacak bir kamusal mekânın ancak ölümlü insanın ömrünü aşmasıyla mümkün olabileceğini belirtir. Buna göre, kamusal alana girilmesinin sebebi kalıcı bir şeylere sahip olma isteğidir. Arendt, modern çağda kamusal alanın yitirilmiş olmasının sebebini, “modern çağda kamusal alanın yitirilmiş olmasının beklide en iyi kanıtı ölümsüzlüğe duyulan sahici ilginin neredeyse tümüyle ortadan kalkmış olması ve ebediyete duyulan metafizik ilginin de bu son kayıpla eşzamanlı olarak yitirilmiş olmasıdır.” (Arendt, 2016, s. 99) şeklinde açıklamaktadır. Arendt, İnsanlık Durumu eserinde, öncesinde zorunluluk hali olarak özel alana ait görülen bu nedenle de değersiz olan emeğin modern çağ ile birlikte yükselişe geçtiğini belirtmektedir. Bunun nedeni ise, emeğin üretkenliği ve Marx’ın, insanı hayvandan ayıran özelliğinin akıl değil emek olduğu görüşü ile

açıklamaktadır. Modern çağ ile birlikte, her işin belirli oranda beceri gerektirdiği inancı, kitap yazmak ile temizlik yapmanın farkı olmadığı görüşünü ön plana çıkarmıştır (kafa işçisi de düşüncelerini diğerlerine iletebilmek adına el becerisini kullanmak yani yazmak durumundadır). Bu noktada iş ile emek arasındaki fark ortadan kalkmıştır. Modernlere göre emek, bir üretim hali olduğu için değerlidir, tıpkı iş gibi. Çünkü modernler aklın eller olmadan iş göremeyeceği görüşündedirler. Modern çağda ‘emeğin kurtuluşu’, el aletlerinin yerini makinelerin almasıyla sağlanmıştır. Ancak bu durum, yalnızca hizmetkâr olarak iş gören aletlerden, bedene yön vererek onun yerini alan makinelere evrilmeye yol açmıştır. Bu da aslında emekçiye özgürleştirmemiş, emeğin biçimini değiştirmiştir.

Artık insani yaşamın sona erdiğini söyleyen Arendt’e göre, eylemin olmadığı bir yaşam adeta yaşarken ölmek demektir ve “en genel anlamıyla eylemek; inisiyatif almak, başlamak ve bir şeyleri harekete geçirmek demektir.” (Arendt, 2016, s. 260). İnsanlar karşılıklı verilen sözler ve yapılan sözleşmelerle bir araya gelerek ‘uyum halinde eylediklerinde’ iktidar ortaya çıkmaktadır. İnsanlar dağıldığında ise bu iktidar dağılmaktadır. İnsanların birlikte eylemeleri durumunda oluşturulan iktidar, sınırları belli, kesin bir gerçeklik iken egemenlik tek bir varlık tarafından ileri sürüldüğünde yanıltıcı olmaktadır (Arendt, 2016, s. 353).

Özetle Arendt’e göre asıl olan eylemdir. Dolayısıyla hakikat ve bilgiye ulaşmanın yolu eylemden geçmektedir. Eylemde bulunan yurttaşların kamusal alanda önemli vazifeleri vardır. Kamuoyu, yasaya uygun dahi olsa, yanlış giden şeylere karşı bir duruş sergilemelidir. “Hükümetin yönetme fonksiyonunu yerine getirememesi ve yurttaşların hükümetin meşruiyeti konusunda kuşkuya düşmeleri”nin bir çeşit erozyona sebep olduğunu söyleyen Arendt, bu noktada, grupların sivil itaatsizliğe başvurabileceğini söyler (Arendt, 2018, s. 94). Hukuk devletlerinde bireyler yasaya uyum gösterebilir ya da aykırı davranabilirler. Birey karşı çıkabileceğini bildiği bir duruma tepki vermiyorsa bu, rıza göstermek anlamına gelmektedir. Arendt bu durumu, *suskun uzlaşma* kavramıyla açıklamaktadır (Arendt, 2018, s. 109). Arendt, *Diktatörlük Dönemlerinde Kişisel Sorumluluk* makalesinde, Yahudi katliamını örnek göstererek katliam öncesinde alınan Yahudi karşıtı önlemlere -daha kötüsü olacak endişesiyle- tepki vermeyen/rıza gösteren toplumun,

sonunda geri dönüşü olmayan katliamlarla karşı karşıya kaldığını belirtmektedir (Arendt, 2018, s. 186). Yani kamusal alanda eyleyen birey kamu vicdanını gözeterek eylemde bulunmalıdır.

Arendt'in agnostik kamusal alan anlayışına ilişkin son söz olarak söylenebilir ki, kamusal alan farklılıkların ve özneliliğin ortaya çıktığı yerdir. Bu anlayışa göre, iş ve emeğin de yaşamda önemli bir yeri vardır fakat toplumsal yaşam için eylem kaçınılmaz önemdedir. Yurttaşların eylemde bulunmak gibi önemli bir sorumlulukları vardır.

4.3. NEGHT VE KLUGE'NİN KARŞIT/PROLETER KAMUSAL ALAN MODELİ

Karşit ve proleter kamusal alan modelleri aynı amacı taşıyan ancak ince bir çizgiyle birbirinden ayrılan kavramlardır. Neght ve Kluge kamusal alan araştırmalarına başladıklarında ilk olarak proleter kamusal alan kavramsallaştırmasını ortaya atmıştır. Proleter kamusal alan, hegemonik olarak bastırılan kamusal alana karşı tecrübe ve deneyimlerle meydana getirilen direniş alanlarını ifade etmektedir (Dağtaş, 2014, s. 75). Ancak ilerleyen süreçte kamusal alanın bütününe tek bir karşıt kamunun kapsayamayacağına kanaat getiren yazarlar, proleter kavramını terk etmişlerdir. “Bu anlamda, Neght ve Kluge, farklı karşıt kamuları ortak kesen bir söylemin kurulması gerektiğine ve böylece, kapsayıcı bir kamusal alanın kurulmasının gereğine vurgu yapmışlardır.” (Dağtaş, 2014, s. 75).

Oskar Neght ve Alexander Kluge'nin kuramında, ‘karşit kamusal alan’ ve ‘proleter kamusal alan’ modelleri kilit kavramlardır. Kluge, karşıt kamusal alanı 20. yüzyılın kavramı olarak nitelemekte ve işçi sınıfının karşıt kamusal alanının, burjuva kamusal alanı tarafından 19. yüzyılda işçi sınıfının elinden alındığını belirtmektedir (Kluge & Negt, 2018). Ona göre kamusal ve özel alan bu dönemde cılızlaşmıştır. Ancak söz konusu durum yeni bir kamusal alanın oluşmasının zemininin hazırlanmasını sağlamıştır.

“Neght ve Kluge’nin kamusal alan yaklaşımı, burjuva kamusal alanının dışarıda bıraktığı, kapitalist ekonomik sistemin sömürüp parçaladığı toplumsal emek gücünün tecrübelerinin yeniden güçlendirilmesinin yaratacağı bir devrimci potansiyel olduğu anlayışına dayanır.” (Saygılıgil, 2015, s. 468).

Onlara göre tecrübe hakkındaki en önemli husus, tecrübenin aşağıdan düzenlenmesidir. Çünkü tecrübe sahibi olmak, hakim ve özgül bilgiye sahip olmak demektir. Bu bilgilere sahip olmak da kamusal alanın en uygun şekilde nasıl istismar edileceğinin bilinebilmesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla tecrübenin aşağıdan mı yoksa yukarıdan mı düzenlendiği/bozulduğu önem teşkil etmektedir. Tecrübe, kamusal alan için, örgütlenmenin ufku şeklinde ifade edildiğinde bu, çoklu ve yarışan kamuların kendilerini alternatif kamular olarak görerek toplumda birer çekirdek halinde örgütlenmelerine yol açabilecektir. Bu örgütlenmeler ile edinilen tecrübeler, meselelerin ortak kesişim noktalarında buluşabildiklerinde meta haline dönüşebilmektedirler. Ancak proleter tecrübesi için genel bir tanımlama yapılması güçtür. Çünkü proleter tecrübesi, değişime uğrayan her durum ya da koşulla birlikte yeniden üretilmektedir. Yaşamsal kısıtlamalara karşı direnç gösteren kitleler, tatmin edemedikleri gereksinimleri çeşitli tecrübe şekilleriyle örneğin masallarda ifade ederek üretirler.

“Neght ve Kluge, kamu ve kamusal alanı sınıf temelinde tanımlayarak, ‘proleter kamular’ ya da ‘karşıt kamusal alanlar’dan ve karşıt bir tecrübe ufkunun üretiminden bahsederler.” (Özbek, 2015, s. 199). “Neght ve Kluge’ye göre kamusal alan, bir alan olmaktan daha çok bir süreçtir.” (Kluge & Negt, 2018, s. 61). Düşünürler kamusal alan anlayışını ayrıca; somut ihtiyaçlar, iktidar meseleleri, çatışmalar ve protestoya dayandırmaktadırlar. Onlara göre politika toplumsal alanda, üretim ve yeniden üretimi tümüyle kapsamaktadır. Üretim ise, emek gücünün tarihsel olarak oluşumunun ayrılmaz bir parçasıdır.

Proleter kamusal alan modeli, burjuva⁵ kamusal alanının karşısında etkin rol oynayabilecek karşıt bir kamusal alan arayışı sonucunda ortaya çıkmıştır ve dünyadaki hiçbir şeyi dışlamamasıyla dikkat çekmiştir. Buna göre kamusal alan,

⁵ Düşünürlerin proleter kavramına karşı olarak ‘Burjuva’ sözcüğünü tercih etmelerinin nedeni, egemen kamusal alan anlayışının kökenleri hakkında eleştirel bir düşünce oluşturabilme gayesidir.

toplumun tümünü temsil etmelidir. Proleter kamusalılık, işçi sınıfının özgürleşme hareketinin herhangi bir anı olarak ifade edilebilmektedir. Neght ve Kluge'nin kamusal alan anlayışı; “kurucu öğeler, somut ihtiyaçlar, çıkarlar, çatışmalar, protesto ve iktidar meselelerine” dayanır (Hansen, 2015, s. 164). Proleter kamusal alan anlayışında, tecrübe kavramı temel alınmaktadır. Neght ve Kluge'ye göre tecrübe, kapitalist koşullar altındaki yeniden üretim tecrübesinde, tecrübe eden kişilerin kamusal alanda yeterince temsiliyet sağlayamamaları sonucu oluşmuş tıkanmaya tepki olarak bir direnlemeler bütünüdür ifade etmektedir.

Neght ve Kluge, proleter kamusalılığa ilişkin büyük bir çelişki olduğuna dikkat çekerler (Kluge & Negt, 2018). Onlara göre proleter kamusalılık bilimsel olarak, üreten sınıfı temsil etmeyen gruplar tarafından ele alınmaktadır. Düşünürler, proleter ve karşıt kamusalılığın var olabilmesi için gerekli olan üç etkenden söz ederler. Buna göre; “üreten sınıfın çıkarları itici güç olmalı, ...karşılıklı ilişki ortamının yaratılması mümkün olmalı ve ...burjuva kamusalılığının yaydığı ket vurucu ve harap edici etkiler, proleter kamusalılığının gelişim aşamasında ezici güce sahip olmamalıdır.” (Kluge & Negt, 2018, s. 191).

Neght ve Kluge, kamusal alanda ötekileştirilmiş, yeterince temsiliyet imkânı bulamayan kamular üzerine çalışmışlardır ve onlara göre, bu emekçi kamuların, kamusal alana karşı çıkmaları kendi kendilerine karşı çıkmaları anlamına gelmektedir. Yani gücünü kamusal alandan alan egemen sınıfa karşı verilen mücadele esasında kitlelerin kendi kendine verdiği bir mücadeledir. Çünkü egemen sınıfın güç aldığı kamusal alanı oluşturanlar bizzat kendileridir. Bu nedenle, “işçi sınıfı, burjuva kamusalılığıyla nasıl başa çıkacağını ve bu kamusalılığın ne tür tehditler teşkil ettiğini bilmelidir; kendi tecrübelerinin burjuva kamusalılığının dar ufukları tarafından tanımlanmasına da müsaade etmemelidir.” (Kluge & Negt, 2018, s. 68). İşçiler, kendi sorunlarını çözebilmek adına burjuva kamusalılığının yollarını kullandıklarında esasında temsil ettikleri kamuya ihanet etmiş olurlar. Çünkü işçi, burjuva kamusalılığına katılır katılmaz bir ikilemle karşı karşıya kalacaktır ve söz konusu kamusalılıktan yalnızca özel olarak faydalanabilecektir. Neght ve Kluge ayrıca kısmi kamulardan da bahseder (Kluge & Negt, 2018, s. 58). Kısmi kamular, belirli bir konu çerçevesinde oluşmuş kamulardır. Tek bir tema üzerine yoğunlaşırlar

(Bilgisayardaki ilan panoları gibi) Kısmi kamuların tartışma konuları, kimi zaman genel kamuların sahasına girerek onların kanaatleri ile karşı karşıya gelip onlarla çatışmaktadır. Kısmi kamular, muhalif bir kamusalılık boyutunda yer alacağı durumlarda (kısmi kamular her zaman muhalif değildir), karşıt kamularla bir araya gelerek daha geniş bir açılımında bulunabilmektedir (Kluge & Negt, 2018, s. 58). Kamusal alanda hem egemen devlet baskısına hem de sermaye egemenliğine ve kar mantığına karşı bir hareket söz konusudur.

Televizyonda kolektif tecrübenin örgütlendiğini savunan düşünürlere göre, “Televizyon ürünlerinde toplumsal tecrübenin ifadesi, kitle medyasının baskın çıkarlarıyla da yüzleşmek durumundadır.” (Kluge & Negt, 2018, s. 240). Kluge’nin sinema kavramına göre, izleyiciler duygu, fantezi ve tecrübeleri vasıtasıyla perdedeki filmin üreticisi konumundadırlar fakat medya, izleyicinin bu konumunu gasp ederek onların üretkenliklerini yok sayar (Kluge & Negt, 2018, s. 240). Medya, izleyicinin neyi hissetmesi gerektiğini, nasıl ifade etmesi ve iletmesi gerektiğini şekillendirir. Bilinç endüstrisi aracılığıyla üretilen fantezi⁶ etkinliği, tecrübenin yok edilmesine neden olmaktadır. Ayrıca toplumsal tecrübenin bastırılması için burjuva kamusalılığının geleneklerinin uygulanmaya devam edilmesinin de yeterli olduğunu vurgulayan düşünürler, bunun, sansür ile yok edilmeye çalışılan tecrübeyi yok edebileceğini savunurlar. Negt ve Kluge, basın tekeli ve kitle medyasının kamusalılığı yıpratarak şiddeti yeniden ürettiğini söylemektedir (Kluge & Negt, 2018, s. 298). Televizyon, izleyicisine önceden planlanmış tecrübi bir model sunmaktadır. İzleyici, televizyon başında zaman geçirirken; anıları, yaşamsal durumları ve bütün bunların birleşimiyle meydana gelmiş olan dağınık bir tecrübelerini anımsar. Ancak, izleyicinin örgütlemeye güçlük çektiği bu dağınık tecrübe, kolaylıkla televizyondan edinilen planlanmış tecrübi modelle mübadele edilmektedir. Yani izleyici, kendi dağınık tecrübesini, televizyondan edindiği planlanmış tecrübe uğruna terk etmektedir. Televizyon ayrıca; bu planlanmış tecrübi modeli, izleyicinin düşünerek ve sorgulayarak kendi dağınık tecrübesini örgütlemesini sağlamasını engelleyecek şekilde yayın yapmaktadır. Bunu, malzeme bolluğu ve zamanın örgütlenmiş darlığı aracılığıyla sağlamaktadır (Kluge & Negt, 2018, s. 223). Bu noktada bahsedilmek

⁶ “Fantezi; libidinal yapının, bilincin ve dış dünyanın birbirine bağlandığı emek sürecidir.” (Kluge & Negt, 2018, s. 118)

istenen, televizyon programlarında çok fazla içerik sunulmaktadır ve bu içerikler arda arkası kesilmeksizin sürekli bir biçimde akmaktadır. Bu nedenle izleyici durup düşünme fırsatı yakalayamaz. Çünkü eğer bir saniye duraksarsa, bir sonraki sahneyi kaçıracaktır. Özetle “televizyon, eleştirel yetilerini geliştiren bağımsız bir insanın var olduğu izlenimini verir ama üretim kamusalılığı eleştiriye mahal vermez.” (Kluge & Negt, 2018, s. 298). İnsanların özgürlükleri adına bu yayınları izlemeyi reddetmeleri de ancak bir yanılsamadan ibarettir. Çünkü insanlar bunu yaptıklarında gerçeklik kaybına uğrayarak ve toplumdan dışlanarak cezalandırılmaktadırlar.

4.4. LİBERAL KAMUSAL ALAN ANLAYIŞI

Liberal kamusal alan; farklı kimliklerin bir arada yaşadığı çok kültürlü anlayışın benimsenebileceği, temel hak, özgürlükler ve fırsat eşitliğini içeren bir kamu alanıdır. Liberal kamu alanı modeli, özgür kamu aklı ilkesinin temel alındığı, kurumların kamuya karşı sorumlu oldukları bir yönetim şeklini benimsemektedir. Bu anlayışa göre; devletin hakları sınırlandırılarak çoğunluğun hakları korunmalıdır. Liberal kamusal alan anlayışında fikirlerin ana kaynağı olarak birey öncelenmektedir. Dolayısıyla da bireylerin fikirlerini diğerleriyle tartışabilecekleri ve ortak kaniya varabilecekleri bir alana gereksinim duyulmuştur. İhtiyaç duyulan bu alan da devlet hiyerarşisinin dışında bulunan liberal kamusal alan olarak biçimlenmiştir. Özgürlük, eşitlik, adalet, temel hak ve özgürlüklerin kapsamı gibi liberalizmin başat aktörleri, farklı liberal düşünürlerce farklı biçimlerde yorumlanmıştır. Yukarıda yapılan tanımlama ve açıklamalar, başta John Rawls olmak üzere kamusal alan ve liberalizm üzerine çalışmış düşünürler esas alınarak hazırlanmıştır.

Liberal kamusal alan anlayışına göre, “kamu alanı devlet faaliyeti alanı olarak, içinde grupların ve bireylerin farklı ve çatışan özel çıkarlarının çeşitli nötr değerlendirme araçlarıyla aracılık edildiği bir alan olarak tanımlanmaktadır.” (Erdoğan, 2016, s. 98). Rawls, kamusal aklı toplumsal olandan ayrı tutarak, siyasal nitelik taşıyan kamusal akıl ve toplumsal nitelik taşıyan kamusal olmayan akıl şeklinde bir ayrım yapmaktadır. Ona göre, kamusal aklın kullanılması ise bir vatandaşlık vazifesidir (Çırakman, 2002, s. 124). Rawls’a göre; liberal kamusal alan anlayışında, devlet bütün vatandaşlara fırsat eşitliği sunmalıdır ancak bu eşitlik, her

bir yurttaşın kendi ‘iyisini’ uygulamasına müsaade edilmesi anlamına gelmemektedir (Çırakman, 2002). Çünkü siyasal liberalizmde yalnızca hoş görülebilir hak talepleri özgürlük alanına girmektedir. Örneğin, birey özgür olduğunu beyan ederek köle ticareti yapmayı talep ettiğinde devlet bu noktada tarafsız kalamaz (Çırakman, 2002, s. 121). Ciddi haksızlıkların olması durumunda sivil itaatsizlik yoluna da başvurulabileceğini savunan Rawls, bunun ancak haksızlıkların önlenmesi karşısındaki engellerin ortadan kaldırılması yönünde kullanılabileceği görüşündedir. Rawls sivil itaatsizliği Adalet Teorisi adlı eserinde, “yasaların ya da hükümet politikasının değiştirilmesini hedefleyen, kamuoyu önünde icra edilen (alenî), şiddete dayanmayan, vicdani, ancak yasal olmayan politik bir eylem” (Rawls, 2018, s. 57) şeklinde açıklamaktadır. Rawls sivil itaatsizliğin gerçekleştirilmesi için, “eşit özgürlükler ve eşit şans ilkelerinin ihlal edilmiş olmasının ve haksızlığın politik muhalefete rağmen uzun süredir devam etmesinin gerekliliğini şart koşar.” (Arendt, et al., 2018, s. 15). Bir toplumdaki en yüksek başvuru merciinin kamuoyu olduğunu söyleyen Rawls, sivil itaatsizlikle ilişkili olarak ayrıca, sivil itaatsizliğin iç barışı tehdit etmesi durumunda sorumluyu protestocular olarak değil, iktidarını kötüye kullanarak sivil itaatsizliğin oluşmasına mahal veren yöneticiler olarak göstermektedir. Sivil itaatsizlik yasa karşıtı bir eylem olarak, söz konusu düzenleme anayasaya uygun dahi olsa direnişi sürdürme amacını taşır. Yasa ihlal edilir fakat barışçıldır ve esasında yasaya bağlıdır. Şöyle ki, eylem alenidir ve eylemciler son çare olarak başvurulmuş sivil itaatsizliğin yasal sonuçlarını üstelenmeye hazır olarak yasaya saygılıdırlar. Rawls’a göre sivil itaatsizlik eylemleri, kamusal bir eylem olarak kamuoyunun adalet duygusuna hitap etmektedir (Arendt, et al., 2018).

Hakkaniyetli adaletin ilkesinin, temel hak ve özgürlüklerden geçtiğini savunan Nafiz Tok, hakkında anlaşmazlık yaşanan bazı meselelerin (liberalizmde) kamusal alandan dışlanabildiğini söylemektedir. Tok bu görüşünü; “Liberalizmin inanç gibi ihtilaflı meselelere yaklaşımı, bunları özel meseleler olarak görerek kamusal alandan çıkarmak olmuştur.” (Tok, 2016, s. 112) sözleriyle ifade eder. Nafiz Tok, liberalizmin bu anlayışı çerçevesinde vatandaşların, neyin kişisel neyin kamusal mesele olduğunu ayırt edebilmeleri gerektiğini ifade eder. Ayrıca Tok’a göre vatandaşlar, empati yaparak başkalarının sahip oldukları kültürel kimlik, din yada ideoloji gibi aidiyetler bağlamında ilgili meseleyi nasıl gördüklerini anlamaya

alışmaları gerektiğini savunur (Tok, 2016). Bu şekilde önemli kamusal meseleler, farklı kimliklerin birada bulunduğu liberal kamuda hakkaniyetle neticelendirilebilecektir. Bu görüşe karşıt olarak ise liberalizmde, farklılıkların özel alana kapatılmasının-bunların kamusal alana yansıtılmasının güçlüğüne dikkat çekilerek-demokrasinin meşruiyet temellerini sarstığı şeklinde eleştirilmektedir.

Liberal görüşe göre, farklılıkları kamusal alanın dışına çıkarılmış (zel alana bırakılmış) birey, özgürlüğünü kamusal alana dahil olarak gerçekleştirebilecektir. Çünkü liberalizm, birey esaslı bir anlayışa sahiptir. Liberal düşünürler kamu alanını yalnızca siyasal iktidara terk edilemeyecek bir alan olarak ele almışlardır. Liberal kamu alanı modeline göre başlıca ilke ise, zgr kamu aklı ilkesidir. John Rawls, liberalist anlayışa göre, kaçınılmaz olarak birbiriyle çatışma içerisine giren temel özgürlüklerin; pratikte, bir temel özgürlüğün ancak bir diğerini korumak adına kısıtlanabileceği görüşünü savunmaktadır (Rawls, 2006, s. 148).

Liberal kamu alanının, erken dönem ve modern dönem liberal yaklaşımları kapsamında bazı düşünürlerin liberal kamu anlayışları şu şekilde açıklanmaktadır; Klasik liberal düşünürlerden John Locke ve J. Stuart Mill'in kamusal alan görüşleri bağlamında; Locke'a göre, kamusal alan ve özel alan arasında güçlü bir ayrım vardır. Kamu alanı, politik alanla eştir. Özel alan ise, kamu alanından oldukça ayrı hatta ona karşıt bir alandır. Locke, bu ayrımı öylesine keskin tutmuştur ki, ona göre, eğer kamu alanı ve özel alan arasındaki ayrım yok sayılırsa politik alanın var olması mümkün değildir. Siyasi olan her mesele, kamusal alanın konusu olurken, siyasal olmayan her mesele de özel alana itilmiştir. Mill ise, kamusal alanı yalnızca politik alanla eş değer tutmaz. Ona göre kamusal alanda toplumsal olan ve siyasal olan kısımlar mevcuttur. Toplumsal alan bireylerin birbirleriyle etkileşimde bulundukları alandır. Toplum halinde yaşayan insanlar, hayati gereksinimlerini giderebilmek için birbirlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu nedenle de toplumda yaşayan her bir kişinin diğerlerine karşı sorumlulukları vardır. Ancak Mill, alınan bir karar veya yapılan bir şey eğer toplumu ilgilendirmiyorsa bunlara müdahale edilmemesi gerektiği görüşündedir (Karadağ, 2006, s. 17,18).

Friedrich A. Hayek, liberal kamu anlayışını savunurken, siyasal iktidarın topluluk içerisindeki özel gereksinimleri bilmesinin mümkün olmadığını belirtir. Bu

nedenle yapılması gerekenin; kamuların kendi gereksinimlerini karşılayabilmelerini sağlayacak ortamın siyasal iktidar tarafından oluşturulması gerektiği olduğuna işaret etmektedir. John Rawls ise, kamusal aklı, siyasal ve politik meseleler etrafında değerlendirir (Rawls, 2006). Etik olarak genel geçer doğruları arar. Vicdanen ya da düşünsel özgürlük anlamında hiçbir kesimi kısıtlamayacak lakin sunulan özgürlüğün de belirli sınırlarda olacağı bir sistem üzerinde durur. Rawls ilk olarak halklar tanımlaması yapmaktadır. Ona göre halklar; liberal halklar, liberal olmayan düzgün/iyi düzenlenmiş halklar, yasa tanımaz halklar ve ezilen/zorluk içindeki halklar şeklinde ayrılmaktadır (Rawls, 2006, s. 116).

- 1) Liberal halklar; tatmin olmuş halklardır. Tüm temel gereksinimleri karşılanmıştır. Bu sayede de birbirleriyle barış içinde yaşayabilirler. Rawls tarafından idealize edilen liberal toplumlar, adil ve istikrarlı olan iyi düzenlenmiş halklardır.
- 2) Liberal olmayan düzgün/iyi düzenlenmiş halklar; saldırgan amaçları olamayan, barışçıl yolları savunan, ortak iyi fikrine dayalı ve adaletli olmaya özen gösteren halklardır. Zaten bu halklar da liberal olma yolunda ilerleyen halklardır. Bunlar, liberalleşinceye dek biçimlenmeyi sürdürürler.
- 3) Yasa tanımaz devletler; saldırgan, tehlikeli ve insan haklarını ihlal ederler. Bu nedenle asla hoş görülemezler. Hoş görülmemeleri, liberalizmin ve düzgünlüğün bir gereği olarak kabul edilir ve bu devletlere gerektiğinde müdahale edilmelidir.
- 4) Zorluk içindeki halklar ise; saldırgan olmamalarına rağmen iyi düzenlenmiş halklar olmalarını sağlayacak kültürel imkân, insan kaynakları, birim, maddi ve teknolojik zenginlikten yoksundurlar. Liberal ve iyi düzenlenmiş halkların gayesi bu tip halkları, halklar topluluğuna kazandırmaktır (Rawls, 2006, s. 116).

Liberal kamu modelini benimsemiş düşünürlerden biri olan John Rawls, adil bir düzenin sağlanması adına ‘halkların yasası’ni önermiştir. Halkların yasası ise ancak, liberal halklar veya liberal olmayan düzgün halklar (iyi düzenlenmiş) özelinde işleyebilmektedir. Halkların yasası, kamusal akıl düşüncesi ve kamusal akıl ideali

vasıtasıyla uygulanmaktadır. Rawls, kamusal akıl düşüncesi ve kamusal akıl idealini birbirinden ayırmaktadır. Ona göre kamusal akıl ideali, kamusal akıl düşüncesinin uygulanmasıyla gerçekleşebilmektedir. Kamusal akıl düşüncesi, iyi düzenlenmiş toplumlara ait bir kavramdır ve “...anayasal demokratik bir hükümetin vatandaşları ile ve vatandaşların birbirleri ile ilişkilerini belirleyen temel ahlaki ve siyasi değerleri derinliğine irdeler.” (Rawls, 2006, s. 144). Kamusal akıl yürütmeyi ise; “Bir vatandaş kendisinin en makul siyasi adalet kavramı olduğuna samimiyetle inandığı ve başkalarının özgür ve eşit vatandaşlar olarak kabul edebilecekleri siyasi değerleri ifade eden bir kavram çerçevesinde düşünüyorsa kamusal akıl yürütmektedir” şeklinde açıklamaktadır (Rawls, 2006, s. 153). Rawls ayrıca, kamusal akıl yürütülürken izlenmesi gereken karşılıklılık ilkesinden söz eder. Yani temel özgürlüklerin verilmesi karşılığında farklılıklar kamu alanı dışına bırakılır (din özgürlüğünden yoksunluk vs.). Kamusal akıl ideali ise, kamusal akıl doğrultusunda hareket eden iktidarın, kamu hizmeti ve görevlerini yerine getirmesi sayesinde gerçekleştirdiği bir kavramdır. Vatandaşların kamusal akıl ideali ise yine kamusal aklı kullanarak yönetime karşı bir denetim mekanizması oluşturmalarıyla gerçekleşebilmektedir. Özetle özgür ve eşit halkların kamu ideali, halkların yasası ilkelerine bağlı olarak davranıldığında gerçekleşmektedir. Rawls, halkların yasası kapsamında, liberal olmayan halklara karşı hoş görülü olarak, onların da liberalleşmeleri yolunda adım atılması gerekliliğini savunmaktadır. Hoşgörü sınırını ise belirli koşullara bağlamıştır. Liberal olmayan bir halk, yeterince adil bir yasayla yönetiliyorsa ve düzgün bir danışma hiyerarşisi varsa (böyle halklarda insan haklarının ihlali söz konusu değildir) hoş görülebilirlerdir. Ancak iyi düzenlenmiş liberal halkların, insan hakları ihlal edildiğinde liberal olmayan halklara müdahale etme yetkisi vardır. Liberal olmayan ancak düzgün halklar, liberal anlayışta olmadıkları için yeterince adil ve doğru bir yönetim şekli benimsemeseler de adil olan halkların yasasına riayet ettiklerinden hoş görülebilirler. Zira onlar liberalleşme yolundaki halklar olarak görülmektedir.

4.5. RİCHARD SENNET VE KAMUSAL ALAN

Kamusal alan üzerine çalışan bilim insanlarından Richard Sennet, Modern Çağ’daki iletişimsizlik olgusu üzerinde durmasıyla alana değer katan

kuramcılardandır. Kamusal alanı, yabancılar arasındaki birliktelik ve karşılıklı taahhütleri temsil eden alan olarak düşünmektedir. Ancak Sennett, Modern Çağ'a gelindiğinde yabancılar arasındaki bu bağın dönüştüğünü ve kamusal alanda bir çöküş yaşandığını söyler. Yani ona göre, Modern Çağ'da; toplum eyleyenler ve seyredenler olmak üzere ikiye ayrılmıştır (Sennett, 2013).

Modern Çağ'a gelindiğinde geçirilen toplumsal değişimlerin, benlik sorunlarının artmasına sebep olması (özel alana duyulan ilgi ve verilen önemdeki artış, kişiselleştirilmiş hayat tarzı vs.) bireylerin toplumsal sorunlar çerçevesinde ve belirli amaçlar doğrultusunda diğerleriyle kamusal alanlarda buluşmalarının belirgin bir biçimde azalmasına sebep oldu. Yani karşılıklı taahhütlerin oluşmasındaki başat faktör olan bir araya gelme eylemi, modern çağda giderek azaldı. Bu da kamusal alanın varlığı veya sürdürülebilirliği konularını düşündürücü birer sorunsal olarak gündeme taşıdı. Özel alanın, kamusal alan karşısında giderek önem kazanması, bir zamanlar birbiriyle ilişki kuran –kişisel olarak önemli olan- yabancıların artık birbirini fark etmeksizin yaşayıp gittiği yabancılara dönüşmesine neden oldu. Bu durum kamusal alanın, yalnızca özel alana gerektiği düzeyde değerli olduğu algısının yerleşmesine sebebiyet vermiştir.

Sennet genel olarak kamusal alanı, bu alan üzerine çalışmış diğer bilim insanları gibi, kamuyu ilgilendiren ortak meselelerin herkesçe erişilebilir bir mekânda aleni bir biçimde tartışıldığı ortam olarak kabul eder. Ancak Sennet'e göre kamusal alanlar -kapitalizmin Dünya sistemine hakim olmasının ardından yaşanan toplumsal değişimlerle birlikte- göstermelik mekanlar haline gelmiştir (Sennett, 2013). Sennet'in gerçekleştirdiği çalışma ve araştırmalar doğrultusunda; daha önce kamusal tartışma ortamları olan pek çok mekânın dönüşen sistemlerin ardından yalnızca üzerinden gelip geçilen, artık fazladan birkaç dakika bile harcanmayan yerler haline geldiği söylenebilir. Sennet bu bağlamda aynı zamanda kimliksel çeşitliliklerin de yok olduğunu belirtir (Sennett, 2013). Seri üretimin bir sonucu olarak ele alınabilecek olan kimliksel çeşitliliklerin yok oluşu, kamusal alanda tartışılacak farklı görüşleri de beraberinde yok etmektedir. Sennet'e göre değişen düzen sonucunda, kamuoyu bir araya gelirken düşünce ve kanaatlerini tartışmak amacıyla değil gereksindikleri şeyleri karşılayabilmek amacını gütmektedir (Sennett,

2013). Bireyler kalabalıklar içinde yalıtılmış ve kamusal alandan özel alanlarına, ailelerine çekilmişlerdir.

Sennet, araştırmasında 1700’lü yılların ortasından başlayarak, Londra ile Paris kentleri özelinden yola çıkarak bir kamusal alan tartışması yürütür. Çalışmasında, incelemek için bu iki kenti seçmiş olmasını, dönemin ‘metropol’ sayılabilecek şehirleri olması şeklinde açıklayabiliriz. Araştırmanın başlatılması için tercih edilen dönem ise, burjuvazinin gelişmekte olduğu yıllar olduğu için seçilmiştir (Sennett, 2013, s. 66). Kamusal İnsanın Çöküşü kitabında sanat ve kamusal/özel alan bağlantısını işleyen Sennett, kamusal alan kavramını açıklarken *teatrelilik* kavramına sıklıkla başvurur. Tiyatro ve günlük hayat arasındaki bağlantıları tarihsel seyre göre tartışan Sennet, tiyatro ve kamusal alan arasındaki ilişkiselliğe vurgu yapar. Sennett’e göre *teatrelilik* mahremiyetle düşmanca, kamusal yaşamla ise dostça bir ilişki içindedir (Sennett, 2013, s. 60). Oyunlarda giyilen kostümler ve kamusal alandaki giyim arasında bir ilişkiler bağı bulunmaktadır. 1750’li yıllarda Paris’te tiyatrodaki giyilen kostümler ile sokakta giyilen kıyafetler benzerlik taşıyordu (özel alanda giyilen giysilerden farklılardı). 19. yüzyılda ise sahne kostümleri ve kamusal alanda giyilen kıyafetlerde ayrışma görüldü. Bu durum, kamusal alan – kamusalılık algısında meydana gelen değişimin sonucu olarak görülmektedir. *Teatrelilik* ve kamusalılık arasındaki ilişkisellik bağlamında kostümlerin yanında, oyunlara verilen izleyici tepkileri de yer almaktadır. Sahneye çıkan oyuncular, 1700’lü yıllarda izleyici tepkilerinden çekinirlerdi. Zira 17. ve 18. yüzyıllarda Türkçe’ye ‘*Halletmek*’ olarak geçmiş bir davranış biçimiyle izleyiciler, oyunu beğenip beğenmediklerini aynı anda ifade ederlerdi. Beğenilmeyen oyunda veya replikte gürültü yapılarak oyuncunun ‘sesini kesen’ kitle, 19. Yüzyıldan itibaren daha sessiz ve edilgen bir izleyici kitlesine dönüşmüştür. Sennett’in Londra ve Paris’teki giyim tercihleri/kanunları konusundaki incelemelerine göre, 1700’lü yılların ortalarında toplumsal hiyerarşiye uygun olarak giyilebilecek kıyafetlerin ayrı ayrı belirlendiği görülmektedir. Kişiler, toplumsal statülerine ait olmayan herhangi bir kostüm giyemiyordu. Böylece kısa bir gözlemlerle insanların toplumsal konumları algılanabiliyordu. Ancak durum, büyükşehirler için daha karmaşıktı. Zira şehre giren herhangi bir yabancıların kostümünün gerçekten onun toplumsal statüsünü yansıtır yansıtmadığı bilinemiyordu. 1750’lerde kamusal alanda giyim, keyfiyetten oldukça

uzaktı. Toplumsal statünün bir tanım/tanıtım aracı olarak sembolize edilen kıyafetlerin beğenilip beğenilmemesine değil doğru olup olmamasına bakılıyordu. Doğru bir kıyafet bireyin iyi hissetmesini sağlayabiliyordu. Bu dönemdeki giyim alışkanlıklarına ilişkin ayrıca, toplumsal statünün yükselmesine bağlı olarak seçeneklerin, esnekliğin arttığı da belirtilmelidir. Giyim daha sonra sanayi üretimiyle iç içe geçti. Dış görünüşü oldukça ciddiye alan ve ötekinin kıyafetlerinden karakterini analiz edebileceğine inanan toplum, seri üretim ürünü, tek tip kostümlerle karşı karşıya geldi. 1700’lü yılların sonunda gelindiğinde ise giyimde özgürlük düşüncesi ‘devrimci giyim’ algısı, bedene özgürce hareket olanağı sağlanması şeklinde hakim olmuştu (Sennett, 2013, s. 242). Kamusal alanda giyim bu dönemlerde dönüşmüş olduğu gibi sonrasında da çeşitli dönüşüm ve değişimlere uğramıştır. Örneğin 1800’lerin sonlarına gelindiğinde bedeni kapatma amacı taşıyan giyim, katmanlar şeklinde giyinmeyi ve görünenin altına çekici olanın giyilmesinin hakim olduğu görülmektedir. Yani toplumlar giyimi, sürekli olarak bir biçimde iletişim aracı olarak kullanmış, kendilerini bu göstergeler aracılığıyla ifade etmeye çalışmıştır. Sennett de araştırmalarında, kamusal alanda etkin bir iletişim aracı olduğunu bildiği giyim konusuna bu nedenle yer vermiştir (Sennett, 2013, s. 247).

Sennett, 17. yüzyıl sonları ve 18. yüzyıl başlarında kamusal alanın başat mekânı olan kahvehane kültürü ve tartışmaları konusunda Habermas’la ortak bir takım görüşleri savunmaktadır (Sennett, 2013). Sennett’e göre de kahvehanelerde gerçekleştirilen tartışmalar sırasında isteyen herkesin tanışın tanınmasın dilediği her konuya katılma hakkı vardı ve sohbetin özgür akışının engellenmemesi ile enformasyonun eksiksiz akışının sağlanabilmesi adına buradaki tartışmalarda bireylerin toplumsal kökenleri dikkate alınmazdı. “kahvehane sohbeti, mevki, soy, beğeni gibi anlam simgelerinden tamamen ayrı, aslında onlara meydan okuyan, bir işaret sistemiyle anlatmanın uç örneğidir.” (Sennett, 2013, s. 118). 18. yüzyılın ortalarına gelindiğinde ise kamusal mekânlarda değişim meydana gelmiştir. Artık kalabalıklar toplanmak için *kafe*, *pub*, *lokanta* gibi mekânları kullanıyordu ve bu noktada asıl önemli olan ise buralarda kurulan sohbetlerin biçiminin özel yaşam alanını sembolize ediyor olmasıydı. Bu mekânlarda dinleyiciyi seçmenin konuşmanın zevkini artıracacağı inancı vardı ve sıkıcı olanlar dışlanmaktaydı. Parklarda gerçekleştirilen toplu yürüyüşler de aynı şekilde başlangıçta

kahvehanelerdeki sınıflar arası sosyalleşmenin bir aracı konumundayken sonraları buradaki sohbetlerin içeriği de değişime uğramıştır. Dolayısıyla özel sohbetlere yönelenmiş bu ortamlarda kamusallık işlevini yitirmiştir.

Çalışmasında aile, kamusal alan ve toplumsal değişimler arasındaki nedensellikler üzerine gerçekleştirdiği incelemelerine de yer veren Sennett, Chicago’da gerçekleştirdiği bir araştırmasına değinir (Sennett, 2013, s. 234). Sennett’e göre, sanayi devrimi ardından yaygınlaşan çekirdek aile yapısı, üretkenlik ve istikrar bakımından dikey hareketliliğe daha az yatkındır (Sennett, 2013). Ayrıca çekirdek aile yapısı kadın ve çocukların bastırılarak toplumdan koparılmasına da neden olmaktadır. Çekirdek aile yapısında, erkek çalıştığı zaman, ev işleri ve çocuk bakımı gibi zorunluluklar alanıyla ilgilenecek tek kişi olduğundan kadın özel alana sıkışıp kalmaktadır.

Performatif bir kamusal alan anlayışı üzerinde duran Sennett; Bireyin kendini ifade ederken (iç dünyasını dışa açarken) ötekilerin nezdinde nasıl değerlendirileceğine odaklanarak ifade biçimini şekillendirmesidir (Sennett, 2013). Sennett, bireyin iç dünyasındakilerin kişinin iradesi dışında açığa çıkması yani ötekilerce algılanabileceği kaygısıyla kendini, düşüncelerini ve kanaatlerini iyiden iyiye içe kapattığını daha açık bir tabirle *kişidışılığın* yitirildiğini ifade eder. Bireyler giderek aynılaşır ve kitleleşirler. Karakterin açığa vurulması korkusu, daha pasif bir toplum oluşmasına yol açmıştır. Sonuç olarak kamusal alanın yitirildiğini belirten Sennett, artık kamusal ifadeyi yalnızca çok büyük sanatçıların oluşturabileceğine değinir ve yitirilmiş kamusal alanın yeniden kazanılmasının da kişiliğe karşı yapılacak bir direnişle mümkün olabileceğini ifade eder.

Modern Çağ’da kamusal insan, iki kimliğe bölünmüş olarak ele alınır; içkin kişilik ve kamusal aktör. İçkin kişilik, meydana gelen iki kimliğe bölünmüş kamusal insanın pasif-izleyici konumunda olan kısmını ifade etmektedir. Aktif yönlendiren olmaktansa aktif olanı izlemek konumunda olmayı tercih ederler. Kamusal insanın bölünmüş iki kimliğinin diğeri ise kamusal aktördür. İçkin kişiliğin tersine kamusal aktör, eyleyen aktif bir ifade ileticisidir. Böylece 1750’lerde var olan aktif izleyiciler yerlerini suskun izleyicilere bırakmıştır. Öyleyse denilebilir ki, *Ancien Regime*’deki izleyicinin sahne üzerindeki denetimi tersyüz olmuştur. Artık aktör, izleyiciye oranla

çok daha fazla yetiye sahiptir ve denetlenen değil (izleyici artık *'halletmiyordu'*) kışkırtan konumundadır. Kamusal kişilik artık, topluluğun hizmetinde değil üstünde bir konuma gelmiştir. 19. yüzyıla gelindiğinde izleyiciler artık, gaf yapmaktan iyice korkar hale geldiklerinden tam anlamıyla suskun kitleler olmuşlardı. Bu durum 1750'lerdeki aktör kamudan yada aktif izleyiciden oldukça farklıydı. "Kalabalık, kamusal şahsiyeti, eylemleri, başarıları ve ideolojisiyle sınamaktan ve ölçmekten vazgeçince bellek yitimi ortaya çıkar." (Sennett, 2013, s. 301). Sennett'e göre; "kalabalık içinde aktif olarak duygularını ifade edenler genellikle lümpen proletarya, alt sınıflar ya da tehlikeli toplumsal uyumsuzlar olarak görülürler." (Sennett, 2013, s. 384). Proletarya'ya dahil olmak ise kısmen kitle kültürü içinde olmak gibidir. Kalabalık içinde kişi olarak tanınma ya da yargılanma söz konusu değildir. Topluluk içinde kişilik kaybolur bir nevi topluluk gözetimi söz konusudur. Bu nedenle de tehlikeli toplumsal uyumsuzlar olarak görülmektedirler.

Sennett'in araştırma çıktılarına göre, özel alanın sınırının belirsizleşmesi ve mahremiyetle kamusal alan arasındaki sınırların karışmasıyla yitirilen *kişidişlilik*, kamusal alanın çöküşünün göstergesidir (Sennett, 2013). Özel alan kavramına atfedilen önem arttıkça ve özel alan genişleyerek kamusal alanı yuttukça kamusal alan yitirilmiştir. Artık kendini ifade etmekten kaçınan ya da güçlük çeken bireyler meydana gelmiştir. Kamusal alanda kendini ifade etmekten kaçınan içkin kamular, herhangi bir tehdit durumunda, içinde homojenleşebilecekleri topluluklara gereksinim duyarlar. Bu noktada cemaatler ön plana çıkmaktadır. Cemaatler, yaşamsal bir tehdit ya da savunma gerektiren herhangi bir hal meydana geldiğinde kendiliğinden oluşmaktadır. Tehdit karşısında insan, kendisiyle aynı durumda olan diğerlerine karşı yakın hisseder ve bu da kolektif eylemin başlaması için atılacak ilk adımın itici gücüdür.

Sennett, *gemeinschaft* ve *gesellschaft* kavramlarını Ferdinand Tönnies'ten aktararak açıklamıştır (Sennett, 2013). *Gemeinschaft*, toplumsal hiyerarşinin olduğu geleneksel toplumlardaki açık dolaysız ilişkilerin yaşandığı cemaattir. *Gesellschaft* ise, diğerinin aksine istikrarsız toplumlarda vardır ve işbölümü ilkesini gerektirir. Tönnies'e göre *gemeinschaft*'a dönmek mümkün değilken Sennett, yitirilmiş olan *gemeinschaft*'in yeniden sağlanabileceğine inanmaktadır (Sennett, 2013, s. 288).

Kamusal yaşamın yitirildiği toplumlarda; herkese açık olan kamusal tartışmaların yapıldığı kahvehanelerin yerini bıraktığı; kafeler, publar ve hatta işlevi dönüşmüş sokaklarda da, yukarıda bahsedilen eylem ve kolektif ilişki mümkün değildir. Birbiriyle konuşmadan gelip geçen *flâneurlar*, kafelerde yalnız ve sessiz oturanlar artık giysiler ya da konuşmalarla paylaşımda bulunamadıklarından, yansıtma ve fantezi yoluyla bir kolektiflik meydana gelir olmuştur.

Kamusalın çöküşüyle Sennett, kamusal mekânların giderek yok edildiğinden bahseder. Binaların mimari yapılarının kamusallaşmaya engel olacak biçimde özellikle tasarlandığına vurgu yapar. Eskiden kamusal alanlar olarak kullanılan avlu, otel veya şirket girişleri, gibi boş ve toplumsal konuların tartışılabilmesine elverişli mekânların değişen mimarinin etkisiyle yalnızca üzerinden geçilip gidilecek yollara dönüştürüldüğüne değinir. Öyle ki holler veya girişlere dinlenme amaçlı banklar bile konulmamaktadır. Bunların dışında binaların cephelerine de vurgu yapar. Şöyle ki, önemli bir meydan ya da caddeyi gösteren nokta kör cephe olarak bırakılır birey buraları bulunduğu ortamdan göremez kılınır. Bütün bunlar kamusallaşmanın önüne çekilmiş setlerdir. Sennett, Kitle iletişim araçlarının da etkileşimi imkânsız kıldığından bahseder. Kitle iletişim araçlarından edinilen enformasyon veya bilgilere verilen tepkilerin anındalığı yoktur ve asıl kaynağa erişilmesi mümkün değildir. Kia'lar izleyiciye yalnızca aktarırlar onların geri bildirimine ya da müdahalesine izin vermezler. İnsanlar medya aracılığıyla sınırsız bilgiye erişebilir fakat edindikleri bilgileri politik eyleme asla dönüştüremezler. Kia'larda akan enformasyon oldukça hızlı ve aralıksızdır. Yani edinilen bir bilgiye o anda verilecek tepki hemen ardından gelen bilginin kaçırılması anlamına gelmektedir. Bu nedenledir ki izleyici sessiz ve dikkatli bir biçimde daima dinleyen pozisyonunda kalmalıdır. Yani edilgen olmalıdır. Toplumsal gruplar, geleneksel medya sayesinde birbirleri hakkında çok daha fazla bilgiye sahip olurken birbirleriyle etkileşime geçemez veya ilişki kuramazlar.

Sennett'in performatif kamusal alan anlayışına ilişkin son söz olarak, Modern çağ'a gelindiğinde kamusalın yitirildiği ancak bu yitirilişin nedenlerinin yukarıda belirtilen şekilde olduğu ve bu anlayışa göre kamusalın yeniden kazanılabileceği söylenebilecektir.

4.6. KAMUSAL ALAN MODELLERİ TABLOSU

Kamusal alan modelleri, daha önce de değinildiği gibi dönemlere göre değişiklik göstermiştir. Ancak temelde -literatürel olarak- kamusal alan modelleri aşağıdaki tablodaki gibi sınıflandırılabilir.

Tablo 2. Kamusal Alan Modelleri

Söylemsel K.A.	Agnostik K.A.	Proleter K.A.	Liberal K.A.
İletişimsel Akıl	Rekabetçilik	Tecrübe / Deneyim	Çok Kültürlülük
Kamu Otoritesi	Emek, İş, Eylem	Aşağıdan Tecrübe	Devlet Hakları -
Statüler Dışılık	Kolektif Eylem	Kam. Al. Süreçtir	Kamu Hakları +
Alenilik ve Açıklık	Vitaactiva	Kamular Dışlanmaz	Bireycilik
Rasyonellik	Eylem Öncelenir	Direnışe Dayanır	Özgürlük

5. BİRİNCİ BÖLÜME SONUÇ

Bu bölümde kamusal alan kavramsallaştırması; Antik Polis devletlerinden Modern Çağ'a değin geçirdiği dönüşümler bağlamında ve kavrama değeri katan isimler çerçevesinde ele alınmıştır. Buna göre, Kamusal alana ilişkin pek çok farklı görüşün olduğu söylenebilmektedir. Ancak yapılan literatür taraması göstermiştir ki, tarihsel serüveni boyunca geçirdiği tüm anlamsal dönüşümlere rağmen kamusal alan kavramsallaştırması, aleniyet kavramıyla doğrudan ilişkilidir. Buna göre; bir meselenin kamusal bir mesele sayılabilmesi için 'aleni olması gereklidir' denilebilir. Bu bağlamda belirtilmelidir ki aleniyet; herkesin/kalabalıkların/çoğunluğun gözü önünde, ortada/meydanda olmak anlamlarında ifade bulmaktadır. Kalabalıklar kavramıyla kastedilmek istenen ise kamu, kamuoyudur.

Kamusal alan, kamuoyunu ortak paydada buluşturan belirli meseleler çerçevesinde akıl yürütülen alandır. Günümüzde kamusal alanın var olması, teknolojik gelişmelerin etkisiyle mekândan bağımsız hale dönüşmüştür. Mekânla birlikte pek çok farklı sınırdan daha 'bağımsız' hale gelen kamusal alan, enformasyon çağının kendine has koşulları altında yeni sınırlılıklara sahip olmuştur. İkinci bölümde detaylandırılarak ele alınacak olan bu kısımdan hariç olarak kamusal alan bugün, özel alanla ilişkisi bağlamında da büyük dönüşümlere sahne olmuştur. İçerisinin tümüyle veya büyük çoğunlukla özel alan olarak kabul edildiği aile

nosyonu, günümüzde bireylerin kimliklerinin biricik temsili değildir. Aile bireyleri artık –ulus devletlerle birlikte- toplumlarının kendilerine sunduğu kimlikleri vasıtasıyla kamusal alana katılır olmuşlardır. Bu anlamda aile için, kamusalın bir birimi denilebilir. Günümüzde kamusal alan, daha çok bireyselliklerin bir aradalığı ile kurulmaktadır. Ayrıca yapılan literatürel araştırmalar göstermiştir ki, “ekonomik ve kültürel farklılıkların varlığı, farklı kamuların varlığına işaret etmektedir.” (Dağtaş, 2014, s. 67).

Bu bölüm kapsamında yapılan okumalara dayanarak denilebilir ki, fiziksel yaşamda gerçek kamusal alan(lar)ın varlığı mümkündür. Kamusal alana ilişkin yapılan literatür taramasından yola çıkılarak söylenebilir ki, birbirinden farklı çok sayıda kamu anlayışı vardır. Bu kamular ise kamusalılıklarını ancak hukuk devletlerinde sergileyebilmektedirler. Hukuk devletlerinde cereyan eden kamusal alanlar, günümüzde tek ve bütünleşik değil birbirinden ayrı ve çok sayıda ancak küresel nitelik taşıyan kamulardan oluşmaktadır. Günümüzde kamular, ulusal sınırlar içinde kalmayıp dünya çapında birbirini etkileme gücüne sahiptirler.

İKİNCİ BÖLÜM

ENFORMASYON TOPLUMU SONRASI KAMUSAL ALAN

‘Enformasyon toplumu’ ifadesi, işlenmiş verilerin anlık olarak dijital ortamlar vasıtasıyla geniş kitlelere yığınla sunulduğu yeni toplumsal yaşam biçimini açıklamaktadır. Enformasyon toplumu ile birlikte, hane içi yaşantıda da, toplumların sosyal yaşantısında da bir takım değişiklikler meydana gelmiştir. Toplumsal anlamda yaşanan bu değişimler sonucunda yeni toplumsal hareketler görülmeye başlanmıştır. Söz konusu bu değişimlerin temelinde teknolojik gelişmeler ve akabinde internet yer almaktadır. “Yeni toplumsal hareketler interneti üç temel amaç için kullanmaktadır: haberleşme, örgütlenme ve eylemlilik alanı olarak.” (Binark, Toprak, & Aygöl, 2014, s. 200). İnternetin bu bağlamdaki kullanım biçimi, kamusal alan anlayışında da dönüşümler yaşanmasına neden olmuştur. Gelişen teknolojilerin etkisiyle, “Kamusallığın ortak bir alan paylaşımına bağlı olmaktan çıkmasıyla, daha çok olay, daha kamusal ve bu kamusallık da daha çok insan tarafından daha erişilebilir bir duruma gelmiştir.” (Dağtaş, 2014, s. 130).

Çalışmanın bu bölümünde, yüzyıllar süren tarihsel serüvenin kendisine kattıklarıyla bugüne ulaşan kamusal alan kavramsallaştırmasının, enformasyon toplumu etkisiyle süregiden var oluş biçimi araştırılacaktır.

1. GELENEKSEL MEDYA VE KAMUSAL ALAN İLİŞKİSİ

Geleneksel medya mecraları; dolayımlanmış kamusal olaylar⁷ ile dolayımlanmış özel olayları⁸, zamansal ve mekânsal sınırlılıklardan azade olmuş geniş kitlelere aktaran araçlardır. Basın mensuplarınca kayıt altına alınmış dolayımlanmış kamusal ve özel olaylar, olaya birincil halde şahit olamamış kitlelere sunularak, meydana gelen olayın herkesçe erişilebilir ve bilinir olmasını mümkün kılmaktadır (Dağtaş, 2014, s. 129).

⁷ “Dolayımlanmış kamusal olaylar, kamusal alandaki kurumsal yapılar içinde meydana gelen olaylardır.” (Dağtaş, 2014, s. 129)

⁸ “Dolayımlanmış özel olaylar, orijinal olarak özel alanda oluşan olaylardır.” (Dağtaş, 2014, s. 129)

Geleneksel medya araçları; yazılı, görsel ve işitsel basın olan; televizyon, gazete ve radyo gibi tek yönlü iletişimin sağlandığı kitle iletişim araçları olarak kabul edilmektedir (Doğdu, 2018). Geleneksel medya araçlarında iletişim, tek yönlü sağlanmakta ve bu mecralarda göndericiden alıcıya ulaşan enformasyona, alıcı tarafından doğrudan bir geri bildirim yapılamamaktadır. Dolayısıyla karşılıklı etkileşimin (doğrudan) mümkün olmadığı bu mecraların, kamusal bir alan olarak nitelendirilmesi mümkün değildir. Ancak bu mecralar, kamu yayıncılığı anlayışını benimsedikleri takdirde, kamusal alana dolaylı olarak katkı sağlayan yan alanlar olarak görülebilmektedir. “...Kamusal alan, uygulamada kamu hizmeti yayıncılığının ilkelerinin hayata geçirilmesi ve korunması ile hiç de uzak bir hayal değildir.” (Uslu, 2011, s. 65). Çünkü kamu yayıncılığı, sahip olduğu işlevlerle⁹ kamusal alanın gerekliliği olan temel unsurları tesis edebilecek nitelikleri taşımaktadır. Kamu yayıncılığının kamusal alan için önemli olduğu görüşünde olanlar; kamu yayıncılığının ekonomi ve devletten ayrı ve toplumsal grupların bir araya gelebileceği ulusal bir alan olduğu ile bu alanda yurttaşların tüketiciden ziyade yurttaş olarak nitelendirildiği özelliklerini vurgularlar (Dağtaş, 2014, s. 132-133). Ancak her birinin ayrı derinlikleri olan; kamu yayıncılığı, kamusal alan ve geleneksel medya mecralarının ilişkisel bağlantısından genel geçer ve doğrusal bir tanımlama çıkarılamamaktadır.

Geleneksel medya mecraları ve kamusal alan sürekli olarak bir biçimde bağlantıdadır. Gelişen teknolojiyle birlikte toplumsal yaşama giren geleneksel medya araçlarından, ilk andan itibaren kamusal bazı beklentiler oluşmuştur. Hiç olmadığı kadar geniş kitlelere erişimi ilk kez mümkün kılan bu mecralar; toplumsal, politik, ticari meseleler gibi hususlarda yurttaşları bilgilendirme ve onlara bildirme gibi işlevleri üstlenmiştir. Geleneksel medya mecralarının aynı anda geniş kitlelere sağladığı bu erişim imkânı, bu mecraları bir şekilde kamuoyuna bağımlı tutmuştur. Çünkü demokratik yönetimlerde, toplumsal meselelerde çoğunluğun tesis edilmesi ve kamuoyu oluşturulması elzemdir. Oluşturulacak kamuoyu için de çoğu zaman en aktif yol geleneksel medya araçlarını kullanmaktan geçmektedir. Siyasi iktidar ve

⁹ Kamu yayıncılığının işlevleri; izleyicilere haber vermek, onları eğitmek ve eğlendirmektir. Bu işlevlerini yerine getirebilmesi için de program tipi dağılımının dengeli, gelir kaynaklarının siyasi iktidarlardan ve ticari odaklardan bağımsızlaştırılmış ve program içeriği yansız olmalıdır. (Uslu, 2011, s. 50)

vatandaşlar arasındaki ilişki ağı dışında, kamusal meseleler çerçevesinde yurttaşların diğer yurttaşların tutum ve kanaatleri hakkında fikir sahibi olabilmeleri için de geleneksel medya mecraları bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda organik bir kamusal alanın tesis edilmesi ve sürdürülmesi için geniş coğrafyalardaki enformasyon akışının kesintisiz sağlanmasında önem taşıyan geleneksel medya mecraları dolaylı olarak kamusal alan kavramıyla ilişki içindedir denilebilir. Bu ilişkisellik içerisinde ise yukarıda bahsedildiği üzere kamu yayıncılığı ayrı bir öneme sahiptir. Ayrıca, salt kamusal alanın etkin biçimde sürdürülebilmesine aracılık etme amacını güden (kamu yayıncılığı yapan) geleneksel medya yayınları, ticari amaç gütmeyenlerden finansmanları bir şekilde kamuoyu tarafından sağlanmalıdır. Herhangi bir otoriteye bağlı olan yayınlar ise ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için mecburen salt kamu yararını gözetemeyeceğinden, geleneksel medya araçlarının kamusal alana aracılık edebilmesi noktasında kamu yayıncılığının önemli olduğu açıktır.

Kamu hizmeti televizyon yayıncılığının İlkeleri; devlet tekelinin sürdürülmesi, yayınların ticari çıkarlardan ve her türlü otoriteden uzak tutulması, yayınların halkı eğitmesi, bilgilendirmesi ve ulusal unsurları vurgulaması olarak açıklanmaktadır (Uslu, 2011, s. 55-62). Bu ilkeler sayesinde teoride kamu hizmeti sağlanacak ve bu da organik biçimde kamusal alanın tesis edilerek sürdürülmesinde dolaylı olarak rol oynayacaktır. Ancak teorideki bu işleyişe yönelik bazı eleştiriler de mevcuttur. Televizyon yayıncılığının, kamusal hizmet çerçevesinde yeterince genişletilmediği görüşünde olan Mike Wayne, “Kamu yayıncılığının gidişatına dair herhangi bir tartışma olmaması televizyon hizmetinin bir kamusal hizmet çerçevesinde genişletilmesi seçeneğinin üzerinde düşünülmemiş bile olduğu anlamına gelir.” demektedir (Wayne, 2009, s. 142). Wayne’e göre, kamu yayıncılığı anlayışında bazı aksaklıklar vardır. Wayne, televizyonun kamusal alanı destekleyici biçimde kullanılmadığı görüşündedir. Yani teorideki kamu yayıncılığı anlayışının uygulamada işlemediğini düşünmektedir. Kamu yayıncılığının kamusal alanla ilişkiselliği karşısında, serbest piyasa ekonomisinin ticari kazancı önceleyen özel yayıncılık biçimleri, çoğunlukla kamusal hizmet ilkeleri ile bağdaşmaz halde bulunmaktadır. Ancak Wayne, normatif amacı, devletin insanların yaşamı üzerindeki baskısını azaltmak ve nihayetinde ortadan kaldırmak olan Marksist anlayışa karşı

kamuyu yönlendirmekte olan sermayenin aşılabileceğini vurgulamaktadır (Wayne, 2009). Wayne, iletişim dünyasının Marksist kuram çerçevesinde; engellenmiş toplumsallığı inceleyerek alternatif toplumsallık biçimlerine ilişkin tartışma ortamı sağlayabileceğine işaret etmektedir.

Geleneksel medya mecraları ile kamu yayıncılığı arasındaki ilişkiselliğin yanı sıra Wayne'in de üzerinde sıklıkla durduğu sermaye ile geleneksel medya ve akabinde de bağlantısal olarak kamusal alan arasında da bir ilişkisellik vardır. Bu noktada öncelikli olarak kitle iletişim araçlarının gündem belirleyici rolüne değinmekte fayda vardır. KİA'lar gündem belirleme yoluyla kamuyu yönlendirebilmektedir. Sermaye de bu sayede, medya araçları yoluyla hedef kitleleri, ne düşünceleri gerektiği değilse de ne hakkında düşünceleri gerektiği konusunda yönlendirebilmektedir. Kitle iletişim araçları bireylere sürekli bir biçimde enformasyon aktaran kesintisiz medya araçlarıdır. Kitleli medya araçları bireylere, dünyada olup bitenlere ilişkin sınırsız enformasyon akışı sağlarlar. Ancak bu sınırsız enformasyon akışı, (kamusal alanın yitirildiği görüşünde olan kuramcılara göre) kitleleri özgürleşmekten ziyade edilgenleştirmektedir. Çünkü bu görüşe göre, KİA'lar aynı zamanda bireylerin kendilerine aktarılan bu bilgileri politik eyleme dönüştürerek kamusal alanda kullanmalarını engellerler. Sınırsız enformasyonun aktarıldığı anca bunların politikleştirilerek kamusal alana taşınmalarının engellendiği görüşü bunu şu şekilde açıklar, enformasyon akışı kesintisiz ve hızla sürdürülerek düşünmeye veya eyleme geçilmeye vakit ve imkân bırakmamaktadır. Geleneksel medya araçlarından özellikle televizyon ve radyo görülebilecek olan bu durum, birbiri ardına hızla sunulan yayın akışıyla sağlanmaktadır. Bireyler bir sonraki veriyi yakalayabilmek adına bir önceki üzerine düşünemez, yorum yapamaz ve eyleyemez durumda bırakılırlar. Bu görüşe göre, kitle iletişim araçlarının bu yolla bireyleri edilgen konumda tutması dolayısıyla geleneksel medya araçlarından enformasyon alan kitlelerin, bunlara cevap verme, görüş beyan etme gibi eylemlerde bulunarak katılım sağlamaları mümkün değildir. Bu görüşe karşıt olarak ise, kitlelerin KİA'lardan aldıkları enformasyonu sonrasında işleyip bilgiye dönüştürerek geleneksel kamusal alanlarda fiziki olarak bir araya gelindiğinde kamusal tartışmaya açabilecekleri de savunulmaktadır.

Geleneksel medya ve kamusal alan ilişkisi bağlamında pek çok toplumsal formun değişikliğe uğradığı görülmüştür. Bu değişim zorunlu ve aynı zamanda doğal bir değişimdir. Buna örnek olarak Postman'ın bir görüşüne yer verilebilir; "Postman'a göre kitapları yasaklamayan ancak. Giderek daha az okunmalarına neden olan televizyonun görsel üstünlüğü karşısında, eğitim anlayışının da değişmesi, daha aktif, katılımcı ve sorgulayıcı bir nitelik kazanması gerekmektedir." (Batuş, 2005, s. 275). Geleneksel medya ile birlikte yeni bir sözlü kültür çağı yeniden başlamıştır denilebilir. Bu bağlamda, geleneksel medya ve bağlantısındaki kamu yayıncılığı ile ekonomi politik unsurlar, kamusal alanı doğal biçimde dönüştürmüştür. Bu dönüşüm, kamusal alanın yeni medya araçlarıyla yeniden dönüşmesi sürecine zemin hazırlamış ve yeni kamusal alan anlayışını gelecek kuşaklara aktarmıştır.

Türkiye özelinde geleneksel medya araçlarından televizyon yayıncılığına bakılacak olursa, televizyon yayıncılığının ülkeye girdiği ilk dönemlerde yalnızca devlet televizyonu olan TRT'nin yayın yaptığı dönemlerde içeriklerde; "ulus devletin resmi ideolojisinin egemenliği söz konusudur." (Binark, Toprak, & Aygöl, 2014, s. 271). Yüzlerce kanalın yayın yapar hale geldiği yakın geçmiş ve günümüzde ise, "yaşanan kuralsızlaştırmaların da etkisiyle neo-liberal ideolojinin ve onun etik değerlerinin egemenliği söz konusudur." (Binark, Toprak, & Aygöl, 2014, s. 271).

2. İNTERNETİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE ENFORMASYON TOPLUMU

İnternet üzerine gerçekleştirilen ilk çalışmalar, "nükleer saldırı durumunda devre dışı kalabilecek yalnızca tek bir 'komuta merkezi' olmaması için iletişim ağlarının merkezsizleştirilmesine yönelik bir ABD askeri projesi olarak başladı." (Wayne, 2009, s. 70). Dolayısıyla bugünkü internetin temelleri de ilk olarak Amerikan Savunma Bakanlığı'na bağlı DARPA (Defense Advanced Research Project Agency) tarafından 1969'da ARPANET ağının kurulması ve sonrasında Amerikan üniversitelerinin de katkılarıyla yukarıdaki gerekçelerle, birkaç ana bilgisayarın birbirine bağlanması ile atılmıştır (Karal, Fiş Erümit, & Erümit, 2017, s. 12).

Günümüzde hemen hemen her haneye girmiş olan internetin tarih sahnesindeki serüveni, “1977 yılında, kullanıcıların kullandıkları değişik ağları doğrudan ARPANET’e bağlayan standart protokol, İletim Kontrol Protokolü/İnternet Protokolü (TCP/IP) geliştirilmesiyle başlamış ve 1990’lı yıllarda World Wide Web bulunmasıyla sonuçlanmıştır.” (Karakulakoğlu, 2015, s. 113,114). “İnternet ve World Wide Web’in ağ oluşturmaya dayanan mantığı genel olarak üretim güçlerinin ve özel olarak da iletişim güçlerinin (telefon hatları, transistörler, matematik) toplam gelişiminin bir ürünüdür” (Wayne, 2009, s. 68). 1994’e gelindiğinde ise webin lisans ücreti ödemeksizin herkes tarafından kullanılabilir bir teknoloji olarak sunulması kararlaştırılmıştır. Başlangıçta oldukça sınırlı sayıda olan web siteleri ile kullanıcılar giderek artış göstermiş ve günümüzdeki pozisyonuna erişmiştir. Webin günümüze kadar kat etmiş olduğu gelişmeler ile teknik ve sosyal değişimleri anlatmak amacıyla; Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 terimleri kullanılmaktadır. Buna göre; webin ilk dönemini temsil eden Web 1.0 döneminde, statik yayın yapan ve tek yönlü web siteleri görülmektedir. Yani web sayfaları tıpkı eski medya araçları gibi işlev görmektedir. Kitleler edilgen ve yalnızca alıcı konumunda kalmaktadır. Bu dönemde içerikler, site sahibi tarafından hazırlanır, tek yönlü olarak sunulur, kullanıcı içeriğe müdahale edemez yalnızca pasif biçimde tüketir, kullanıcılar arasında etkileşim yoktur. Dolayısıyla az sayıda ki web sitesinden birine sahip olmak web tasarımı bilgisine sahip olmayı yani profesyonelliği gerektirmektedir. Tim O’Reilly ve Media Live tarafından 2004 yılında ortaya konulan Web 2.0 döneminde, katılımcı bir web anlayışı görülmektedir (Arslan, 2015, s. 196). Yani bir platform olarak görülen internette bireyler hem tüketici hem de üretici haline gelmiştir. Bu dönemde, çok yönlü bir iletişim vardır, profesyonellik gerekmez, işbirliği ve kolektiflik mümkündür, dinamik, sosyal ve etkileşimli bir yapı mevcuttur. Webin bu dönemi, internetin etkileşimli hale geldiği sosyal medya dönemini de kapsamaktadır. “Web 2’nin anahtar özelliği, bireylerin bilgiyi işbirliği içinde çevrimiçi olarak paylaşmasına izin vermesidir.” (Sağır, 2015, s. 225). Web 2.0 döneminde birey, izleyici ve edilgen konumundan çıkarak kendi ürettiği içerikleri diğerlerine (hedef kitlelerine) sunan bir aktör haline gelmiştir. Web 1.0 ile Web 2.0 arasındaki temel fark, Web 1.0’da profesyonellerce hazırlanan içeriğin tek yönlü olarak kitlelere sunulmasıyken, Web 2.0’da içeriklerin kullanıcı tarafından üretilip tüketilmesidir.

Web 3.0 ise, semantik/anlamsal webi ifade etmektedir (Arslan, 2015, s. 196). Yani bilgisayarların bilgiyi yorumlamasına ve anlamlandırmasına olanak sağlanmıştır. Web 2.0 ile Web 3.0 arasındaki en belirgin fark; web 2.0’ın herkesin üretici ve tüketici olmasına odaklanmasıyken, web 3.0’ın verilerin ve bu veriler arasındaki bağlantıların bilgisayarlarca anlamlı bir biçimde işlenmesine odaklanmasıdır (Karakulakoğlu, 2015, s. 111-118). Bu bilgiler ışığında günümüzde, web 2.0 döneminden web 3.0 dönemine geçiş sürecinin yaşandığı söylenebilir.

“Türkiye’de ilk internet bağlantısı 12 Nisan 1993’te 64Kbps bağlantı hızı ile ODTÜ’de gerçekleşmiştir.” (Karal, Fiş Erümit, & Erümit, 2017, s. 12). ODTÜ’nün ardından ise sırasıyla Ege Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi ve İTÜ internet bağlantılarını gerçekleştirmiştir. İnternet, ticari kuruluşlar ve evlere ise ilk kez 1996 yılından itibaren ulaşmıştır.

Teknolojinin kat ettiği bu gelişmeler sürecinde web, insan hayatıyla iyice bütünleşmiştir. Bu durum, internet öncesi ve sonrası olmak üzere jenerasyonlar arasında da büyük farkların meydana gelmesine yol açmıştır. Bu farklı jenerasyonlar X,Y ve Z kuşakları şeklinde ve ‘dijital yerliler’ ile ‘dijital göçmenler’ kavramlarıyla ifade edilmektedir. X kuşağı 1965-1979 yıllarını, Milenyum Nesli olarak da adlandırılan Y kuşağı 1980-1999 yıllarını ve Kristal Nesil olarak da adlandırılan Z kuşağı ise 2000 yılı ve sonrasını ifade etmektedir (Çıray, 2019). X kuşağına dahil bireyler kurallara duyarlı, otoriteye saygılı ve aidiyet duygusu yüksek kimseler olarak tanımlanmaktadır. Bu kuşağın mensupları dijital teknolojilere yabancı ve uzun süren uyum süreci yaşayan kimselerdir. Y kuşağına dahil bireyler özgürlüklerine düşkün, birey odaklı ve kurallara karşı daha mesafeli kimseler olarak tanımlanmaktadır. Bu kuşağına dahil bireyler dijital teknolojilerin yaygınlaşma aşamasına denk gelen kimseler olarak uyum sürecine daha yatkınlardır. Z kuşağına dahil bireyler ise internetle-dijital teknolojiyle doğan nesillerdir. Sosyalleşme alanları internet olan bu bireyler, çabuk tüketen fakat birden fazla işi bir arada yapabilen kimseler olarak tanımlanmaktadır. Dijital teknolojilerle bağlantılı olarak kuşaklar arasındaki farkları belirtmek amacıyla yapılan dijital yerliler/göçmenler kavramlarına ilişkin olarak; ‘Dijital yerliler’ kavramı, Y kuşağının son temsilcileri ile Z kuşağı mensuplarını kapsamaktadır. Yani dijital teknolojilerle doğmuş-büyümüş

bireyleri ifade etmektedir. ‘Dijital göçmenler’ ise erişkin olduktan sonra dijital teknolojilerle tanışmış kimseleri ifade etmektedir. “Dijital yerliler zamanlarının büyük bir çoğunluğunu dijital teknolojileri kullanarak geçiren, birbirlerine dijital teknolojiler aracılığıyla bağlı olan ve aynı zamanda kendilerini bu dijital teknolojiler aracılığıyla da ifade eden bireylerdir.” (Demir, 2015, s. 191-192). Dijital göçmenler ise, çoğunlukla geleneksel iletişim biçimlerini tercih eden, dijital teknolojilere yabancı ve adapte olmakta zorluk çeken, dijital teknolojilerin kullanımının kaçınılmaz olduğu günümüzde zorlu bir uyum sürecinden geçen bireylerdir. Bilgiye erişim davranışlarında da farklar olan bu kuşaklardan dijital göçmenler, önce basılı kaynaklara ardından internete bakarken dijital yerliler bunun tam tersi bir davranışta bulunmaktadır.

Web temelli olarak yaşanan toplumsal dönüşümler, enformasyon toplumunun oluşmasına yol açmıştır. Enformasyon toplumu; “Sanayi-Sonrası Toplum’a geçilmekte olduğu düşünülen ya da Sanayi Toplumu’ndan farklı olduğu öne sürülen yeni bir toplumsal yapıyı tanımlamak amacıyla kullanılır.” (Aktaş, 2007, s. 182). Temel üretim malzemesi olarak emek, doğal kaynak ve sermayenin yerini bilginin almasıyla ortaya çıkan enformasyon toplumu; 2. Dünya savaşı sonrası dönemde meydana gelen teknolojik gelişmelerle birlikte, dünya genelinde yaygınlaşan internet aracılığıyla tüm dünyanın ağlar ile birbirine bağlanması suretiyle (o eski deyimle dünyanın küresel köy olması sonucu) ortaya çıkmıştır. İşlenmemiş haber/bilgi parçacığı şeklinde açıklanabilecek olan enformasyon akışının dijital teknolojilerle birlikte insan hayatında gerçekleştirdiği büyük dönüşümden ‘enformasyon toplumu’ doğmuştur. İnternette bulunan milyonlarca enformasyon kitlelerce bilinçli veya bilinçsiz olarak sürekli olarak aynı anda hem tüketilmekte hem de üretilmektedir. Enformasyon toplumunda her bir birey alıcı olmanın yanı sıra veri işçisi konumundadır. Bireyler kimi zaman istekleriyle kimi zamansa istekleri dışında farkında olmadan enformasyon üretmeyi sürdürürler. Eski medyada yalnızca profesyoneller ve uzmanlar tarafından üretilen bilgi içerikleri, yeni medyada söyleyecek çok şeyi olduğuna inanan sıradan insanlar ve kitlelerce üretilen sonsuz enformasyona evrilmiştir. Bilgi kaynağının geçirdiği bu dönüşüm, internetin bütün dünyayı birbirine bağlayan global bir kamusal alan sunmakta olabileceği görüşünün de ortaya çıkmasının nedenlerinden bir tanesidir.

İnternetin, dünyanın bir ucundan diğer ucuna toplumları etkileşimde bulundurabilecek küresel bir iletişim gücü vardır. İnternet vasıtasıyla dünyanın ücra bir köşesindeki isyandan diğer tüm topluluklar haberdar olabilmektedir. Özellikle 2000’li yıllardan itibaren internet aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimin yüz yüze iletişim gibi günlük rutinelere dahil olması, global bir toplumsal yapının meydana geldiği görüşlerini ortaya çıkarmıştır. Bugünün bireyi, yaşamını yeni medya araçları vasıtasıyla programlayan insanlar olarak güne; e-maillerini kontrol etmeden, e-haberlere bakmadan ya da hava durumunu çevrimiçi öğrenmeden başlamamaktadır. Bu bağlamda denilebilir ki; enformasyon toplumuna geçiş, özel hayatta da toplumsal hayatta da bir takım değişim ve dönüşümlerin oluşmasına neden olmuştur.

3. GELENEKSEL MEDYA VE YENİ MEDYA KARŞILAŞTIRMASI

Geleneksel medya mecraları, iletimin tek yönlü olarak sağlandığı yazılı, sözlü veya görsel yayın yapan mecralardır. Bunlar; televizyon, gazete ve radyo olarak ifade edilebilmektedir. Yeni medya mecraları ise, yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla interaktif iletişime imkan veren çok yönlü iletimin sağlandığı sanal yayın organlarıdır. Bu bağlamda denilebilir ki, yeni medya ve geleneksel medya arasındaki temel fark iletimin sunuluş durumudur. Yeni medya mecraları interaktif yayın organları olduklarından bazı alanlarda geleneksel medya araçlarının önüne geçmiştir. Buna karşın yeni medya mecralarının güvenilirlik ilkesi bağlamında kısmi yetersizlikleri/belirsizlikleri taşıyor olması da geleneksel medyayı bazı alanlarda yeni medyanın önünde tutmaktadır.

Geleneksel medya ve sosyal medya arasındaki temel farklılaşmalar aşağıdaki tablo ile açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 3. Geleneksel Medya ve Sosyal Medya Arasındaki Temel Farklılaşmalar

GELENEKSEL MEDYA	YENİ MEDYA
İletim tek yönlüdür / etkileşim yoktur	İnteraktiftir / etkileşim esastır
Geri bildirim sınırlı ve gecikmelidir	Anlık geri bildirim mümkündür
Yüksek maliyetlidir	Düşük maliyetlidir
Yayınlanan içerik değiştirilemez	Yayınlanan içerik güncellenebilir
Profesyonellik esastır	Profesyonellik aranmaz
Zamana / Mekana bağımlıdır	Eş zamansızdır
Güvenilirdir / İtibarı Yüksek	İllüzyonist Olabilir
Periyodik Yayıncılık Esastır	Anıdalık Esastır
Kitlesel yayıncılık esastır	Kitlesizleşme esastır
Arşivlemek zordur	Arşivlemek kolaydır
Sıkı bir denetim mekanizması vardır	Denetim mekanizması görece azdır

Geleneksel medya tek yönlü bir mecra iken yeni interaktiftir. Geleneksel medya mecralarında sunulan enformasyon alıcı tarafından edinilebilir fakat alıcı bu mecralara doğrudan geri bildirim yapamamaktadır. Buna karşın yeni medyada sunulan her bir içeriğe, alıcı anında veya eş zamansız olarak doğrudan geribildirimde bulunabilmekte, edindiği enformasyona yönelik olarak dilediği kişi(ler) ve kurum(lar)la etkileşime geçebilmektedir. Geleneksel medyada her bir içerik üretimi ve sunumu için yüksek maliyetler gerekirken, yeni medyada içerikler kimi zaman sıfır maliyetle ve çoğunlukla düşük maliyetle üretilip sunulabilmektedir. Yeni medyada hazırlanan içerikler, geleneksel medyadaki aksine çoğu zaman amatör olarak hazırlanmaktadır. Profesyonellik gerekliliğinin bulunmayışı, bu mecralarda oldukça düşük maliyetlerde içerik hazırlanmasını mümkün kılmaktadır. İçeriklerin yayınlanması için gerekli olan akıllı cihazlara bir kez sahip olduğunda sınırsız sayıda yayın, (internet bağlantısı ücretsiz var sayılırsa) sıfır maliyetle sunulabilmektedir. Geleneksel medyada yayınlanan içeriğe ilişkin düzenleme ya da değişiklik yapma imkanı yoktur. Bu mecralarda ancak tekzip yayınlarıyla telafi edilebilen hatalı içeriklere karşın yeni medyada yayınlanan pek çok içeriğin yayımlandıktan sonra dahi anında düzeltilmesi mümkündür. Geleneksel medyada profesyonellik esastır. Yani bu mecralarda yayıncılık yapılabilmesi için; uzmanlık ve

teknik donanım gerekiyken yeni medyada akıllı bir cihaza sahip olmak ve herhangi bir konuda söyleyecek bir şeyi olmak yeterlidir. Geleneksel medyanın erişim olanağı teknik yapısı sebebiyle her zaman için yeni medyanınkinden daha kısıtlıdır dolayısıyla da yeni medyanın daha geniş kitlelere daha kısa sürede erişme gücü vardır. Geleneksel medya hukuki ve bürokratik alandaki bağlayıcılığı daha fazla olduğu ve uzmanların alanı olduğu için kitlelerce daha güvenilir bulunmaktadır. Geleneksel medyanın teknik yapısı ve yasalarda yer alan kurallara bağlılığı onun yeni medyadan daha itibarlı görüldüğü kanısını desteklemektedir. Son olarak, geleneksel medyada yayınlanan içerikler zamansal olarak gecikmeli sunulurken, yeni medyada zamansızlığın hakim olduğu yani anında yayıncılık yapılabildiği belirtilmelidir. Tüm bu farklılıklar ışığında söylenebilir ki, yeni medyada geleneksel medyadakinin aksine ‘Bunu neden yayınlamalıyız?’ anlayışının yerini ‘Neden yayınlamayalım ki?’ anlayışı almıştır. Yani geleneksel medyada bir içeriğin yayınlanması için gerekli olan maddi ve manevi zorunluluklar dolayısıyla yapılan eleme işlemi, yeni medyada pek çok maddi ve manevi gerekliliğin ortadan kalkmasıyla lüzumsuz olmuştur.

Geleneksel medya ve yeni medyanın karşılaştırmasında değinilmesi gereken bir diğer nokta ise medya mecralarının halkla ilişkiler çalışmalarındaki farklılaşmadır. Geleneksel medya mecralarında yayınların belirlenmesinde ve hedef kitlenin belirlenmesinde rol alan çalışanların yerini, yeni medya mecralarında dijital istatistikler almıştır. Yani denilebilir ki; yeni medyada yer alan yeni eşik bekçileri, kişisel verilerden oluşan istatistiklerdir. Bu istatistikler ise, bireyin demografik özellikleri, arama geçmişi ya da bağlantılı cihazlardan yapılan görüntülemeler gibi bazı verilerin işlenmesiyle sağlanmaktadır. Bu sanal eşik bekçisinin topladığı veriler, bireylere sunulacak olan içerik önerileri ve kişiselleştirilmiş reklamlar gibi sanal yayın akışını belirlemede etkin rol almaktadır.

Bütün bu farklılaşmalara yönelik olarak ayrıca eklenmelidir ki, yeni medya mecraları ile geleneksel medya mecraları karşıt veya rakip olarak tasavvur edilmemelidir. Yeni medya, teknolojik gelişmelerin bir çıktısı olarak toplumsal yaşamda yerini almıştır ve kitlesel medyaya eklenilerek gelişmektedir. Günümüzde sosyal medya platformları içeriklerinde geleneksel medyanın verilerine

yer verirken geleneksel medya araçları da sosyal medya uzantılı olarak çalışmaya başlamıştır. Özellikle son zamanlarda iç içe geçerek birbirlerini besledikleri söylenebilecek olan bu iki medya aracı için şu örnekler verilebilir; geleneksel medya araçlarında yayın esnasında kurumların ya da programların sosyal medya adresleri referans gösterilerek hedef kitlenin yayına katılımı teşvik edilmektedir. (haber bültenlerinde ‘günün hashtag’i / konu başlığı’ şeklinde Twitter yönlendirmesi). Yeni medya araçlarında ise aynı durum tersinden seyretmektedir. Sosyal medya platformlarında yer alan içerikler çoğunlukla geleneksel medyada yer almış veya yer bulacak olan konulara ilişkindir. Topluluklar ani enformasyon akışlarını takip etmek için sıklıkla sosyal medyayı kullansalar da yapılan araştırmalar göstermiştir ki kitlesel medya pek çok konuda hala daha güvenilir bulunmaktadır. İnsanlar sosyal medyadan aldıkları bilginin genellikle geleneksel medya araçlarında da yer almasını (bir nevi teyidini) beklemektedirler. Buna karşın, -kriz esnasında kitleler geleneksel medyadan ziyade sosyal medyaya yöneldikleri için- sosyal medya uzantılarına sahip olan gelenek medya şirketleri, toplumu ilgilendiren ani ve önemli konularda, kendi sosyal medya platformlarından geleneksel medya içeriklerini eş zamanlı olarak yayınlayarak kitlelere ulaşmaktadırlar. Buna en yakın örnek olarak, koronavirüs salgını sürecinde başta TRT olmak üzere çeşitli geleneksel medya mecralarının resmi sosyal medya hesaplarından kesintisiz yayın yapması. Bu noktada ayrıca değinilmelidir ki, özellikle sosyal izolasyonun yoğun bir biçimde yaşandığı bu süreçte medya araçlarının yanı sıra kamu kurumları temsilcileri, bakanlar, rektörler ve süreç boyunca kamuyu ilgilendiren konularla ilgili olan yetkililer, sürekli olarak sosyal medya hesaplarından kamuya seslenmiştir.

Öyleyse denilebilir ki, geleneksel medya ve yeni medya günümüzde birbirini tamamlayıcı nitelik taşıyan farklı teknolojik evrelerin farklı çıktılarıdır.

4. YENİ MEDYANIN BİR ÜRÜNÜ OLARAK SOSYAL MEDYA

Etkileşimin mümkün olabilmesiyle ortaya çıkan sosyal medya mecraları, yeni medya araçlarındandır ve bu çalışma çerçevesinde kamusal alan ile ilişkisi bağlamında esas araştırma unsuru kabul edilmektedir. Teknolojik gelişmelerin bir çıktısı olarak, internetin şirketlere ve ardından bireysel kullanıcılara açılmasıyla temeli atılmış olan sosyal medya mecraları, kısa bir sürede beklenenin çok üstünde

bir küresel etki meydana getirmiştir. Bireysel kullanıcıların erişimine sunulan internet, interaktiflik olgusuyla birlikte sosyal medya çerçevesinde de kullanılmaya başlanmış ve tarihte ilk kez bu denli ulusal sınırları aşan, küresel düzeyde bir değişimin kapılarını aralamıştır.

4.1. SOSYAL MEDYA

Sosyal medya, çoklu katılımcılarının etkileşimli olarak bir araya gelmelerine imkan veren yeni medya araçlarındandır. Bir diğer deyişle sosyal medya; yeni iletişim teknolojileri arasında yer alan, kullanıcıların diğer kullanıcılarla çevrimiçi olarak; fikirlerini, görüşlerini, deneyimlerini; haber, fotoğraf, yazı gibi içerikler aracılığıyla paylaşımlarını sağlayan, etkileşimin temel olduğu web sitelerine verilen kapsayıcı bir isimdir. Sosyal medya denilince ilk olarak akla Twitter, Facebook, Instagram gibi uygulamalar gelse de forumlar¹⁰, içerik toplulukları¹¹, sosyal paylaşım ağları¹², mikrobloglar¹³, podcastler¹⁴, wikiler¹⁵ ve bloglar¹⁶ gibi bilginin etkileşimli olarak paylaşıldığı diğer dijital mecralar da sosyal medya tanımlaması içerisinde yer almaktadır.

İlk sosyal ağlar, şirketlerdeki yerel ağ bağlantılarının sağlanması amacıyla kurulmuştur. Bu kapsamda, çalışanların yerel ağ içinde mesajlaşabilmelerini sağlayan e-posta grupları ilk sosyal ağlar sayılmaktadırlar. İlk sosyal paylaşım sitesi olan ‘Sixdegrees.com’ ise 1997 yılında kurulmuş ve bir yıl sonra da kullanıcıların profil oluşturmalarına, arkadaş eklemesine ve onların listelerine erişebilmeye izin vermiştir (Karal, Fiş Erümit, & Erümit, 2017, s. 17). Bu ilk sosyal paylaşım sitesinin kurulumu sonrasında ardı ardına çok sayıda sosyal medya sitesi faaliyete geçmiş ve nihayetinde 2003 yılı itibariyle günümüzde kullanılmakta olan sosyal paylaşım

¹⁰ Forumlar: “Belli konular ve başlıklar üzerinde tartışma imkanı sunar” (Kuyucu, 2015, s. 36)

¹¹ İçerik Toplulukları: “Flickr ve YouTube gibi belirli kullanıcıların içerikleri düzenleyen ve Paylaşım açan” (Kuyucu, 2015, s. 36).

¹² Sosyal Paylaşım Ağları: “Facebook, Myspace gibi kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturarak hazırladıkları profil sayfaları aracılığıyla arkadaşları ve diğer kişilerle ieriklerini paylaştıkları ortamlardır” (Kuyucu, 2015, s. 36).

¹³ Mikrobloglar: “Günümüzde en popüler örneği Twitter olan küçük alanlı bloglardan oluşurlar” (Kuyucu, 2015, s. 36).

¹⁴ Podcastler: “Üye olarak müzik ve video indirilebilen sitelerdir” (Kuyucu, 2015, s. 36).

¹⁵ Wikiler: “En bilinen örneği wikipedia olan insanların bilgi içeriği düzenleyebildikleri ya da bilgi ekleyebildikleri alan” (Kuyucu, 2015, s. 36).

¹⁶ Bloglar: “Sosyal medya uygulaması olarak da bilinen çevrimiçi günlükler” (Kuyucu, 2015, s. 36).

siteleri faaliyetlerine paylamıştır. Aşağı yukarı on yıl gibi bir sürede kat edilen bu teknolojik yolculukla birlikte, 1990’lı yıllarda insan hayatına aktif biçimde dahil olan dijital teknolojilerin 2000’li yıllardan itibaren özellikle sosyal medyanın kat ettiği gelişmelerle yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi sonucuna ulaşılmıştır. Günümüze gelindiğinde geleneksel medyanın sunmakta olduğu tek yönlü iletişim hala güncelliğini korumakta ve bazı durumlarda daha güvenilir kabul edilmekte olsa da yeni medyanın kitlelere sunduğu interaktif iletişim biçimi geri döndürülemez bir şekilde günlük rutinelere dahil olmuştur. Bu bağlamda denilebilir ki; yeni iletişim teknolojileri, kitlesel medyanın dayattığı tek yönlü iletişimi ortadan kaldırmasa da onun yanında, yeni nesil internet kullanıcılarının oluşturduğu sosyal medyayı meydana getirmiştir. Başlangıçta salt eski arkadaşlara yeniden ulaşabilmek ve iletişim kurmak amacıyla tasarlanmış olan sosyal medya, kısa sürede kurum ve kuruluşların da dahil olduğu, hedef kitlelerle iletişimin kurulmasından, hedef kitlelerin bu kurum ve kuruluşlara karşı örgütlenmelerine dek çok farklı amaçlarla kullanılır olmuştur. Günümüzde pek çok farklı sosyal medya mecrası olsa da “tüm sosyal medya uygulamalarının ana kesişim kümesi sosyal olmaları, yani kullanıcının profili aracılığıyla diğer profillerle iletişime geçme imkânına sahip olmasıdır.” (Emre, 2015, s. 275).

“Yeni iletişim teknolojileri arasında en çok kullanılan ve hızla yaygınlık kazanan sosyal medya ve sosyal ağlar, insanların kendi düşüncelerini, fikirlerini ve yaratıcılıklarını paylaşabildikleri katılımcı bir ortam yaratmıştır. Bu katılımcı ve kullanıcı tabanlı sanal ortam, kalabalıkları bir araya getirmesi ve aralarındaki etkileşimi artırması açısından önemlidir.” (Demir, 2015, s. 190).

Sosyal medya, içerisinde milyonlarca farklı içeriğin işlendiği adeta karnavalvari bir mecradır. Sosyal medyanın bu özelliği Özlem Oğuzhan tarafından, ‘sosyal medya karnavalı’ ve ‘sosyal medyanın yamyam kullanıcıları’ kavramlarıyla ele alınmıştır. “Karnavalı da yamyamlığı da modernitede anlaşılan biçimleriyle kullanmaktayım.” (Oğuzhan, 2015, s. 12) Diyen Oğuzhan; çok sesli, kaotik ve kalabalık olan karnaval ortamının aynı zamanda bastırılan her türlü duygu ve arzusun dışı vurulduğu alanlar olduğunu belirtir. Karnavalın bu özelliğinin ise sosyal medyayla oldukça örtüştüğü görüşündedir. Oğuzhan, sosyal medya mecralarında çok kısa sürelerde yoğun bir biçimde yazılı ve görsel içeriğin aktığını ve bu nedenle de

bu alanların ‘karnaval’ olarak adlandırılabileceğini söylemektedir. ‘Yamyam kullanıcılar’ kavramı ile ise, sürekli akmakta olan bu içerik yığınının, kullanıcılarca kitlesellikten sıyrılma yanılgısına düşülerek bir an içinde tüketilmesini ifade etmek amacıyla kullanılmıştır. Örneğin, bir anda popüler olan bir olaya ilişkin atılan tweetler bireylere, kitle kültürünü aşmışlık yanılgısını yaşatırken aslında aksine kitleselliğin daha da içine girilmesine sebep olmaktadır (Oğuzhan, 2015, s. 13-14).

Teknolojik gelişmelerin bir ürünü olarak internet erişimi olan herkese koşulsuzca sunulan sosyal medya, günümüzde bireylerin neredeyse en çok vakit geçirdikleri medya araçları haline gelmiştir. Bu bağlamda da sosyal medya mecraları bireyler topluluğu tarafından; haberleşme, bilgi edinme, enformasyon kaynağı olma, eğlence ve rahatlama gibi özellikleri bünyesinde barındıran geniş bir portal haline getirilmiştir. Kullanıcı ve topluluk tabanlı sosyal medya mecraları temel olarak şu özellikleri taşımaktadır;

Tablo 4. Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal Medyanın Özellikleri;	
1- İnteraktiflik	2- Sonsuz Enformasyon
3- Kitlesizleşme	4- Özgürlük
5- Katılımcılık	6- Küresellik
7- Bağlanmışlık	8- Anındalık
9- Hızlı Bilgi	10- Eş zamansızlık

Sosyal medyanın interaktiflik özelliği, bireyler topluluğunun diğerleriyle irtibatını yani etkileşimi açıklamaktadır. Kitlesizleşme özelliğiyle açıklık ifade edilmek istenmektedir. Yani sosyal medyaya herkes erişim sağlamak ve bu herkesin kimliği, toplumsal aidiyeti herhangi bir belirleyici olmamaktadır. Katılımcılık kavramı, sanal toplulukları ifade edebilmek için tercih edilmiştir. Sosyal medya mecraları, ortak ilgilerin paylaşıldığı mekânlardır ve bu sanal mekânlarda bireyler benzer katılım amaçlarını taşıyan diğerleriyle bir araya gelerek sanal topluluklar oluşturmaktadır. Bir diğer özellik olan bağlanmışlık ise bağlantılı olmayı ifade eder. Sosyal medyada katılımcılar; sitelere, diğer insanlara, kaynaklara bağlanmıştır. Yani diğerleriyle bir ilişki içerisinde ve bu ilişkinin çıktısı olarak bir takım veriler elde edilir, paylaşılır. Sosyal medya mecralarındaki kitlesiz, katılımcı,

etkileşimli ve mekândan azade paylaşım ağı, bu mecralardaki enformasyonun da süratle yayılımını mümkün kılmıştır. Sosyal medya mecralarında veriler eş zamansız olarak anında ve küresel bir biçimde dolaşımdadır. Son olarak sosyal medya mecralarının göreceli olarak özgürlük özelliğini de eklemek gereklidir. Sosyal medya mecralarına ilişkin yukarıda aktarılan özellikler, mecranın gelişimini sürdürmesinden dolayı sürekli olarak tartışmaya açıktır. Bu nedenle kavramların tanımları veya taşıdıkları anlamlar zamanla değişikliğe uğrayacak olabilmekle birlikte yaşadığımız anın içerisinde de farklı biçimlerde yorumlanabilmektedir.

Günümüz toplumlarında sosyal medya, toplumsal hayatın gerektirdiği birçok ihtiyaca cevap verir şekilde işlevselleşmiştir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında yapılmış olan araştırmalar göstermektedir ki; günümüzde insanlar, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını gidermek ve doyuma ulaşmak için medyayı bir araç olarak kullanmaktadırlar (Demir, 2015, s. 189). Bireyler internet ve özelinde sosyal medya aracılığıyla dünyadan haberdar olabilir, örgütlenebilir, bir bilgiyi dünya çapında yayabilir, kendilerini olmak istedikleri biçimde sunabilir, borçlarını ödemek için kaynak sağlayabilir, hatta iş kurabilir ya da var olan işletmelerine katkı sağlayabilir durumdadırlar. Toplumsal yapıda önemli değişim ve dönüşümlere neden olan yeni iletişim araçları vasıtasıyla ayrıca, “geçmişteki merkezi hiyerarşik katı kurallı yapılar yerlerini çok merkezli yatay ilişkiler ağına sahip, esnek ve devingen bir yapıya bırakmıştır.” (Sağır, 2015, s. 222). Eski medyalarda yayımlanacak her bir konu eşik bekçilerince medya kuruluşları tarafından belirlenirken, yeni medyada her kesim ve hatta her bir birey kendi sesini duyurabilir, istediği konuyu bu yeni medya araçlarına taşıyarak toplumla paylaşabilir olmuştur. Eski medyalarda yer alan yayın akışı, sayfa düzeni, yayın sıklığı vs. zamansal ve mekânsal kısıtlar da yeni medyada ortadan kalkmıştır. Geleneksel medyada yer almak isteyen bireyin bir uzmanlık alanı olması gerekirken, yeni medyada herkes istediği platformda istediği yeri alabilmektedir.

Sınırlılıkların dönüştüğü bu sosyal medya çağında; mesafeler, mekâna bağlılık, zaman kısıtları, erişilen kişi sayısı kısıtları gibi pek çok sınırlılık ortadan kalkmıştır. Ortadan kalkan bu sınırlılıkların yerine ise kıyasla daha esnek yeni sınırlılıklar dahil olmuştur. Bunlar; lisan kısıtları, gürültü unsuru, internete erişimde yaşanan teknik eksiklikler, üyelik veya ücret gerektiren bazı web adreslerine

erişimde yaşanan güçlükler şeklinde örneklendirilebilir. Ayrıca, maliyet ve sosyo-kültürel statünün dolaylı engelleri gibi bazı kısıtlar ise varlıklarını kimi değişikliklerle birlikte sürdürmüştür. Bu bağlamda yeni medyanın; birçok alandaki sınırlılıkları ortadan kaldırarak kitlelere özgürlük sunarken, kendi yeni kısıtlarını ortaya koyarak da bir bakımdan özgürlüklerin sınırlandırılmasını sürdürdüğü söylenebilir. Yeni medyanın yeni sınırlılıklarına bakılacak olursa; ilk olarak yeni medyanın geleneksel medya kadar olmasa da belirli bir maliyeti olduğu ve bu maliyetin akıcı etkileşimi etkilediği söylenmelidir. Bireylerin sosyal medya erişimlerinin olması için öncelikle akıllı cihazlara (telefon, tablet vs.) ve internet bağlantısına gereksinimleri vardır. Günümüzde akıllı cihazların ücretleri ve gelişen teknolojiyle bağlantıda kalabilmek adına belirli aralıklarla değiştirilmeleri gerekliliği sosyal medyaya katılım için belirli bir maliyeti oluşturur. Bir diğer gereklilik internet bağlantısı ise, her ay düzenli olarak ödenmesi gereken bir tutarı ortaya çıkarmaktadır. Her ne kadar zaruri bir ihtiyaçmışçasına kullanılan akıllı cihazlara ve internet bağlantısına hemen hemen her bir birey sahip olsa da bunların toplumun bazı kesimleri için hala pahalı ve erişimi güç olanaklar olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca yeni medyaya erişim küresel olarak ele alınacak olursa; farklı ülkelerin alım güçleri, teknoloji üreticisi veya tüketicisi olmalarına bağlı olarak akıllı cihazların fiyatlandırması ve coğrafi olarak internete erişim oranları değişkenlik göstermektedir. Bu haliyle sosyal medya için kitlelerin büyük çoğunluğunun erişimi olan medya araçları denilebilir. Yeni medyanın beraberinde getirdiği bir diğer kısıtlılık lisan sorunsalı da günümüzde her ne kadar çevirim içi sözlüklerle aşmaya çalışılsa da hala toplumların akıcı iletişimi arasında bir engel teşkil etmektedir. Bu da küresel düzeyde oluşabilecek kamuların oluşumundaki güçlüğe işaret etmektedir. Gürültü unsuru ise geleneksel medyada da var olmakla birlikte yeni medyada aşılamamış olan bir sınırlılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Gürültü unsuru, kişilerarası iletişimde ses tonu, jest ve mimikler gibi fiziksel verilerle desteklenerek bütünüyle alıcıya aktarılan içeriğin yeni medyada tam olarak aktarılamamasını ifade etmektedir. İnternet ortamında sağlanan iletişimde araya giren gürültü unsuru bazı ifade ve anlamların kaybolmasına neden olabilmektedir (Kaya, 2013, s. 200-201). Yeni medyanın beraberinde getirdiği bir diğer sınırlılık ise yoğun tempoda çalışmak zorunda olan işçi sınıfının bu mecralara yeterince vakit

ayıramayacağı görüşüdür. Bu noktada Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi örnek gösterilecek olursa, fizyolojik, güvenlik, aidiyet gibi alt basamaklarda yer alan ihtiyaçlarını karşılayamamış bireyin en üst basamak olan kendini gerçekleştirme evresine gelerek toplumsal meseleler çerçevesinde sosyalleşmesi beklenemeyecektir. Bu görüşe göre, yaşamsal zorunluluklarıyla uğraşan işçi sınıfı elinde internet gibi küresel bir imkan olsa da buna kamusal tartışmalara katılacak düzeyde dahil olamamaktadır. Fakat, Neght ve Kluge'nin proleter kamusal alan anlayışı ve sivil itaatsizlik görüşlerine göre ise, egemen kamusal alana dahil olamayan bireyin karşıt ya da alternatif bir kamu oluşturması veya egemen anlayışa direniş göstermesi, geleneksel kamusal alan anlayışında olduğu gibi yeni medya mecralarında oluşturulan topluluklarda da mümkün sayılabilir. Bu görüşe göre bireyler hakim kamuya katıl(a)masa dahi, direnişte bulunarak alternatif kamulara dahil olabilirler. Özetle sosyal medya mecralarında gelişen teknolojinin beraberinde getirdiği; yeni maddi sınırlılıklar, lisan sorunsalı ve gizli toplumsal sınıflaşma gibi bazı yeni sınırlılıklar mevcuttur. Ancak sosyal medya belirtildiği üzere, her ne kadar kendisinden önceki sınırlılıkları aşarak yeni sınırlılıkları ortaya koymuş olsa da çoğunlukla geniş bir özgürlükler alanı olarak görülmektedir. Bu bağlamda denilebilir ki, sosyal medyanın çok yönlü bir iletişim kanalı olması, kullanıcıların aktif katılımı ve etkileşimini mümkün kılması bu mecralarda tüm kısıtlara rağmen anında örgütlenmeyi olası kılmaktadır. Örneğin haksız bir sebeple iş akdi fes edilen işçi sosyal medyada sesini duyurarak bir kamuoyu oluşturabilir ve büyük şirketlere müşteri ilişkileri anlamında kriz yaşatabilir. Ya da herhangi bir tüketici her hangi bir marka hakkındaki tepkisini kısa sürede geniş kitlelere ve ilgili markaya ulaştırarak markanın bir anda krizle karşı karşıya gelmesini sağlayabilir. Bu da sosyal medyanın özgürleşme imkânı sunan bir ortam sağlayabildiğine işaret etmektedir. Öte yandan bu özgürlük söylemi, esasında modernite içerisinde tek tipleşmenin böylece de denetimin ve iktidarın aracı olarak da işlev görmektedir (Özgül, 2015, s. 86). Burada vurgulanmak istenen, dijital ortamlara katılımı mecburi olarak paylaşılan kişisel verilerin (bireylerin sosyo-demografik özelliklerinden zevk ve tercihlerine kadar pek çok bilginin) *iktidara*¹⁷ sunuluyor oluşunun beraberinde getirdiği gözetim ve

¹⁷ İktidar: Çalışma kapsamında iktidar kelimesi, Foucault'un kullandığı anlamda 'özgür öznelerin ya da bireylerin üzerine otorite, güç uygulayan' anlamında siyasi iktidardan tümüyle bağımsız ve çok daha kapsayıcı bir anlamda kullanılmaktadır. "İktidar her yeredir, bu her yerdelik iktidarın bir

denetimdir. Teknolojik gelişmelerin beraberinde getirdiği yeni gözetim ve denetim biçimleri, zorunlu olarak paylaşılan bazı verilerin yanında kitlelerce gönüllü olarak paylaşılan çok daha büyük veri kaynaklarından da beslenmektedir. Dellaloğlu, “Hem görsel olarak hem de fikri olarak ifşa, sosyal medyanın temel malzemesi...” ifadesini kullanmıştır (F. Dellaloğlu, 2015, s. 25). Dellaloğlu’nun çıkarımına göre, internetin başlangıçtaki anonimliği –sosyal medya devrimiyle birlikte- yerini bilinirliğe bırakınca bireyler, yaptıkları paylaşımlarla *panoptik*¹⁸ ve *omniptik*¹⁹ gözetime temel veri sağlayıcısı işlevi görmektedirler (F. Dellaloğlu, 2015, s. 25). Sosyal medya ortamında ‘özgür iradeleriyle’ davranan bireyler, sonsuz enformasyon karşılığında gözetlenme ve yönlendirilmeyi kabul ederler. İktidarlar, başta radyo ve televizyon sonrasında ise internet sayesinde halkı bir yere kapatmaksızın kontrol altında tutma imkanını bulmuştur. Ancak, sürekli devinim halinde olan iktidar ilişkileri, direnişle doğru orantılı olduğundan; her türlü iktidar ilişkisinde direniş imkanı muhakkak ve daima vardır (Foucault, 2016, s. 236).

İktidarlar; “televizyondaki reklamlar aracılığıyla onların tuvalete gittiği zamanları kontrol edebiliyor... belli tatil günlerinde otobanlardaki insanlara ‘şuradan buraya gitmeyiniz...’ diye seslenebiliyorsa... insanları belli yerlere kapatmak zorunda kalmamaktadır. Foucault bu çağın adını ‘biyo-politik kontrol ve iktidar çağı’ koymuştur.” (Akay, 2016, s. 75).

Bu panoptik gözetim anlayışı internet çağında çok daha geniş olanaklara sahip olmuştur. Bunun yanında “artık görünür olanlar kendi kendilerini de görmeye başlayarak, birbirleri üzerine bir tahakküm stratejisi geliştirirler.” (Akay, 2016, s. 116). Bu da omniptik gözetimin bir çıktısıdır ki bu gözetim türü kimi zaman denetim ve tahakküme işaret ederken kimi zaman da demokratik bir iktidar biçimini oluşturur.

noktadan ötekine uzanan her ilişkide üretilmesinden kaynaklanır. İktidar her yeri kuşattığından dolayı değil, her yerden çıktığından dolayı, iktidar ne bir kurum ne bir yapı; ne de bize bahşediliş belirli bir güçlülük; iktidar toplumlarda bulunan bir karmaşık stratejik duruma verilen addır.” (Canpolat, 2005, s. 99) “...ne olursa olsun bütün insan ilişkilerinde iktidar hep vardır... bu iktidar ilişkileri hareketli ilişkilerdir, yani değişikliğe uğrayabilirler, kesin ve değişmez biçimde verili değildirler.” (Foucault, 2016, s. 235)

¹⁸ Bentham’ın mimarı tasarımı Panoptikon’un, Foucault tarafından gözetleme kipi çerçevesinde ele alınmış halidir (Canpolat, 2005, s. 132-138).

¹⁹Omniptikon, herkesin herkesi gözetlemesidir (Birey-Birey, Birey-Topluluk, Topluluk-Birey).

Sosyal medya; özgür, esnek ve ulaşılabilir olma yönleriyle teknolojinin iyi yönde gelişimine işaret ederken toplumsal olanı ve toplumsal olanı oluşturan bireyselliklerin silikleşmesi yönüyle de asosyalliğe işaret etmektedir (Önkal & Gündüzlü, 2015, s. 51). Bu görüşe göre, sosyal medyadaki popülizm ‘genel geçer’ bir ‘en iyi’ algısı yaratarak bireysellikleri yok etmekte, küresel bir tek tipleşmenin meydana gelmesine neden olmaktadır. Bu durumda sosyal medyanın sunduğu özgürlük alanı; hem yeni medyanın beraberinde getirdiği yeni sınırlılıkları hem gözetim ve denetimi hem de yeni medya ve modernite kapsamında tek tipleşmeyi içerisinde barındıran aynı zamanda da tüm zamanların en geniş erişim olanağına ve gücüne sahip olan bir özgürlük alanıdır. Kitleler sosyal medya aracılığıyla, yanlarında olmayan yakınları veya eski arkadaşlarıyla iletişim kurabildikleri gibi farklı yerlerde yaşayan fakat ortak sosyo-kültürel ilgi alanlarına sahip oldukları diğerleriyle tanışma ve sosyalleşme imkânına da sahip olurlar. İnsanlar, sosyal medya üzerinden tanıştıkları bu yeni sanal sosyal çevreleri vasıtasıyla yeni sanal arkadaşlarla da tanışabilir, oldukça geniş bir ağda etkileşimde bulunabilirler. Kitlelerce cazibeli bulunan bu sınırsız sanal sosyalleşme ortamı, sosyal medyada harcanan zamanın giderek artmasına neden olan etkenler arasında yer almaktadır. Sosyal medyada harcanan zaman artışının, fiziksel olarak bulunulan ortamlarda harcanan zamandan eksilttiği düşünüldüğünde ise, sosyal medyanın yakınları uzak, uzakları yakın hale dönüştüren bir mecra olduğu görüşünü ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medya ayrıca demokrasiyle ilişkisi bağlamında da önemli bir yere sahiptir. Uğur Gündüz’ün aktardığına göre; Botton, sosyal medyanın kalabalıklara cesaret veren, demokrasinin yeni bir seviyeye taşınması ve katılımcılığın sağlanması yönündeki önemli etkilerine dikkat çeker (Gündüz, 2013, s. 149). Yani bu anlayışa göre sosyal medya, demokratik bir toplum yapısında etkin bir rol oynamaktadır. Sosyal medya hesapları olan bireyler, katıldıkları veya oluşturdukları sanal cemaatlerde, kendileriyle ortak amaçları veya ilgi alanlarını paylaşan diğerlerine ulaşmak ya da toplumsal meselelere ilişkin katılım göstermek amacıyla çoğunlukla gerçek kimliklerini kullanmaktadırlar. Gerçek kimliği ile profil oluşturan bu bireyler, katıldıkları sanal cemaatler veya örgütlendikleri diğerleri aracılığıyla/birlikte toplumsal meselelere ilişkin eylemde bulunabilirler. Bireyler ayrıca, bürokratik engelleri aşarak ulaşmak istedikleri kişi ya da kurumlara doğrudan erişim

sağlayabilmekte, talep ve şikâyetlerini kolaylıkla iletebilmektedirler. Yetkililere iletilen bu içerikler, (istenildiği takdirde) aynı anda geniş kitlelerle de paylaşılarak gündem oluşturabilmektedir.

Sosyal medya bu haliyle, bireysel iletişimin ötesinde kitlesel iletişimin de sağlandığı, önemli toplumsal meselelerde büyük değişimlere yol açabilen bir etkileşim alanı olmuştur. Bireyler artık bu mecralarda sanal topluluklar oluşturarak karar vericiler için birer baskı grubu olabilmektedir. Geleneksel medyadaki gündem belirleme olgusunun dönüşüme uğradığı sosyal medyada gündem, her zaman uzmanlarca değil çoğunlukla kanaat önderleri, fenomenler ve internet aktivistlerince kimi zaman da yurttaşlarca belirlenmektedir. Böylece demokratik yönetimlerde –yeni medya aracılığıyla- bireyler, tıpkı devletler ve şirketler gibi aktör niteliği taşıyabilmektedir. Herhangi bir hiyerarşi gözetmeyen sosyal medyada bireyler, toplumsal aktör olarak kendilerini olmak istedikleri ‘ben’liklerde sanal olarak şekillendirirler. Sanal sosyal ortamlarda ‘kimlik inşası’ şeklinde ifade edilen bu durumda bireyler kolaylıkla kanaat önderi kimliğine bürünerek toplumsal meselelerde etkin ve etken rol oynayabilirler.

Tüm bu veriler ışığında sosyal medyanın avantajlı ve dezavantajlı noktaları özetlenecek olursa; sosyal medyanın artı yönleri; karşılıklı etkileşim, kişiselleştirme, kitlesizleştirme ve eş zamansızlık ile mekânsal uzaklıkların anlamsızlaşması, iletişim hacminde yüksek artış, iletişim hızında artış, iletişim biçimlerinin birbirine bağlanabilirliği şeklinde ifade edilebilir (Ed. Ertaş, 2015, s. 20). Sosyal medyanın dezavantajları ise, seri enformasyon akışının yakalanamayarak önemli kamusal nitelik taşıyan konuların bilgi kirliliği arasında kaybolabilme ihtimali, Herkesin katılım imkânı olduğu için oluşan bilgi kirliliğinin arasından gerçek ve önemli olana erişimin zorluğu, Sosyal medyanın yapısı gereği verilen hap bilgiler arasında detayların kayboluşu sayılabilir.

4.2. POLİTİK KATILIM OLARAK SOSYAL MEDYA

Geleneksel medya ile eklemlenerek geri döndürülemez bir biçimde toplumsal hayatın içine girmiş olan yeni medya ve özelinde sosyal medya, yurttaşların bu mecralarda bir araya gelmesi ve kamuoyu oluşturmaları sebebiyle önem

taşımaktadır. Sosyal medya mecralarındaki etkileşim halinin, kamuoyunun tutum ve davranışlarının şekillenmesinde etkili bir role sahip olduğu düşünülmektedir. Toplumsal gündemin belirlenebildiği, diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunarak toplumsal hareketlerin başlatılabileceği sosyal medya mecraları; kişi-kişi, kişi-kurum ve kurum-kurum iletişimde oldukça değerli bir konuma sahiptir. Sosyal medyanın bu etkileşimsel önemi, onu kurum ve kuruluşlar, yönetim mekanizmaları ve işletmeler için de kullanımı elzem bir alan haline gelmiştir. Kurum ve kuruluşlar, internette yer alma gereksinimi duyduklarında, bu yeni ortama ilk olarak yalnızca web adresleri oluşturarak katılmışlardır. Ancak gelişen teknoloji ile dönüşen halkla ilişkiler ve tutundurma çalışmaları nedeniyle yetersiz kalan kurumsal web adresleri yanında kurumsal sosyal medya hesaplarına sahip olma gereksinimini de oluşturmuştur. Öncesinde resmi ve ciddi bir üslup kullanan yöneticiler, şirketler, işletmeler ve politikacılar, hedef kitleleriyle etkili iletişim kurmak amacıyla sosyal medyanın samimi üslubuna adapte olmak ve daha halkın içinden bir dil kullanmak durumunda kalmıştır. Artık kitlelerle etkili iletişim kurmak için en etkin yol olarak görülen sosyal medya mecraları, yerel yönetimlerin dahi hizmetlerini, faaliyetlerini hedef kitlelerine duyurdukları, hedef kitlenin talep ve başvurularını buradan kendilerine ilettikleri bir mecra olmuştur. Bu nedenle denilebilir ki, “teknoloji devriminin bir sonucu olan sosyal medya, yerel yönetimler açısından çok sesliliğin sağlanması, demokratikleşmenin ve yönetim anlayışının güçlenmesi için büyük imkânlar sunmaktadır.” (Karaçor & Tekin, 2015, s. 69).

Günümüzde sosyal medya politik olarak da kamuoyu oluşturmak amacıyla kullanılır hale gelmiştir. İyi bir siyasi imaj oluşturmak için sıklıkla başvuru alan sosyal medya bu anlamda geleneksel medyanın önüne geçmiştir. Vatandaşlarca haberdar olmak ve bilgi edinmek için kullanılan sosyal medya, siyasi partilerce ise seçimler öncesinde seçmene ulaşmak için önemli bir araç şeklinde kullanılmaktadır. Sosyal medya mecralarında yer alan herkes aynı anda hem seçmen hem aktivist olabilmekte hem de varsa siyasetçi sıfatlarını kullanabilmektedir. Rollerin kolayca değişebildiği sosyal medya mecralarında her bir bireyin mevcut bir hedef kitlesi vardır ve bireyler; rolleri ne olursa olsun, belirledikleri amaç doğrultusunda hedef kitleleri önünde bırakmak istedikleri imaja yönelik bir kimlik konumlandırmasına gitmektedirler. Politik katılım boyutuyla incelendiğinde sosyal medya yalnızca hedef kitleleriyle

iletişim kurmak isteyen politikacılar boyutuyla değil çoğu zaman bunun tersi şekilde politikacılarla iletişim kurmak isteyen hedef kitlelerce kullanılmaktadır. Sosyal medyanın etkileşim imkânı sayesinde bireyler, politik bir meseleye ilişkin diğerleriyle rahatlıkla irtibata geçebilmekte ve kendi gibi düşünöenlerle örgütlenebilmektedir. Bireyler ayrıca sosyal medya aracılığıyla paylaştıkları yazılar, fotoğraflar veya videolarla (tıpkı 17. yüzyıl kamusunda tiyatrolarda olduğu gibi) politikacıların beğenmedikleri icraatlarını ‘halledebilmektedirler’. Bu boyutuyla denilebilir ki, bireyler fiilen veya hukuken aktif politik katılımıda bulunmasalar da sanal uzamda politik bir katılımıda bulunabilirler. Vatandaşların siyasi katılımının artmasında etken rol oynadığı düşünölen sosyal medya mecralarının ayrıca; cinsiyetçi, otoriter ya da ideolojik bakış gibi toplumsal yaşamın sorunlu alanları dışarıda bırakmak adına da önemli bir alternatif alan olduğu düşünölmektedir. Sosyal medyanın bu sanal alanındaki politik katılım ayrıca, muhalefet ve direniş unsurları ağıısından da bir anlam taşımaktadır. “Çizgi roman, karikatür gibi görsel sanatların yanında sosyal medyada önemli bir muhalefet ve direniş aracı olarak karşımıza çıkmaktadır.” (Pembecioğlu & Gündüz, 215, s. 60). Sanal uzamdaki direniş ve muhalefet amacının taşıyan etkileşim biçimi de politik katılım ağıısından anlamlı bir değer taşımaktadır.

Sosyal medya mecralarında politik katılımıa ilişkin değinilmesi gereken bir diğer unsur ise internet ortamındaki iletişimde bulunan güröltü unsurudur. “Kişilerarası iletişimde kişiler yüz yüzeiken birbirlerini tüm vücut hareketlerini de yorumlayarak daha iyi anlayabilmekteyken, internet ortamındaki iletişimde araya güröltü unsurları olarak sayılabilecek bir sürü engel girebilmektedir.” (Kaya, 2013, s. 200-201). Söz konusu güröltü unsuru, sosyal medyadaki politik katılım ve politik iletişimde de oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle sosyal medyanın sanal alanında gerçekleştirilen politik katılımıda, ifadelerin anlam kaybına uğramaması ve anlamsal olarak desteklenmesi için çoğunlukla emojiler, gifler, görseller, görüntüler ve sesler de yazılı içeriklerin beraberinde kullanılmaktadır.

4.3. SOSYAL MEDYA VE SANAL TOPLULUKLAR

Sosyal medya mecralarının, toplumsal yaşama eklemlenmesinin ardından dikkate alınması gereken yeni bir topluluk biçimi daha doğmuştur; sanal topluluklar.

Sanal topluluklar; dijital platformlarda bir araya gelen, çevrimiçi aktiviteler gerçekleştiren ve görüş alışverişleri yapan, fikirlerini, düşüncelerini paylaşan irili ufaklı çok sayıda gruptan oluşan topluluklardır. Sanal topluluklar aktif olarak sosyal medyanın sanal alanında oluşabildiği gibi ‘hareketsiz toplumsallaşma’²⁰ şeklinde de oluşabilmektedir.

Sanal topluluklar, gelişen teknolojinin beraberinde getirdiği olanaklar sonucunda meydana gelmiştir. İnternetin katılım esaslı hale evrilmesi, sanal toplulukların meydana gelmesine uygun zemini hazırlamıştır. Bu kitlesel katılım imkânı olmasaydı ya da sona erseydi sanal topluluklar da sona ererdi. Eş zamansızlık/mekânsızlık ve sosyal medyaya koşulsuz katılım imkânları, sanal toplulukların oluşmasındaki en temel etkenler arasında yer almaktadır. Yeni medyanın bu yapısı; birbirinden çok farklı amaçlarla sanal mecralara katılan, birbirinden farklı dilde konuşan, farklı sosyo-kültürel aidiyetleri olan kitlelerin sosyal medya mecralarında aynı anda bulunmalarına imkân tanımıştır. Bu sanal alanda, aynı anda bir arada bulunan kitleler sınırsız içeriğe erişim ve sınırsız içerik üretim olanağına da sahip olmuşlardır. Bireyler, herhangi bir konuda/meselede kendileriyle aynı durumda olan veya aynı amacı güden diğerleriyle bu sanal dünyada rahatlıkla bir araya gelebilir olmuştur. İşte böylece sanal topluluklar, sosyal medyanın yapısı gereği bireyler topluluğu tarafından kendiliğinden oluşturulmuştur.

Yeni medya mecralarının yukarıda belirtilen sınırsızlık hali, bireylerin kendilerini keşfetmelerine ve istedikleri sanal ortamda istedikleri biçimde var olmalarına da olanak tanımaktadır. Asosyal olarak nitelendirilen bazı bireylerin, sosyal medya mecralarında oldukça sosyal ve hatta popüler oldukları da görülebilmektedir. Fiziksel ortamlarda ‘yalnız’ ya da ‘sıradan’ olarak görülen bireylerin; yerel, bölgesel, ulusal veya uluslararası sanal topluluklarda oldukça etkin ve nüfuz sahibi olabilme ihtimallerinin kuvvetle muhtemel olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır (Karakoç & Taydaş, 2013, s. 229).

²⁰ Bireyin fiziksel alandaki sosyal çevresi ile sanal uzamda toplumsallaşmasıdır. “Maria Bakardjieva’nın deyişiyle, bu toplumsallaşma biçimi hareketsiz toplumsallaşmadır, diğer bir deyişle, kullanıcının sanal uzamdaki toplumsal ilişkilerini gerçek yaşamdan bildiği ve güvenilir bulduğu toplumsal ağlar üzerinden kurması ve geliştirmesidir.” (Binark, 2007:23)’den akt. (Kaya, 2013, s. 164)

Aynı amaç, çıkar veya ihtiyaç doğrultusunda sanal uzamda bir araya gelen grupların oluşturduğu sanal topluluklar/sanal cemaatler, özgürce iletişimde bulunma olanağına ve örgütlü eylemler için gerekli olan potansiyele sahiptirler. Yani, sanal topluluklar çoğulcu ve demokratik yapıya sahip olma potansiyelini taşımaktadır. Ancak söz konusu sanal topluluklarda grup kutuplaşmaları ve “bireylerin kendi dünya görüşleri doğrultusunda yaptıkları kısıtlama ve süzgeçten geçirme işlemleri sonrasında, bakış açılarında bir daralma...” da görülebileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Dolgun, 2015, s. 200). Bu görüşe göre, “internet ortamında ‘çoğulculuk’ değil ‘çok seslilik’ söz konusudur denilebilir.” (Dolgun, 2015, s. 199-201). Sosyal medya mecralarındaki bu çok seslilik durumuna rağmen, sanal topluluklar içerisinde kamusallığın mümkün olabileceği ise yine de söylenebilir. Zira sanal topluluklarda örgütlenen kitlelerin, toplumsal hareketler başatabildikleri ya da politikacılara aldıkları bir takım kararları geri çekmeleri veya değiştirmeleri yönünde baskı kurabildikleri görülebilmektedir. Sanal toplulukların sahip oldukları bu güç, sosyal medya mecralarında kamusal alanın sağlanabilirliği görüşü yönünde bir sanrı oluşturmaktadır. Ayrıca eklenmelidir ki, internetin sınır ötesi oluşu, görece ekonomik oluşu ve eş zamansız oluşu gibi özellikleri sayesinde de benzer amaçları güden bireylerin küresel olarak birleşmelerini sağlayabildiğinden sanal toplulukların günbegün çoğaldığı görülmektedir.

Sanal topluluklar ve kanaat önderliği ilişkisi incelendiğinde ise, sosyal medya fenomenlerinin kanaat önderi niteliği taşıyabilirliği üzerinde durulmaktadır. Sanal topluluklarda bir araya gelen bireylerin sanal katılımlarına bakıldığında genellikle bazılarının aktif bazılarının ise daha gözlemleyici olduğu düşünülmektedir. Bu konuda daha önce yapılan araştırmalar incelendiğinde sanal topluluklar içerisinde kanaat önderlerinin bulunabileceği görülmüştür. Konuyla ilgili olarak incelenen bir araştırmada; “Bu paylaşımlarda ve etkileşimlerde toplumdaki bazı bireylerin diğerlerine göre daha etkin olmalarından dolayı, diğer bazı bireyler üzerinde de etkili oldukları bu araştırmada saptanmıştır.” (Pembecioğlu & Gündüz, 215, s. 60) İfadeleri yer almaktadır.

5. SOSYAL MEDYA VE MEVCUT TOPLUMSALLIK İLİŞKİSİ

Geleneksel kamu anlayışı, ulusal sınırlar çerçevesindeki bir alanı varsaymaktaydı. Ancak bu kamu anlayışı, teknolojik gelişmelerle birlikte meydana gelen ulusötesileşmenin etkisiyle evrilmiş ve toprağa bağlı olan kamu anlayışı işlevsizleşmiştir. Söz konusu ulusötesileşme büyük oranda; internetin yaygınlaşması ve yerleşik bir alışkanlığa dönüşmesi ile mümkün olmuştur. Bu bağlamda denilebilir ki, “teknoloji ve toplum, iç içe geçmiş süreçler halinde karşılıklı olarak birbirlerini etkiler.” (Çakır, 2013, s. 13). Yani bu çift yönlü yapı içerisinde, toplum teknolojiyi ve teknoloji de toplumu dönüştürerek pek çok etkileşim çıktısı meydana gelmiştir. Bunlardan biri de bu tezin araştırma konusu olan kamusal alan ve kamu anlayışında yaşanan değişim ve dönüşümlerdir.

İnternet ve özelinde sosyal medya, farklı toplumsal kesimlerden katılan herkesin (genç, yaşlı, zengin, fakir, eğitilmiş, eğitimsiz vs.) etkileşimde bulunduğu alanlardır. Bu geniş yelpazeli sanal mecralarda ulusal sınırların ötesinde bir iletişimsel ağ bulunmaktadır. Ulusötesileşmenin günbegün arttığı sanal mecralarda kitleler, farklı kültürlerle ve farklı dünya görüşleriyle sürekli bir etkileşim halindedir. Küresel olarak harmanlanmış bu etkileşim hali, ağ toplumu olarak adlandırılabilir. Ağ toplumunda bireyler, ulusal sınırların ötesinde bir toplumsallaşma halini ortaya koymaktadır. Ağ toplumunda farklı toplumsal gruplar, farklı amaçlar için buluşabilir olmuştur. Buna bir örnek vermek gerekirse, ağ toplumu sayesinde madun kamular olarak da adlandırılan ötekileştirilmiş grupların, kendileriyle benzer olan diğerleriyle kolayca iletişim kurabileceği böylece varlıklarını bir nevi meşrulaştırabileceği söylenebilir. Ancak ağ toplumunda, dijital teknolojiler vasıtasıyla sağlanan küresel etkileşim ve bu yolla yaşamı anlamlandırmak, beraberinde sanal-gerçek ikilemini de getirmiştir. Artık ilişkiler fiziksel mekanlardan çok sanal mekanlarda kurulur olmuş, toplumsal haberleşmeler dahil olmak üzere neredeyse her türlü ilişki biçiminin bu alanlarda kurulması bunların gerçekliğinin sorgulanmasına-tartışılmasına neden olmuştur. Bahsedilen sanal-gerçek ikilemi ve tartışması güncel bir sorunsal olarak gündemde yer alsa da bu durum ağ toplumunun gelişmesinde ve yayılmasında herhangi bir duraklamaya neden olmamakla birlikte itibarında da herhangi bir değişime sebep olmamıştır. Özellikle, son 15 yılda gerçekleşen toplumsal hareketler sırasında bireyler kendilerini

ifade edebilmek için ihtiyaç duydukları ortamı sosyal medyada bulmuşlardır. Bu nedenle de bazı toplumsal hareketler sosyal medya mecralarında filizlenmiştir. Dolayısıyla bu dönem, ‘sosyal medya devrimi’ şeklinde ifade edilmiştir (Özgül, 2015, s. 97). “Sosyal medyayı devrim olarak görenlerin dayandığı temel savlardan biri, sosyal medyanın etkileşimli deneyim sunarak, bireylerin kendi içeriklerini oluşturup paylaşımlarına ve çok yönlü iletişime imkan vermesidir.” (Özgül, 2015, s. 100).

Sosyal medya devrimi ile gelinen noktada, mevcut toplumsallık ilişkilerinde de köklü değişimler meydana gelmiştir. “İnternet diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla mahremiyete çok daha müdahil olmuş, hem gönüllü hem de gönülsüz mahremiyet ihlallerini hızlandırmıştır.” (Arık, 2013, s. 119). Sosyal ağlarda bireyler; nerede bulundukları, ne yedikleri, nerede gezdikleri, çocuklarını hangi okula götördükleri gibi kişisel konum verilerini etiketler halinde diğerleriyle paylaşır. Bunun yanında ne yaptıkları ve ilgi alanlarının neler olduğunu da biraz da süsleyerek paylaşırlar. Yapılan bu paylaşımlar kişilerin, kendi hanelerini ve ailelerini yani özel alanlarındaki yaşantılarını bir çeşit sunum/gösteriş aracına ve alanına dönüştürmekte olduklarına işaret etmektedir. Bu bağlamda denilebilir ki, sosyal medya mecralarında kişilerin yaptığı paylaşımların içeriklerine ya da bireylerin sosyal medyayı kullanım tarzlarına bakılarak kimi zaman sosyal ağlarda özel alanın kamulaştırıldığı ve metaya dönüştürüldüğü sonucuna ulaşılabilir. Sosyal medya mecralarında yapılan paylaşımlarda ayrıca beden de bir meta olarak kullanılabilir. Günümüzün görselleşen dünyasında, “artık önemli olan söz değil, ne söylediğimiz ya da nasıl söylediğimiz değil, söylerken nasıl görüldüğümüz olmuştur.” (Gündüz & Pembecioğlu, 2013, s. 232). Bu kamulaştırma ya da metalaştırma sürecinde yapılan paylaşımlarla iletilmek istenen bir takım alt mesajların olduğu söylenebilir. Bu alt mesajlara göre bireyin içinde barındırdığı temel motivasyon; var olma arzusu, görünür olmak, sesini duyurma, gündemde kalma, silinmeme, tatmin edilemeyen haz endişesi, elektronik temsiliyet, deneyim aktarma, beden kimliğinin doğrulanması şeklinde ifade edilebilmektedir (Uğurlu & Yakın, 2015, s. 216,217).

Bilindiği gibi sosyal medya mecraları aynı zamanda sosyal medya şirketleridir. Yani bu mecralar bir yandan da sanal işletmelerdir. Dolayısıyla ticari

kaygıların da güdüldüğü bu mecralarda, kişilerin ve toplulukların yani katılımcı olanların amaç, hedef ve yönelimleri olduğu gibi bu mecraların sahibi olan yöneticilerinde vizyon ve misyonları vardır. Bu bağlamda, yukarıda açıklanan özel alanın kamulaştırılması ve bir çeşit metaya dönüştürülmesi sonucuna varan sosyal medya kullanım biçimleri, sosyal medya şirketleri için kitleleri bu sanal mecralara bağlamada ve bunun sürdürülebilirliğinin sağlanmasında kullanılacak veri kaynakları işlevini de görmektedir. Sosyal medya şirketleri, bireyleri sosyal medya mecralarına tutundurmak (bağlılıklarını arttırmak) için sıklıkla oyunlaştırma yöntemlerine başvurulmaktadır. Sosyal medyanın kişiselleştirilmesi, içerisinde zaman geçirilmesini sağlayıcı eklentiler olması (diğer uygulamalarla bağlantılar, uygulamalardaki etiketler ve filtreler, hediyeleşmeler, zaman çizelgesi, yorum sayısı, *hashtag* sıralaması vs.) bireylerin daha uzun süre bu mecralarda vakit geçirerek daha sık ve yoğun içerik üretmelerini sağlamaktadır. Yani bireyler, günlük yaşantılarını paylaşıırken çok sayıdaki seçenek içerisinden tercih yaparak bazen filtreli videolarla, bazen hashtagler aracılığıyla en ilginç gönderiyi paylaşmak yoluyla gündemde ve görünür kalmaya çalışmaktadır. Böylece sosyal medya şirketlerinin de devamlı müşterileri konumunda kalmaktadırlar. Sürdürülebilirliği sağlanan bu bağlılığın sosyal medya şirketlerine maddi katkısı ise reklam gelirlerinden sağlanmaktadır. Uluslararası olarak popüler olan çoğu sosyal medya mecrasına katılım ve kullanım ücretsizdir ancak “ücretsiz, bedava gibi görünen sosyal medya ağları, belli bir küresel ekonomik süreç içinde belirli ekonomi-politik uygulamalara başvurmaktalar. Kapitalizmin can damarı olan reklam bunların başında gelir.” (Çakır, 2013, s. 43). Yani bu sosyal ağlarda kullanıcılara sunulan reklamlar, bireylerin ‘ücretsiz’ olarak kullandıkları bu hizmeti aslında zamanlarını satarak aldıklarını göstermektedir.

Sosyal medya mecralarında bireylere (bireylerden toplanan veriler ışığında) ardı ardına sayısız reklam sunulmaktadır. Buna karşın bireyler ücretsiz olan bu mecralarda mahremlerini (sosyal medya şirketlerinin kullandığı tutundurma politikalarının bir çıktısı olarak) her geçen gün daha fazla paylaşır hale gelmektedir. Paylaşılan her bir veri de bir gün kullanılmak üzere bu mecralar üzerinde sürekli bir biçimde kayıt altına alınmaktadır.

“Bu yüzden bazı yazarların Facebook kullanıcılarını, Facebook fabrikasının bir çalışanı olarak nitelendirmesi son derece anlaşıldır. Sosyal medya kullanıcıları burada diğerlerini gözetlerken, başkalarının mahremiyetlerine dahil olunurken, aslında kendi özel hayatlarından fedakarlık etmekte, attıkları her adımın kaydının tutulduğu bir gözetim toplumuna dahil olmaktadır.” (Arık, 2013, s. 122).

Sosyal ağların, reklam medyasıyla bu ilişkisi bazı araştırmacılarca sosyal medyanın kamusal olmasının önündeki büyük bir engel olarak görülmektedir. Bu bağlamda, “Sosyal medya hiçbir şekilde özel olmamasına karşın, aynı zamanda en az kamusal olandır.” (Gündüz, 2013, s. 141). Görüşü ortaya koyulmaktadır. Buna göre, sosyal medyanın demokratik ve çoğulcu yapısına karşın reklam medyasının ilgisi ve şirket çıkarları karşımıza çıkmaktadır. Buna karşın Botton’a göre sosyal medya; kalabalıklara cesaret vermesi, iletişimin demokratikleşmesi ve katılımcılığın sağlanması açısından oldukça değerli bir mecraadır (Gündüz, 2013, s. 149).

İnternetin hiç olmadığı kadar yaşamın içinde olduğu günümüzde bireyler, birbirlerine, kurumlara ve küresel veri ağlarına dijital yollarla bağlanmaktadır. Örneğin, sosyal medya kullanıcısı yerel yönetimlerle ilgili bir sorunu ya da talebi olduğunda eskisi gibi bürokrasiyi izleme zorunluluğu olmadan gerekli mercilere taleplerini iletebilmektedir. Üstelik bürokrasinin gerektirdiği bekleme sürelerini de böylece aşmış olur. Bir diğer açıdan yerel yönetimler de yönetimdeki başarılarını değerlendirmek ya da yeni üretecekleri projelerle ilgili vatandaşın görüşlerini pahalı saha araştırmalarından daha kısa vadede etkileşimli bir biçimde öğrenebilmektedir. Yeni medya ayrıca spor müsabakaları gibi sosyal aktivitelerin de ulusötesileşmesinde önemli bir etkidir. Sosyal medya sayesinde dünyanın farklı noktalarından sporcular ve onların fanları/taftaları şimdiye dek hiç olmadığı kadar aktif paylaşım yapmakta ve etkileşim bulunmaktadır. Hayranı oldukları sporcuları geleneksel medyadan yalnızca edilgen biçimde takip eden bireyler, sosyal medyadan sonra bu kişilerin günlük rutinlerini, spor haricindeki yaşamlarını da an be an takip edebilir hale gelmiştir. Sporcuların özel alanlarına kadar her şeyini takip eden bireyler sempati duydukları bu kişileri yalnızca spor alanında değil beslenmeden, dünya görüşüne ya da toplumsal bir olayla ilgili kişisel görüşüne kadar kanaat önderi

olarak kabul ederler. Bu durum, Orta Çağ'daki temsili kamusal alanıyla benzerlik göstermektedir.

Son olarak eklenmelidir ki; teknolojik gelişmelerin beraberinde getirdiği yeni medya anlayışı ve yeni toplumsallık biçimleri, uluslar üstü uzamda bir toplumsal uçurumlar durumunun yaşanmasına da gayri ihtiyari neden olmuştur. “Teknolojiye ulaşanlar ile ulaşamayanlar, ulaşsalar bile kullanabilenler ile kullanamayanlar arasında büyük ayrımlar oluşmaktadır ve bu ayrıma dijital bölünme ya da dijital uçurum adı verilmektedir.” (Kaya, 2013, s. 162). İletişim teknolojilerine eşit erişememekten kaynaklanan bu dijital uçurum hali, sosyal medya ve mevcut toplumsallık ilişkileri bağlamında bir sorun olarak yerini korumaktadır.

6. SOSYAL MEDYA VE KAMUSAL ALAN İLİŞKİSİ

Sosyal medya günlük yaşamın içerisine eklemlendiğinde, kamusal alan anlayışında da bazı dönüşümlerin meydana gelmesi kaçınılmaz olmuştur. Bazı araştırmacılar sosyal medyanın sanal alanının da kamusal alan olduğunu savunmaktayken, bazı araştırmacılar ise buna karşı çıkarak sosyal medyanın kamusal alan sayılamayacağını savunmaktadır. Bu bağlamda denilebilir ki, konu hâlihazırda bilimsel araştırmalar için bir soru işareti niteliği taşımayı sürdürmektedir. Ancak, sosyal medyanın kamusal alan ile doğrudan veya dolaylı olarak sürekli bir biçimde ilişki ve etkileşim içerisinde olduğu da kaçınılmaz biçimde görülmektedir.

Sosyal medyanın sanal alanı, kimi zaman Antik Yunan'ın agoralarıyla, kimi zaman Orta Çağ'ın temsili kamusuyla, kimi zamansa demokratik yönetimlerin kamusal alan anlayışıyla bağdaştırılabilmektedir. Sosyal medyanın agoralarla ilişkisi, arenalardaki yargı ve infaz mekânlarıyla benzerliğiyle alakalıdır. Sosyal medya mecraları da arenalar gibi yargı ve infaz mekânları olarak kullanılabilir. “Ancak arenada kurban ve izleyici ayrımı net iken sosyal medyada bu karmakarışıktır ve süreklilik arz eder. Arenada gösteri zamanı bellidir. Biteceği bellidir. Sosyal medyada gösteri süreklidir, bitmez.” (Çakır, 2013, s. 47). Ayrıca sosyal medya küresel bir agora niteliği taşıyarak arenaların sınırlı alanından da farklıdır. Ancak tüm bu farklılıklara rağmen, tüm yurttaşların aynı anda katılımının mümkün olduğu bu yargı ve infaz alanı agoralarla benzerlik taşımaktadır. Sosyal

medyanın Orta Çağ'ın temsili kamusuyla ilişkisi ise, fenomenlerin kanaat önderi niteliği taşıyabilirliğiyle ilişkilidir. Sosyal medyanın sanal alanlarında, fenomenlerin hayatları tümüyle kamusal nitelik taşımaktadır. Fenomenlerin, mahrem veya özel alanları bulunmamakla birlikte kitleler bu alanlarda olup bitenleri tümüyle takip edebilmektedir. Bunun yanında fenomenlerin, toplumsal konularda yaptıkları yorumlar ve takındıkları tutumlar da kanaat önderi nitelikleriyle örtüşerek takipçileri adına bir yargı niteliği taşıyabilmektedir. Bu anlamda sosyal medyanın bu boyutu temsili kamu anlayışla benzerlik göstermektedir. Sosyal medyanın demokratik yönetimlerin kamu anlayışıyla örtüştüğü nokta ise özgürlükler alanı oluşu ve çoğulculuğu mümkün kılmasıdır. Sosyal medyada bireyler pek çok sınırlılıktan azade biçimde var olabilmekte ve diğerleriyle etkileşimde bulunabilmektedir.

Kimi zaman özgürlükler alanı olarak, kimi zaman da gözetim alanı olarak değerlendirilen sosyal medya mecraları için; kamulara 'özgürlük alanı' sunarken aynı zamanda kamusal/özel alan ayrımını aşmak suretiyle yapılan gözetim aracılığıyla da özgürlüklerin otokontrol dayatmasıyla sınırlandırıldığı bir mecra açıklaması da yapılabilir. Sosyal medya mecralarındaki gözetim ve otokontrol gereksinimi aracılığıyla sağlanan veya sağlanması amaçlanan denetim mekanizmasına karşın; "mahremiyet haklarına ilişkin hukuki düzenlemeler, yeni medya okuryazarlığı ve internet kullanıcılarının direniş taktikleri gözetime karşı panzehir oluşturabilir" (Şener & Kuş, 2015, s. 78) görüşü ortaya konulmuştur. Bu bağlamda; sosyal medya mecralarında olası bir gözetim ve denetime karşı, kullanıcıların direniş göstermesi mümkünse, sosyal medya mecralarında karşıt kamuların oluşması da mümkündür hipotezinin güçlendiği söylenebilmektedir.

İnternet ve özelinde sosyal medya mecralarının, kamusal alan olma potansiyeli taşıdığına dair; "yüz yüze iletişim imkanlarının kısıtlı olduğu durumlarda sanal eylemler ile internet toplumsal hareketin gerçekleştirildiği sanal bir kamusal alan olma potansiyeli taşımaktadır." (Sağır, 2015, s. 227) görüşü de ortaya konmuştur. Bu bağlamda örnek vermek gerekirse; Koronavirüs (Kovid-19) sürecinde yurttaşlara yoğun bir şekilde yapılan 'evde kal' çağrıları kapsamında, eğitim faaliyetlerinden çok sayıdaki bürokratik işlemlere, bireysel haberleşmeden toplumsal duyurulara kadar sanal ortama taşınma olasılığı olan her türlü faaliyet temelde sosyal

medya olmak üzere internet ortamına taşınmıştır. Toplumsallaşmanın tarihte ilk kez bu denli sanal ortama taşındığı bu dönemde potansiyel sanal kamusal alanlar ciddi biçimde artış göstermiştir. Ancak yalnızca internet erişimi veya kullanım alışkanlığı ya da bilgisi olanlarla sınırlı olan bu sanal mecralar özellikle X Kuşağı başta olmak üzere toplumun belirli kesimlerine erişememiştir. Bu nedenle bu dönemde, geleneksel kitle iletişim araçları ve bunların da yetemediği noktalarda kamu görevlilerinin etkinlikleri önemini korumuştur.

Sosyal medyanın kamusal alan ile ilişkisi bağlamında değerlendirilmesi gerek bir diğer nokta ise, sosyal medyada başlayarak toplumsal hareket haline dönüşen olaylar konusudur. Bilindiği gibi Türkiye’de ve diğer pek çok ülkede sosyal medyada filizlenerek sokaklara taşmış çok sayıda olay yaşanmıştır. Bunun temel nedeninin, kısa sürede geniş kitlelerin olaydan haberinin olmasının sağlanabiliyor oluşu ile yaygın etkileşim halinin olduğu düşünülmektedir. Sosyal medya mecralarında meydana gelen toplumsal hareketler, sosyal medyanın mekandan ve zamandan tamamen azade olması sebebiyle küresel düzeyde oldukça hızlı biçimde yayılabilmektedir.

“Sanal eylemler ulus üstü mekanda toplumsal hareketlerin oluşmasına imkan tanımakta, örgütlenme kolaylığı sayesinde yüz yüze gelmeyen aktivistler arasında, bir sinerji ortamı oluşturulabilmektedir... İnternetin merkezîyetçi olmayan yapısı ve istenilen mesajın dünyanın her bölgesine eşzamanlı olarak ulaştırılabilmesi, eylem hareketi için ihtiyaç duyulan özelliklerdir. Böylece kamusal mekân anlamını ifade etmekten ziyade, paylaşılan sorunlar ve ortak çıkarlar etrafında bir araya geline bir yapılanmayı da kapsamına almaktadır.”Akt. (Sağır, 2015, s. 241) (Işık, 2013; 67-68)den

Bu bağlamda denilebilir ki, sosyal medya bünyesinde olası kamusal alanların var olduğu hipotezi ciddi biçimde güçlenmektedir.

Yeni iletişim teknolojilerinin yeni bir kamusal alan sunduğu görüşünde olan bilim insanlarından biri de Mike Wayne’dır. Wayne, kapitalizm ve matbaa teknolojisinin, devletten bağımsız bir kamusal alanın ortaya çıkarttığını belirtmektedir. Bunu ise, ‘parlamentonun itirazlarına rağmen parlamento

tartışmalarının ilk yayınlanma çabasını' örnek göstererek açıklamaktadır. Ancak ona göre söz konusu devletten bağımsız kamusal alan, kamu yararı gözeten bir alan olmaktan ziyade sermayenin bir alanına dönüşmüştür. 'Serbest piyasanın'²¹ sağlıklı bir kamusal alan için gerekli koşulları hazırlayamayacağını, iktisadi nedenlerle açıklayan Wayne, ağ metaforunu; "gücün tek elde toplanmasını engellediği yanılması bir yana bırakılırsa, ileri kapitalizmin iktisadi işleyişini tarif etmek için korkutucu derecede uygundur." (Wayne, 2009, s. 111) şeklinde ifade etmektedir. Yani bu anlayışa göre, serbest piyasa ekonomisinde kamu televizyonculuğu yerini büyük şirketlere bırakarak medya dolayımıyla oluşacak bir kamusal alan beklentisini yok etmiştir. Reklam şirketleri, işçi sınıfının sesi olan mecralar ya da kamu yayıncılığı misyonunu benimseyen medya organları gibi yayın kuruluşlarının içeriklerini çekici bulmamaya başlayınca bu medya organları başarısız olmaya başladılar ya da yerleşik düzene uyum göstererek dönüşmek durumunda kaldılar.

Sosyal medya kullanıcısı-Benjamin'in Flenaur kavramı ele alınarak incelenecek olursa, Flenaur'ün özelliklerini içerisinde barındırması mümkün olmayan bir mecra da dolaşmaktadır. Flenaur, kalabalıklar içinde yalnız kalarak içinde yaşadığını sorunsallaştırarak sistem üzerine düşünür. Oysa sosyal medya kullanıcısı asla yalnız kalamaz. Daima kalabalıklar içinde fakat hiç yalnız kalmayan sosyal medya kullanıcısı içerisinde yer aldığı dünyayı, sistemi sorgulayamaz eleştiremez. Bu nedenle sosyal medya mecralarında kurulan kamusalılıklar bu anlayışa göre, sistemin içinde olabilen- sisteme karşı gel(e)meyen kamusalılıklardır (Özgül, 2015, s. 94).

Sosyal medya mecraları, Yargıtay kararlarına göre ise, aleni alanlar olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla herkesin erişimine açık bu alanlarda yapılan –suç teşkil eden- yayınlara ilişkin, bu kapsamda hüküm verilebilmektedir (Doğu, 2017, s. 311). Sosyal medya mecralarında kişi, "5651 sayılı İnternet Kanunu'na göre içerik sağlayıcıdır ve hesabından paylaştığı her tür kelime, simge, fotoğraf, vb içerikten sorumludur. Sosyal medya ortamından yapılan paylaşımlar TCK kapsamında 'basın ve yayın yolu' olarak tanımlanmıştır." (Doğu, 2017, s. 317). Bu doğrultuda; yapılan

²¹Wayne bunu, pek de serbest olmayan serbest piyasa şeklinde ifade eder. (Wayne, 2009, s. 105)

paylaşımların; kamusal nitelik taşıdığı ve delil olarak gösterilebileceği veya cezayı artırabileceği söylenebilmektedir.

Sonuç olarak belirtilmelidir ki, sosyal medya mecralarının veya bu mecralarda kurulan ilişkiler ağının, kamusal alan sayılabilirliği farklı araştırmacılarca farklı biçimlerde yorumlanmaktadır. Ancak bellidir ki, sosyal medya ve kamusal alan kavramı arasında dolaylı veya dolaysız halde muhakkak ilişkiler ağı bulunmaktadır.

6.1. KAMUSAL MÜZAKERELERE E-KATILIM

Sosyal medya mecraları; bir yönetim biçimi olarak kamu kurumu ile kamuoyu arasındaki iletişim ve etkileşimin sağlanması, ulusötesi şirketlerden yerel işletmelere kadar tüketici ve üretici arasındaki etkileşimin sağlanması ya da bireylerin diğerleriyle sanal topluluklar oluşturarak örgütlenmeleri gibi kullanım amaçlarıyla önem teşkil etmektedir. Ayrıca, sosyo-kültürel aidiyetleri fark etmeksizin toplumdaki her kesimden herkesin kullanabildiği platformlardır. Sosyal medya mecralarındaki enformasyon akışına kamu yönetimi açısından bakıldığında ise, günümüzde gerek yerelde gerekse ulusalda kamu yönetiminde sosyal medyanın aktif bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Yeni medya; vatandaşlara etkinlikleri veya yapılacak faaliyetleri duyurma, onları hizmetlerden yararlandırma, onlara toplumsal bir mesele hakkında duyuru veya açıklama yapmak amacıyla kamu kurumları tarafından kullanılmaktadır. Sosyal medya mecraları siyasilerce de aktif bir biçimde kullanılmaktadır. Siyasi liderlerin seçmenleri ve eleştirmenleri onların faaliyetlerini sıklıkla internet aracılığıyla takip etmekte, geri bildirimlerini bu mecralardan iletmektedirler. Politikacılar da faaliyetlerini bu geri bildirimler doğrultusunda düzenlemekte veya güncellemektedir. Yerelde ise “internet, belediye ve yerel halkın arasında güncel ve hızlı bir iletişim kanalı kurarak hizmet işleyişindeki yaşanan boşlukları ortadan kaldırma veya ihtiyaçları karşılama olanağı vermektedir.” (Atmaca & Göç, 2015, s. 100). Bu kapsamda örnek gösterilecek olursa, dünya genelinde yaşanmakta olan Kovid-19 pandemisi esnasında temel iletişim aracı olarak kullanılan yeni medya araçları, gerekli hallerde resmi makamlara ulaşılabilir, uzmanlar veya sıradan kalabalıklar ile etkileşime geçilebilecek ve kamusal tartışmaların yürütülebileceği ana platformlar olarak öne çıkmıştır. Bu

süreçte sosyal medya ve internet ayrıca; eğitim ve bankacılık gibi çeşitli alanlarda da aktif olarak kullanılan temel platformlar olarak öne çıkmıştır.

Geleneksel medyadan farklı olarak kamu kurumları, sosyal medya mecraları sayesinde daha fazla vatandaşa daha kısa sürede ve eşzamansız olarak ulaşabilmektedir. Kamuoyu da aynı şekilde gerek kamu kurumları gerek muhatap oldukları işletmeler, şirketler veya diğer kurumlarla eş zamansız, hızlı ve zahmetsizce bilgi alışverişinde bulunabilmekte, geri bildirimlerini, şikâyet veya taleplerini iletebilmektedir. Bireylerin yalnızca kişisel akıllı cihazlarıyla oldukça kalabalık sanal bir topluluğa kolayca girebilmesiyle mümkün olan bu durum, demokratik toplumlarda esas olan kamuoyu ve kamu kanaatini sağlamak için yeni çalışmaların meydana gelmesine neden olmuştur. Bu nedenle kamu kurumları ve yöneticileri görevlerini desteklemek amacıyla sıklıkla sosyal medya mecralarını kullanarak geniş kitlelere erişmeyi ve hedeflenen doğrultuda kamuoyu oluşturmayı amaçlamaktadırlar. Yeni medya kamu kurumları tarafından; “şeffaflığı artırmak, örgüt içi veya örgüt dışı işbirliğini desteklemek ve yenilikçi kamu katılımına olanak sağlamak” (Ed. Ertaş, 2015, s. 24) amacıyla benimsenmiştir. Sanal toplulukları oluşturan bireyler tarafından ise, yurttaşlık görevlerinin de yerine getirilebileceği ek bir alan olarak görülmektedir.

Sosyal medyanın etkileşimli ve çok sesli yapısı, bu platformlardaki herkesin bir araya gelebileceğini ve toplumsal meseleler çerçevesinde e-katılımda bulunabileceğini vaat eder. Ancak bu sanal mecralara katılan kişi sayısı arttıkça herkesin diğer herkesle etkileşimde bulunma olanağının azalmakta ve sanal cemaatlerin meydana geldiği görülmektedir. Statükoya dair her türlü sınırın kalktığı iddia edilen internet ortamında herkesin bir araya gelebileceği vaat edilmekteydi fakat internetin bazı web adreslerindeki ‘pro’ uygulamalarında, belirli bir ücret karşılığında daha verimli kullanım imkânı pazarlanmaktadır. Bu doğrultuda, herkesçe kullanıma açık olan bazı siteler daha verimli haliyle kullanım olanağı vaat edilerek ‘pro’ ve ‘normal’ olarak farklı ara yüzlere ayrılmaya başlandı. Bu da sanal uzamda halihazırda oluşmuş çok sayıdaki kamuları bir kez daha ayırtmıştır.

7. İKİNCİ BÖLÜME SONUÇ

Enformasyon toplumunda günlük yaşamla bütünleşen dijital teknolojiler, ilk olarak mekân ve yerellik algılarının yıkılmasına bunların yerini ise küresellik ve sanal sınırsız dünyanın almasına yol açmıştır. Bu sınırsız sanal mecrada ortak amaçlar uğruna bir araya gelen katılımcılar, dünyanın dört bir yanından birleşmiş toplulukları oluşturmaktadır.

Sanal topluluklar, dışına çıkıldığı an kaybolan formlardan oluşmaktadır. Bu nedenle sanal topluluklarda başlatılan hareketlerin ancak geleneksel kamusal alanlara eklemlendiğinde anlam kazanacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda eklenmelidir ki, çevrimdışı dünyadan ödünç alınan bir takım meseleler sosyal medya mecralarında bir araya gelmiş bireylerce işlenerek tekrar çevrimdışı dünyaya döndürülebilmektedir. Taksim’de başlayarak Twitter’da filizlenen ve yeniden meydanlara taşınan ‘Gezi Parkı Olayları’ buna bir örnek olarak sunulabilmektedir.

Sosyal medya, iki yönlü bir çıktısı olabilecek olan bir mecra olarak belirtilebilir; bir yanda küresel özgürlük ve diğer yanda ise küresel esaret. Sosyal medyanın bireylere sunduğu özgürlük ortamı, toplumsal yaşama önemli bir katma değer sağlamıştır. İnsanlar daha önce hiç olmadığı kadar geniş kitlelere erişebilmiş, demokratik hakların takibi hiç olmadığı kolay yapılmış ve toplumsal hareketler küresel birer eyleme dönüşmüştür. Ancak enformasyon toplumuyla birlikte gelişen dijital gözetim ve dönüşen toplumsal yapı, özgürlük ve bireysel çeşitlilikte bir daralma yaşanmasına neden olmuştur. Sosyal medya çağında ‘ideal’ olana bürünmek isteyen (sürekli görünen ve bilinen) bireylerde psikolojik ve fiziksel baskılar oluşmakta, bu da otokontrol ve tek tipleşmeye yol açmaktadır.

Sosyal medyanın sınırsız ve çok yönlü yapısı, sosyal medya mecralarında meydana gelen toplumsallaşmaların da çok yönlü olmasını mümkün kılmıştır. Sosyal medya mecralarında bir kamusal alan olduğu var sayılırsa bu kamusal alanı oluşturan çok sayıda kamunun var olduğu söylenebilecektir. Örneğin, sosyal medyada yasak ve yasadışı kabul edilen her türlü grup örgütlenebileceği gibi özel alana itilmiş cinsellik gibi pek çok olgu da sosyal medyanın anonim kimliğinden faydalanılarak sanal kamulara taşınabilmektedir. Kitle kültürünün anonimleştirici gücünün, sosyal medyada bedensiz halde bulunanların kimliklerini diğerlerinden saklama imkanları

olduğunda çok daha aktif olduğu görülmektedir. Fakat bu noktada yukarıda belirtilen gözetim olgusu yeniden gündeme gelmektedir.

Son olarak eklenmelidir ki; Toplumun her kesiminden birey, kurum ve kuruluşların; resmi ve özel fark etmeksizin sosyal medyaya katıldığı göz önünde bulundurulduğunda, sosyal medyanın toplumsal yaşam için önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Bu da sosyal medya ve kamusal alan arasında doğrudan veya dolaylı olarak mutlaka bir biçimde ilişkili olduğunu göstermektedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu bölümde; sosyal medya mecralarında kamusal alanın sağlanabilirliğinin yani sosyal medya mecralarının bir kamusal alan olarak sayılabilirliğinin ya da sayılamazlığının araştırıldığı bu çalışma kapsamında kullanılan araştırma metodolojisi sunulacaktır.

1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ, KONUSU VE ÖNEMİ

Yeni iletişim teknolojileri, toplumsal yaşamda bazı değişim ve dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Teknolojik gelişmelerle birlikte dijital platformlarda meydana gelen etkileşim hali, dünya çapında geniş bir katılımı gün geçtikçe hayatın merkezi bir konumuna erişmektedir. Bu nedenle öncesinde yüz yüze iletişimle, fiziki kamusal alanlarda gerçekleştirilen; istişare, tartışma ya da görüşme vs. ortamlarının gün geçtikçe dijital platformlarla da sağlanır olduğu görülmektedir. Sanal mecralarda sağlanan bu iletişim biçimleri vasıtasıyla da sanal gruplar/topluluklar/cemaatler meydana gelmektedir. Bu kapsamda çalışmanın sorunsalı; sosyal medya mecralarındaki söz konusu etkileşim biçimlerinin sanal alanının, kamusal alan sayılabilirliğinin ne düzeyde olduğudur. Sosyal medya mecralarında bir araya gelen sanal topluluklar, ne denli ve hangi yönleriyle kamu sayılabilir veya sayılamazlar? Bu sanal toplulukların bir araya geldikleri sanal alanlar, kamusal alan sayılabilir mi? (evetse, ne düzeyde ve hangi açıdan?) Kamusal alan kavramı, fiziksel bir mekâna bağımlı mıdır/ bağımsız mıdır? Sanal topluluklar bu sanal mecraları kamusal alan olarak değerlendirmekte midir? (evetse bu değerlendirme eylemi ne denli dönüşür?) sorularının çerçevesi araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında; kamusal alan kavramı, enformasyon çağı bağlamında yeni medya araçlarından olan sosyal medya çerçevesinde yeniden ele alınmıştır. Bu bağlamda güncel haliyle evrensel olarak geri döndürülemez biçimde toplumsal yaşamla bütünleşmiş olan dijital ortamlardaki, kamusal alan anlayışı ile kamular araştırılmaktadır. Kamusal alan kavramı, bu çalışmada; geleneksel anlamda olduğu

gibi sosyal medyanın sanal ortamlarında da kamusal alanın sağlanabilirliğinin araştırılmaktadır.

Bu çalışma, hızla gelişen dijital teknolojilerle uyumlu biçimde kamusal alan kavramına ilişkin yeni bir araştırma yapılarak kavramın güncel değerlerini koruması bakımından ve geçmişte konuyla benzer olarak gerçekleştirilmiş araştırmalara yönelik güncel bir katkı sağlaması bakımından önem teşkil etmektedir. Bu tezin konusunu oluşturan ‘sosyal medya mecralarının kamusal alan sayılabilirliğinin ne düzeyde olduğunu’ doğrudan araştıran Türkçe bir çalışma bulunamadığından çalışmanın özgün değer taşıdığı düşünülmektedir. Çalışma kapsamında sosyal medyanın sanal alanlarının kamusal alan sayılabilirliğinin ne düzeyde mümkün olduğu ortaya konacağından, akabinde yapılabilecek olan (olası sanal kamusal alanlara ilişkin) çalışmalar için bir zemin oluşturabileceği düşünüldüğünden önem taşımaktadır.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı, sosyal medya mecralarındaki sanal kalabalıkların gerçek bir kamu olarak, gerçek ve işlevsel bir kamusal alanı ortaya koyup koyamayacağının araştırılmasıdır. Çalışma kapsamında erişilmek istenen sonuçlar; bu sanal mecranın kamusal alan sayılıp sayılamayacağının tespit edilmesi, kamusal alan kavramının fiziksel mekansal bağlamla ne kadar ilişkili olduğunun belirlenmesi, toplulukların sanal ortamlarda kamu olarak davranabilirliğinin ne düzeyde olduğunun belirlenmesidir. Bu amaçlar çerçevesinde güncel bir veri ortaya konacağı düşünüldüğünden bu çalışmanın, sonrasında yapılacak araştırmalara kaynak ve literatüre katkı niteliği taşıması amaçlanmaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN TEMEL KAVRAMLARI

Kamusal Alan: Kamuya ait, kamu ile ilgili işlerin yapıldığı yer (Türk Dil Kurumu Sözlükleri). Kamusal alan kavramı, tarihsel süreçlere bağlı olarak farklı tanımlamalarla ifade edilmiş olsa da tüm tanımlamaları ortak kesen nokta kamuyu oluşturan bireylerin, toplumu ilgilendiren konular çerçevesinde bir araya gelmesidir denilebilir.

Kamu: Bir ÷lkedeki halkın bütünü, halk, amme (Türk Dil Kurumu Sözlükleri)

Kamuoyu: Bir konuyla ilgili halkın genel düşüncesi, halkoyu, amme efkârı, efkârıumumiye (Türk Dil Kurumu Sözlükleri)

Özel Alan: Özel alan kavramı da tıpkı kamusal alan kavramı gibi tarihsel süreç içerisinde farklı tanımlamalarla ifade edilmiştir. Tüm bu tanımları ortak kesen genel bir bilgi verilecek olursa özel alan, kamusal alanın dışında kalan alandır. Yani bireylerin kendileri ve yakın çevrelerine açtıkları alanlardır. Özel alan için sıklıkla hane içi alan ifadesi kullanılmaktadır.

Mahrem Alan: Özel alandan daha dar ve daha bireye dönük alandır.

Yeni Medya: Teknolojik gelişmelerin bir çıktısı olarak geleneksel medyanın akabinde, ağırlıkla etkileşimin esas olduğu medya türüdür. “İnternet ve World Wide Web’in ağ oluşturmaya dayanan mantığı genel olarak üretim güçlerinin ve özel olarak da iletişim güçlerinin (telefon hatları, transistörler, matematik) toplam gelişiminin bir ürünüdür” (Wayne, 2009, s. 68). Yani yeni medya, internet ve World Wide Web’e dayalı bir medyadır.

Sosyal Medya: Temeli Web 2’ye dayanan sosyal medya, etkileşim esaslıdır. “...insanların kendi düşüncelerini, fikirlerini ve yaratıcılıklarını paylaşabildikleri katılımcı bir ortam...” (Demir, 2015, s. 190) olarak tanımlanabilmektedir. Buna göre, etkileşimin mümkün olduğu tüm sanal platformlar sosyal medya sayılmaktadır.

Enformasyon Toplumu: Yeni medyanın toplumsal hayata eklemlenmesiyle küresel düzeyde dönüşen yeni toplumların tanımlanması için kullanılan kavramdır. Buna göre enformasyon toplumu, işlenmemiş bilgi parçacıklarının sınırsız şekilde sunulduğu, tüketildiği ve yeniden üretildiği toplum biçimidir.

Sanal Topluluklar: Sosyal medya mecraları üzerinde sanal olarak bir araya gelen kalabalıkların oluşturduğu topluluk biçimi olarak ifade edilebilir.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden sormaca tekniği ile yürütülmüştür. Çalışmada; nicel araştırma yöntemlerinden, tarama modeli içerisinde yer alan, betimsel araştırmalardan biri olan kamuoyu araştırmaları kapsamında anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada tercih edilen bu yöntem, daha geniş bir katılımcı kitlesine ulaşarak homojen bir sonuç elde etmek için seçilmiştir. Araştırma konusunun çerçevesinin iyi belirlenebilmesi ve katılımcılara yöneltilecek olan ifadelerde gerekli düzenleme, ekleme ve çıkarmaların yapılabilmesi amacıyla 50 kişiden oluşan bir katılımcı kitlesine pilot çalışma uygulanmıştır. Pilot çalışmaya katılan katılımcıların, farklı yaş ve eğitim durumlarından olmasına dikkat edilmiştir. Pilot çalışmanın ardından son halini alan anket formu hazırlanmıştır. Nicel bir alan araştırması olan çalışmada, katılımcıların kendilerine sunulan ifadelere verdikleri yanıtlar ile demografik özellikleri arasındaki ilişkisellik incelenmiştir. Elde edilen veriler istatistiksel teknikler kullanılarak çözümlenmiştir.

Araştırma verileri, yapılan literatür araştırmasına dayanarak hazırlanmış olan bazı temel başlıklar çerçevesinde toplanmıştır. Bir alan, mecra ya da mekanın kamusal alan sayılabilmesi için gerekli olan unsurlar yapılan literatür taraması kapsamında belirlenmiş ve sosyal medya mecralarında da kamusal alanın mümkünlük düzeyi bu bağlamda araştırılarak verilerin toplanması sağlanmıştır. Bu kapsamda; sanal ortamda genel bir katılımcılığın mümkünlüğü, gerçeklik, etkileşimlilik, eşitlik, özgürlük, etkinlik, demokratiklik, aleniyet, açıklık ve kanaat önderliği niteliği unsurları esas alınarak veriler toplanmıştır. Verilerin toplanması için hazırlanan anket formu da bu başlıklar temelinde bölümlere ayrılarak hazırlanmıştır.

5. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini, (ölçek dili Türkçe olduğundan) Türkçe dilini kullanan sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Araştırma evreninin mekândan bağımsız olarak bu denli geniş tutulmasının nedeni, çalışmanın bir sosyal medya araştırması olması nedeniyle sanal ortamda mekândan bağımsız halde yürütülmek istenmesine

bağlıdır. Bu evreni temsil etmek üzere, kota örneklem seçim tekniği uygulanmıştır. Buna göre; katılımcıların yaş, cinsiyet ve eğitim düzeylerindeki oransal dağılım eşit tutulmaya çalışılarak toplamda 622 katılımcıya ulaşılmıştır. Sosyal medya mecralarındaki olası kamusal alan üzerine gerçekleştirilen araştırmanın evrenini sosyal medya kullanıcıları oluşturduğundan, araştırma verilerinin de sosyal medya mecraları aracılığıyla toplanması uygun görülmüştür. Alan araştırmasının sosyal medya aracılığıyla yürütülmesinin bir diğer nedeni de yukarıda belirtildiği gibi mekândan bağımsız olarak daha geniş ve homojen bir katılımcı kitlesine ulaşabilmek arzusudur.

Araştırma evrenini temsil yeteneği en yüksek olan katılımcılara erişebilmek için, Türkiye’de en popüler olarak kabul edilen ilk üç sosyal medya mecrası, kanal olarak kullanılmıştır. Facebook, Instagram ve Twitter’ın araştırma kanalı olarak kullanıldığı çalışmada, sanal uzamda hazırlanan anket formları çevrimiçi halde paylaşılarak gönüllü olarak katılmayı tercih eden sosyal medya kullanıcılarına ulaştırılmıştır. Gönüllü katılım ilkesi ve araştırma evreninin sosyal medya kullanıcılarıyla sınırlı olması, kota örneklem tekniği çerçevesinde ulaşılması hedeflenen katılımcı oranlarında bir takım engellerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Araştırmaya dahil olan katılımcıların yaşa göre dağılımı Tablo.1’de gösterilmiştir.

Tablo 5. Yaşa Göre Katılımcı Sayısı

YAŞ	SAYI	YÜZDE
15-20	97	15,6
21-40	408	65,6
41-55	70	11,3
55 üzeri	47	7,6
Total	622	100,0

Tabloda görülmekte olduğu gibi hedeflenen eşit oranlara ulaşılamamıştır. Kuşaklara göre; Baby Boomers, X, Y ve Z kuşaklarının yaş aralıklarının esas alındığı araştırmada katılımcıların, sosyal medyaya dahil olma ve bilimsel bir araştırmaya gönüllü katılım isteğine sahip olma dürtülerinin ait oldukları kuşaklarla ilişkili olduğu düşünülmektedir. 15-20 yaş arasındaki gençlerin, 21-40 yaş arasında olanlar

gibi sosyal medyaya katılım oranlarının yüksek olduğu ancak (Z kuşağının bir özelliği olarak hız ve buna bağlı olarak dikkat sürelerinin kıyasla kısa olması sebebiyle) bilimsel bir araştırmaya ayıracak ‘zamanlarının olmadığı’ düşünülmektedir. Bu nedenle araştırma kapsamında tüm çabalara rağmen Z kuşağına ait katılımcı oranı hedeflenen oranın altında kalmıştır. 41-55 yaş ve 55 yaş üzeri katılımcı sayılarının ise bu yaş gruplarının sosyal medyadaki etkinliklerinin Y ve Z kuşaklarına kıyasla az olması ve bu yaş gruplarının sosyal medyayı ağırlıkta gözlemci olarak kullandığı düşünüldüğünden kıyasla az olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların cinsiyete göre dağılımı Tablo.2’de verilmiştir.

Tablo 6. Cinsiyete Göre Katılımcı Sayısı

CİNSİYET	SAYI	YÜZDE
Kadın	317	51,0
Erkek	305	49,0
Total	622	100,0

Katılımcı sayısının Kota örneklem tekniğinde hedeflendiği gibi eşit bulunmamasının sebebi, yaş ve eğitim durumlarına göre araştırmaya dahil olan katılımcı oranlarının genç kuşakta yığılmaya sebep olması nedeniyle araştırmanın sonlandırılmasına karar verilmiş olmasıdır.

Katılımcıların eğitim düzeyine göre dağılımı ise Tablo.3’deki gibidir.

Tablo 7. Eğitim Durumuna Göre Katılımcı Sayısı

EĞİTİM DURUMU	SAYI	YÜZDE
İlkokul/Ortaokul	56	9,0
Lise	190	30,5
Ön lisans	76	12,2
Lisans	244	39,2
Yüksek lisans/Doktora	56	9,0
Total	622	100,0

Tabloda görüldüğü gibi katılımcıların eğitim düzeyine göre dağılımında, üniversite düzeyinde eğitimde yığılma görülmektedir. Üniversiteyi takiben lise ve sonrasında ise İlkokul/Ortaokul ile Lisansüstü eğitim yer almaktadır. Bunun bir

nedeninin, katılımcıların ağırlıkta Y kuşağının mensubu bireylerden oluşması olduğu düşünülmektedir. Bir diğer nedenin ise, Türkiye’deki eğitim düzeyinde yaşanan yükselme sonrası lise ve üniversite mezunu bireylerin çoğunluğu oluşturuyor olması olduğu düşünülmektedir.

6. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma ölçeği Ağustos – Eylül 2020 tarihleri arasında elde edilen verilerle sınırlıdır. Çalışma yalnızca Türkiye’de en popüler olduğu kabul edilen 3 sosyal medya mecrası üzerinden yürütüldüğü için yalnızca bu mecraların kullanıcılarından alınan verilerle sınırlıdır. Bu nedenle, belirlenen sosyal medya kullanıcılarının oranı diğer sosyal medya kullanıcılarının oranından yüksek çıkmıştır. Çünkü yalnızca belirlenen 3 sosyal medya mecrasının kanal olarak kullanıldığı araştırmada katılımcılar, ancak bu sosyal medya mecralarını ve diğerlerini birlikte kullandıkları takdirde diğer mecraları belirtebilmişlerdir. Yani belirlenen sosyal medya mecralarını kullanmayıp yalnızca diğer sosyal medya mecralarını kullanan bireylere ulaşamamıştır. Araştırma Türkçe yürütüldüğünden küresel bir niteliğe sahip değildir. Araştırmada gönüllülük esas olduğu için sosyal medya kullanıcısı olup çalışmaya katılmak istemeyen bireylerin görüşlerine ulaşamamıştır. Bu nedenle sosyal medyayı kamusal alan olarak kullanan / kullanmayan sessiz kesimin verileri çalışma kapsamında görülememektedir.

7. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

- 1- Sosyal medya mecralarında sanal kamusal alanlar vardır
- 2- Sosyal medya kamuoyunun etkileşime geçtiği sanal bir alandır
- 3- Kamusal konularda sosyal medya etkili bir etkileşim alanıdır
- 4- ‘Kamusal Alan’ kavramsallaştırması fiziksel mekândan bağımsızdır
- 5- Sanal topluluklar, kamusal meselelerde etkindir
- 6- Bireyler sosyal medyayı kamusal amaçlı da kullanmaktadır
- 7- Sanal ortamda başlayan kamusal nitelikli eylemler fiziksel kamusal alanlarla desteklenir
- 8- Bireyler, geleneksel kamusal alana kıyasla, sosyal medyada daha özgür davranırlar

- 9- Sosyal medya, kamusal alanın genel özelliklerini karşılayan bir mecradır. (demokratiklik, aleniyet, etkileşim vs.)

8. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNDE KULLANILAN İSTATİSTİKSEL TEKNİKLER

Araştırma verilerinin değerlendirilmesinde SPSS Statistics22.0 programı kullanılmış ve bu istatistik programı bünyesinde bulunan çeşitli istatistiksel tekniklerden faydalanılmıştır. Araştırmada ilk olarak elde edilen verileri anlamlı hale getirebilmek amacıyla frekans tablosu oluşturulmuştur. Farklı değişkenler arasındaki ilişkiselliğin ortaya konulabilmesi amacıyla çapraz tablolardan faydalanılmıştır. Bu kapsamda; Chi-square, Significance ve Crosstabs istatistiksel teknikleri kullanılmıştır. Ayrıca araştırmanın güvenilirliğinin belirlenebilmesi için de güvenilirlik analizi (Reliability Analysis) uygulanmıştır. Bu kapsamda Cronbach's Alpha katsayısı değerlendirilmiştir.

9. ANKETİN GÜVENİLİRLİĞİ

Araştırmanın hedeflenen amaca beklendiği gibi hizmet edip etmediğinin belirlenmesi için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Bu kapsamda yapılan değerlendirme sonucunda Cronbach's Alpha katsayısı 0,943 bulunmuştur. Yani araştırmanın güvenilirliği için yeterli bir sonuç elde edilmiştir.

10. ANKETİN TANITILMASI VE KATILIMCILARA AİT DEMOGRAFİK BİLGİLER

Araştırmanın anket formu; 5 demografik soru, 8 kapalı uçlu soru ve 55 likert ölçek ifadesi olmak üzere toplamda 68 ifadeden oluşmaktadır. Anketin uygulanması bizzat araştırmacı tarafından, belirlenen sosyal medya mecraları kanalıyla çevrimiçi olarak yürütülmüştür. Araştırma bir sosyal medya araştırması olduğu için yalnızca sosyal medya kullanıcılarına uygulanmıştır. Anket formuna eklenen kapalı uçlu bir soru ile katılımcılara sosyal medya kullanıp kullanmadıkları sorulmuş, sosyal medya kullanmıyorlarsa anketi sonlandırmaları uyarısı yapılmıştır. Bu ikaza rağmen, sosyal medya kullanmadığını beyan ederek ankete dahil olan katılımcıların anket formları geçersiz sayılmış ve araştırmaya dahil edilmemiştir. Geçersiz anket formları

elendikten sonra araştırmaya dahil edilen toplam anket formu sayısı 622'dir. Araştırmanın uygulanması Ağustos – Eylül 2020 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın demografik soruları; yaş, cinsiyet, medeni durum, aylık hane geliri ve eğitim düzeyinden oluşmaktadır. Demografik sorular bağlamında katılımcıların dağılımı şöyledir;

Tablo 8. Yaşa Göre Katılımcı Dağılımı

YAŞ	SAYI	YÜZDE
15-20	97	15,6
21-40	408	65,6
41-55	70	11,3
55 üzeri	47	7,6
Total	622	100,0

Örneklem grubunun %15,6'sını (97 kişi) 15-20 yaş grubundaki (Z Kuşağı) katılımcılar, %65,6'sını (408 kişi) 21-40 yaş grubundaki (Y Kuşağı) katılımcılar, % 11,3'ünü (70 kişi) 41-55 yaş grubundaki (X Kuşağı) katılımcılar ve %7,6'sını (47 kişi) 55 yaş üzerindeki (BabyBoomers) katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların alt yaş sınırı, 15 yaş olarak belirlenmiştir. Bu belirlemenin sebebi, pek çok sosyal medya mecrasına katılım için 15 yaş ve üzerinde olmak gerekliliği bulunmasıdır. Katılımcıların yaş dağılımları ise X, Y, Z ve BabyBoomers kuşaklarına göre belirlenmiştir.

Tablo 9. Cinsiyete Göre Katılımcıların Dağılımı

CİNSİYET	SAYI	YÜZDE
Kadın	317	51,0
Erkek	305	49,0
Total	622	100,0

Örneklem grubunun %51,0'ini (317 Kişi) Kadınlar ve %49,0'unu (305 Kişi) Erkekler oluşturmaktadır.

Tablo 10. Medeni Duruma Göre Katılımcıların Dağılımı

MEDENİ DURUM	SAYI	YÜZDE
EVLİ	208	33,4
BEKAR	384	61,7
NİŞANLI	30	4,8
Total	622	100,0

Örneklem grubunun %33,4'ünü (208 Kişi) evliler, %61,7'sini (384 Kişi) Bekarlar ve %4,8'ini (30 Kişi) Nişanlı/Sözlüler oluşturmaktadır.

Tablo 11. Aylık Hane Gelirine Göre Katılımcıların Dağılımı

AYLIK HANE GELİRİ	SAYI	YÜZDE
0-2250 TL	133	21,4
2251-4000 TL	174	28,0
4001-6000 TL	147	23,6
6001-8000 TL	84	13,5
8001 TL ve üzeri	84	13,5
TOTAL	622	100,0

Örneklem grubunun %21,4'ünü (133 Kişi) 0-2250 TL arasında aylık geliri olanlar, %28,0'ını (174 Kişi) 2251-4000 TL arasında aylık geliri olanlar oluşturmaktadır. Grubun, %23,6'sını (147 Kişi) 4001-6000 TL arasında aylık geliri olanlar, %13,5'ini (84 Kişi) 6001-8000 TL arasında aylık geliri olanlar ve %13,5'ini (84 Kişi) 8000 TL ve üzerinde aylık geliri olanlar oluşturmaktadır.

Tablo 12. Eğitim Düzeyine Göre Katılımcıların Dağılımı

EĞİTİM DURUMU	SAYI	YÜZDE
İlkokul/Ortaokul	56	9,0
Lise	190	30,5
Ön lisans	76	12,2
Lisans	244	39,2
Yüksek lisans/Doktora	56	9,0
Total	622	100,0

Örneklem grubunun %9,0'unu (56 Kişi) İlkokul/Ortaokul mezunu olanlar, %30,5'ini (190 Kişi) Lise mezunu olanlar, %12,2'sini (76 Kişi) Ön lisans mezunu olanlar, %39,2'sini (244 Kişi) Lisans mezunu olanlar ve %9,0'unu (56 Kişi) Yüksek lisans/Doktora mezunu olanlar oluşturmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

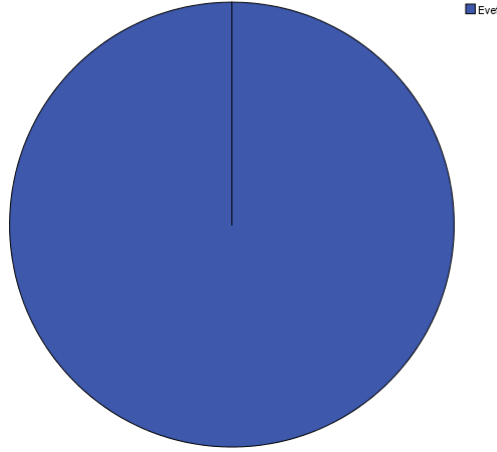
1. FREKANS TABLOLARI

Araştırmada yer alan 8 kapalı uçlu soru ve 55 likert ölçek ifadesi olmak üzere toplamda 63 ifadeye yönelik, katılımcılardan elde edilen verilerin dağılımı şöyledir;

Tablo 13. "Sosyal medya hesabınız var mı?" (Bir sosyal medya hesabına sahip değilseniz lütfen anketi sonlandırınız)

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Evet	622	100,0	100,0	100,0

SOSYAL MEDYA HESABINIZ VAR MI? (Bir sosyal medya hesabına sahip değilseniz lütfen anketi sonlandırınız)

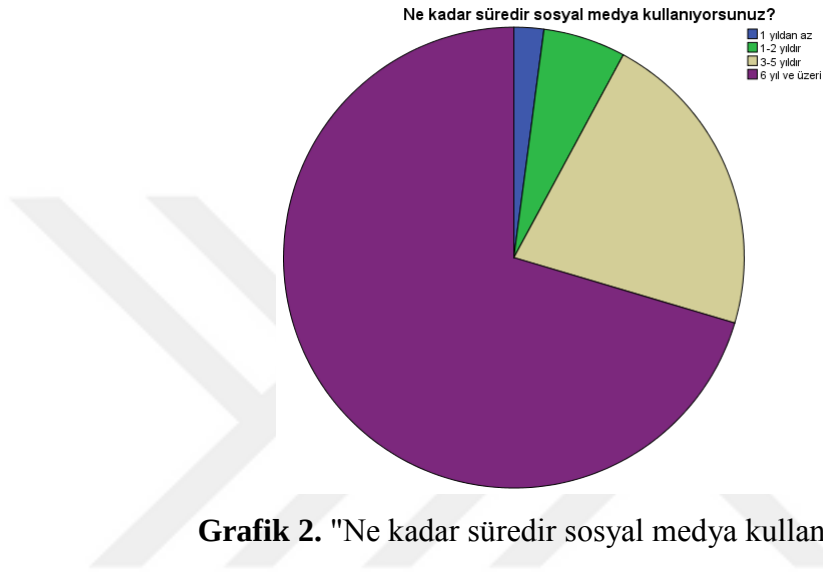


Grafik 1. "Sosyal medya hesabınız var mı?" (Bir sosyal medya hesabına sahip değilseniz lütfen anketi sonlandırınız)

Sosyal medyada kamusal alanın mümkünlük düzeyinin araştırıldığı bu çalışma, sosyal medya mecra kanallarıyla yürütülmüştür ve örneklem kitlesini de sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Bu nedenle katılımcıların tümünün sosyal medya kullanıcısı olması hedeflenmiştir ve sosyal medya kullanmayan katılımcıların formları geçersiz kabul edilerek araştırma dışı bırakılmıştır. Dolayısıyla 622 katılımcının tümü herhangi bir sosyal medya hesabına sahip olduklarını beyan etmişlerdir.

Tablo 14. "Ne kadar süredir sosyal medya kullanıyorsunuz?"

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	1 yıldan az	13	2,1	2,1	2,1
	1-2 yıldır	36	5,8	5,8	7,9
	3-5 yıldır	135	21,7	21,7	29,6
	6 yıl ve üzeri	438	70,4	70,4	100,0
	Toplam	622	100,0	100,0	

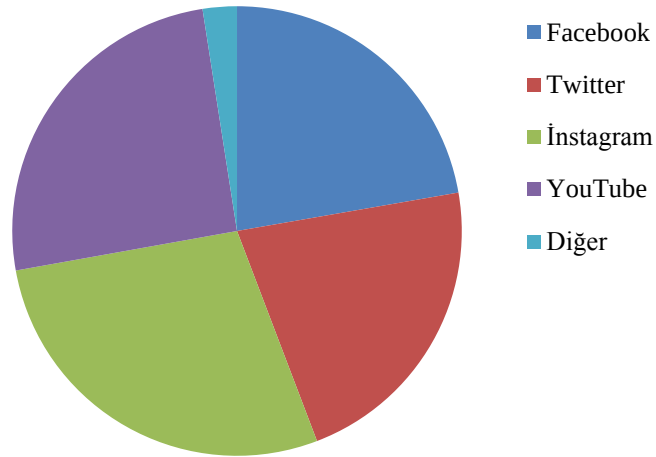


Grafik 2. "Ne kadar süredir sosyal medya kullanıyorsunuz?"

Tablo-11 ve Şekil-2'den elde edilen verilere göre, katılımcıların büyük çoğunluğunun uzun zamandır sosyal medya kullanıcısı olduğu ve azınlıkta bir kısım katılımcıların da kısa bir süredir sosyal medya kullanmakta olduğu anlaşılmıştır

Tablo 15. "Hangi sosyal medya mecralarını kullanıyorsunuz?"

	Facebook	Twitter	İnstagram	YouTube	Diğer
Geçerli	%67,0 (417)	%66,1 (411)	%84,2 (524)	%76,4 (475)	%7,4 (46)
Kaçırılan	%33,0 (205)	%33,9 (211)	%15,8 (98)	%23,6 (147)	%92,6 (576)
Toplam	%100	%100	%100	%100	%100



Grafik 3. "Hangi sosyal medya mecralarını kullanıyorsunuz?"

Katılımcıların hangi sosyal medya mecralarını kullandıklarına yönelik yapılan araştırmadan elde edilen bulgular, her bir katılımcının birden fazla sosyal medya mecrasını kullanabileceği ön görülerek düzenlenmiştir. Buna göre, Tablo-12’de yer alan veriler, her bir sosyal medya mecrası için (622 katılımcı %100 sayılarak) ayrı ayrı yüzdelik dilimler halinde verilmiştir. Tablo-12 ve Şekil-3’den elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla ve sırasıyla; Instagram, YouTube, Facebook ve Twitter’ı kullanmakta olduğu anlaşılmıştır. Diğer mecralar olarak ise katılımcılar; Pinterest, Tumblr, WhatsApp, Snapchat, Telegram, Twitch, Weverse, Vlive, LinkedIn, Gmail, ,1000Kitap, 9gag, İnci sözlük, Discord, Reddit, Tiktok, Ekşi Sözlük, Vktinder, 500px, Tinder, Discord adlı sosyal medya mecralarını kullandıklarını beyan etmişlerdir.

Tablo 16. "Bir günde ortalama ne kadar süre sosyal medyada kalıyorsunuz?"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli				
0-30 dakika	35	5,6	5,6	5,6
31-60 dakika	124	19,9	19,9	25,6
61-120 dakika	195	31,4	31,4	56,9
121-180 dakika	152	24,4	24,4	81,4
181 dakika ve üzeri	116	18,6	18,6	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

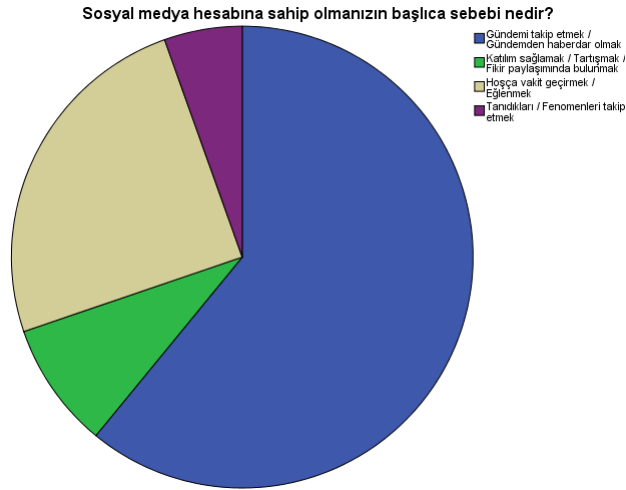


Grafik 4. "Bir günde ortalama ne kadar süre sosyal medyada kalıyorsunuz?"

Gün içerisinde sosyal medyada geçirilen vakte yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla 1-2 saat kadar zamanlarını sosyal medyada geçirdikleri saptanmıştır. Ayrıca sosyal medyada, yarım saatten az bir süre geçirenlerin oranının ise oldukça düşük olduğu anlaşılmıştır. Buna göre, sosyal medya kullanıcılarının gün içerisinde sosyal medyaya kayda değer bir zaman ayırdığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 17. "Sosyal medya hesabına sahip olmanızın başlıca sebebi nedir?"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Gündemi takip etmek / Gündemden haberdar olmak	379	60,9	60,9	60,9
Katılım sağlamak / Tartışmak / Fikir paylaşımında bulunmak	55	8,8	8,8	69,8
Hoşça vakit geçirmek / Eğlenmek	154	24,8	24,8	94,5
Tanıdıkları / Fenomenleri takip etmek	34	5,5	5,5	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

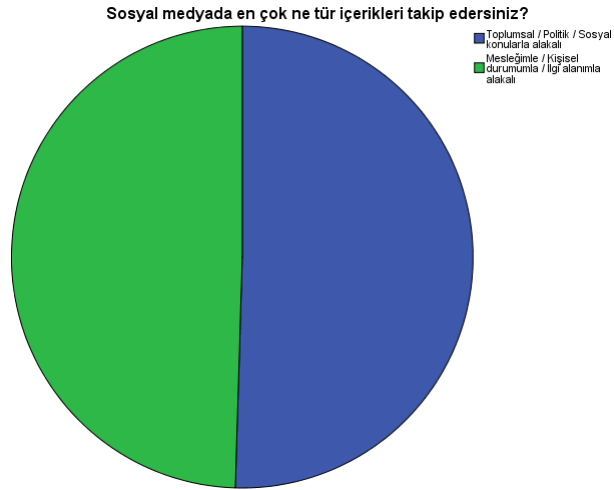


Grafik 5. "Sosyal medya hesabına sahip olmanızın başlıca sebebi nedir?"

Tablo-14 ve Şekil-5’den elde edilen verilere göre katılımcıların sosyal medya hesabına sahip olmaların başlıca sebepleri sırasıyla; Gündemi takip etmek / Gündemden haberdar olmak, Hoşça vakit geçirmek / Eğlenmek, Katılım sağlamak / Tartışmak / Fikir paylaşımında bulunmak ve Tanındıkları / Fenomenleri takip etmek olarak açıklanmıştır.

Tablo 18. "Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz?"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Toplumsal / Politik / Sosyal konularla alakalı	314	50,5	50,5	50,5
Mesleğimle / Kişisel durumumla / İlgi alanımla alakalı	308	49,5	49,5	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

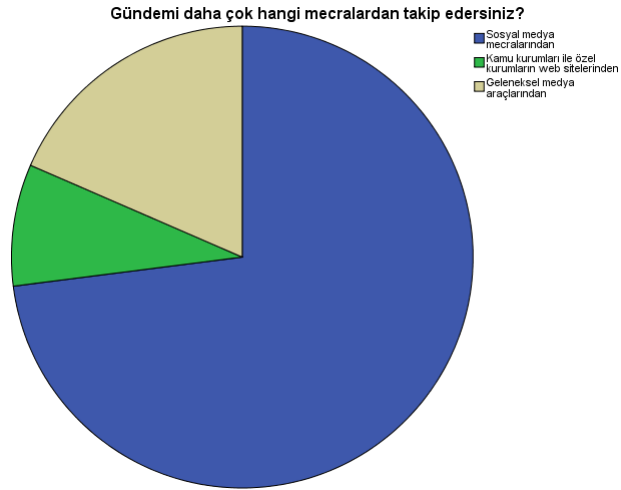


Grafik 6. "Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz?"

"Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz" ifadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların sosyal medya mecralarında %50,5 oranında Toplumsal/ Politik / Sosyal konularla alakalı içerikleri ve %49,5 oranında da Meslekleriyle / Kişisel durumlarıyla / İlgi alanlarıyla alakalı içerikleri takip ettikleri anlaşılmıştır.

Tablo 19. "Gündemi daha çok hangi mecralardan takip edersiniz?"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Sosyal medya mecralarından	454	73,0	73,0	73,0
Kamu kurumları ile özel kurumların web sitelerinden	53	8,5	8,5	81,5
Geleneksel medya araçlarından	115	18,5	18,5	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

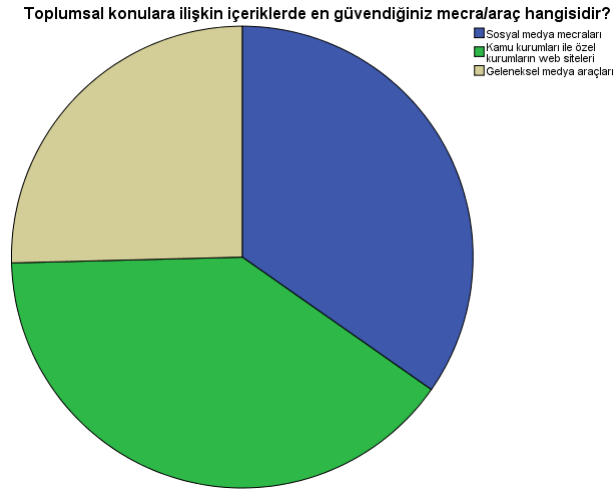


Grafik 7. "Gündemi daha çok hangi mecralardan takip edersiniz?"

"Gündemi daha çok hangi mecralardan takip edersiniz?" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre katılımcıların büyük çoğunlukla (%73) gündemi sosyal medya mecralarından takip ettikleri anlaşılmıştır. Sosyal medya mecralarının akabinde ise, %18,5 oranında geleneksel medya araçlarından ve %8,5 oranında da kamu kurumları ile özel kurumların web sitelerinden gündemi takip ettikleri anlaşılmıştır.

Tablo 20. "Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendiğiniz mecra/araç hangisidir?"

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Sosyal medya mecraları	216	34,7	34,7	34,7
	Kamu kurumları ile özel kurumların web siteleri	248	39,9	39,9	74,6
	Geleneksel medya araçları	158	25,4	25,4	100,0
	Toplam	622	100,0	100,0	

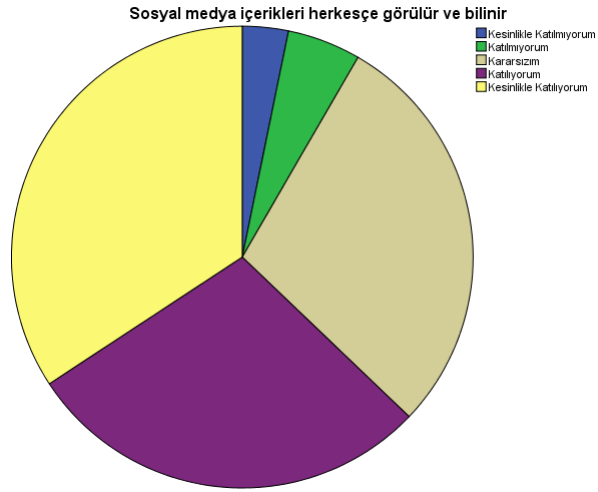


Grafik 8. "Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendiğiniz mecra/araç hangisidir?"

Katılımcıların, Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde daha çok güvendikleri mecralar sıralaması; Kamu kurumları ile özel kurumların web siteleri (%39,9), Sosyal medya mecraları (34,7), Geleneksel medya araçları (25,4) şeklinde tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların, gündemi takip ettikleri mecralar sıralamasıyla daha çok güvendikleri mecralar sıralamasının farklılık gösterdiği görülmüştür.

Tablo 21. "Sosyal medya içerikleri herkesçe görülür ve bilinir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	20	3,2	3,2	3,2
Katılmıyorum	32	5,1	5,1	8,4
Kararsızım	179	28,8	28,8	37,1
Katılıyorum	178	28,6	28,6	65,8
Kesinlikle Katılıyorum	213	34,2	34,2	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



Grafik 9. "Sosyal medya içerikleri herkesçe görülür ve bilinir"

"Sosyal medya içerikleri herkesçe görülür ve bilinir" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıldığı, %28,8 oranında kararsız kaldığı ve düşük bir oranla da bu ifadeye katılmadığı anlaşılmıştır.

Tablo 22. "Sosyal medyada yapılan paylaşımlar başkalarının gözü önündedir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	14	2,3	2,3	2,3
Katılmıyorum	24	3,9	3,9	6,1
Kararsızım	96	15,4	15,4	21,5
Katılıyorum	179	28,8	28,8	50,3
Kesinlikle Katılıyorum	309	49,7	49,7	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

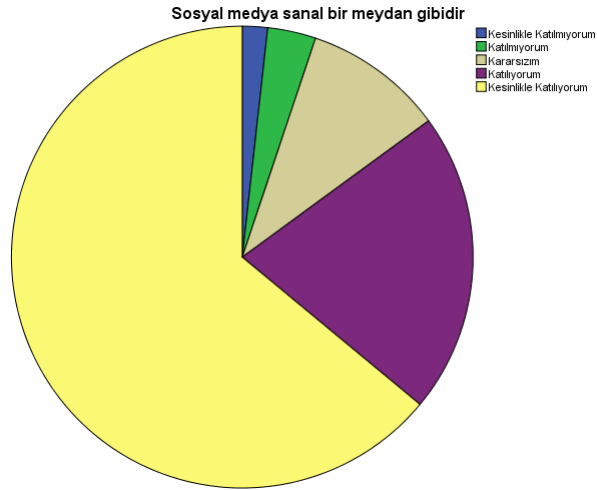


Grafik 10. "Sosyal medyada yapılan paylaşımlar başkalarının gözü önündedir"

"Sosyal medyada yapılan paylaşımlar başkalarının gözü önündedir" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların büyük çoğunlukla bu ifadeye katılma eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların, sosyal medyada yapılan paylaşımların aleni olduğunu düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 23. "Sosyal medya sanal bir meydan gibidir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	11	1,8	1,8	1,8
Katılmıyorum	21	3,4	3,4	5,1
Kararsızım	61	9,8	9,8	15,0
Katılıyorum	131	21,1	21,1	36,0
Kesinlikle Katılıyorum	398	64,0	64,0	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



Grafik 11. "Sosyal medya sanal bir meydan gibidir"

"Sosyal medya sanal bir meydan gibidir" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların büyük çoğunlukla bu ifadeye katıldığı anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların, sosyal medyanın aleni bir alan olduğunu düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 24. "Sosyal medyada yapılan paylaşımlar, mahrem/özel olmaktan çıkar"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	24	3,9	3,9	3,9
Katılmıyorum	52	8,4	8,4	12,2
Kararsızım	99	15,9	15,9	28,1
Katılıyorum	130	20,9	20,9	49,0
Kesinlikle Katılıyorum	317	51,0	51,0	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



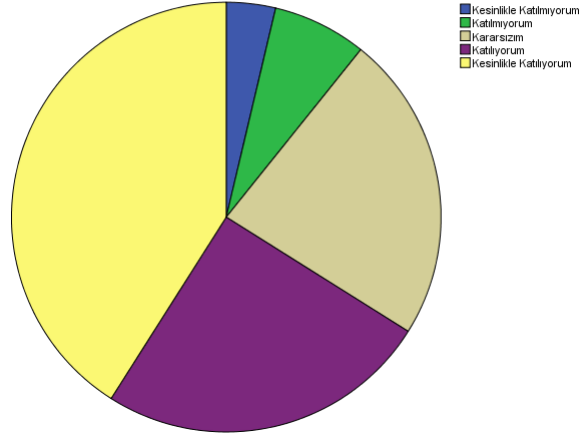
Grafik 12. "Sosyal medyada yapılan paylaşımlar, mahrem/özel olmaktan çıkar"

"Sosyal medyada yapılan paylaşımlar, mahrem/özel olmaktan çıkar" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların büyük çoğunlukla bu ifadeye katılma eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların, sosyal medyada yapılan paylaşımların aleni olduğunu düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 25. "Sosyal medyada yalnızca belirli kişiler için görünür olan (kısıtlanmış) paylaşımlar, diğerleri tarafından da (dolaylı olarak) görülebilir. (ör/ dedikodu veya başka birinin cihazının kullanımı)"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	23	3,7	3,7	3,7
Katılmıyorum	44	7,1	7,1	10,8
Kararsızım	144	23,2	23,2	33,9
Katılıyorum	156	25,1	25,1	59,0
Kesinlikle Katılıyorum	255	41,0	41,0	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Sosyal medyada yalnızca belirli kişiler için görünür olan (kısıtlanmış) paylaşımlar, diğerleri tarafından da (dolaylı olarak) görülebilir. (ör/ dedikodu veya başka birinin cihazının kullanımı)



Grafik 13. "Sosyal medyada yalnızca belirli kişiler için görünür olan (kısıtlanmış) paylaşımlar, diğerleri tarafından da (dolaylı olarak) görülebilir. (ör/ dedikodu veya başka birinin cihazının kullanımı)"

"Sosyal medyada yalnızca belirli kişiler için görünür olan (kısıtlanmış) paylaşımlar, diğerleri tarafından da (dolaylı olarak) görülebilir. (ör/ dedikodu veya başka birinin cihazının kullanımı)" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıldığı, %23,2'sinin kararsız kaldığı, %7,1'inin katılmadığı ve %3,7'sinin de kesinlikle katılmadığı anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların, sosyal medyanın herkesin erişimine açık ve aleni olduğunu düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 26. "Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	36	5,8	5,8	5,8
Katılmıyorum	39	6,3	6,3	12,1
Kararsızım	94	15,1	15,1	27,2
Katılıyorum	144	23,2	23,2	50,3
Kesinlikle Katılıyorum	309	49,7	49,7	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

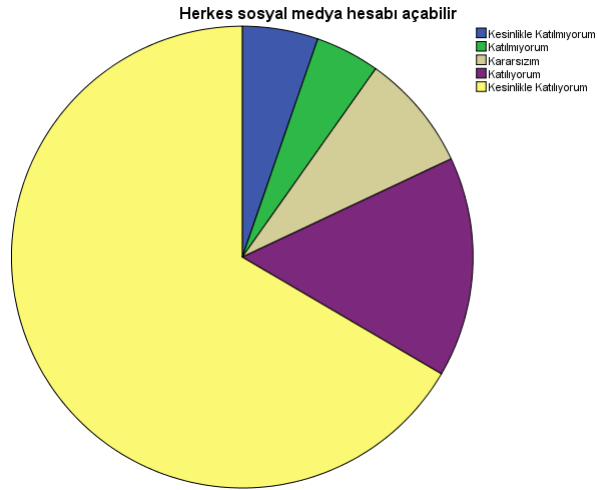


Grafik 14. "Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür"

"Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların büyük çoğunlukla bu ifadeye katılma eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların, sosyal medyanın herkese açık bir alan olduğunu düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 27. "Herkes sosyal medya hesabı açabilir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	33	5,3	5,3	5,3
Katılmıyorum	28	4,5	4,5	9,8
Kararsızım	51	8,2	8,2	18,0
Katılıyorum	96	15,4	15,4	33,4
Kesinlikle Katılıyorum	414	66,6	66,6	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

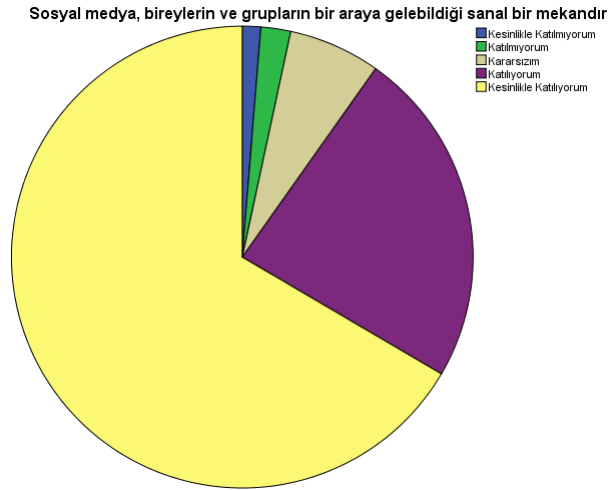


Grafik 15. "Herkes sosyal medya hesabı açabilir"

"Herkes sosyal medya hesabı açabilir" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların büyük çoğunlukla bu ifadeye katılma eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların, sosyal medyanın herkesin kullanımına ve katılımına açık bir mecra olduğunu düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 28. "Sosyal medya, bireylerin ve grupların bir araya gelebildiği sanal bir mekândır"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	8	1,3	1,3	1,3
Katılmıyorum	13	2,1	2,1	3,4
Kararsızım	40	6,4	6,4	9,8
Katılıyorum	147	23,6	23,6	33,4
Kesinlikle Katılıyorum	414	66,6	66,6	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



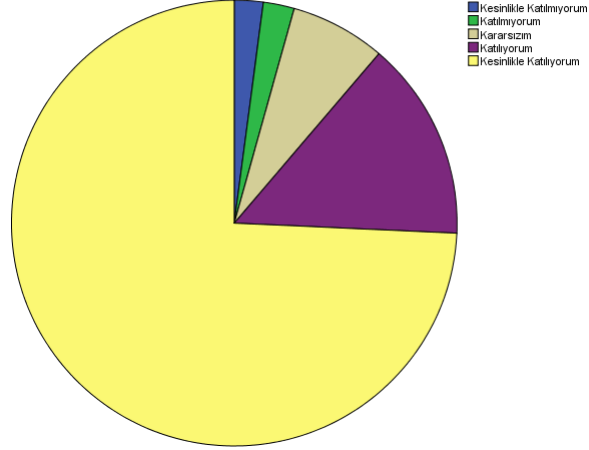
Grafik 16. "Sosyal medya, bireylerin ve grupların bir araya gelebildiği sanal bir mekandır"

Sosyal medya, bireylerin ve grupların bir araya gelebildiği sanal bir mekandır" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların büyük çoğunlukla bu ifadeye katılma eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların, sosyal medyanın sanal bir buluşma alanı olduğunu düşündükleri anlaşılmaktadır.

Tablo 29. "Sosyal medyaya girişte herhangi bir kısıtlama yoktur. (Din, dil, ırk, ücret, zaman, mekân)"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	13	2,1	2,1	2,1
Katılmıyorum	14	2,3	2,3	4,3
Kararsızım	43	6,9	6,9	11,3
Katılıyorum	90	14,5	14,5	25,7
Kesinlikle Katılıyorum	462	74,3	74,3	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Sosyal medyaya girişte herhangi bir kısıtlama yoktur. (Din, dil, ırk, ücret, zaman, mekân)



Grafik 17. "Sosyal medyaya girişte herhangi bir kısıtlama yoktur. (Din, dil, ırk, ücret, zaman, mekân)"

"Sosyal medyaya girişte herhangi bir kısıtlama yoktur. (Din, dil, ırk, ücret, zaman, mekân)" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların büyük çoğunlukla bu ifadeye katılma eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların, sosyal medyaya katılımı özgür olduğunu düşündükleri saptanmıştır.

Tablo 30. "Tüm bireyler istedikleri zaman sosyal medyada var olabileceklerini bilirler"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	8	1,3	1,3	1,3
Katılmıyorum	19	3,1	3,1	4,3
Kararsızım	59	9,5	9,5	13,8
Katılıyorum	130	20,9	20,9	34,7
Kesinlikle Katılıyorum	406	65,3	65,3	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



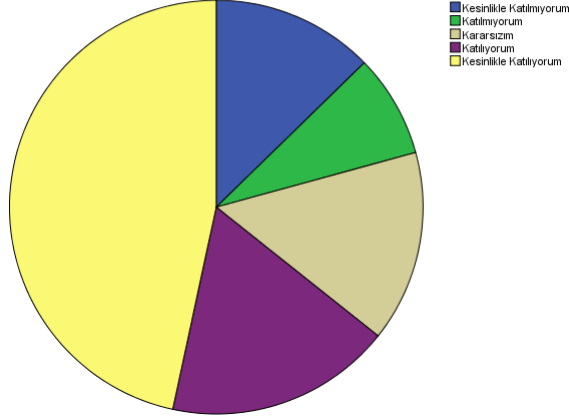
Grafik 18. "Tüm bireyler istedikleri zaman sosyal medyada var olabileceklerini bilirler"

"Tüm bireyler istedikleri zaman sosyal medyada var olabileceklerini bilirler" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların büyük çoğunlukla bu ifadeye katılma eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların, sosyal medyaya katılımın demokratik ve özgürlükçü olduğunu düşündükleri saptanmıştır.

Tablo 31. "Kadına şiddet, nükleer santral kurulumu, pahalı ve önemli bir ilacın devletçe karşılanması, iktidarın uygulamalarına yönelik eleştiriler... gibi durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	79	12,7	12,7	12,7
Katılmıyorum	50	8,0	8,0	20,7
Kararsızım	93	15,0	15,0	35,7
Katılıyorum	110	17,7	17,7	53,4
Kesinlikle Katılıyorum	290	46,6	46,6	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Kadına şiddet, nükleer santral kurulumu, pahalı ve önemli bir ilacın devletçe karşılanması, iktidarın uygulamalarına yönelik eleştiriler... gibi durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir



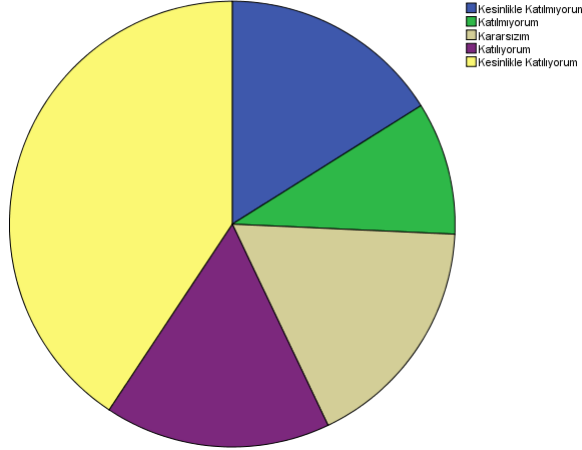
Grafik 19. "Kadına şiddet, nükleer santral kurulumu, pahalı ve önemli bir ilacın devletçe karşılanması, iktidarın uygulamalarına yönelik eleştiriler... gibi durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir"

"Kadına şiddet, nükleer santral kurulumu, pahalı ve önemli bir ilacın devletçe karşılanması, iktidarın uygulamalarına yönelik eleştiriler... gibi durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıyorum (%17,7) ve kesinlikle katılıyorum (46,6) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %15'i kararsız olduğunu, %8'i ifadeye katılmadığını ve %12,7'si de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunluğu, sosyal medyada kamusal konularda herkesin eşit düzeyde söz hakkına sahip olduğunu düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 32. "Yukarıda belirtilen toplumsal durumlarla alakalı, sosyal medyada her birey eşit düzeyde geniş kitlelere sesini duyurabilir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	100	16,1	16,1	16,1
Katılmıyorum	60	9,6	9,6	25,7
Kararsızım	107	17,2	17,2	42,9
Katılıyorum	102	16,4	16,4	59,3
Kesinlikle Katılıyorum	253	40,7	40,7	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Yukarıda belirtilen toplumsal durumlarla alakalı, sosyal medyada her birey eşit düzeyde geniş kitlelere sesini duyurabilir



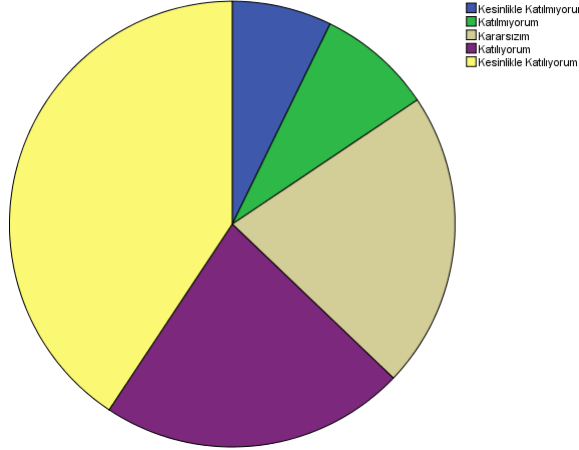
Grafik 20. "Yukarıda belirtilen toplumsal durumlarla alakalı, sosyal medyada her birey eşit düzeyde geniş kitlelere sesini duyurabilir"

"Yukarıda belirtilen toplumsal durumlarla alakalı, sosyal medyada her birey eşit düzeyde geniş kitlelere sesini duyurabilir" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katılıyorum (%16,4) ve kesinlikle katılıyorum (%40,7) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %17,2'si kararsız olduğunu, %9,6'sı ifadeye katılmadığını ve %16,1'i de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun, sosyal medyada kamusal konularda herkesin eşit düzeyde geniş kitlelere sesini duyurabileceğini düşündüğü anlaşılmaktadır.

Tablo 33. "Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	45	7,2	7,2	7,2
Katılmıyorum	52	8,4	8,4	15,6
Kararsızım	134	21,5	21,5	37,1
Katılıyorum	138	22,2	22,2	59,3
Kesinlikle Katılıyorum	253	40,7	40,7	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler



Grafik 21. "Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler"

"Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katılıyorum (21,2%) ve kesinlikle katılıyorum (40,7%) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %27,5'i kararsız olduğunu, %8,4'ü ifadeye katılmadığını ve %7,2'si de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun, sosyal medyada toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak bireylerin etkileşime geçmekte olduğunu düşündükleri anlaşılmaktadır.

Tablo 34. "Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	146	23,5	23,5	23,5
Katılmıyorum	107	17,2	17,2	40,7
Kararsızım	112	18,0	18,0	58,7
Katılıyorum	72	11,6	11,6	70,3
Kesinlikle Katılıyorum	185	29,7	29,7	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



Grafik 22. "Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur"

"Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katılıyorum (%11,6) ve kesinlikle katılıyorum (%29,7) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %18'i kararsız olduğunu, %17,2'si ifadeye katılmadığını ve %23,5'i de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun, sosyal medyada ayrıcalıklı bir kesim olmadığını düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 35. "Sosyal medyada yürütülen bir tartışmada herkesin fikri eşit düzeyde dikkate alınır"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	171	27,5	27,5	27,5
Katılmıyorum	140	22,5	22,5	50,0
Kararsızım	135	21,7	21,7	71,7
Katılıyorum	61	9,8	9,8	81,5
Kesinlikle Katılıyorum	115	18,5	18,5	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

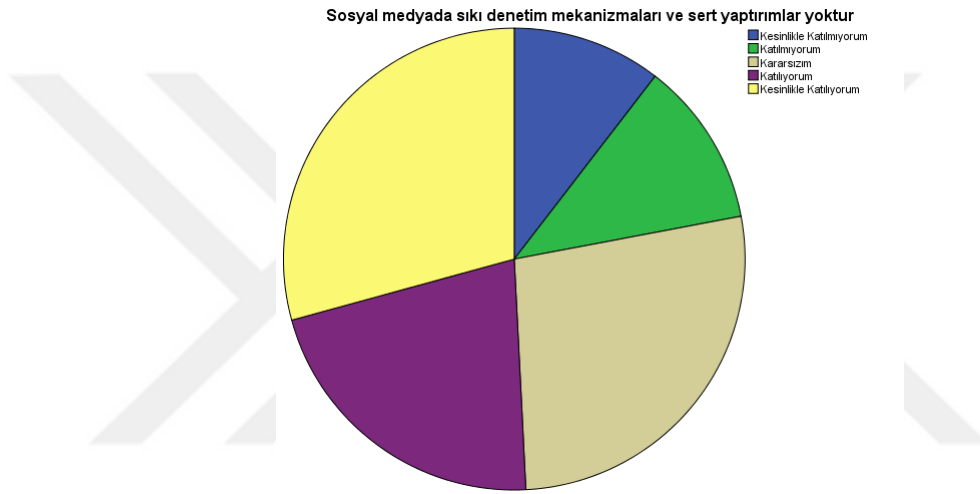


Grafik 23. "Sosyal medyada yürütülen bir tartışmada herkesin fikri eşit düzeyde dikkate alınır"

"Sosyal medyada yürütülen bir tartışmada herkesin fikri eşit düzeyde dikkate alınır" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunluğu bu ifadeye katılmıyorum (%22,5) ve kesinlikle katılmıyorum (%27,5) yanıtlarını vermişlerdir. Katılımcıların %21,7'si kararsız olduğunu, %9,8'i bu ifadeye katıldığını ve %18,5'i de bu ifadeye kesinlikle katıldığını beyan etmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medyada yürütülen tartışmalarda herkesin fikrinin eşit düzeyde dikkate alınmadığını düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 36. "Sosyal medyada sıkı denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar yoktur"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	65	10,5	10,5	10,5
Katılmıyorum	72	11,6	11,6	22,0
Kararsızım	169	27,2	27,2	49,2
Katılıyorum	134	21,5	21,5	70,7
Kesinlikle Katılıyorum	182	29,3	29,3	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



Grafik 24. "Sosyal medyada sıkı denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar yoktur"

"Sosyal medyada sıkı denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar yoktur" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıyorum (21,5%) ve kesinlikle katılıyorum (29,3%) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların 27,2%'si kararsız olduğunu, 11,6%'sı ifadeye katılmadığını ve 10,5%'i de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun, sosyal medyada sıkı denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar olmadığını düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 37. "Sosyal medyada bireyler, çekinmeden gerçek kimliklerini kullanırlar"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	170	27,3	27,3	27,3
Katılmıyorum	146	23,5	23,5	50,8
Kararsızım	170	27,3	27,3	78,1
Katılıyorum	55	8,8	8,8	87,0
Kesinlikle Katılıyorum	81	13,0	13,0	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

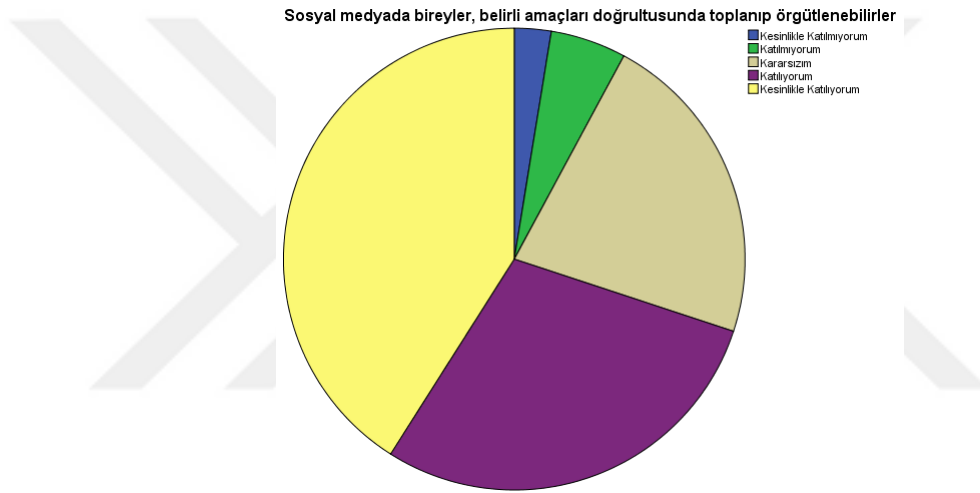


Grafik 25. "Sosyal medyada bireyler, çekinmeden gerçek kimliklerini kullanırlar"

"Sosyal medyada bireyler, çekinmeden gerçek kimliklerini kullanırlar" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunluğu bu ifadeye katılmıyorum (%23,5) ve kesinlikle katılmıyorum (%27,3) yanıtlarını vermişlerdir. Katılımcıların %27,3'ü kararsız olduğunu, %8,8'i bu ifadeye katıldığını ve %13'ü de bu ifadeye kesinlikle katıldığını beyan etmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, bireylerin sosyal medyada gerçek kimliklerini kullanmadıklarını düşündükleri anlaşılmaktadır.

Tablo 38. "Sosyal medyada bireyler, belirli amaçları doğrultusunda toplanıp örgütlenebilirler"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	16	2,6	2,6	2,6
Katılmıyorum	33	5,3	5,3	7,9
Kararsızım	138	22,2	22,2	30,1
Katılıyorum	180	28,9	28,9	59,0
Kesinlikle Katılıyorum	255	41,0	41,0	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



Grafik 26. "Sosyal medyada bireyler, belirli amaçları doğrultusunda toplanıp örgütlenebilirler"

"Sosyal medyada bireyler, belirli amaçları doğrultusunda toplanıp örgütlenebilirler" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıyorum (%28,9) ve kesinlikle katılıyorum (%41) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %22,2'si kararsız olduğunu, %5,3'ü ifadeye katılmadığını ve %2,6'sı da ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medyada bireylerin toplanıp örgütlenebileceğini düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 39. "Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	81	13,0	13,0	13,0
Katılmıyorum	92	14,8	14,8	27,8
Kararsızım	160	25,7	25,7	53,5
Katılıyorum	123	19,8	19,8	73,3
Kesinlikle Katılıyorum	166	26,7	26,7	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



Grafik 27. "Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler"

"Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıyorum (%19,8) ve kesinlikle katılıyorum (%26,7) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %25,7'si kararsız olduğunu, %14,8'i ifadeye katılmadığını ve %13'ü de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medyada bireylerin düşüncelerini çekinmeden ifade edebildiklerini düşündüğü anlaşılmaktadır.

Tablo 40. "Sosyal medya mecralarında katılımcılar karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygılıdır"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	209	33,6	33,6	33,6
Katılmıyorum	178	28,6	28,6	62,2
Kararsızım	140	22,5	22,5	84,7
Katılıyorum	31	5,0	5,0	89,7
Kesinlikle Katılıyorum	64	10,3	10,3	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

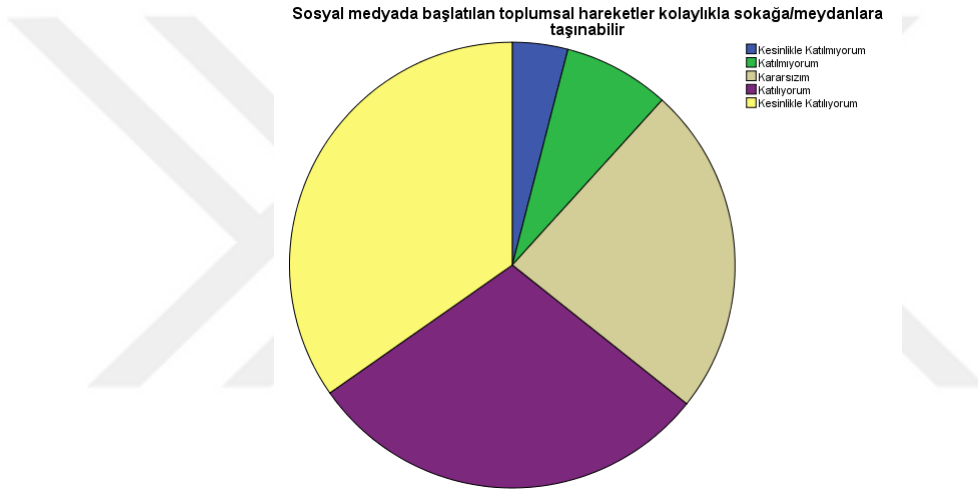


Grafik 28. "Sosyal medya mecralarında katılımcılar karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygılıdır"

"Sosyal medya mecralarında katılımcılar karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygılıdır" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunluğu bu ifadeye katılmıyorum (%28,6) ve kesinlikle katılmıyorum (%33,6) yanıtlarını vermişlerdir. Katılımcıların %22,5'i kararsız olduğunu, %5'i bu ifadeye katıldığını ve %10,3'ü de bu ifadeye kesinlikle katıldığını beyan etmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medya mecralarında karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygılı olunmadığını düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 41. "Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/meysanlara taşınabilir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	25	4,0	4,0	4,0
Katılmıyorum	48	7,7	7,7	11,7
Kararsızım	149	24,0	24,0	35,7
Katılıyorum	184	29,6	29,6	65,3
Kesinlikle Katılıyorum	216	34,7	34,7	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



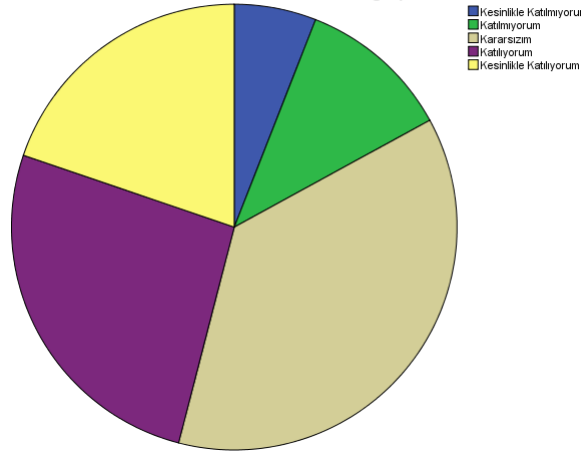
Grafik 29. "Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/meysanlara taşınabilir"

"Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/meysanlara taşınabilir" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıyorum (%19,8) ve kesinlikle katılıyorum (%26,7) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %25,7'si kararsız olduğunu, %14,8'i ifadeye katılmadığını ve %13'ü de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sanal ortamda başlatılan toplumsal hareketlerin kolaylıkla geleneksel kamusal alanlara taşınabileceğini düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 42. "Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşıır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	37	5,9	5,9	5,9
Katılmıyorum	69	11,1	11,1	17,0
Kararsızım	230	37,0	37,0	54,0
Katılıyorum	163	26,2	26,2	80,2
Kesinlikle Katılıyorum	123	19,8	19,8	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşıır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)



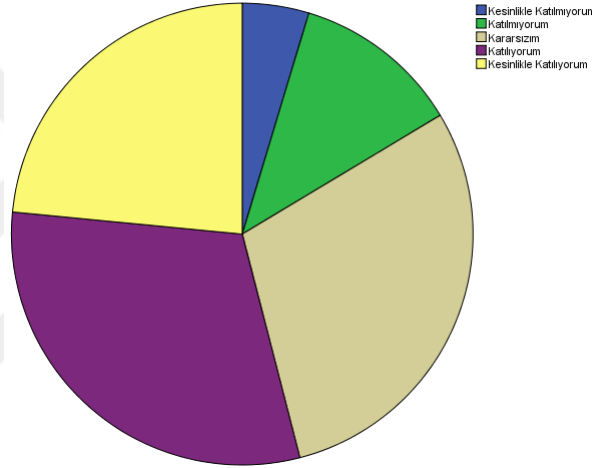
Grafik 30. "Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşıır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)"

"Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşıır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız kaldıkları (%37) tespit edilmiştir. Katılımcıların; %26,2 oranında bu ifadeye katıldıkları, %19,8 oranında bu ifadeye kesinlikle katıldıkları, %11,1 oranında bu ifadeye katılmadıkları ve %5,9 oranında da bu ifadeye kesinlikle katılmadıkları saptanmıştır. Buna göre, sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşıyabilirlik düzeyinin belirlenmesi için diğer ifadelerin analizlerine gereksinim duyulduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 43. "Sosyal medyada başlatılan eylemler yönetim mekanizmalarınca dikkate alınır"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	29	4,7	4,7	4,7
Katılmıyorum	73	11,7	11,7	16,4
Kararsızım	184	29,6	29,6	46,0
Katılıyorum	190	30,5	30,5	76,5
Kesinlikle Katılıyorum	146	23,5	23,5	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Sosyal medyada başlatılan eylemler yönetim mekanizmalarınca dikkate alınır

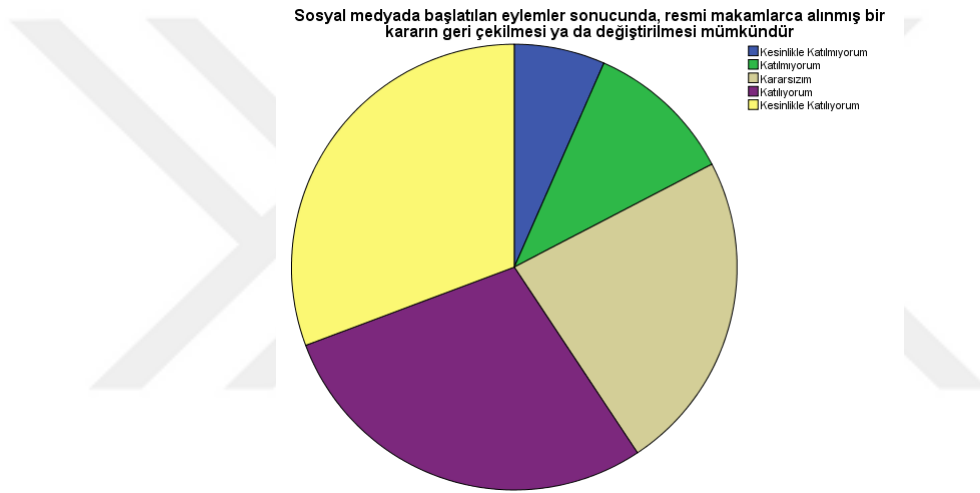


Grafik 31. "Sosyal medyada başlatılan eylemler yönetim mekanizmalarınca dikkate alınır"

"Sosyal medyada başlatılan eylemler yönetim mekanizmalarınca dikkate alınır" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katılıyorum (%30,5) ve kesinlikle katılıyorum (%23,5) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %29,6'sı kararsız olduğunu, %11,7'si ifadeye katılmadığını ve %4,7'si de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medyada başlatılan eylemlerin yönetim mekanizmalarınca dikkate alındığını düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 44. "Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesi mümkündür"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	41	6,6	6,6	6,6
Katılmıyorum	67	10,8	10,8	17,4
Kararsızım	145	23,3	23,3	40,7
Katılıyorum	178	28,6	28,6	69,3
Kesinlikle Katılıyorum	191	30,7	30,7	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

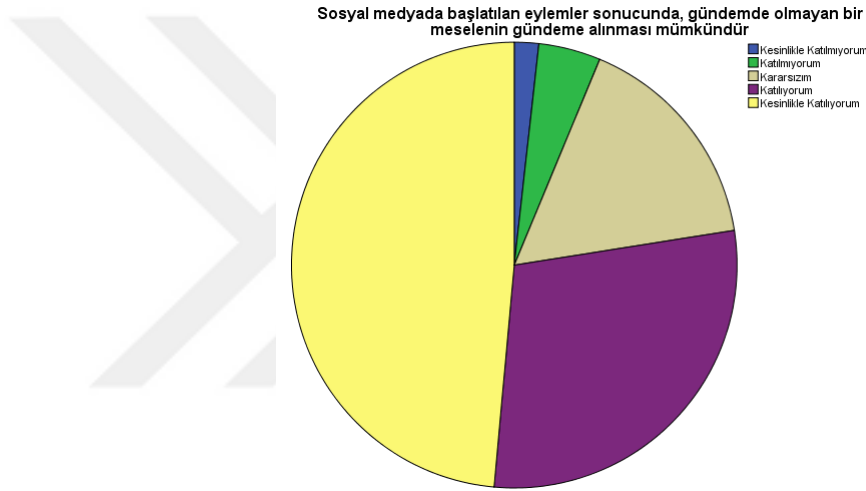


Grafik 32. "Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesi mümkündür"

"Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesi mümkündür" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katılıyorum (%28,6) ve kesinlikle katılıyorum (%30,7) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %23,3'ü kararsız olduğunu, %10,8'i ifadeye katılmadığını ve %'6,6'sı da ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medyadaki iradenin resmi makamlar üzerinde etkin olduğunu düşündükleri anlaşılmaktadır.

Tablo 45. "Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, gündemde olmayan bir meselenin gündeme alınması mümkündür"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	11	1,8	1,8	1,8
Katılmıyorum	28	4,5	4,5	6,3
Kararsızım	101	16,2	16,2	22,5
Katılıyorum	180	28,9	28,9	51,4
Kesinlikle Katılıyorum	302	48,6	48,6	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

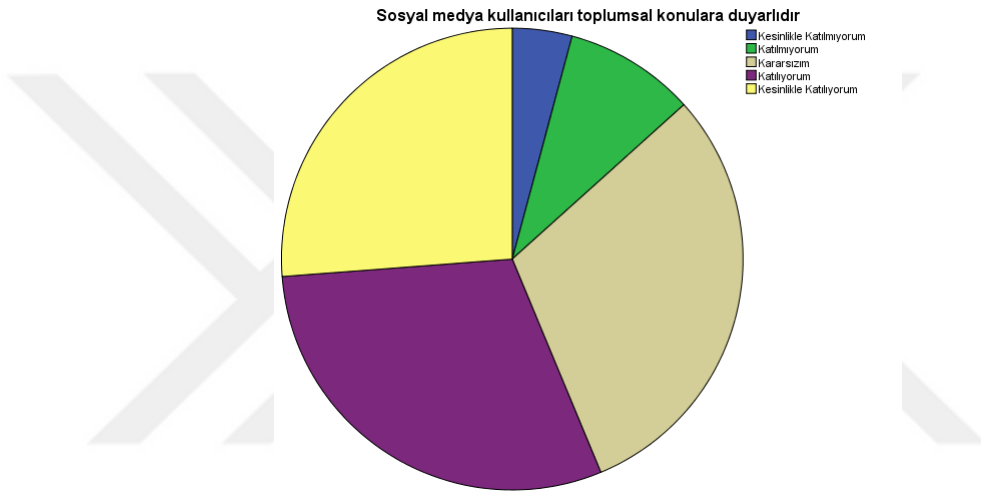


Grafik 33. "Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, gündemde olmayan bir meselenin gündeme alınması mümkündür"

"Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, gündemde olmayan bir meselenin gündeme alınması mümkündür" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların büyük çoğunlukla bu ifadeye katılma eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların, sosyal medyanın etkin bir mecra olduğunu düşündükleri saptanmıştır.

Tablo 46. "Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	26	4,2	4,2	4,2
Katılmıyorum	57	9,2	9,2	13,3
Kararsızım	189	30,4	30,4	43,7
Katılıyorum	187	30,1	30,1	73,8
Kesinlikle Katılıyorum	163	26,2	26,2	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

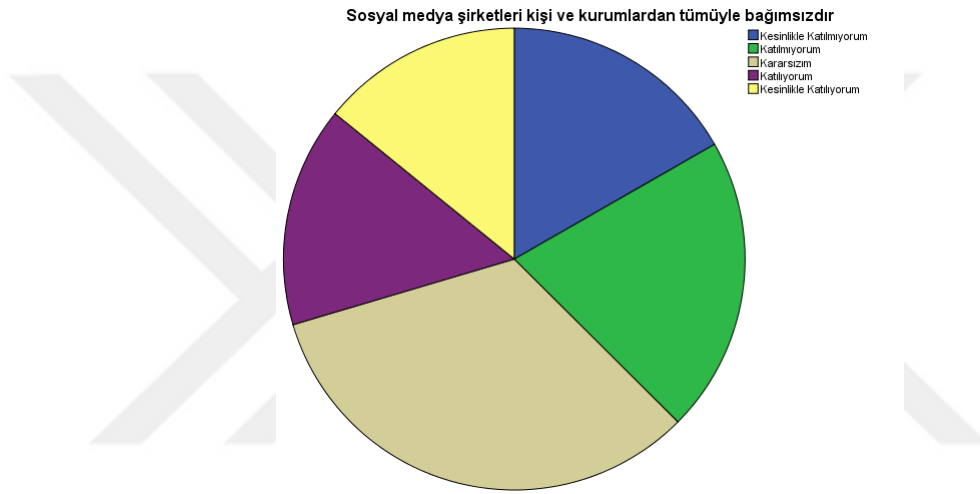


Grafik 34. "Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır"

İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıyorum (%26,2) ve kesinlikle katılıyorum (%30,1) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %30,4'ü kararsız olduğunu, %9,2'si ifadeye katılmadığını ve %4,2'si de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medya kullanıcılarını demokratik ve duyarlı kimseler olarak gördükleri saptanmıştır.

Tablo 47. "Sosyal medya şirketleri kişi ve kurumlardan tümüyle bağımsızdır"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	104	16,7	16,7	16,7
Katılmıyorum	129	20,7	20,7	37,5
Kararsızım	205	33,0	33,0	70,4
Katılıyorum	96	15,4	15,4	85,9
Kesinlikle Katılıyorum	88	14,1	14,1	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

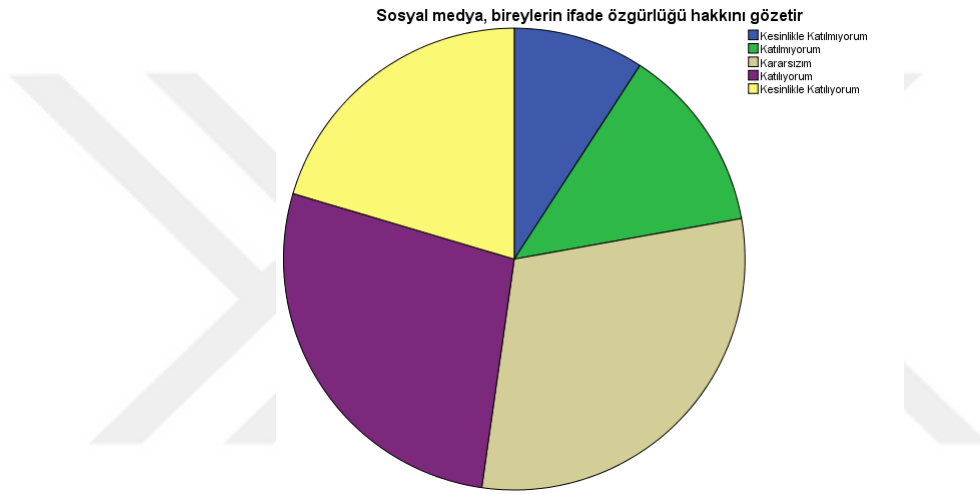


Grafik 35. "Sosyal medya şirketleri kişi ve kurumlardan tümüyle bağımsızdır"

"Sosyal medya şirketleri kişi ve kurumlardan tümüyle bağımsızdır" ifadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%33) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %14,1 oranında kesinlikle katılıyorum, %15,4 oranında katılıyorum, %20,7 oranında katılmıyorum ve %16,7 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre, sosyal medyanın bağımsız bir mecra olabilme düzeyine ilişkin, katılımcıların düşüncelerinde belirsizlik olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 48. "Sosyal medya, bireylerin ifade özgürlüğü hakkını gözetir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	57	9,2	9,2	9,2
Katılmıyorum	81	13,0	13,0	22,2
Kararsızım	187	30,1	30,1	52,3
Katılıyorum	170	27,3	27,3	79,6
Kesinlikle Katılıyorum	127	20,4	20,4	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



Grafik 36. "Sosyal medya, bireylerin ifade özgürlüğü hakkını gözetir"

"Sosyal medya, bireylerin ifade özgürlüğü hakkını gözetir" İfadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%30,1) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %20,4 oranında kesinlikle katılıyorum, %27,3 oranında katılıyorum, %13 oranında katılmıyorum ve %9,2 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre, katılımcıların sosyal medyanın ifade özgürlüğü hakkını gözettiğini düşünme eğiliminde olmalarına rağmen çoğunlukla bu ifadeye yönelik kararsız kaldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 49. "Sosyal medya, bireylerin bilgi kaynaklarını kullanma hakkını gözetir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	30	4,8	4,8	4,8
Katılmıyorum	60	9,6	9,6	14,5
Kararsızım	198	31,8	31,8	46,3
Katılıyorum	181	29,1	29,1	75,4
Kesinlikle Katılıyorum	153	24,6	24,6	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

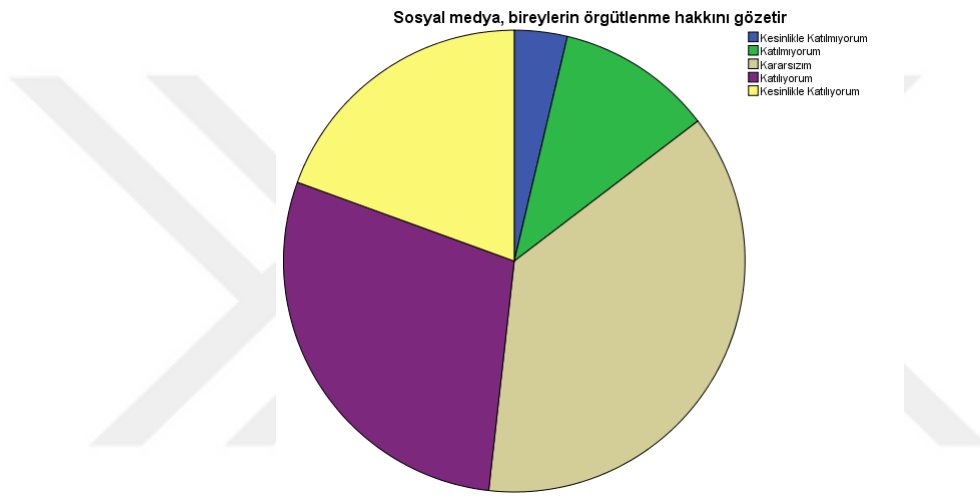


Grafik 37. "Sosyal medya, bireylerin bilgi kaynaklarını kullanma hakkını gözetir"

"Sosyal medya, bireylerin bilgi kaynaklarını kullanma hakkını gözetir" ifadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%31,8) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %24,6 oranında kesinlikle katılıyorum, %29,1 oranında katılıyorum, %9,6 oranında katılmıyorum ve %4,8 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre, katılımcıların daha çok (kararsız kalanlar dışında) sosyal medyanın bilgi kaynaklarını kullanım hakkını gözettiğini düşünme eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Ancak bu ifadeye yönelik kararsız olduklarını beyan edenlerin oransal çokluğu nedeniyle sosyal medyanın demokratik bir mecra olup olmadığı, diğer ifadeler de incelenerek tespit edilebilecektir.

Tablo 50. "Sosyal medya, bireylerin örgütlenme hakkını gözetir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	23	3,7	3,7	3,7
Katılmıyorum	68	10,9	10,9	14,6
Kararsızım	231	37,1	37,1	51,8
Katılıyorum	179	28,8	28,8	80,5
Kesinlikle Katılıyorum	121	19,5	19,5	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

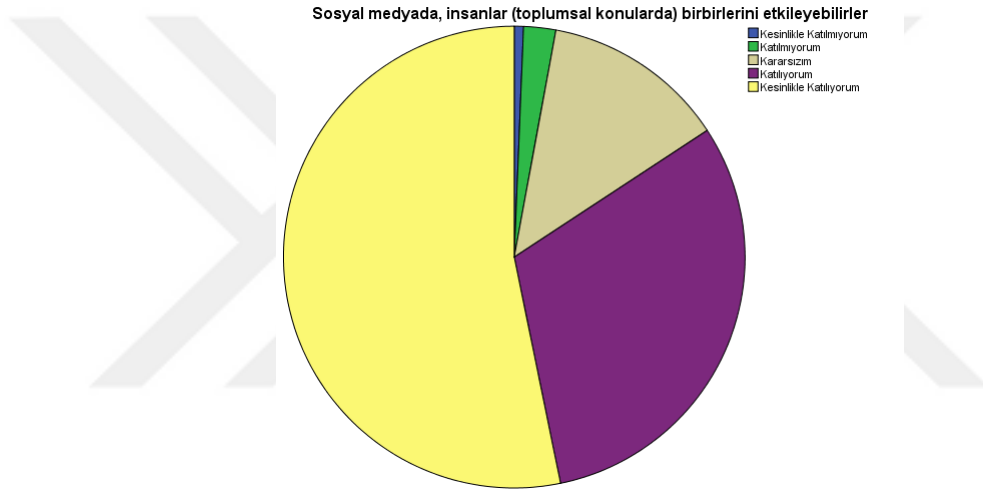


Grafik 38. "Sosyal medya, bireylerin örgütlenme hakkını gözetir"

"Sosyal medya, bireylerin örgütlenme hakkını gözetir" ifadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%37,1) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %19,5 oranında kesinlikle katılıyorum, %28,8 oranında katılıyorum, %10,9 oranında katılmıyorum ve %3,7 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre, katılımcıların bu ifadeye katılma eğiliminde olduğu anlaşılrsa da kararsız kaldıklarını düşünenlerin çokluğu bu ifadeye yönelik net bir olumlama ya da olumsuzlama yapılamadığı saptanmıştır.

Tablo 51. "Sosyal medyada, insanlar (toplumsal konularda) birbirlerini etkileyebilirler"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	4	,6	,6	,6
Katılmıyorum	14	2,3	2,3	2,9
Kararsızım	80	12,9	12,9	15,8
Katılıyorum	193	31,0	31,0	46,8
Kesinlikle Katılıyorum	331	53,2	53,2	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

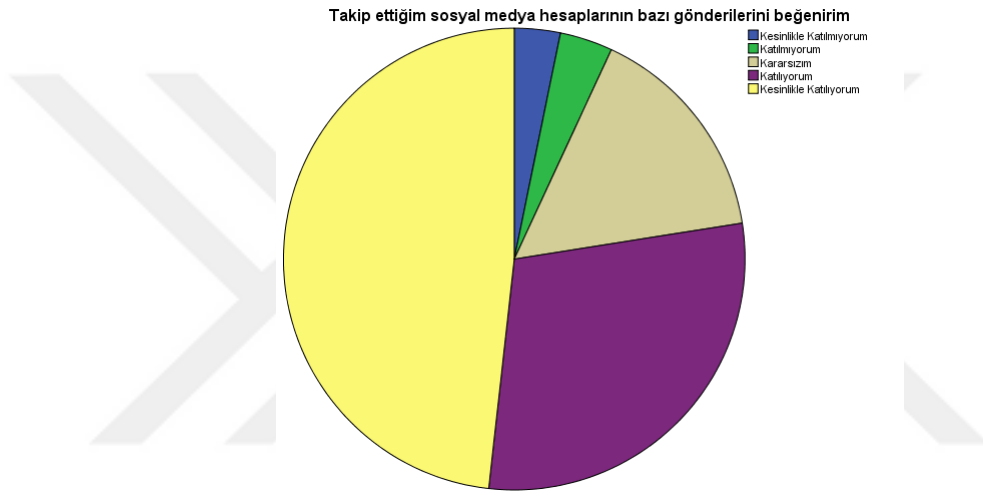


Grafik 39. "Sosyal medyada, insanlar (toplumsal konularda) birbirlerini etkileyebilirler"

"Sosyal medyada, insanlar (toplumsal konularda) birbirlerini etkileyebilirler" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların büyük çoğunlukla bu ifadeye katılma eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların, sosyal medyada etkileşim halinin var olduğunu düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 52. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının bazı gönderilerini beğenirim"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	20	3,2	3,2	3,2
Katılmıyorum	23	3,7	3,7	6,9
Kararsızım	97	15,6	15,6	22,5
Katılıyorum	182	29,3	29,3	51,8
Kesinlikle Katılıyorum	300	48,2	48,2	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



Grafik 40. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının bazı gönderilerini beğenirim"

"Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının bazı gönderilerini beğenirim" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıyorum (%29,3) ve kesinlikle katılıyorum (%48,2) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %15,6'sı kararsız olduğunu, %3,7'si ifadeye katılmadığını ve %3,2'si de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medyada etkileşimde bulunma halinde olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 53. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerine yorum yaparım"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	97	15,6	15,6	15,6
Katılmıyorum	126	20,3	20,3	35,9
Kararsızım	146	23,5	23,5	59,3
Katılıyorum	114	18,3	18,3	77,7
Kesinlikle Katılıyorum	139	22,3	22,3	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

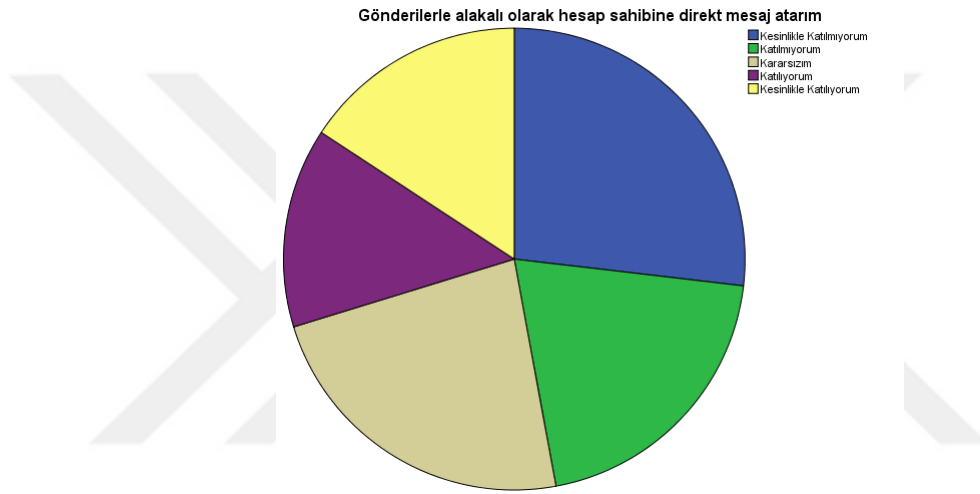


Grafik 41. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerine yorum yaparım"

"Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerine yorum yaparım" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; Katılımcıların bu ifadeye; %22,3 oranında kesinlikle katılıyorum, %18,3 oranında katılıyorum, %23,5 oranında kararsızım, %20,3 oranında katılmıyorum ve %15,6 oranında kesinlikle katılmıyorum yanıtını verdikleri saptanmıştır. Buna göre, katılımcıların yorum yapma konusunda çok fazla etkileşim halinde olduğu söylenememekle birlikte etkileşim halinin yine de var olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 54. "Gönderilerle alakalı olarak hesap sahibine direkt mesaj atarım"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	167	26,8	26,8	26,8
Katılmıyorum	126	20,3	20,3	47,1
Kararsızım	144	23,2	23,2	70,3
Katılıyorum	87	14,0	14,0	84,2
Kesinlikle Katılıyorum	98	15,8	15,8	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



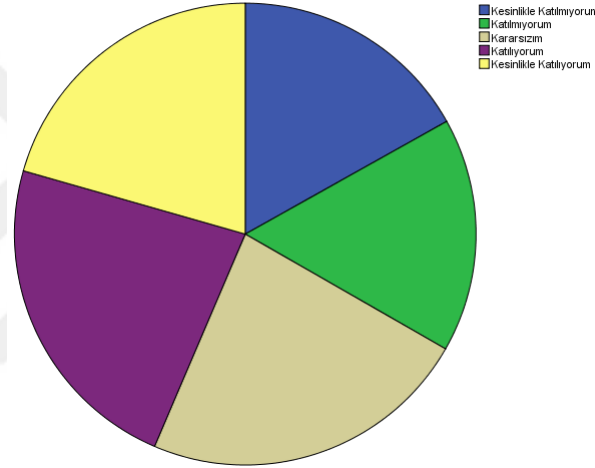
Grafik 42. "Gönderilerle alakalı olarak hesap sahibine direkt mesaj atarım"

"Gönderilerle alakalı olarak hesap sahibine direkt mesaj atarım" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunluğu bu ifadeye katılmıyorum (%20,3) ve kesinlikle katılmıyorum (%26,8) yanıtlarını vermişlerdir. Katılımcıların %23,2'si kararsız olduğunu, %14'ü bu ifadeye katıldığını ve %15,8'i de bu ifadeye kesinlikle katıldığını beyan etmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, direkt mesaj atma konusunda etkileşim halinde bulunmama eğiliminde olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 55. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerini paylaşıyorum.(retweet / repost)"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	105	16,9	16,9	16,9
Katılmıyorum	102	16,4	16,4	33,3
Kararsızım	144	23,2	23,2	56,4
Katılıyorum	143	23,0	23,0	79,4
Kesinlikle Katılıyorum	128	20,6	20,6	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerini paylaşıyorum.(retweet / repost)



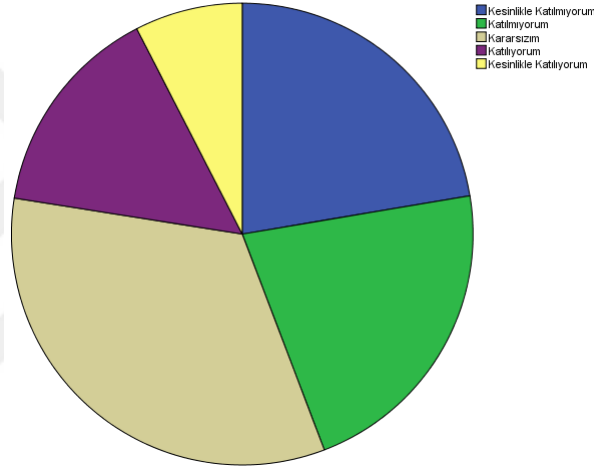
Grafik 43. "Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerini paylaşıyorum.(retweet / repost)"

"Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerini paylaşıyorum.(retweet / repost)" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; Katılımcıların bu ifadeye; %20,6 oranında kesinlikle katılıyorum, %23 oranında katılıyorum, %23,2 oranında kararsızım, %16,4 oranında katılmıyorum ve %16,9 oranında kesinlikle katılmıyorum yanıtını verdikleri saptanmıştır. Buna göre, katılımcıların takip ettikleri hesapların gönderilerini paylaşma hususunda değişken yanıt verdikleri ve bu ifadeye yönelik olarak değişken bir etkileşim hali olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 56. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerin, gerçek kimliklerini kullandığına inanırım"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	139	22,3	22,3	22,3
Katılmıyorum	136	21,9	21,9	44,2
Kararsızım	207	33,3	33,3	77,5
Katılıyorum	93	15,0	15,0	92,4
Kesinlikle Katılıyorum	47	7,6	7,6	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Sosyal medyada tanıştığım kişilerin, gerçek kimliklerini kullandığına inanırım



Grafik 44. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerin, gerçek kimliklerini kullandığına inanırım"

"Sosyal medyada tanıştığım kişilerin, gerçek kimliklerini kullandığına inanırım" ifadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%33,3) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye % 7,6 oranında kesinlikle katılıyorum, %15 oranında katılıyorum, %21,9 oranında katılmıyorum ve %22,3 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre, katılımcıların sosyal medyada gerçeklik konusunda çoğunlukla kararsız kaldıkları, akabinde de sosyal medyada gerçekliğin bulunmadığını düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 57. "Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, samimi ve güvenilirdir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	192	30,9	30,9	30,9
Katılmıyorum	152	24,4	24,4	55,3
Kararsızım	193	31,0	31,0	86,3
Katılıyorum	54	8,7	8,7	95,0
Kesinlikle Katılıyorum	31	5,0	5,0	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

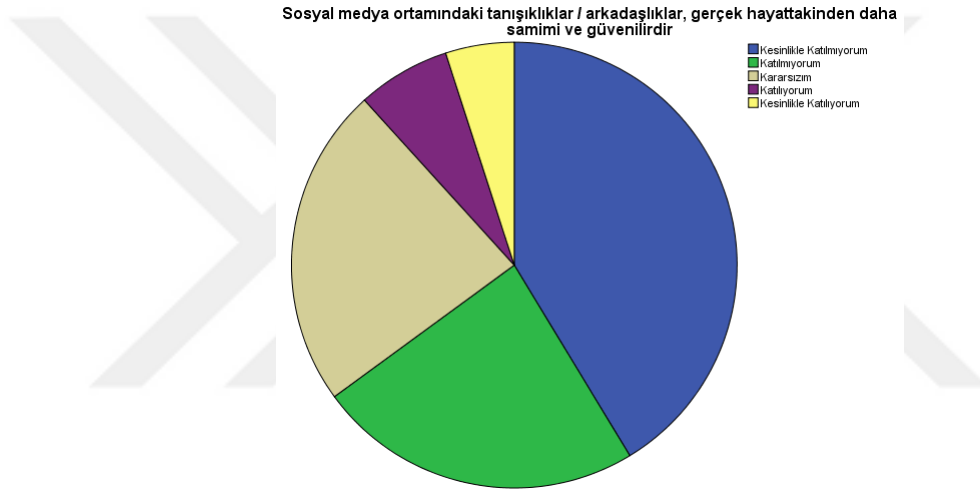


Grafik 45. "Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, samimi ve güvenilirdir"

"Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, samimi ve güvenilirdir" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; Katılımcıların bu ifadeye; %5 oranında kesinlikle katılıyorum, %8,7 oranında katılıyorum, %31 oranında kararsızım, %24,4 oranında katılmıyorum ve %30,9 oranında kesinlikle katılmıyorum yanıtını verdikleri saptanmıştır. Buna göre, katılımcıların daha çok sosyal medyayı güvenilir bulmadığı anlaşılmıştır.

Tablo 58. "Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, gerçek hayattakinden daha samimi ve güvenilirdir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	257	41,3	41,3	41,3
Katılmıyorum	147	23,6	23,6	65,0
Kararsızım	145	23,3	23,3	88,3
Katılıyorum	42	6,8	6,8	95,0
Kesinlikle Katılıyorum	31	5,0	5,0	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



Grafik 46. "Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, gerçek hayattakinden daha samimi ve güvenilirdir"

"Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, gerçek hayattakinden daha samimi ve güvenilirdir" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunluğu bu ifadeye katılmıyorum (%23,6) ve kesinlikle katılmıyorum (%41,3) yanıtlarını vermişlerdir. Katılımcıların %23,3'si kararsız olduğunu, %6,8'i bu ifadeye katıldığını ve %5'i de bu ifadeye kesinlikle katıldığını beyan etmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medyadaki ilişkileri gerçek hayattakinden daha güvenilir bulmadığı anlaşılmıştır.

Tablo 59. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta da görüşürüm"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	170	27,3	27,3	27,3
Katılmıyorum	121	19,5	19,5	46,8
Kararsızım	173	27,8	27,8	74,6
Katılıyorum	92	14,8	14,8	89,4
Kesinlikle Katılıyorum	66	10,6	10,6	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



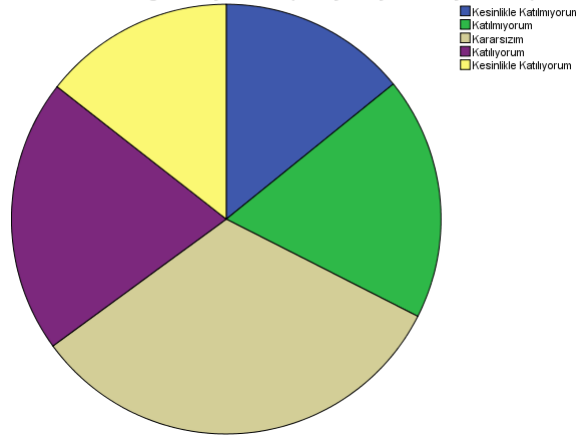
Grafik 47. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta da görüşürüm"

"Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta da görüşürüm" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; Katılımcıların bu ifadeye; %10,6 oranında kesinlikle katılıyorum, %14,8 oranında katılıyorum, %27,8 oranında kararsızım, %19,5 oranında katılmıyorum ve %27,3 oranında kesinlikle katılmıyorum yanıtını verdikleri saptanmıştır. Buna göre, katılımcıların bu ifadeye yönelik daha çok kararsız kalma ve katılmama eğiliminde olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 60. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta görüştüğümde, kişinin sanal ortamdaki görüş ve düşünceleriyle gerçek hayattaki görüş ve düşüncelerinin tutarlı olduğunu düşünürüm. (Görüşmediyseniz boş bırakınız)"

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle Katılmıyorum	55	8,8	14,2	14,2
	Katılmıyorum	71	11,4	18,3	32,5
	Kararsızım	126	20,3	32,5	64,9
	Katılıyorum	80	12,9	20,6	85,6
	Kesinlikle Katılıyorum	56	9,0	14,4	100,0
	Toplam	388	62,4	100,0	
Kaçırılan		234	37,6		
	Toplam	622	100,0		

Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta görüştüğümde, kişinin sanal ortamdaki görüş ve düşünceleriyle gerçek hayattaki görüş ve düşüncelerinin tutarlı olduğunu düşünürüm. (Görüşmediyseniz boş bırakınız)

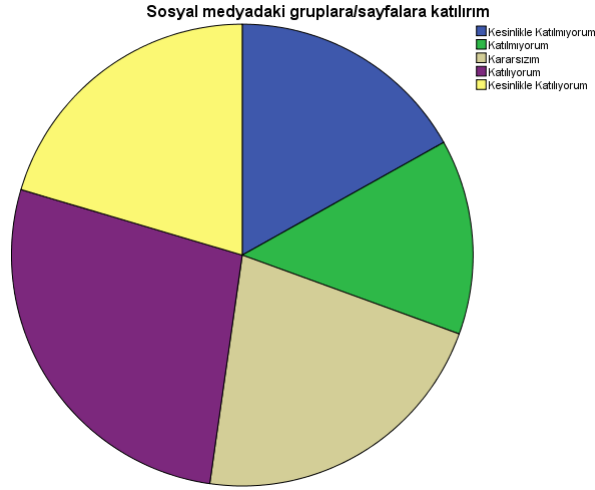


Grafik 48. "Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta görüştüğümde, kişinin sanal ortamdaki görüş ve düşünceleriyle gerçek hayattaki görüş ve düşüncelerinin tutarlı olduğunu düşünürüm. (Görüşmediyseniz boş bırakınız)"

"Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta görüştüğümde, kişinin sanal ortamdaki görüş ve düşünceleriyle gerçek hayattaki görüş ve düşüncelerinin tutarlı olduğunu düşünürüm. (Görüşmediyseniz boş bırakınız)" İfadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%20,3) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %9 oranında kesinlikle katılıyorum, %12,9 oranında katılıyorum, %11,4 oranında katılmıyorum ve %8,8 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Katılımcıların %62,4'ü ise (sosyal medyada tanıştıkları kişilerle fiziksel bir mekânda görüşmedikleri için) ifadeye yanıt vermemişlerdir. Buna göre, katılımcıların çoğunlukla sosyal medyadaki etkileşimlerini geleneksel kamuya taşımadıkları anlaşılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, bireylerin sanal ortamdaki görüş ve düşünceleri ile fiziksel mekânlardaki görüş ve düşüncelerinin tutarlılığına ilişkin katılımcıların daha çok kararsız olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 61. "Sosyal medyadaki gruplara/sayfalara katılım"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	105	16,9	16,9	16,9
Katılmıyorum	85	13,7	13,7	30,5
Kararsızım	135	21,7	21,7	52,3
Katılıyorum	170	27,3	27,3	79,6
Kesinlikle Katılıyorum	127	20,4	20,4	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



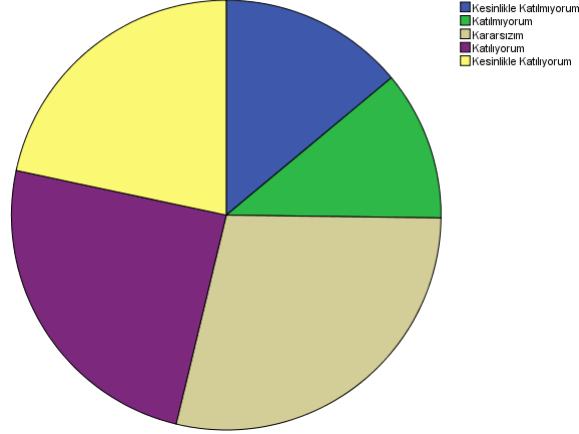
Grafik 49. "Sosyal medyadaki gruplara/sayfalara katılım"

"Sosyal medyadaki gruplara/sayfalara katılım" ifadesine yönelik elde edilen bulgulara göre, katılımcıların bu ifadeye; %20,4 oranında kesinlikle katılıyorum, %27,3 oranında katılıyorum, %21,7 oranında kararsızım, %13,7 oranında katılmıyorum ve %16,9 oranında kesinlikle katılmıyorum yanıtını verdikleri saptanmıştır. Buna göre, katılımcıların sosyal medyada sanal topluluk oluşturma sanal katılımında bulunma konusunda daha çok katılma eğiliminde oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 62. "Ortak sorunlarımız olduğunda, katıldığım sosyal medya sayfalarındaki ya da gruplarındaki kişilerle, internet ortamında etkileşime geçerim.(Katıldığınız grup veya sayfa yoksa boş bırakınız)"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli				
Kesinlikle Katılmıyorum	67	10,8	14,0	14,0
Katılmıyorum	54	8,7	11,3	25,2
Kararsızım	137	22,0	28,5	53,8
Katılıyorum	118	19,0	24,6	78,3
Kesinlikle Katılıyorum	104	16,7	21,7	100,0
Toplam	480	77,2	100,0	
Kaçırılan	142	22,8		
Toplam	622	100,0		

Ortak sorunlarımız olduğunda, katıldığım sosyal medya sayfalarındaki ya da gruplarındaki kişilerle, internet ortamında etkileşime geçerim.(Katıldığınız grup veya sayfa yoksa boş bırakınız)



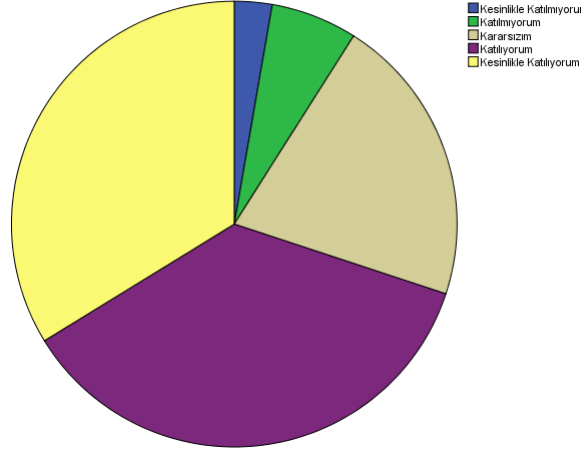
Grafik 50. "Ortak sorunlarımız olduğunda, katıldığım sosyal medya sayfalarındaki ya da gruplarındaki kişilerle, internet ortamında etkileşime geçerim.(Katıldığınız grup veya sayfa yoksa boş bırakınız)"

"Ortak sorunlarımız olduğunda, katıldığım sosyal medya sayfalarındaki ya da gruplarındaki kişilerle, internet ortamında etkileşime geçerim.(Katıldığınız grup veya sayfa yoksa boş bırakınız)" İfadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%22) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %16,7 oranında kesinlikle katılıyorum, %19 oranında katılıyorum, %8,7 oranında katılmıyorum ve %10,8 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Katılımcıların %22,8'i ise (katıldıkları grup olmadığı için) ifadeye yanıt vermemişlerdir. Buna göre, katılımcıların sanal topluluklara katılma konusunda daha çok kararsız kaldıkları akabinde ise katılma eğiliminde oldukları anlaşılmıştır.

Tablo 63. "İnsanlar, ortak meseleleri/sorunları ile ilgili sosyal medyada diğerlerine ulaşarak sanal topluluk(lar) oluşturabilirler"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	17	2,7	2,7	2,7
Katılmıyorum	39	6,3	6,3	9,0
Kararsızım	131	21,1	21,1	30,1
Katılıyorum	225	36,2	36,2	66,2
Kesinlikle Katılıyorum	210	33,8	33,8	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

İnsanlar, ortak meseleleri/sorunları ile ilgili sosyal medyada diğerlerine ulaşarak sanal topluluk(lar) oluşturabilirler

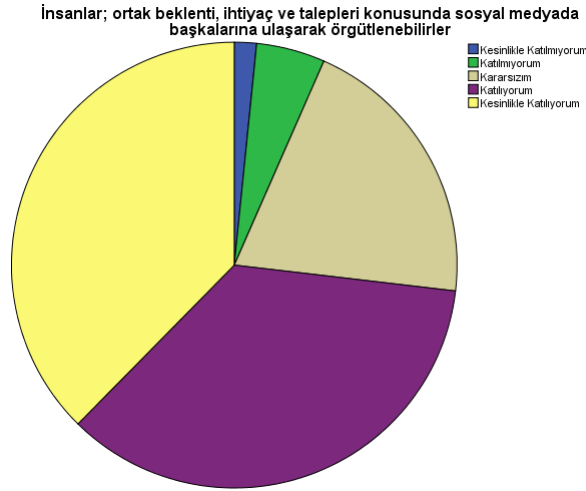


Grafik 51. "İnsanlar, ortak meseleleri/sorunları ile ilgili sosyal medyada diğerlerine ulaşarak sanal topluluk(lar) oluşturabilirler"

"İnsanlar, ortak meseleleri/sorunları ile ilgili sosyal medyada diğerlerine ulaşarak sanal topluluk(lar) oluşturabilirler" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıyorum (%36,2) ve kesinlikle katılıyorum (%33,8) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %21,1'i kararsız olduğunu, %6,3'ü ifadeye katılmadığını ve %2,7'si de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, insanların sanal topluluklar oluşturduğunu düşündükleri anlaşılmaktadır.

Tablo 64. "İnsanlar; ortak beklenti, ihtiyaç ve talepleri konusunda sosyal medyada başkalarına ulaşarak örgütlenebilirler"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	10	1,6	1,6	1,6
Katılmıyorum	31	5,0	5,0	6,6
Kararsızım	126	20,3	20,3	26,8
Katılıyorum	221	35,5	35,5	62,4
Kesinlikle Katılıyorum	234	37,6	37,6	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



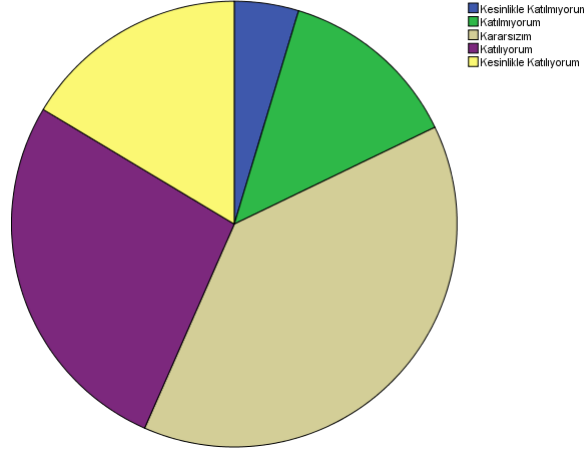
Grafik 52. "İnsanlar; ortak beklenti, ihtiyaç ve talepleri konusunda sosyal medyada başkalarına ulaşarak örgütlenebilirler"

"İnsanlar; ortak beklenti, ihtiyaç ve talepleri konusunda sosyal medyada başkalarına ulaşarak örgütlenebilirler" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katılıyorum (%35,5) ve kesinlikle katılıyorum (%37,6) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %20,3'ü kararsız olduğunu, %5'i ifadeye katılmadığını ve %1,6'sı da ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medyada kamusal katılımı bulundukları anlaşılmaktadır.

Tablo 65. "Sosyal medya grupları veya sayfalarında belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen bireyler, hedeflerine ulaşınca dek bir arada kalırlar"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	29	4,7	4,7	4,7
Katılmıyorum	82	13,2	13,2	17,8
Kararsızım	241	38,7	38,7	56,6
Katılıyorum	168	27,0	27,0	83,6
Kesinlikle Katılıyorum	102	16,4	16,4	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Sosyal medya grupları veya sayfalarında belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen bireyler, hedeflerine ulaşınca dek bir arada kalırlar

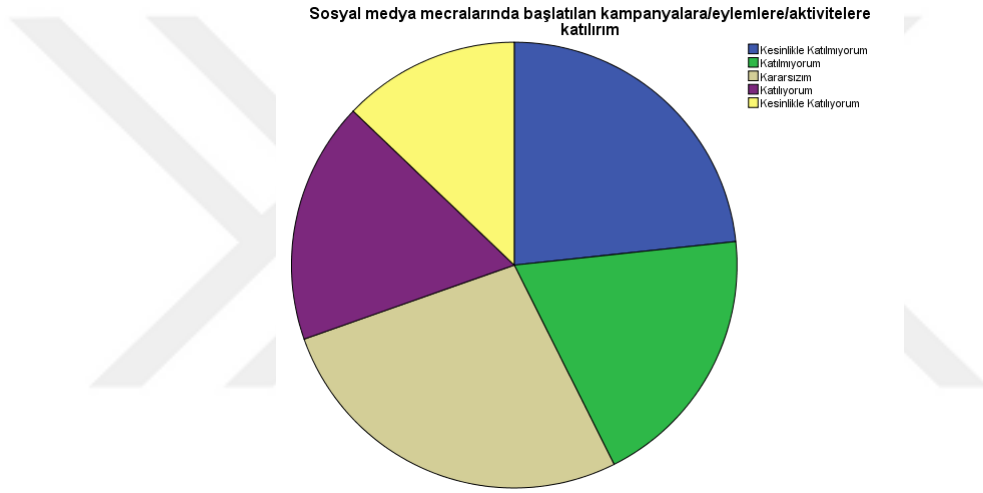


Grafik 53. "Sosyal medya grupları veya sayfalarında belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen bireyler, hedeflerine ulaşınca dek bir arada kalırlar"

"Sosyal medya grupları veya sayfalarında belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen bireyler, hedeflerine ulaşınca dek bir arada kalırlar" ifadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%38,7) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %16,4 oranında kesinlikle katılıyorum, %27 oranında katılıyorum, %13,2 oranında katılmıyorum ve %4,7 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre, bu ifadeye yönelik kamusal katılımında bulunma durumlarında katılımcıların çoğunlukla kararsız kaldıkları, akabinde ise kamusal katılımında bulunulduğu yönünde düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 66. "Sosyal medya mecralarında başlatılan kampanyalara / eylemlere / aktivitelere katılım"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	145	23,3	23,3	23,3
Katılmıyorum	120	19,3	19,3	42,6
Kararsızım	168	27,0	27,0	69,6
Katılıyorum	109	17,5	17,5	87,1
Kesinlikle Katılıyorum	80	12,9	12,9	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



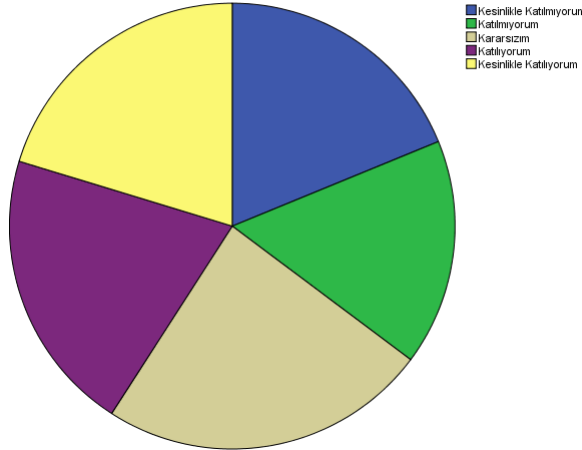
Grafik 54. "Sosyal medya mecralarında başlatılan kampanyalara / eylemlere / aktivitelere katılım"

"Sosyal medya mecralarında başlatılan kampanyalara/eylemlere/aktivitelere katılım" ifadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%27) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %12,9 oranında kesinlikle katılıyorum, %17,5 oranında katılıyorum, %19,3 oranında katılmıyorum ve %23,3 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre, katılımcıların bu ifadeye yönelik sosyal medyada kamusal katılımı bulunma hususunda kararsız kaldıkları, akabinde ise kamusal katılımı bulunulmadığı yönünde düşündükleri anlaşılmıştır.

Tablo 67. "Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu.(Hiçbir kampanyaya katılmadıysanız cevaplamayınız)"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli				
Kesinlikle Katılmıyorum	63	10,1	18,8	18,8
Katılmıyorum	55	8,8	16,4	35,2
Kararsızım	80	12,9	23,9	59,1
Katılıyorum	69	11,1	20,6	79,7
Kesinlikle Katılıyorum	68	10,9	20,3	100,0
Toplam	335	53,9	100,0	
Kaçırılan	287	46,1		
Toplam	622	100,0		

Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu.(Hiçbir kampanyaya katılmadıysanız cevaplamayınız)



Grafik 55. "Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu.(Hiçbir kampanyaya katılmadıysanız cevaplamayınız)"

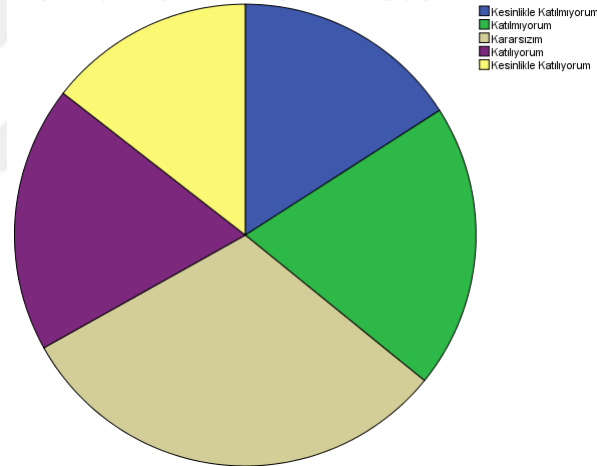
"Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu.(Hiçbir kampanyaya katılmadıysanız cevaplamayınız)" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların %10,9 oranında kesinlikle katılıyorum, %11,1 oranında katılıyorum, %12,9 oranında kararsızım, %8,8 oranında katılmıyorum ve %10,1 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Katılımcıların %46,1'i ise sosyal medyada herhangi bir kampanyaya

katılmadıkları için ifadeyi yanıtsız bırakmıştır. Buna göre, sanal katılım oranının kayda değer biçimde az olduğu sonucu çıkarılabilmektedir.

Tablo 68. "Sosyal medyada başlatılan kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere katılmak önemlidir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	99	15,9	15,9	15,9
Katılmıyorum	124	19,9	19,9	35,9
Kararsızım	193	31,0	31,0	66,9
Katılıyorum	116	18,6	18,6	85,5
Kesinlikle Katılıyorum	90	14,5	14,5	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Sosyal medyada başlatılan kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere katılmak önemlidir



Grafik 56. "Sosyal medyada başlatılan kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere katılmak önemlidir"

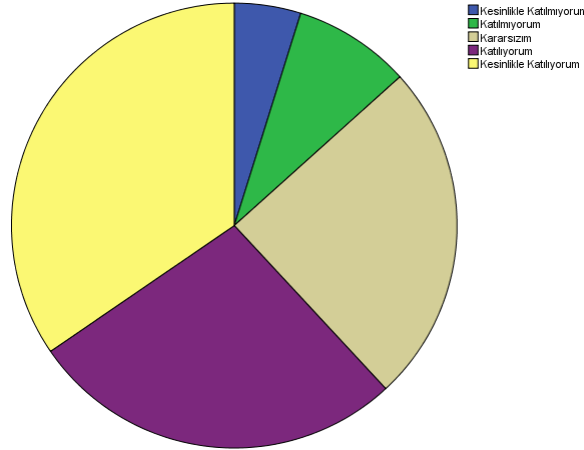
"Sosyal medyada başlatılan kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere katılmak önemlidir." İfadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%31) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %14,5 oranında kesinlikle katılıyorum, %18,6 oranında katılıyorum, %19,9 oranında katılmıyorum ve %15,9 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre, katılımcıların sosyal

medyada sanal katılımda bulunmaya verdikleri önem konusunda değişken düşüncede oldukları anlaşılmıştır.

Tablo 69. "İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere, (fiziki alanlarda yapılanlara kıyasla) daha çok katılım sağlar"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	30	4,8	4,8	4,8
Katılmıyorum	53	8,5	8,5	13,3
Kararsızım	154	24,8	24,8	38,1
Katılıyorum	170	27,3	27,3	65,4
Kesinlikle Katılıyorum	215	34,6	34,6	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere, (fiziki alanlarda yapılanlara kıyasla) daha çok katılım sağlar



Grafik 57. "İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere, (fiziki alanlarda yapılanlara kıyasla) daha çok katılım sağlar"

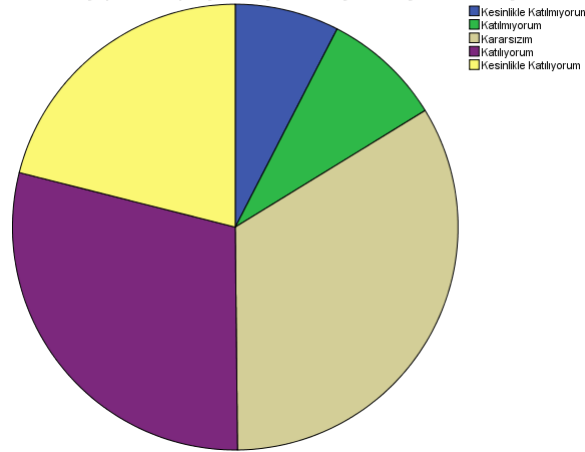
"İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere, (fiziki alanlarda yapılanlara kıyasla) daha çok katılım sağlar" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıyorum (%27,3) ve kesinlikle katılıyorum (%34,6) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %24,8'i kararsız olduğunu, %8,5'i ifadeye katılmadığını ve %4,8'i da ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal

medyada geleneksel kamusal alana kıyasla daha fazla kamusal katılımı bulundukları anlaşılmıştır.

Tablo 70. "Toplumu ilgilendiren bazı sorunlar, sosyal medyada (pek çok kişinin katılımıyla) yapılan kampanyalar / eylemler sayesinde çözüme kavuşur"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	47	7,6	7,6	7,6
Katılmıyorum	54	8,7	8,7	16,2
Kararsızım	209	33,6	33,6	49,8
Katılıyorum	181	29,1	29,1	78,9
Kesinlikle Katılıyorum	131	21,1	21,1	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Toplumu ilgilendiren bazı sorunlar, sosyal medyada (pek çok kişinin katılımıyla) yapılan kampanyalar / eylemler sayesinde çözüme kavuşur



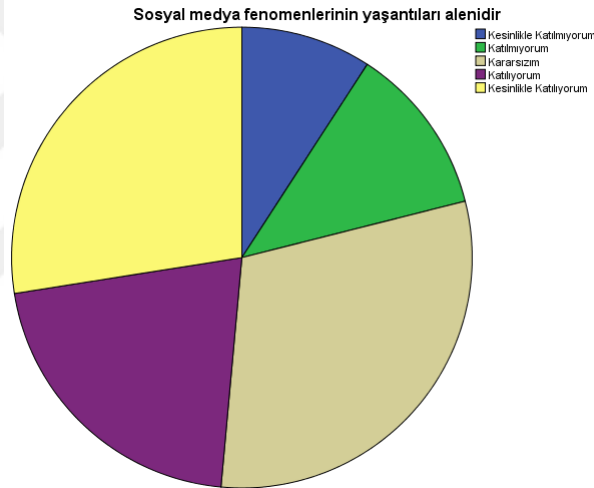
Grafik 58. "Toplumu ilgilendiren bazı sorunlar, sosyal medyada (pek çok kişinin katılımıyla) yapılan kampanyalar / eylemler sayesinde çözüme kavuşur"

"Toplumu ilgilendiren bazı sorunlar, sosyal medyada (pek çok kişinin katılımıyla) yapılan kampanyalar / eylemler sayesinde çözüme kavuşur" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katılıyorum (%29,1) ve kesinlikle katılıyorum (%21,1) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %33,6'sı kararsız olduğunu, %8,7'si ifadeye katılmadığını ve %7,6'sı

da ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sanal katılımı etkili bulduğu anlaşılmıştır.

Tablo 71. "Sosyal medya fenomenlerinin yaşantıları alenidir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	57	9,2	9,2	9,2
Katılmıyorum	74	11,9	11,9	21,1
Kararsızım	189	30,4	30,4	51,4
Katılıyorum	131	21,1	21,1	72,5
Kesinlikle Katılıyorum	171	27,5	27,5	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



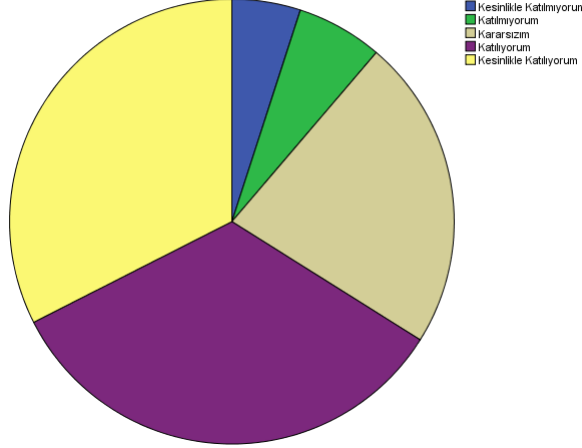
Grafik 59. "Sosyal medya fenomenlerinin yaşantıları alenidir"

"Sosyal medya fenomenlerinin yaşantıları alenidir" İfadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%30,4) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %27,5 oranında kesinlikle katılıyorum, %21,1 oranında katılıyorum, %11,9 oranında katılmıyorum ve %9,2 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre katılımcıların, (kararsız olduklarını bildirenler dışında) daha çok, sosyal medya fenomenlerinin hayatlarını aleni görmekte oldukları anlaşılmıştır.

Tablo 72. "Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	31	5,0	5,0	5,0
Katılmıyorum	39	6,3	6,3	11,3
Kararsızım	141	22,7	22,7	33,9
Katılıyorum	209	33,6	33,6	67,5
Kesinlikle Katılıyorum	202	32,5	32,5	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir

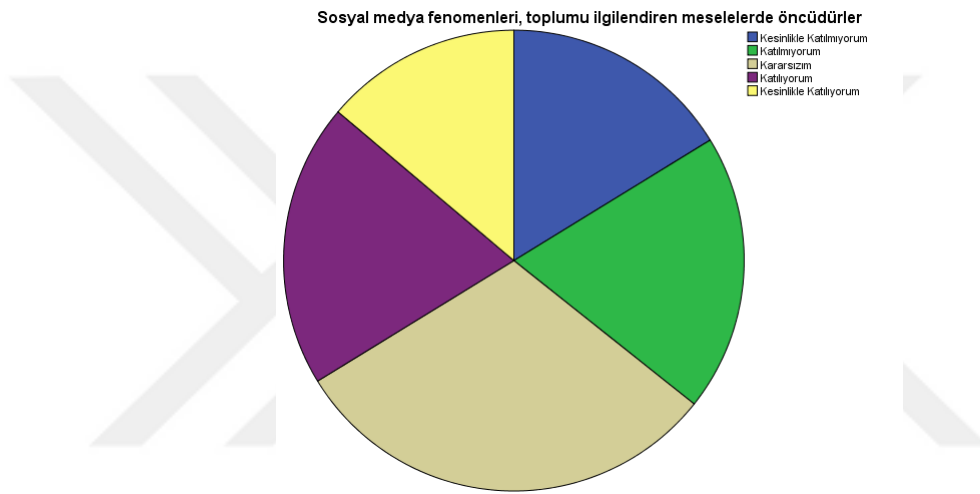


Grafik 60. "Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir"

"Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye katıyorum (%33,6) ve kesinlikle katılıyorum (%32,5) yanıtlarını verdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %22,7'si kararsız olduğunu, %6,3'ü ifadeye katılmadığını ve %5'i de ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medya fenomenleri kanaat önderi gibi gördükleri anlaşılmaktadır.

Tablo 73. "Sosyal medya fenomenleri, toplumu ilgilendiren meselelerde öncüdürler"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	101	16,2	16,2	16,2
Katılmıyorum	121	19,5	19,5	35,7
Kararsızım	190	30,5	30,5	66,2
Katılıyorum	124	19,9	19,9	86,2
Kesinlikle Katılıyorum	86	13,8	13,8	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	



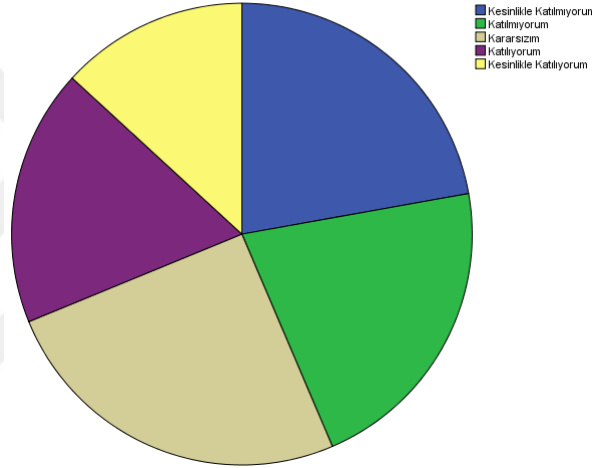
Grafik 61. "Sosyal medya fenomenleri, toplumu ilgilendiren meselelerde öncüdürler"

"Sosyal medya fenomenleri, toplumu ilgilendiren meselelerde öncüdürler" ifadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%30,5) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %13,8 oranında kesinlikle katılıyorum, %19,9 oranında katılıyorum, %19,5 oranında katılmıyorum ve %16,2 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre katılımcıların bu ifadeye yönelik olarak, sosyal medya fenomenlerini kanaat önderi niteliğiyle düşünme konusunda değişken tutumlara sahip oldukları anlaşılmıştır.

Tablo 74. "Sosyal medya fenomenleri; tutumlarını/tepkilerini, tüm takipçileri adına sergilerler"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	138	22,2	22,2	22,2
Katılmıyorum	133	21,4	21,4	43,6
Kararsızım	157	25,2	25,2	68,8
Katılıyorum	112	18,0	18,0	86,8
Kesinlikle Katılıyorum	82	13,2	13,2	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Sosyal medya fenomenleri; tutumlarını/tepkilerini, tüm takipçileri adına sergilerler



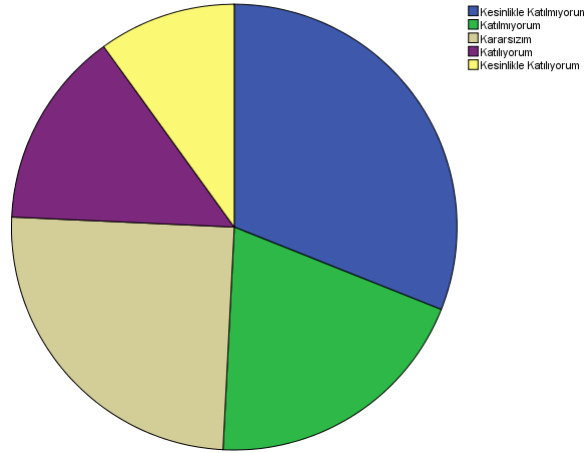
Grafik 62. "Sosyal medya fenomenleri; tutumlarını/tepkilerini, tüm takipçileri adına sergilerler"

"Sosyal medya fenomenleri; tutumlarını/tepkilerini, tüm takipçileri adına sergilerler" ifadesine yönelik olarak elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla bu ifadeye ilişkin olarak kararsız (%25,2) kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların, Bu ifadeye %13,2 oranında kesinlikle katılıyorum, %18 oranında katılıyorum, %21,4 oranında katılmıyorum ve %22,2 oranında da kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre katılımcıların (kararsız kalanlar dışında) daha çok, sosyal medya fenomenlerini kanaat önderi olarak görmedikleri anlaşılmıştır.

Tablo 75. "Takip ettiğim sosyal medya fenomenlerinin, toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate alırım"

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Kesinlikle Katılmıyorum	193	31,0	31,0	31,0
Katılmıyorum	123	19,8	19,8	50,8
Kararsızım	155	24,9	24,9	75,7
Katılıyorum	89	14,3	14,3	90,0
Kesinlikle Katılıyorum	62	10,0	10,0	100,0
Toplam	622	100,0	100,0	

Takip ettiğim sosyal medya fenomenlerinin, toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate alırım



Grafik 63. "Takip ettiğim sosyal medya fenomenlerinin, toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate alırım"

"Takip ettiğim sosyal medya fenomenlerinin, toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate alırım" İfadesine yönelik elde edilen bulgulara göre; katılımcıların çoğunluğu bu ifadeye katılmıyorum (%19,8) ve kesinlikle katılmıyorum (%31) yanıtlarını vermişlerdir. Katılımcıların %24,9'u kararsız olduğunu, %14,3'ü bu ifadeye katıldığını ve %10'u de bu ifadeye kesinlikle katıldığını beyan etmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunlukla, sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki görüşlerini dikkate almadıkları anlaşılmıştır. Yani, katılımcılar bu ifadeye yönelik olarak, sosyal medya fenomenlerini kanaat önderi olarak görmemektedirler.

2. ÇAPRAZ TABLOLAR

Sosyal medya kamuoyunun sınırsızca etkileşimde bulunabildiği sanal bir alandır. Bu sanal alanda bireyler topluluğu pek çok farklı hususta bir araya gelebilmektedir. Sosyal medya mecralarında, oldukça kişisel amaçlar güdülebildiği gibi toplumu ilgilendiren ve esasında kamusal konuların da ele alındığı görülmektedir. Peki ama sosyal medyada kamusal nitelikli konuların var oluşu, sosyal medyanın da bir kamusal alan sayılabileceğini gösterir mi? Sosyal medya kamusal alan mıdır? Sorusu ve araştırmanın hipotezleri çerçevesinde katılımcılara bir takım ifadeler sunulmuş ve bu ifadelere ne denli katıldıkları araştırılmıştır. Araştırmanın ilk ve temel hipotezi, ‘Sosyal medya mecralarında sanal kamusal alanlar vardır’ ifadesidir. İlgili hipotezin sınanmasıyla katılımcıların, sosyal medyada bir tür kamusal alan bulunup bulunmadığına ilişkin düşünceleri ortaya konulacaktır.

Çapraz tablo analizlerinde; chi-square, significant ve contincence değerleri elde edilmiştir. Chi-square değeri değişkenler arasında bir ilişki olup olmadığını, sig. değeri değişkenler arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığını ve contincence değeri ise ilişkinin güçlü olup olmadığını ortaya koymaktadır.

2.1. SOSYAL MEDYA VE KAMUSAL ALAN

Sosyal medya mecralarında sanal kamusal alanların mümkünliğünün araştırıldığı bu çalışmada konu ile ilgili olarak ifade edilen “Sosyal medya mecraları sanal bir kamusal alandır” hipoteziyle ilişkili olarak öncelikle, kamusal alanın temel unsurlarından olan açıklık ve eşitlik ilkelerinin sosyal medyada bulunup bulunamayacağına yönelik ifadeler değerlendirilmiştir. Katılımcılara ilk olarak kamusal alanın konuları sayılabilecek bazı durumlar örnek gösterilmiş ve katılımcıların, bu durum ve konularla alakalı olarak herkesin sosyal medyada eşit düzeyde söz hakkına sahip olup olmadığı yönündeki düşünceleri toplanmıştır. Bu ifadeyle kamusal alanın eşitlik ilkesinin sosyal medyada da varlığı araştırılmak istenmiştir. Ayrıca katılımcılardan, kamusal alanın açıklık ilkesiyle ilişkili olarak, herkesin sosyal medya hesabına sahip olabilirlğine yani bu sanal mecralara katılabilirliğine yönelik düşüncelerini belirtmeleri istenmiştir. Katılımcıların

verdikleri yanıtlar bağlamında, sosyal medyada eşitliğin sosyal medyanın açıklığıyla olan ilişkisi analiz edilmiştir.

Tablo 76. “Toplumu ilgilendiren durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir” ifadesine göre “Herkes sosyal medya hesabı açabilir” ifadesine Katılma Durumu

Kadına şiddet, nükleer santral kurulumu, pahalı ve önemli bir ilacın devletçe karşılanması, iktidarın uygulamalarına yönelik eleştiriler... gibi durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir	Herkes sosyal medya hesabı açabilir.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	%58,2 (46)	%13,9 (11)	%8,9 (7)	%2,5 (2)	%16,5 (13)	%100 (79)
Katılmıyorum	%32,0 (16)	%34,0 (17)	%10,0 (5)	%12,0 (6)	%12,0 (6)	%100 (50)
Kararsızım	%11,8 (11)	%8,6 (8)	%46,2 (43)	%21,5 (20)	%11,8 (11)	%100 (94)
Katılıyorum	%6,4 (7)	%7,3 (8)	%26,4 (29)	%37,3 (41)	%22,7 (25)	%100 (110)
Kesinlikle Katılıyorum	%6,9 (20)	%5,5 (16)	%7,9 (23)	%11,4 (33)	%68,3 (198)	%100 (290)
TOPLAM	%16,1 (100)	%9,6 (60)	%17,2 (107)	%16,4 (102)	%40,7 (253)	%100 (622)
X²: 374,706^a P: ,000 C: ,776						

Yapılan çapraz tablo analizine göre (Tablo-73), sosyal medyada (kamusal konularda) herkesin eşit düzeyde söz hakkına sahip olması ile herkesin sosyal medya hesabına sahip olabilirliliği arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen tabloda continence değeri ,766 olarak saptanmıştır. Bu değer söz konusu iki ifade arasındaki anlamlı ilişkinin aynı zamanda oldukça güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Elde edilen bulgulara göre katılımcıların çoğunluğu herkesin sosyal medya hesabı açabileceğini ve toplumsal konulara ilişkin durumlarda herkesin eşit düzeyde söz hakkına sahip olabileceğini belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcılardan alınan yanıtlara göre, katılımcıların çoğunlukla her iki ifadeye de aynı yanıtı verme

eğiliminde olduğu görülmüştür. Yani ilk ifadeye katılıyorum yanıtını veren katılımcılar çoğunlukla ikinci ifadeye de katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre denilebilir ki, herkesin sosyal medya hesabı açabileceğini düşünenler, -sosyal medyada- toplumsal konularda herkesin eşit düzeyde söz hakkına sahip olduğunu da düşünmektedirler. Alınan yanıtlara göre, ‘sosyal medya mecralarında sanal kamusal alanlar vardır’ hipotezinin desteklendiği anlaşılmaktadır.

Sosyal medya mecralarında kamusal alanların varlığına yönelik hipotez ayrıca, katılımcıların takip ettikleri içerik türlerine göre de analiz edilmiştir. Katılımcılara, kamusal ve özel temalı olan bazı örnek durumlar iki ayrı seçenekte sunulmuş ve katılımcıların sosyal medyada bu iki tür içerikler bütününden hangisini daha çok takip ettikleri belirlenmek istenmiştir. Böylece sosyal medyada kamusal alanların mümkünlük düzeylerinin takip edilen içerikler bağlamında ortaya konması amaçlanmıştır. Bu analizle sosyal medya mecralarında takip edilen içeriklerin yaşa göre değişimi gözlenmek istenmiştir. ‘*Toplumsal / Politik / Sosyal konularla alakalı*’ başlıkları kamusal alanın konuları ve ‘*Mesleğimle / Kişisel durumumla / İlgi alanımla alakalı*’ başlıkları ise özel alanın konuları olarak belirlenmiştir.

Tablo 77. Yaşa göre “Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz” ifadesinin analizi

YAŞINIZ	Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz?		TOPLAM
	Toplumsal / Politik / Sosyal konularla alakalı	Mesleğimle / Kişisel durumumla / İlgi alanımla alakalı	
15-20	%35,1 (34)	%64,9 (63)	%100 (97)
21-40	%46,6 (190)	%53,4 (218)	%100 (408)
41-55	%72,9 (51)	%27,1 (19)	%100 (70)
55 Üzeri	%83,0 (39)	%17,0 (8)	%100 (47)
TOPLAM	%50,5 (314)	%49,5 (308)	%100 (622)
X²: 45,613^a P: ,000 C: ,271			

Yapılan analize göre bireylerin yaş düzeyleri ve ait oldukları kuşaklarla sosyal medyada takip ettikleri içerik türlerinin anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir. Contingence değeri incelendiğinde ise bu anlamlı ilişkinin 0,271 değeriyle görece düşük sayılabilecek bir ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir.

Yapılan analize göre, yaş düzeyi arttıkça kamusal konularla daha fazla ilgilenildiği ve yaş düzeyi azaldıkça da özel konularla daha fazla ilgilenildiği

saptanmıştır. 41 yaş ve üzerindeki katılımcıların toplumsal, politik ya da sosyal konulardaki içerikleri daha çok takip ettikleri ve 40 yaş ve altındaki katılımcıların ise kişisel durumlarıyla ilgili içerikleri daha çok takip ettikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %50,5'i kamusal ve %49,5'i özel konularla ilgili içerikleri takip etmektedir. Elde edilen bu verilere göre sosyal medyada kamusal alanların kurulabileceği söylenebilir ancak söz konusu olası kamusal alana katılımın Y ve Z kuşaklarında beklenenin altında kalmakta olduğu görülmüştür.

2.2. KAMUOYUNUN SANAL ALANI: SOSYAL MEDYA

Toplumsal bir alanın kamusal alan sayılabilmesi için herkese açık ve katılımcı bir ortam olması beklenir. H herkese açık olan bu alanlarda bireyler kamusal katılımı bulunurlar. Yani etkileşim halindedirler. Bu bağlamda sosyal medya mecralarında kamusal alanın varlığı araştırılırken de bu sanal ortamın, kamuoyunun etkileşime geçtiği bir alan olduğu hipotezi sınanmak istenmiştir. ‘Sosyal medya kamuoyunun etkileşime geçtiği sanal bir alandır’ hipotezi uyarınca ilk olarak herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür ifadesiyle, bireylerin toplumsal aidiyetlerin bağımsız bir biçimde diğerleriyle etkileşime geçme düzeylerinin ilişkisi analiz edilmiştir.

Tablo 78. “Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür” İfadesine göre “Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler” İfadesine Katılma Durumu

Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür	Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyoru m	Katılmıyoru m	Kararsızım	Katılıyoru m	Kesinlikle Katılıyoru m	
Kesinlikle Katılmıyoru m	7 19,4%	7 19,4%	6 16,7%	8 22,2%	8 22,2%	36 100,0%
Katılmıyoru m	5 12,8%	10 25,6%	11 28,2%	4 10,3%	9 23,1%	39 100,0%
Kararsızım	10 10,6%	9 9,6%	22 23,4%	27 28,7%	26 27,7%	94 100,0%
Katılıyorum	12 8,3%	8 5,6%	32 22,2%	49 34,0%	43 29,9%	144 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	11 3,6%	18 5,8%	63 20,4%	50 16,2%	167 54,0%	309 100,0%
Toplam	45 (7,2%)	52 (8,4%)	134 (21,5%)	138 (22,2%)	253 (40,7%)	100,0%
X²: 87,358^a P: ,000 C: ,375						

Yapılan analize göre (Tablo-75), ‘Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür’ ifadesi ile ‘Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler’ ifadesi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Contingence değerine bakıldığında ise bu anlamlı ilişkinin görece güçlü olduğu anlaşılmıştır.

Katılımcıların büyük çoğunluğunun herkesin sosyal medyaya erişimi olduğunu düşündükleri saptanmıştır. Aynı zamanda katılımcıların yine büyük çoğunluğu bireylerin toplumsal aidiyetlerinden bağımsız olarak diğerleriyle etkileşime geçtiğini düşünmektedir. Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür ifadesine kesinlikle katılıyorum yanıtını veren katılımcılardan yüzde 54’ü Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler ifadesine de

kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. Tablo incelendiğinde en yüksek oranın bu olması genel dağılımdaki oransal veriler göstermektedir ki, bireyler sosyal medyanın, herkese açık ve ayırım gözetmeksizin herkesin diğerleriyle etkileşimde olabildiği bir platform olduğunu düşünmektedir. Bu veriye göre, ‘Sosyal medya kamuoyunun etkileşime geçtiği sanal bir alandır’ hipotezini destekleyen bir sonuç elde edildiği saptanmıştır.

Tablo-75’de verilen analizde, sosyal medyanın herkese açık bir alan olarak kabul edildiğinin ortaya konduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuca bağlı olarak Tablo-76’da, herkese açık olduğu kabul edilen bu sanal dünyada her bireyin eşit bir yerde konumlandırıp konumlandırılmadığı yine toplumsal aidiyetlerden azade biçimde etkileşime geçilme düzeyiyle ilişkilendirilerek araştırılmıştır.

Tablo 79. “Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur” İfadesine göre “Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler” İfadesinin Katılma Durumu

Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur	Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	36 24,7%	20 13,7%	36 24,7%	22 15,1%	32 21,9%	146 100,0%
Katılmıyorum	2 1,9%	18 16,8%	35 32,7%	24 22,4%	28 26,2%	107 100,0%
Kararsızım	3 2,7%	7 6,3%	33 29,5%	39 34,8%	30 26,8%	112 100,0%
Katılıyorum	2 2,8%	2 2,8%	18 25,0%	28 38,9%	22 30,6%	72 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	2 1,1%	5 2,7%	12 6,5%	25 13,5%	141 76,2%	185 100,0%
Toplam	45 7,2%	52 8,4%	134 21,5%	138 22,2%	253 40,7%	622 100,0%
X ² : 244,338 ^a P: ,000 C: ,627						

Yapılan analize göre, ‘sosyal medyada ayrıcalıklı bir kesim yoktur’ ifadesine ilişkin alınan geri bildirimlerle ‘Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler’ ifadesine verilen geri bildirimlerin anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir. Anlamlı bir ilişkinin var olduğu ifadelere yönelik elde edilen Contingence değerine bakıldığında bu ilişkinin güçlü bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların çoğunluğunun sosyal medyada ayrıcalıklı bir kesim olmadığını düşündükleri tespit edilmiştir. Ancak katılımcıların azımsanamayacak bir kısmının da sosyal medyada ayrıcalıklı bir kesimin olduğunu düşünmektedir. Sosyal medyada ayrıcalıklı bir kesim olduğunu düşünen katılımcıların, bireylerin toplumsal aidiyetlerinden bağımsız olarak sosyal medyada etkileşime geçme düzeylerine yönelik düşünce eğilimlerinin birbirine yakın oranlarla dağıldığı görülmüştür. Buna karşın sosyal medyada ayrıcalıklı bir kesim olmadığını düşünen katılımcılar ise çoğunlukla bireylerin toplumsal aidiyetlerinden azade biçimde sosyal medyada etkileşime geçtiğini savunmuşlardır. Yani, ‘sosyal medyada eğer ayrıcalıklı bir kesim varsa, toplumsal aidiyetlerden sıyrılma düzeyi değişkenlik gösterecektir. Ancak ayrıcalıklı bir kesim yoksa toplumsal aidiyetlerden yüksek olasılıkla azade olmak mümkündür’ sonucu elde edilmiştir. Yapılan bu analize göre, sosyal medyanın demokratik ve eşitlikçi olduğu sonucu elde edilmiş olsa da aksi yöndeki verilerin de azımsanamayacak bir düzeyde oluşu sosyal medyanın, kamuoyunun etkileşime geçtiği sanal bir alan olduğu hipotezini desteklerken sosyal medyanın kamusal alan sayılabilirliğine yönelik eksiklikleri de içinde barındırmaktadır.

2.3. KAMUSAL KONULARDA ETKİLİ BİR ETKİLEŞİM ALANI OLARAK SOSYAL MEDYA

Sosyal medya, mekânsızlık ve zamansızlık özellikleri gibi pek çok özelliğiyle fiziksel alanların sınırlarını aşmıştır. Bu bağlamda, sosyal medyanın kamusal konularda etkili bir etkileşim alanı olup olmadığı, geleneksel kamusal alanın sınırlılıklarını aşarak kamusal anlamda etkili olup olmadığı test edilmek istenmiştir. Bunun için esas olarak ‘İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere, (fiziki alanlarda yapılanlara kıyasla) daha çok katılım sağlar’

ifadesi ile ‘Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir’ ifadesi arasındaki ilişiklilik incelenmiştir.

Tablo 80. “İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere daha çok katılım sağlar” İfadesine göre “Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir” İfadesine katılım durumu

İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere, (fiziki alanlarda yapılanlara kıyasla) daha çok katılım sağlar	Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	6 20,0%	0 0,0%	6 20,0%	7 23,3%	11 36,7%	30 100,0%
Katılmıyorum	2 3,8%	7 13,2%	20 37,7%	14 26,4%	10 18,9%	53 100,0%
Kararsızım	3 1,9%	10 6,5%	48 31,2%	47 30,5%	46 29,9%	154 100,0%
Katılıyorum	5 2,9%	15 8,8%	41 24,1%	62 36,5%	47 27,6%	170 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	9 4,2%	16 7,4%	34 15,8%	54 25,1%	102 47,4%	215 100,0%
Toplam	25 4,0%	48 7,7%	149 24,0%	184 29,6%	216 34,7%	622 100,0%
X²: 62,066^a P: ,000 C: ,316						

Yapılan çapraz tablo analizine göre (Tablo-77); ‘İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere, (fiziki alanlarda yapılanlara kıyasla) daha çok katılım sağlar’ ifadesi ile ‘Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir’ ifadesi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İki değişken arasındaki bu anlamlı ilişkinin continence değerine bakıldığında ise görece düşük sayılabilecek bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Elde edilen bulgulara göre katılımcıların genel eğiliminin, sosyal medyanın kamusal konularda fiziksel sınırları aştığı ve sanal alanlarda başlatılan hareketlerin geleneksel kamusal alanlara taşındığı yönünde olduğu belirlenmiştir. ‘İnsanların, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere, (fiziki alanlarda yapılanlara kıyasla) daha çok katılım kesinlikle sağlamadığını’ düşünenler çoğunlukla, sosyal medyada başlatılan eylemlerin kolaylıkla meydanlara taşınabileceğini kesinlikle düşünmektedir. Sanal ortamdaki aktivitelere daha çok katılım sağlandığına katılmayanlar ve kararsızım diyenler çoğunlukla, sanal mecralardaki eylemlerin kolaylıkla sokağa taşınması hususunda kararsız kalmışlardır. Sosyal medyada düzenlenen faaliyetlere katılımın daha çok olduğunu düşünenler ise sanal mecralardaki eylemlerin kolaylıkla sokağa taşındığı görüşündedirler. Elde edilen bu verilere göre, katılımcıların genel olarak, sosyal medyada başlatılan kampanya ve aktivitelere (fiziksel olanlara kıyasla) daha çok katılım sağlandığını ve sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketlerin kolaylıkla meydanlara taşındığını düşündükleri tespit edilmiştir. Buna göre, ‘Sosyal medya, kamusal konularda etkili bir etkileşim aracıdır.’ hipotezinin desteklendiği anlaşılmaktadır.

Sosyal medyanın kamusal konularda etkili bir etkileşim aracı olup olmadığı hipotezi bireylerin gündemi takip ettikleri ve güvendikleri mecralar arasındaki ilişellik bağlamında da değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmenin yapılması şu nedenle uygun görülmüştür; etkileşimin esas olduğu sosyal medya mecralarında bireyler, hem içerik üreticisi hem de tüketicidirler. Bu nedenle kamusal meselelerin sosyal medya üzerinden takip edilmesi veya bu konularda sosyal medyaya güvenilmesi, sosyal medya mecralarının etkili bir etkileşim alanı olduğunu ortaya koyacak ve sosyal medya mecralarında kamusal alanın var olabileceği tezini güçlendirecektir.

Tablo 81. “Gündemi daha çok hangi mecralardan takip edersiniz?” İfadesine göre
 “Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendiğiniz mecra/araç hangisidir?” İfadesine Katılma Durumu

Gündemi daha çok hangi mecralardan takip edersiniz?	Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendiğiniz mecra/araç hangisidir?			TOPLAM
	Sosyal medya mecraları	Kamu kurumları ile özel kurumların web siteleri	Geleneksel medya araçları	
Sosyal medya mecralarından	%45,2 (205)	%38,8 (176)	%16,1 (73)	%100 (454)
Kamu kurumları ile özel kurumların web sitelerinden	%3,8 (2)	%86,8 (46)	%9,4 (5)	%100 (53)
Geleneksel medya araçlarından	%7,8 (9)	%22,6 (26)	%69,6 (80)	%100 (115)
TOPLAM	%34,7 (216)	%39,9 (248)	%25,4 (158)	%100 (622)
X ² : 199,953 ^a P: ,000 C: ,567				

Yapılan analize göre değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Contingence değerine bakıldığında da bu anlamlı ilişkinin, güçlü sayılabilecek bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo-78’den elde edilen bulgulara göre; bireylerin, gündemi daha çok sosyal medya mecralarından ardından ise sırasıyla geleneksel medya mecralarından ve kamu kurumları ile özel kurumların web sitelerinden takip ettikleri belirlenmiştir. Ancak bireylere, kamusal -alanın konularından- toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendikleri mecra hangisi olduğu sorulduğunda yanıtların farklılaştığı görülmüştür. Buna göre bireylerin öncelikle kamu kurumları ile özel kurumların web sitelerine, akabinde (ilkine yakın bir oranla) sosyal medya mecralarına ve en son ise geleneksel medya mecralarına güvendikleri görülmüştür. Analizle ilişkili olarak ayrıca belirtilmelidir ki, bireyler çoğunlukla gündemi, daha çok güvendikleri mecralar üzerinden takip etmeyi tercih etmektedirler. Yani gündemi daha çok sosyal medya mecralarından takip edenler aynı zamanda sosyal medya mecralarına daha çok güvenmektedirler. Kurumların web sitelerine ve geleneksel medya araçlarına karşı da katılımcıların tutumları aynı yönde olmuştur. Sosyal medyanın kamusal konularda en sık takip edilen mecra oluşu ve güvenilirlik

açısından da azımsanamayacak bir oran almış olması, sosyal medyanın kamusal konularda etkili bir etkileşim alanı olduğu hipotezini desteklemektedir.

2.4. KAMUSAL ALAN VE FİZİKSEL MEKÂN

Tarihsel süreçte, yurttaşların toplanma merkezlerinin büyük çoğunlukla meydanlar olduğu bilinmektedir. Kamusal alanın konuları da kamuoyunun bir araya geldiği bu alanlarda tartışıldığı için meydanlar çoğunlukla kamusal alanlar olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle meydanların, kamusal alan için oldukça önem taşıyan mekânlar olduğu söylenebilir. Bu nedenle de ‘Kamusal Alan’ Kavramsallaştırması Fiziksel Mekândan Bağımsızdır’ hipotezinin sınanması için ilk olarak katılımcıların sosyal medya mecralarını sanal birer meydan olarak görüp görmediği, kamusal konularda sıklıkla güvenilen mecraların hangisi olduğu bağlamında değerlendirilmek istemiştir.

Tablo 82. “Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendiğiniz mecra/araç hangisidir?” İfadesine göre “Sosyal medya sanal bir meydan gibidir” İfadesine Katılma Durumu

Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendiğiniz mecra/araç hangisidir?	Sosyal medya sanal bir meydan gibidir					TOPLAM
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Sosyal medya mecraları	%2,3 (5)	%3,7 (8)	%9,3 (20)	%23,6 (51)	%61,1 (132)	%100 (216)
Kamu kurumları ile özel kurumların web siteleri	%2,4 (6)	%4,4 (11)	%9,7 (24)	%18,1 (45)	%65,3 (162)	%100 (248)
Geleneksel medya araçları	%0,0 (0)	%1,3 (2)	%10,8 (17)	%22,2 (35)	%65,8 (104)	%100 (158)
TOPLAM	%1,8 (11)	%3,4 (21)	%9,8 (61)	%21,1 (131)	%64,0 (398)	%100 (622)
X²: 9,135^a P: ,000 C: ,121						

Analizden elde edilen istatistiksel verilere göre katılımcıların, kamusal konularda güvendikleri mecralar ile sosyal medyanın sanal bir meydan olarak görülebilirliği arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen bu anlamlı ilişkinin ise düşük sayılabilecek bir ilişki olduğu anlaşılmıştır.

Yapılan analize göre (Tablo-79), katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyayı sanal bir meydan olarak kabul ettiği tespit edilmiştir. Buna karşın katılımcılar öncelikli olarak sosyal medya mecralarına değil kamu kurumları ile özel kurumların web sitelerine güvenmektedirler. Güvenilirlikteki bu sıralamanın nedeninin kurum web sitelerinin onaylanmış bilgiler vermesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Buna karşın sosyal medyanın, (etkileşimli ve doğrulanmamış çok sayıda enformasyonun sürekli akışta olduğu bir mecra olmasına rağmen) kurumların web sitelerine duyulan güvene oldukça yakın bir oranla katılımcıların güvenini kazandığı görülmektedir. Sosyal medyaya duyulan güvenin ise bireylerin diğer gerçek kişilerin samimiyetine duydukları güvenden kaynaklandığı düşünülmektedir. Katılımcıların güvenilir buldukları mecralar her ne kadar farklılaşsa da sosyal medyayı sanal bir meydan olarak kabul eden katılımcılar büyük çoğunluğu oluşturmaktadır. Bu da sosyal medyada bir kamusal alan olabileceğine işaret ederek, ‘Kamusal Alan’ kavramsallaştırması fiziksel mekândan bağımsızdır’ hipotezinin desteklendiğini anlaşılmıştır.

‘Kamusal Alan’ kavramsallaştırması fiziksel mekândan bağımsızdır’ hipotezine yönelik ayrıca, katılımcıların sosyal medya mecralarında takip ettikleri içeriklerin kamusal veya özel temalı oluşuyla, sosyal medyanın sanal bir meydan gibi görülüp görülmediğinin ilişkisi değerlendirilmiştir. Katılımcıların sosyal medyayı kamusal amaçla mı? Yoksa özel amaçla mı? Kullandıklarının anlaşılabilmesi için iki ayrı ifadeler birleşimi oluşturulmuştur. Buna göre katılımcıların takip ettikleri içeriklerin kamusal veya özel içerikli olmasıyla sosyal medyanın sanal bir meydan olarak görülmesi arasında bir bağ aranmıştır.

Tablo 83. “Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz?” İfadesine göre
“Sosyal medya sanal bir meydan gibidir” ifadesine katılma durumu

Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz?	Sosyal medya sanal bir meydan gibidir					TOPLAM
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Toplumsal / Politik / Sosyal konularla alakalı	%1,3 (4)	%3,5 (11)	%9,9 (31)	%21,3 (67)	%64,0 (201)	%100 (314)
Mesleğimle / Kişisel durumumla / İlgi alanımla alakalı	%2,3 (7)	%3,2 (10)	%9,7 (30)	%20,8 (64)	%64,0 (197)	%100 (308)
TOPLAM	%1,8 (11)	%3,4 (21)	%9,8 (61)	%21,1 (131)	%64,0 (398)	%100 (622)
X ² : ,933 ^a P: ,000 C: ,039						

Yapılan analize göre (Tablo-80), söz konusu değişkenler arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, takip edilen içerikler kamusal da olsa özel de olsa kişilerin sosyal medyayı sanal bir meydan olarak gördüğü ortaya konmuştur. Böylece, ‘Kamusal Alan’ kavramsallaştırması fiziksel mekândan bağımsızdır’ hipotezi bir kez daha desteklenmiştir.

2.5. SANAL TOPLULUKLAR VE KAMUSAL KONULAR

Sosyal medyada kamusal alanın mümkünlüğü araştırılırken bir diğer önemli hipotez ise, sanal toplulukların kamusal meselelerde etkinlik düzeyidir. Kamusal alanlarda bir araya gelen bireyler topluluğunun toplumu ilgilendiren meselelerde akıl yürüttükleri, fikir alışverişinde bulundukları bilinmektedir. Demokratik toplumlarda bu eylemlerin yönetsel olarak da bir değeri vardır. Sosyal medya mecralarında bir kamusal alan arandığında da böylesi bir etkinliğin var olup olmadığı araştırılmıştır. Buna göre ilk olarak; sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşıyabilirliği ile sosyal medyada başlatılan eylemlerin yönetim mekanizmalarınca dikkate alınırılığı arasındaki ilişkisellik değerlendirilmiştir.

Tablo 84. “Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşıır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)” İfadesine göre “Sosyal medyada başlatılan eylemler yönetim mekanizmalarınca dikkate alınır” İfadesine Katılma Durumu

Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşıır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)	Sosyal medyada başlatılan eylemler yönetim mekanizmalarınca dikkate alınır					Topla m
	Kesinlikle Katılmıyoru m	Katılmıyoru m	Kararsızı m	Katılıyoru m	Kesinlikle Katılıyoru m	
Kesinlikle Katılmıyoru m	7 18,9%	1 2,7%	16 43,2%	5 13,5%	8 21,6%	37 100,0%
Katılmıyoru m	4 5,8%	16 23,2%	24 34,8%	19 27,5%	6 8,7%	69 100,0%
Kararsızım	11 4,8%	31 13,5%	92 40,0%	65 28,3%	31 13,5%	230 100,0%
Katılıyorum	3 1,8%	16 9,8%	41 25,2%	74 45,4%	29 17,8%	163 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	4 3,3%	9 7,3%	11 8,9%	27 22,0%	72 58,5%	123 100,0%
Toplam	29 4,7%	73 11,7%	184 29,6%	190 30,5%	146 23,5%	622 100,0%
X²: 165,055^a P: ,000 C: ,515						

Yapılan analize göre (Tablo-81), sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşıyabilirliği düzeyleriyle sosyal medyada başlatılan eylemlerin yönetim mekanizmalarınca dikkate alınırılığı arasında anlamlı ve güçlü bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Tablo-81’de göre, sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşımadığını düşünen katılımcıların çoğunluğunun sosyal medyada başlatılan eylemlerin yönetim mekanizmalarınca dikkate alınırılığına ilişkin ifadeye kararsızım yanıtını verdikleri tespit edilmiştir. Sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşımasına yönelik ifadeye kararsızım yanıtını veren katılımcıların çoğunluğunun sosyal medyada başlatılan eylemlerin yönetim mekanizmalarınca dikkate alınırılığına ilişkin ifadeye ağırlıkta kararsızım akabinde ise katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını verdikleri tespit edilmiştir. Sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşıdığını düşünen

katılımcıların çoğunluğunun ise sosyal medyada başlatılan eylemlerin yönetim mekanizmalarınca dikkate alınırılığına ilişkin ifadeye çoğunlukla katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını verdikleri tespit edilmiştir. Elde edilen bu verilere göre, ‘Sanal toplulukların kamusal meselelerde etkin olduğu’ hipotezinin desteklendiği anlaşılmaktadır.

‘Sanal topluluklar, kamusal meselelerde etkindir’ hipotezi; sosyal medya kullanıcılarının toplumsal konulardaki duyarlılık düzeyleri ile sanal toplulukların baskı grubu taşıyabilirlik düzeyleri arasındaki ilişki düzeyiyle de değerlendirilmiştir.

Tablo 85. “Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır” ifadesine göre “Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)” İfadesine Katılma Durumu

Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır	Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	9 34,6%	2 7,7%	6 23,1%	1 3,8%	8 30,8%	26 100,0%
Katılmıyorum	3 5,3%	12 21,1%	26 45,6%	8 14,0%	8 14,0%	57 100,0%
Kararsızım	5 2,6%	21 11,1%	92 48,7%	53 28,0%	18 9,5%	189 100,0%
Katılıyorum	9 4,8%	17 9,1%	65 34,8%	69 36,9%	27 14,4%	187 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	11 6,7%	17 10,4%	41 25,2%	32 19,6%	62 38,0%	163 100,0%
Toplam	37 5,9%	69 11,1%	230 37,0%	163 26,2%	123 19,8%	622 100,0%
X²: 124,073^a P: ,000 C: ,447						

Yapılan analizlere göre (Tablo-82), söz konusu değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu saptanmıştır. Contingence değerine bakıldığında da bunun güçlü bir ilişki olduğu anlaşılmıştır.

Kullanıcıların toplumsal konulara duyarlı olduğunu düşünen katılımcıların çoğunluğu -sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşımasına ilişkin ifadeye-

kararsızım, katılıyorum veya kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşıdığını düşünen katılımcıların çoğunluğu da - kullanıcıların toplumsal konulara duyarlılığına ilişkin ifadeye- kararsızım, katılıyorum veya kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Elde edilen bulgulara göre, total verilere bakıldığında katılımcıların çoğunlukla kararsızım yanıtını verdikleri görülse de katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum ile katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum yanıtları toplamına bakarak, katılımcıların kısmi çoğunlukla her iki ifadede de katıldıkları sonucuna erişilmektedir. Buna göre kısmi olarak, Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır ve Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşır sonuçları elde edilmiştir. Bu da sanal topluluklar, kamusal meselelerde etkindir hipotezinin desteklendiğini göstermektedir.

‘Sanal topluluklar, kamusal meselelerde etkindir’ hipotezine yönelik olarak ayrıca, sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşıyabilirliği ile yönetim mekanizmalarınca alınmış bir kararın geri çekilmesinin olasılığı arasındaki ilişki düzeyi değerlendirilmiştir.

Tablo 86. “Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşır” İfadesine göre “Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesi mümkündür” İfadesine Katılma Durumu

Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşır (sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi)	Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesi mümkündür					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	9 24,3%	9 24,3%	7 18,9%	0 0,0%	12 32,4%	37 100,0%
Katılmıyorum	7 10,1%	11 15,9%	16 23,2%	20 29,0%	15 21,7%	69 100,0%
Kararsızım	14 6,1%	26 11,3%	70 30,4%	70 30,4%	50 21,7%	230 100,0%
Katılıyorum	3 1,8%	15 9,2%	43 26,4%	61 37,4%	41 25,2%	163 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	8 6,5%	6 4,9%	9 7,3%	27 22,0%	73 59,3%	123 100,0%
Toplam	41 6,6%	67 10,8%	145 23,3%	178 28,6%	191 30,7%	622 100,0%
X²: 116,084^a P: ,000 C: ,432						

Tablo-83’de göre yapılan analiz sonuçları incelendiğinde değişkenler arasında anlamlı ve güçlü bir ilişki bulunduğ u saptanmıştır.

Sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşımadığını düşündüğ ünü ‘kesinlikle katılmıyorum’ ifadesiyle beyan eden katılımcıların çoğunlukla Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesinin kesinlikle mümkün olduğunu düşündükleri belirlenmiştir. ‘Katılmıyorum’ ifadesiyle beyan eden katılımcılar da çoğunlukla resmi makamlarca alınan bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesinin mümkün olduğunu düşünmektedir. Sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşımasına yönelik kararsız olduğunu belirten katılımcıların, Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesine yönelik

tutumları ‘kararsızım’ ve ‘katılıyorum’ ifadelerinde toplanmıştır. Sanal toplulukların baskı grubu niteliği taşıdığını düşündüklerini ‘katılıyorum’ ifadesiyle belirten katılımcıların diğer ifadeye de ‘katılıyorum’ ağırlıklı yanıt verdikleri ve ‘kesinlikle katılıyorum’ diyen katılımcıların da diğer ifadeye de çoğunlukla ‘kesinlikle katılıyorum’ yanıtını verdikleri belirlenmiştir. Buna göre katılımcıların genel eğilimlerinin, kısmi olarak sosyal medyanın baskı grubu niteliği taşıdığı yönünde olduğu ve buna bağlı olarak da sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesinin mümkün olduğu yönünde olduğu saptanmıştır. Bu verilere göre, sosyal medya kamusal meselelerde etkindir hipotezinin doğrulandığı anlaşılmaktadır.

2.6. BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE KAMUSALLIK

Günümüzde sosyal medyanın pek çok farklı amaçla kullanıldığı bilinmektedir. Bu tez çerçevesinde araştırılmakta olan konu sebebiyle, bireylerin sosyal medyayı diğer amaçlarının yanında kamusal amaçlı olarak da kullanıp kullanmadığı sınırlanmak istenmiştir. Bu bağlamda ilk olarak katılımcıların yaş düzeylerine göre sosyal medya hesabına sahip olma sebepleri değerlendirilmiştir. Sosyal medya hesaplarına sahip olma sebepleri olarak katılımcılara bazı farklı seçenekler sunulmuş ve bu seçenekler kamusal ve özel amaç taşıyıcı biçimde ayrıştırılmıştır. Buna göre; gündemi takip etmek/ gündemden haberdar olmak ve katılım sağlamak/ tartışmak/ fikir paylaşımında bulunmak seçenekleri kamusal amaçlı, hoşça vakit geçirmek/ eğlenmek ve tanıdıkları/ fenomenleri takip etmek seçenekleri özel amaçlı olarak saptanmıştır.

Tablo 87. Katılımcıların yaş düzeylerine göre “Sosyal medya hesabına sahip olmanızın başlıca sebebi nedir?” ifadesine Katılım Durumu

YAŞINIZ	Sosyal medya hesabına sahip olmanızın başlıca sebebi nedir?				TOPLAM
	Gündemi takip etmek / Gündemden haberdar olmak	Katılım sağlamak / Tartışmak / Fikir paylaşımında bulunmak	Hoşça vakit geçirmek / Eğlenmek	Tanıdıkları / Fenomenleri takip etmek	
15-20	%40,2 (39)	%7,2 (7)	%48,5 (47)	%4,1 (4)	%100 (97)
21-40	%61,8 (252)	%9,3 (38)	%24,3 (99)	%4,7 (19)	%100 (408)
41-55	%75,7 (53)	%10,0 (7)	%7,1 (5)	%7,1 (5)	%100 (70)
55 Üzeri	%74,5 (35)	%6,4 (3)	%6,4 (3)	%12,8 (6)	%100 (47)
TOPLAM	%60,9 (379)	%8,8 (55)	%24,8 (154)	%5,5 (34)	%100 (622)
X ² : 18,8 P: ,000 C: ,296					

Tablo-84’de yapılan analizler çerçevesinde yukarıda belirtilen değişkenler arasında anlamlı ve görece düşük bir ilişki bulunduğu anlaşılmıştır.

Katılımcıların sosyal medya hesabına sahip olmalarının başlıca sebepleri ile yaşları arasındaki ilişki incelendiğinde; katılımcıların yaş düzeyleriyle sosyal medya kullanım sebepleri arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre; katılımcıların yaş düzeyi arttıkça, gündemi takip etmek ve gündemden haberdar olmak amacına yönelimlerinin de arttığı ortaya konmuştur. Öyleyse sosyal medyada kamusal alanı ilgilendiren konuların izlenmesi noktasında yaş düzeyinin etkili olduğu söylenebilir. Katılım sağlamak, tartışmak veya paylaşımında bulunmak amacı, 55 yaşa dek düzenli bir artış gösterirken 55 yaş üzerinde kısmen azalmaktadır. Bu da katılımcıların, kamusal alanın gereği olacak bir biçimde etkileşimde bulunmalarının yaş düzeyine bağlı olarak artış gösterdiğini göstermektedir. Ancak bu ifadede 55 yaş üzerindeki katılımcıların kısmen daha az aktif olduğu görülmektedir. Bu durumun, *baby boomers* kuşağına ait olan 55 yaş üzerindeki bireylerin dijital teknolojilere olan yabancılığından kaynaklandığı düşünülmektedir. Hoşça vakit geçirmek ve eğlenmek amacıyla sosyal medya hesabına sahip olduklarını söyleyen katılımcıların yaş düzeyleri düştükçe arttığı gözlenmiştir. Yani, eğlence ve hoşça vakit geçirmeye önem veren yaş gruplarını sırasıyla Z>Y>X>Baby Boomers kuşakları

oluşturmaktadır. Tanıdıkları ya da fenomenleri takip etmek amacı incelendiğinde ise yaş düzeyi arttıkça bu amaca yönelimin arttığı belirlenmiştir. Bu ifadeyle ilgili olarak belirtilmelidir ki, katılımcılar daha yaşlı katılımcılar gerçek kişilerle ilişki kurmaya daha eğilimlidir. Yapılan bu analizden yola çıkarak, sosyal medyanın kamusal amaçlı olarak kullanılabileceğini varsayarsak, kamusal katılım amacının yaş düzeyi arttıkça arttığını ve yaş düzeyi düştükçe azaldığı anlaşılmıştır.

‘Bireyler sosyal medyayı kamusal amaçlı da kullanmaktadır’ hipotezinin sınanması amacıyla oluşturulan bir diğer tablo ise, ‘Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır’ ifadesi ile ‘Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir’ ifadesi arasındaki ilişki düzeyinin tespitine yönelik olarak hazırlanmıştır.

Tablo 88. “Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır” İfadesine göre “Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir” ifadesine Katılım Durumu

Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır	Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyoru m	Katılmıyoru m	Kararsızu m	Katılıyoru m	Kesinlikle Katılıyoru m	
Kesinlikle Katılmıyoru m	4 15,4%	4 15,4%	2 7,7%	4 15,4%	12 46,2%	26 100,0%
Katılmıyoru m	3 5,3%	11 19,3%	15 26,3%	17 29,8%	11 19,3%	57 100,0%
Kararsızım	9 4,8%	15 7,9%	69 36,5%	49 25,9%	47 24,9%	189 100,0%
Katılıyorum	6 3,2%	10 5,3%	41 21,9%	75 40,1%	55 29,4%	187 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	3 1,8%	8 4,9%	22 13,5%	39 23,9%	91 55,8%	163 100,0%
Toplam	25 4,0%	48 7,7%	149 24,0%	184 29,6%	216 34,7%	622 100,0%
X²: 93,179^a P: ,000 C: ,387						

Yapılan analize göre (Tablo-82), değişkenler arasında anlamlı ve görece yüksek bir ilişki bulunduğu anlaşılmıştır.

Bu kapsamda elde edilen bulgulara göre, sosyal medya kullanıcılarının toplumsal konulara genel olarak duyarlı olduğu ve bu platformlarda başlatılan toplumsal hareketlerin kolayca meydanlara taşınabileceği sonuçları elde edilmiştir. Katılımcılardan alınan yanıtlara göre, kullanıcıların toplumsal konulara duyarlı olduğunu düşünen katılımcıların çoğunluğu aynı zamanda toplumsal hareketlerin meydanlara taşınabileceğini de düşünmektedir. Azınlıkta olmakla birlikte kullanıcıların toplumsal konulara duyarlı olmadığını düşünen katılımcıların da çoğunlukla toplumsal hareketlerin meydanlara taşınabileceğini düşünmekte oldukları belirlenmiştir. Elde edilen bu bulgulara dayanarak ‘Bireyler sosyal medyayı kamusal amaçlı da kullanmaktadır’ hipotezinin desteklendiği tespit edilmiştir.

Bireylerin sosyal medyayı kamusal amaçlı kullanıp kullanmadığının tespitine yönelik olarak değerlendirilen bir diğer tablo da, sosyal medyada başlatılan kamusal faaliyetlere katılımın katılımcıların önemlilik düzeyi ile katılımcıların bu faaliyetlere ne denli katıldığının ilişkiselliğinin değerlendirilmesiyle oluşturulmuştur. Sosyal medyada başlatılan kampanya, aktivite ve eylemler kamuya açık faaliyetlerdir ve kamusal nitelik taşımaktadırlar. Bu nedenle, sosyal medyadaki kamusal katılımın araştırılması için bu ifadeler tercih edilmiştir.

Tablo 89. “Sosyal medyada başlatılan kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere katılmak önemlidir” İfadesine göre “Sosyal medya mecralarında başlatılan kampanyalara/eylemlere/aktivitelere katılım” ifadesine katılım durumu

Sosyal medyada başlatılan kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere katılmak önemlidir	Sosyal medya mecralarında başlatılan kampanyalara/eylemlere/aktivitelere katılım					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorm	Katılmıyorm	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorm	60 60,6%	24 24,2%	11 11,1%	4 4,0%	0 0,0%	99 100,0%
Katılmıyorm	41 33,1%	40 32,3%	33 26,6%	8 6,5%	2 1,6%	124 100,0%
Kararsızım	27 14,0%	36 18,7%	81 42,0%	38 19,7%	11 5,7%	193 100,0%
Katılıyorum	9 7,8%	13 11,2%	35 30,2%	48 41,4%	11 9,5%	116 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	8 8,9%	7 7,8%	8 8,9%	11 12,2%	56 62,2%	90 100,0%
Total	145 23,3%	120 19,3%	168 27,0%	109 17,5%	80 12,9%	622 100,0%
X²: 412,968^a P: ,000 C: ,815						

Yapılan analize göre (Tablo-86) değişkenler arasında anlamlı ve oldukça güçlü bir ilişki bulunduğu saptanmıştır.

Elde edilen bulgulara göre, bireylerin çoğunlukla sosyal medyadaki faaliyetlere katılımın önemi ve beraberinde kişisel katılım düzeylerinde kararsız oldukları saptanmıştır. Söz konusu bu faaliyetlere katılımı önemli bulmadıklarını beyan eden katılımcılar aynı zamanda bu faaliyetlere katılmadıklarını da beyan etmişlerdir. Kararsız olduklarını beyan eden katılımcıların çoğunluğu da bireysel katılım konusunda da kararsız kalmıştır. Ancak, bu faaliyetlere katılımı önemli bulduklarını beyan eden katılımcıların çoğunluğu aynı zamanda bireysel olarak da bu faaliyetlere katıldıklarını belirtmişlerdir. Yani, sosyal medyadaki kamusal katılıma ilişkin olarak, kamusal katılımı önemli bulmak ile bireysel katılım da bulunmak arasında güçlü bir bağ olduğu açıktır. Fakat elde edilen bu verilere göre ‘Bireyler

sosyal medyayı kamusal amaçlı da kullanmaktadır’ hipotezinin tümüyle desteklendiği söylenemez.

2.7. SANAL ORTAMLAR VE GELENEKSEL KAMUSAL ALAN

Teknolojik gelişmeler sonucunda toplumsal yaşamla tümüyle bütünleşmiş olan sosyal medya mecralarında kaçınılmaz olarak kamusal nitelikli içerikler de yer almaktadır. Sosyal medya mecralarında yer alan bu kamusal nitelikli içeriklerin gün geçtikçe artıyor oluşu da sosyal medyanın yeni bir kamusal alan sayılıp sayılamayacağı sorusunu kuvvetle gündeme getirmiştir. Bu hususta araştırılması gereken belirleyici etkenlerden biri de sosyal medyadaki kamusal içeriklerle geleneksel kamusal alan arasındaki bağıdır. Hipotezimize göre, sanal alanlarda başlayan kamusal nitelikli eylemler geleneksel kamusal alanlarla desteklenmektedir. Bu hipotezin sınanması için temel olarak, katılımcıların sosyal medyada katıldıkları faaliyetlerin sokağa taşınma düzeyleri ile sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketlerin genel olarak sokağa taşınabilirliğine yönelik ne düşündükleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Burada amaç, sosyal medyada başlatılan kamusal nitelikli faaliyetlerin gerçekte ne denli geleneksel kamuya taşındığı ile bu konudaki inanç arasındaki bağın tespit edilebilmesidir.

Tablo 90. “Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu” İfadesine göre “Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir” ifadesine katılım durumu

Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu.(Hiçbir kampanyaya katılmadıysanız cevaplamayınız)	Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	6 9,5%	4 6,3%	14 22,2%	15 23,8%	24 38,1%	63 100,0%
Katılmıyorum	1 1,8%	7 12,7%	13 23,6%	16 29,1%	18 32,7%	55 100,0%
Kararsızım	3 3,8%	7 8,8%	19 23,8%	33 41,3%	18 22,5%	80 100,0%
Katılıyorum	0 0,0%	4 5,8%	17 24,6%	24 34,8%	24 34,8%	69 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	1 1,5%	4 5,9%	8 11,8%	12 17,6%	43 63,2%	68 100,0%
Toplam	11 3,3%	26 7,8%	71 21,2%	100 29,9%	127 37,9%	335 100,0%
X²: 42,466^a P: ,000 C: ,356						

Yapılan analizlere göre, söz konusu iki değişken arasında anlamlı ve görece güçlü bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Tablo-87’de yalnızca sosyal medyada kampanya veya eylemlere katılanların oranlarıyla her iki ifade arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Ancak katılımcıların, sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketlerin sokağa taşınabilirliğine yönelik genel tutumu da belirleyici olacağından aşağıdaki tablo da oluşturulmuştur. Yukarıdaki tabloda yalnızca kampanyalara katılanların her iki ifadeye ilişkin tutumu değerlendirilmiş, aşağıdaki tabloda ise tüm katılımcıların ‘Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir’ ifadesine yönelik tutumları sunulmuştur.

Tablo 91. “Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/meysanlara taşınabilir” İfadesine Katılım Durumu

Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
4,0 (25)	7,7 (48)	24,0 (149)	29,6 (184)	34,7 (216)

Her iki tablodan elde edilen bulgulara göre genel olarak şu tespitler yapılmıştır; katılımcıların, katıldıkları kampanya veya eylemlerden sokağa taşınan olmasına yönelik değişken ve ağırlıkta kararsız kaldıklarına yönelik yanıt verdikleri görülmüştür. Buna karşın katılımcılar, çoğunlukla sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketlerin kolaylıkla meydanlara taşınabileceğini düşünmektedirler. ‘Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu’ ifadesine kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum yanıtını verenler çoğunlukla ‘Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/meysanlara taşınabilir’ ifadesine kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. Katıldıkları kampanyaların sokağa taşınma düzeyine ilişkin ifadeye kararsızım yanıtını verenler çoğunlukla diğer ifadeye de kararsızım yanıtını vermişlerdir. ‘Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu’ ifadesine kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum yanıtını verenler ise çoğunlukla ‘Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/meysanlara taşınabilir’ ifadesine kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. Elde edilen bu bulgulara göre, katılımcıların toplumsal meselelere ilişkin kampanya, etkinlik ve faaliyetlere %53 oranında katılım gösterdiği görülmüştür. (622 katılımcıdan 335’i katıldıklarını beyan etmiştir) Yani, katılım oranının çok da yüksek olmadığı görülmüştür. Eksik katılımı gerçekleştirilen bu faaliyetlerin geleneksel kamusal alana taşınma düzeylerine bakıldığında ise göreceli bir oran bulunmuştur. Yani bu eylemler büyük oranda geleneksel kamusal alanlara taşınmamıştır. Fakat ilginçtir ki, sosyal medyada herhangi bir kampanya veya eyleme katılmış olsun olmasın katılımcıların büyük çoğunluğu, sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketlerin kolaylıkla meydanlara taşınabileceğini düşünmektedir. Bu bulgulara göre, ‘sanal ortamda başlayan kamusal nitelikli eylemler fiziksel kamusal alanlarla

desteklenir’ hipotezinin kısmen doğrulandığı ancak aynı zamanda da bu hipoteze yönelik genel tutumun sanal bir yanılsama olabileceği tespit edilmiştir.

‘Sanal ortamda başlayan kamusal nitelikli eylemler fiziksel kamusal alanlarla destelenir’ hipotezi bir başka açıdan da ele alınmak istenmiştir. Bu kapsamda, sosyal medyada kurulan ilişkiler ile fiziksel alanlarda kurulan ilişkiler düzeyi, aralarındaki bağlantılarla araştırılmıştır. Bu değerlendirme şu amaçla yapılmıştır; Kamusal nitelikli faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için bir araya gelen bireyler topluluğunun aralarındaki iletişim ve etkileşimin güçlü olması beklenmektedir. Güçlü bir iletişimin de öncelikle güvenilir bağlarla sağlandığı ön görülmektedir. Bu nedenle aralarında güvenilir bağlar olmayan bireyler topluluğunun sağlıklı bir kamu ve dolayısıyla da kamusal alan oluşturabilmesi mümkün değildir.

Tablo 92. “Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, samimi ve güvenilir” ifadesine göre “Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, gerçek hayattakinden daha samimi ve güvenilir” ifadesine katılım durumu

Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, samimi ve güvenilir	Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, gerçek hayattakinden daha samimi ve güvenilir					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	171 89,1%	15 7,8%	5 2,6%	0 0,0%	1 0,5%	192 100,0%
Katılmıyorum	57 37,5%	65 42,8%	20 13,2%	9 5,9%	1 0,7%	152 100,0%
Kararsızım	22 11,4%	52 26,9%	103 53,4%	12 6,2%	4 2,1%	193 100,0%
Katılıyorum	5 9,3%	11 20,4%	12 22,2%	16 29,6%	10 18,5%	54 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	2 6,5%	4 12,9%	5 16,1%	5 16,1%	15 48,4%	31 100,0%
Toplam	257 41,3%	147 23,6%	145 23,3%	42 6,8%	31 5,0%	622 100,0%
X²: 547,669^a P: ,000 C: ,938						

Yapılan çapraz tablo analizlerine göre (Tablo-89) değişkenler arasında anlamlı ve oldukça güçlü bir ilişki bulunduğu anlaşılmıştır.

Buna göre, sosyal medyadaki tanışıklık ve arkadaşlıkları güvenilir bulmayan katılımcılar, sosyal medyadaki bu ilişkilerin fiziksel alanlarda olanlardan daha güvensiz ve samimiyetsiz olduğunu düşünmektedir. Sosyal medyadaki ilişkilerin güvenilirlik ve samimiyet düzeyine ilişkin kararsız olduklarını beyan edenler ise sosyal medyadaki ilişkilerin gerçek hayattakinden daha güvenilir ve samimi olmasına yönelik ifadeye de çoğunlukla kararsızım yanıtını vermiştir. Sosyal medyadaki ilişkileri güvenilir ve samimi bulduklarını beyan edenler ise, düşük oransal farklarla sanal alandaki ilişkilerin fiziksel alandakine kıyasla daha güvenilir ve samimi olduğunu düşünmektedirler. Elde edilen bu bulgulara göre, sosyal medyanın sanal alanındaki ilişkilerin güvenilirlikten ve samimiyetten uzak bulunduğu ve buna bağlı olarak da gerçek hayattaki ilişkilerden daha az güvenilir ve samimi bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, ‘Sanal ortamda başlayan kamusal nitelikli eylemler fiziksel kamusal alanlarla destelenir’ hipotezi, ilişkiler ağının yeterince güvenilir bulunmadığı sanal mecralarda kamusal faaliyetlerin sağlıklı ve yeterli düzeyde yürütülemeyeceği için desteklenmektedir.

2.8. GELENEKSEL KAMUSAL ALANA GÖRE SOSYAL MEDYADA ÖZGÜRLÜK

Geleneksel kamusal alanda kamusal tartışmaların gerçekleşebilmesi için bireylerin fiziksel olarak bir araya gelmeleri gereklidir. Sosyal medyanın sanal alanında ise fiziksel alan gereksinimi ortadan kalkmıştır. Ortadan kalkan bu fiziksel alan ihtiyacı, bireylerin bedenlerinden ve hatta kimliklerinden ayrı şekilde var olabilecekleri sanal bir alanın meydana gelebilmesini sağlamıştır. Söz konusu bu durum da, sosyal medyada kurulan etkileşim halini doğrudan etkilediği düşünülmektedir. Bu bağlamda ilk olarak; sosyal medyada bireylerin gerçek kimliklerini kullanma düzeyleriyle düşüncelerini ifade etme düzeyleri arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Sosyal medyada yürütülen kamusal içerikli tartışmaların bireyin anonim kimliğe bürünebilmesiyle ilişkili olup olamayacağının araştırıldığı bu ilk tabloya göre, sosyal medyada bireylerin düşüncelerini çekinmeden ifade edebilmeleriyle anonim kimliğin ilişkili olduğu sonucu elde edilmiştir.

Tablo 93. “Sosyal medyada bireyler, çekinmeden gerçek kimliklerini kullanırlar” ifadesine göre “Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler” ifadesine katılma durumu

Sosyal medyada bireyler, çekinmeden gerçek kimliklerini kullanırlar	Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	51 30,0%	33 19,4%	39 22,9%	25 14,7%	22 12,9%	170 100,0%
Katılmıyorum	13 8,9%	32 21,9%	49 33,6%	33 22,6%	19 13,0%	146 100,0%
Kararsızım	12 7,1%	17 10,0%	54 31,8%	38 22,4%	49 28,8%	170 100,0%
Katılıyorum	3 5,5%	8 14,5%	13 23,6%	19 34,5%	12 21,8%	55 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	2 2,5%	2 2,5%	5 6,2%	8 9,9%	64 79,0%	81 100,0%
Toplam	81 13,0%	92 14,8%	160 25,7%	123 19,8%	166 26,7%	622 100,0%
X²: 210,073^a P: ,000 C: ,581						

Yapılan analize göre (Tablo-90), söz konusu değişkenler arasında anlamlı ve güçlü bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Katılımcılardan elde edilen verilere göre, bireylerin sosyal medyada çoğunlukla gerçek kimliklerini kullanmadıklarının düşünüldüğü tespit edilmiştir. Buna karşılık katılımcılar, bireylerin sosyal medyada düşüncelerini çekinmeden ifade ettiklerini düşündüklerini beyan etmişlerdir. Buna göre, geleneksel kamuda bastırılan tutum ve kanaatlerin, bireyler kimliklerini saklayabileceği için sanal kamuda açığa çıkarılabileceği sonucuna ulaşılabilmektedir. Bu doğrultuda da ‘Bireyler, geleneksel kamusal alana kıyasla, sosyal medyada daha özgür davranırlar’ hipotezinin desteklendiği anlaşılmaktadır.

Bireylerin geleneksel kamusal alana kıyasla sosyal medyada daha özgür davranabilme düzeyinin tespit edilmesine yönelik ayrıca, ‘Sosyal medyada sıkı

denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar yoktur’ ifadesi ile ‘Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler’ ifadesi arasındaki ilişki düzeyi değerlendirilmiştir. Katılımcıların, sosyal medyayı denetim ve gözetimden uzak görüp görmedikleri ve buna göre de sosyal medyada düşüncelerini çekinmeden ifade edip etmedikleri araştırılmıştır.

Tablo 94. “Sosyal medyada sıkı denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar yoktur” İfadesine göre “Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler” ifadesine katılma durumu

Sosyal medyada sıkı denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar yoktur	Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	28 43,1%	11 16,9%	11 16,9%	5 7,7%	10 15,4%	65 100,0%
Katılmıyorum	8 11,1%	13 18,1%	25 34,7%	14 19,4%	12 16,7%	72 100,0%
Kararsızım	23 13,6%	32 18,9%	49 29,0%	33 19,5%	32 18,9%	169 100,0%
Katılıyorum	8 6,0%	23 17,2%	36 26,9%	42 31,3%	25 18,7%	134 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	14 7,7%	13 7,1%	39 21,4%	29 15,9%	87 47,8%	182 100,0%
Toplam	81 13,0%	92 14,8%	160 25,7%	123 19,8%	166 26,7%	622 100,0%
X²: 129,611^a P: ,000 C: ,456						

Yapılan çapraz tablo analizlerine (Tablo-91) göre, söz konusu değişkenler arasında anlamlı ve güçlü bir ilişkinin bulunduğu anlaşılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla sosyal medyada sıkı denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar olmadığı görüşünde olduğu tespit edilmiştir. Ancak bu ifadeye yönelik olarak katılımcıların yaklaşık %27’si kararsız olduklarını belirtmiş ve yaklaşık %22’si de katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını vermişlerdir. Katılımcıların, ‘Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini

Çekinmeden ifade edebilirler' ifadesine verdikleri yanıtlarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu kesinlikle katılıyorum ve katıyorum yanıtını verirken. Yaklaşık yüzde 25'i kararsızım ve yaklaşık yüzde 28'i ise katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını vermişlerdir. Katılımcıların ayrıca, her iki ifade de aynı yanıtları verme eğiliminde oldukları görülmüştür. Örneğin ilk ifadeye kesinlikle katılıyorum yanıtını veren katılımcıların büyük çoğunlukla diğer ifadeye de kesinlikle katılıyorum yanıtını verdiği belirlenmiştir. Bu verilere göre sosyal medyadaki denetim ve yaptırımların katılımcıların düşüncelerini ifade etme düzeyleriyle ilişkili olduğu saptanmıştır. Buna göre; bireylerin, denetim ve gözetimin görece daha az olduğu düşünöldüğünden, sanal topluluklarda daha özgür davrandığı sonucuna ulaşıldığı söylenebilir. Bu bağlamda da 'Bireyler, geleneksel kamusal alana kıyasla, sosyal medyada daha özgür davranırlar' hipotezinin desteklendiğı saptanmıştır.

2.9. KAMUSAL ALANIN UNSURLARI VE SOSYAL MEDYA

'Sosyal medya, kamusal alanın genel özelliklerini karşılayan bir mecraadır' hipotezinin sınanmasına yönelik olarak öncelikle –kamusal alanların demokratik toplumlarda sağlıklı biçimde işleyebileceğı savından yola çıkarak- sosyal medyanın sanal alanında özgürlük ve saygının ilişkisini değerlendirmek istenmiştir. Bu kapsamda, 'Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler' ifadesi ile 'Sosyal medya mecralarında katılımcılar karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygılıdır' ifadesi arasındaki ilişki düzeyi araştırılmıştır.

Tablo 95. “Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler” ifadesine göre “Sosyal medya mecralarında katılımcılar karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygılıdır” ifadesine katılma durumu

Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler	Sosyal medya mecralarında katılımcılar karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygılıdır					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyoru m	Katılmıyoru m	Kararsızım	Katılıyorm	Kesinlikle Katılıyorm	
Kesinlikle Katılmıyoru m	64 79,0%	13 16,0%	4 4,9%	0 0,0%	0 0,0%	81 100,0%
Katılmıyoru m	29 31,5%	45 48,9%	17 18,5%	0 0,0%	1 1,1%	92 100,0%
Kararsızım	41 25,6%	60 37,5%	46 28,8%	7 4,4%	6 3,8%	160 100,0%
Katılıyorum	33 26,8%	43 35,0%	27 22,0%	14 11,4%	6 4,9%	123 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	42 25,3%	17 10,2%	46 27,7%	10 6,0%	51 30,7%	166 100,0%
Toplam	209 33,6%	178 28,6%	140 22,5%	31 5,0%	64 10,3%	622 100,0%
X²: 230,560^a P: ,000 C: ,609						

Yapılan çapraz tablo analizine göre (Tablo-89) değişkenler arasında anlamlı ve güçlü bir ilişki olduğu anlaşılmıştır.

Kamusal alan genel hatlarıyla; katılımcı ve demokratik alanlar olma özellikleriyle de bilinirler. Bu kapsamda bu tabloda, bireylerin özgür bir biçimde sosyal medyanın sanal alanında düşüncelerini ifade edebilirlikleriyle, bu konuda diğerlerine olan saygı düzeyleri araştırılmıştır Sosyal medyanın sanal alanının kamusal bir alan olarak sayılıp sayılamayacağını araştırıldığı bu çalışmada, sosyal medyanın demokratik bir alan olabileceği ön görülmüştür. Ancak elde edilen bulgulara göre katılımcıların, sosyal medya mecralarında düşüncelerin çekinmeden ifade edildiğini fakat karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygı gösterilmediğini düşündükleri tespit edilmiştir. Katılımcılar, ‘Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler’ ifadesini çoğunlukla onaylarken, ‘Sosyal medya mecralarında katılımcılar karşıt görüşten katılımcıların

düşüncelerine saygılıdır' ifadesine katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Düşüncelerin çekinmeden ifade edilebilirliği ifadesine kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyen hiçbir katılımcı katılımcıların diğerlerinin düşüncelerine saygılı olabileceğini savunmamıştır. Fakat, diğerlerinin düşüncelerine duyulan saygı ifadesine kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyen bazı katılımcılar sosyal medyada düşüncelerin çekinmeden ifade edilebileceğini savunmuştur. Elde edilen tüm bu bulgulara göre denilebilir ki, sosyal medyada bireyler düşüncelerini çekinmeden ifade edebilmektedir lakin ifade edilen bu her türden düşünceye çoğunlukla saygı duyulmayabilmektedir. Yani, ön görüldüğü gibi sosyal medya mecralarının tümüyle demokratik alanlar olduğu söylenememektedir. Bu kapsamda, idealize edildiği biçimiyle sosyal medya kamusal alanın genel özelliklerini karşılayan bir mecra değildir. Fakat unutulmamalıdır ki, fiziksel kamusal alanlar da yüzyıllardır süregiden tartışmalara sahne olmuş alanlardır ve gelenek kamusal alan tanımlamalarında da demokratiklik üzerine görelî ifadeler bulunmaktadır.

‘Sosyal medya, kamusal alanın genel özelliklerini karşılayan bir mecradır’ hipotezinin sınanmasına yönelik olarak ayrıca kamusal alanın eşitlikçilik ilkesine yönelik bir inceleme yapılmıştır. Buna göre, kamusal konularda herkesin eşit düzeyde söz hakkına sahip olabilirlilik düzeyi ile sosyal medyada ayrıcalıklı bir kesim yoktur ifadesinin ilişkiselliği değerlendirilmiştir.

Tablo 96. “Toplumsal durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir” İfadesine göre “Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur” ifadesine katılma durumu

Kadına şiddet, nükleer santral kurulumu, pahalı ve önemli bir ilacın devletçe karşılanması, iktidarın uygulamalarına yönelik eleştiriler... gibi durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir	Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	44 55,7%	8 10,1%	6 7,6%	7 8,9%	14 17,7%	79 100,0%
Katılmıyorum	17 34,0%	17 34,0%	7 14,0%	3 6,0%	6 12,0%	50 100,0%
Kararsızım	23 24,7%	20 21,5%	29 31,2%	13 14,0%	8 8,6%	93 100,0%
Katılıyorum	22 20,0%	19 17,3%	33 30,0%	17 15,5%	19 17,3%	110 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	40 13,8%	43 14,8%	37 12,8%	32 11,0%	138 47,6%	290 100,0%
Toplam	146 23,5%	107 17,2%	112 18,0%	72 11,6%	185 29,7%	622 100,0%
X²: 153,068^a P: ,000 C: ,496						

Yapılan analizlerden (Tablo-93) elde edilen bulgulara göre, tabloda yer alan değişkenler arasında anlamlı ve güçlü bir ilişki bulunduğu saptanmıştır.

Katılımcılara yöneltilen kamusal konularda sosyal medyada herkesin eşit düzeyde söz hakkına sahipliğine yönelik ifadeye kesinlikle katılmıyorum yanıtı verenlerin çoğunlukla sosyal medyada ayrıcalıklı kesimler olduğunu düşündükleri belirlenmiştir. Eşit söz hakkına sahipliğe yönelik katılmıyorum yanıtı verenlerin, genel olarak ayrıcalıklı kesimler olduğunu düşündükleri gözlenmiştir. Eşit söz hakkına yönelik kararsız kalanların ise kısmi olarak ayrıcalıklı kesim olduğunu düşündükleri ancak büyük oranda da kararsız kaldıkları görülmüştür. Eşit söz hakkına yönelik ifadeye katılıyorum yanıtı verenlerin çoğunlukla kararsız kaldığı ancak genel eğilimlerinin ayrıcalıklı kesimler olduğu yönünde artışta olduğu görülmektedir. Sosyal medyada herkesin eşit söz hakkı olduğunu kesinlikle

düşünenler ise büyük çoğunlukla sosyal medyada ayrıcalıklı kesimlerin kesinlikle olmadığını düşünmektedir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların çoğunlukla, kamusal konulara ilişkin sosyal medyada herkesin eşit olduğunu ve buna bağlı olarak da sosyal medyada ayrıcalıklı kesimler bulunmadığını düşündükleri saptanmıştır. Ancak, sosyal medyada ayrıcalıklı kesimlerin bulunmadığı görüşü çoğunlukta olsa da bu çoğunluğun küçük bir farkla oluştuğu göz önünde bulundurulmalıdır. Yani, katılımcılar her ne kadar kamusal konularda herkesin eşit söz hakkı olduğunu düşünse de sosyal medyada ayrıcalıklı kesimlerin bulunmadığı noktasında çok net bir kanı ortaya koymamışlardır. Bu noktada oransal yükseklik görülse de katılımcıların görüşlerinin dağınık olduğu aşikârdır. Elde edilen bu verilere göre, sosyal medyada eşitliğin olduğu söylenebilecek olup, ‘Sosyal medya, kamusal alanın genel özelliklerini karşılayan bir mecradır’ hipotezinin desteklendiği anlaşılmıştır.

Kamusal alanın temel ilkelerinden biri de aleniyet ve açıklıktır. Bir alanın kamusal sayılabilmesi için herkesin gözü önünde ve herkesin katılımına açık olması beklenir. Bu anlamda, sosyal medyanın kamusal alanın genel özelliklerini karşılayan bir mecra olup olmadığının tespitine yönelik, ‘Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür’ ifadesiyle ‘Herkes sosyal medya hesabı açabilir’ ifadesi arasındaki ilişkisellik değerlendirilmiştir.

Tablo 97. “Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür” İfadesine göre “Herkes sosyal medya hesabı açabilir” ifadesine katılma durumu

Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür	Herkes sosyal medya hesabı açabilir					TOPLAM
	Kesinlikle Katılmıyoru m	Katılmıyoru m	Kararsız m	Katılıyoru m	Kesinlikle Katılıyoru m	
Kesinlikle Katılmıyoru m	%38,9 (14)	%2,8 (1)	%16,7 (6)	%5,6 (2)	%36,1 (13)	%100 (36)
Katılmıyoru m	%12,8 (5)	%30,8 (12)	%15,4 (6)	%15,4 (6)	%25,6 (10)	%100 (39)
Kararsızım	%4,3 (4)	%6,4 (6)	%17,0 (16)	%23,4 (22)	%48,9 (46)	%100 (94)
Katılıyorum	%0,0 (0)	%1,4 (2)	%9,7 (14)	%34,0 (49)	%54,9 (79)	%100 (144)
Kesinlikle Katılıyorum	%3,2 (10)	%2,3 (7)	%2,9 (9)	%5,5 (17)	%86,1 (266)	%100 (309)
TOPLAM	%5,3 (33)	%4,5 (28)	%8,2 (51)	%15,4 (96)	%66,6 (414)	%100 (622)
X²: 281,784^a P: ,000 C: ,673						

Yapılan apraz tablo analizine göre (Tablo-94) söz konusu değişkenler arasında anlamlı ve güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların genel olarak, herkesin sosyal medyaya erişiminin mümkün olduğunu ve herkesin sosyal medya hesabı açabileceğini düşündükleri görülmektedir. Herkesin sosyal medyaya erişiminin kesinlikle mümkün olmadığını düşünen katılımcılar en çok herkesin kesinlikle sosyal medya hesabı aamayacağını düşünmektedir. Akabinde ise herkesin kesinlikle sosyal medya hesabı açabileceğini düşünmektedirler. Herkesin sosyal medyaya erişiminin mümkün olmadığını düşünenler en çok herkesin sosyal medya hesabı aamayacağını düşünmektedir. Bunun akabinde ise herkesin kesinlikle sosyal medya hesabı açabileceğini düşünmektedirler. Herkesin sosyal medyaya erişiminin mümkünlüğüne ilişkin kararsız kaldıklarını belirtenler çoğunlukla herkesin kesinlikle sosyal medya hesabı açabileceğini düşünmektedir. Son olarak herkesin sosyal medyaya erişiminin mümkün ve kesinlikle mümkün olduğunu düşünenler de herkesin sosyal medya hesabı açabileceğini kesinlikle düşünmektedirler. Elde edilen bu bulgulara göre, katılımcıların kimi zaman herkesin sosyal medyaya erişiminin mümkün olmadığını düşündükleri, buna karşın (büyük çoğunlukla) herkesin sosyal medya hesabı açabileceğini düşündükleri saptanmıştır. Sosyal medyanın herkesin erişimine açık olması ve dileyen herkesin sosyal medyaya katılabiliyor olması, kamusal alanın aleniyet ve açıklık ilkelerinin karşılandığını göstermektedir. Bu da sosyal medyanın kamusal alanın genel özelliklerini taşımasına ilişkin oluşturulan hipotezin desteklendiği anlaşılmıştır.

2.10. KANAAT NDERLİğİ VE SOSYAL MEDYA FENOMENLİğİ

Sosyal medyanın sanal alanında temsili kamusal alanın izlerinin görülebileceği öngörüldüğünden, sosyal medyada fenomen olarak adlandırılan sosyal medya ünlülerinin kanaat önderi niteliği taşıyabilirliği araştırılmak istenmiştir. Bu bağlamda ilk olarak, ‘Sosyal medya fenomenleri, toplumu ilgilendiren meselelerde öncüdürler’ ifadesi ile ‘Sosyal medya fenomenleri; tutumlarını/tepkilerini, tüm takipçileri adına sergilerler’ ifadesinin birbiriyle olan ilişki düzeyleri değerlendirilmiştir.

Tablo 98. “Sosyal medya fenomenleri, toplumu ilgilendiren meselelerde öncüdürler” ifadesine göre “Sosyal medya fenomenleri; tutumlarını/tepkilerini, tüm takipçileri adına sergilerler” ifadesine katılma durumu

Sosyal medya fenomenleri, toplumu ilgilendiren meselelerde öncüdürler	Sosyal medya fenomenleri; tutumlarını/tepkilerini, tüm takipçileri adına sergilerler					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	64 63,4%	18 17,8%	5 5,0%	7 6,9%	7 6,9%	101 100,0%
Katılmıyorum	34 28,1%	54 44,6%	19 15,7%	8 6,6%	6 5,0%	121 100,0%
Kararsızım	25 13,2%	41 21,6%	85 44,7%	28 14,7%	11 5,8%	190 100,0%
Katılıyorum	8 6,5%	16 12,9%	38 30,6%	52 41,9%	10 8,1%	124 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	7 8,1%	4 4,7%	10 11,6%	17 19,8%	48 55,8%	86 100,0%
Toplam	138 22,2%	133 21,4%	157 25,2%	112 18,0%	82 13,2%	622 100,0%
X²: 405,790^a P: ,000 C: ,808						

Yapılan analizlere göre, söz konusu değişkenler arasında anlamlı ve oldukça güçlü bir ilişki olduğu anlaşılmıştır.

Sosyal medya fenomenlerinin kanaat önderi niteliği taşıyabilirliği değerlendirildiğinde katılımcıların genel eğiliminin; sosyal medya fenomenlerinin toplumu ilgilendiren meselelerde öncü olma düzeylerine ilişkin çoğunlukla kararsız olduğu görülürken, sosyal medya fenomenlerinin tutumları ve tepkilerini tüm takipçileri adına sergilemedikleri yönünde olduğu görülmektedir. Fenomenlerin toplumu ilgilendiren konularda öncü olmadığını düşünenlerin çoğunlukla fenomenlerin tepkilerini takipçileri adına sergilemediğini düşünmektedirler. Fenomenlerin toplumu ilgilendiren konularda öncü olma düzeylerine ilişkin kararsız olanlar çoğunlukla fenomenlerin tepkilerini takipçileri adına sergileme düzeylerine ilişkin de kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Fenomenlerin toplumu ilgilendiren konularda öncü olduğunu düşünenlerin ise çoğunlukla fenomenlerin tepkilerini

takipçileri adına sergilediklerini düşündükleri belirlenmiştir. Elde edilen bu bulgulara göre ilk durumla doğru orantılı olarak ikinci duruma da katılımcıların aynı yanıtları verdiği görülmüştür. Bu verilere göre, sosyal medya fenomenleri kanaat önderi niteliği taşımaktadır tezinin desteklenmediği görülmektedir.

‘Sosyal medya fenomenleri kanaat önderi niteliği taşırlar’ hipotezinin sınanmasına yönelik olarak ayrıca, ‘Sosyal medya fenomenlerinin yaşantıları alenidir’ ifadesi ile ‘Takip ettiğim sosyal medya fenomenlerinin, toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate alırım’ ifadesinin ilişki düzeyi değerlendirilmiştir.

Tablo 99. “Sosyal medya fenomenlerinin yaşantıları alenidir” İfadesine göre “Takip ettiğim sosyal medya fenomenlerinin, toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate alırım” ifadesine katılma durumu

Sosyal medya fenomenlerinin yaşantıları alenidir	Takip ettiğim sosyal medya fenomenlerinin, toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate alırım					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	32 56,1%	8 14,0%	9 15,8%	4 7,0%	4 7,0%	57 100,0%
Katılmıyorum	29 39,2%	18 24,3%	13 17,6%	10 13,5%	4 5,4%	74 100,0%
Kararsızım	42 22,2%	47 24,9%	67 35,4%	27 14,3%	6 3,2%	189 100,0%
Katılıyorum	32 24,4%	21 16,0%	39 29,8%	23 17,6%	16 12,2%	131 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	58 33,9%	29 17,0%	27 15,8%	25 14,6%	32 18,7%	171 100,0%
Toplam	193 31,0%	123 19,8%	155 24,9%	89 14,3%	62 10,0%	622 100,0%
X²: 72,598^a P: ,000 C: ,342						

Yapılan analize göre, Tablo-96’da yer alan değişkenler arasında anlamlı ve görece yüksek bir ilişki bulunduğu saptanmıştır.

Katılımcılardan alınan geri bildirimlere göre, genel olarak sosyal medya fenomenlerinin yaşantılarının aleni olabileceği buna karşın takipçilerinin fenomenlerin toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate almama eğiliminde

olduğu saptanmıştır. Fenomenlerin yaşantılarının kesinlikle aleni olmadığını düşünenler çoğunlukla, toplumsal konulara ilişkin fenomenlerin görüşlerini kesinlikle dikkate almadıklarını belirtmişlerdir. Fenomenlerin yaşantılarının aleni olmadığını düşünenler de çoğunlukla, toplumsal konulara ilişkin fenomenlerin görüşlerini kesinlikle dikkate almadıklarını belirtmişlerdir. Fenomenlerin yaşantılarının aleni olma düzeyinde kararsız olduklarını belirtenler çoğunlukla, toplumsal konulara ilişkin fenomenlerin görüşlerini dikkate alıp almama konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Fenomenlerin yaşantılarının aleni olduğunu düşünenler de çoğunlukla, toplumsal konulara ilişkin fenomenlerin görüşlerini dikkate alıp almama konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Fenomenlerin yaşantılarının aleni olduğunu kesinlikle düşünenler ise çoğunlukla, toplumsal konulara ilişkin fenomenlerin görüşlerini kesinlikle dikkate almadıklarını belirtmişlerdir. Elde edilen bu bulgulara göre, ‘Sosyal medya fenomenleri kanaat önderi niteliği taşırlar’ hipotezinin desteklenmediği görülmüştür.

‘Sosyal medya fenomenleri kanaat önderi niteliği taşırlar’ hipotezinin sınanmasına yönelik son olarak, ‘Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir’ ifadesi ile ‘Sosyal medyada, insanlar (toplumsal konularda) birbirlerini etkileyebilirler’ ifadesinin ilişki düzeyi değerlendirilmiştir.

Tablo 100. "Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir" ifadesine göre "Sosyal medyada, insanlar (toplumsal konularda) birbirlerini etkileyebilirler" ifadesine Katılma Durumu

Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir	Sosyal medyada, insanlar (toplumsal konularda) birbirlerini etkileyebilirler					Toplam
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kesinlikle Katılmıyorum	2 6,5%	3 9,7%	8 25,8%	7 22,6%	11 35,5%	31 100,0%
Katılmıyorum	1 2,6%	1 2,6%	8 20,5%	13 33,3%	16 41,0%	39 100,0%
Kararsızım	0 0,0%	6 4,3%	33 23,4%	47 33,3%	55 39,0%	141 100,0%
Katılıyorum	0 0,0%	1 ,5%	23 11,0%	91 43,5%	94 45,0%	209 100,0%
Kesinlikle Katılıyorum	1 ,5%	3 1,5%	8 4,0%	35 17,3%	155 76,7%	202 100,0%
Toplam	4 ,6%	14 2,3%	80 12,9%	193 31,0%	331 53,2%	622 100,0%
X²: 121,115a P: ,000 C: ,441						

Elde edilen bulgulara göre, katılımcıların çoğunlukla, sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumlarının takipçilerinin düşüncelerini değiştirebileceğini ve sosyal medyada insanların birbirini etkileyebileceğini düşündükleri saptanmıştır. Tablo-94'ten elde edilen verilere göre, 'Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir' ifadesine katılmayanlar, kararsız kalanlar ve katılanlar da çoğunlukla insanların sosyal medyada birbirini etkileyebileceğini düşünmektedir. Yani ilk ifadeye verilen yanıtlar ne olursa olsun katılımcıların çoğunlukla ikinci ifadeye katılma eğiliminde oldukları görülmüştür. Buna göre, katılımcıların sosyal medya fenomenlerinin düşüncelerinin dikkate alındığını düşündükleri ancak diğer insanların da birbirlerini etkilemekte olduklarını düşündükleri anlaşılmıştır.

SONUÇ

Sosyal medyada kamusal alanın mümkünlük düzeyinin araştırıldığı bu çalışmada, geleneksel kamusal alanın yanında sosyal medyada da bir tür kamusal alanın bulunup bulunmadığının, eğer bulunuyorsa da bu kamusal alanın nasıl bir kamusal alan olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç, Antik Yunan'dan günümüze değin geçirdiği dönüşümlerle birlikte tartışılmakta olan kamusal alan kavramının teknoloji devrimleri neticesinde sanal uzama taşınıp taşınamayacağının tespit edilmesi gayesini barındırmaktaydı. Bu kapsamda araştırma içeriğinde öncelikle geleneksel kamusal alan olarak adlandırılan, Antik Yunan'dan Modern Çağ'a değin ulaşan kamusal alan kavramsallaştırması, kavramın öncü isimleri ve tarihsel dönüşümleri bağlamında (yapılan literatür taraması çerçevesinde) açıklanmaya çalışılmıştır. Akabinde medya, geleneksel medya ve yeni medya bağlamında yapılan okumalar kapsamında araştırılmış ve bunların tarihsel dönüşümleri açıklanmaya çalışılmıştır. Nihayetinde sosyal medya ve kamusal alan ilişkisine yine yapılan okumalar ışığında değinilmiştir. Yapılan bu literatür incelemelerinin ardından gerçekleştirilen saha araştırması kapsamında ise sosyal medyada bir tür kamusal alanın mümkünlük düzeyi, araştırmaya dahil olan gönüllü katılımcılardan alınan görüşler neticesinde ortaya konmuştur.

Araştırmanın hipotezleri kapsamında çalışmanın verileri değerlendirildiğinde, genel itibariyle sosyal medya mecralarında bir tür kamusal alanın bulunabileceği anlaşılmıştır. Sosyal medya; kamuoyunun diğerleriyle etkileşime geçtiği, sanal topluluklar oluşturabildiği sanal bir alan olarak kabul edilmekte ve bu etkileşim alanı ile oluşturulan sanal toplulukların kamusal konularda da etkili/etkin olduğu tespit edilmiştir. Kamusal alan kavramının, sosyal medya mecralarında da tesis edilebilirliğinin araştırılmasında, kavramın fiziksel mekân anlayışından bağımsız olup olmadığının ortaya konması da amaçlanmaktaydı. Buna göre, kavramın fiziksel mekândan bağımsız olarak algılandığı belirlenmiştir. Başlangıçta iletişim kurmak amacıyla insan hayatına dahil edilen sosyal medya mecralarının günümüze gelindiğinde kişisel ve özel amaçlardan farklı olarak ayrıca, kamusal amaçla da kullanılmakta olduğu anlaşılmıştır. Kamusal amaçla da kullanıldığı tespit edilen sosyal medyanın sanal alanında bir takım kamusal nitelikli eylemler/faaliyetler

yürütüldüğü görülmektedir. Yapılan araştırma doğrultusunda bu eylemlerin fiziksel/geleneksel kamusal alanlarla desteklenmekte olduğu tespit edilmiştir. Bireylerin, geleneksel kamusal alana kıyasla, daha özgür davranabilmekte olduğunun ortaya konduğu araştırmada, sosyal medya mecralarının büyük çoğunlukla kamusal alanın özelliklerini karşılayan bir sanal alan olduğu belirlenmiştir. Araştırma kapsamında ayrıca, temsili kamusal alanın sosyal medya mecralarında dönüşerek yeniden tesis edilebilirliğine yönelik sunulan hipotezin ise çürütüldüğü görülmüştür. Buna göre, sosyal medya mecralarında fenomenlerin kanaat önderi niteliği taşımamakta oldukları anlaşılmıştır.

Nicel araştırma tekniklerinden anket yönteminin tercih edildiği bu çalışmada, yukarıda belirtilen hipotezler çerçevesinde elde edilen sonuçlar detaylandırılarak değerlendirildiğinde, sosyal medya mecralarında bulunabileceği anlaşılan kamusal alan kavramına ilişkin bazı tespitler yapılmıştır. Sosyal medya, ilk ortaya çıkışından itibaren (teknolojik gelişmelerin de katkısıyla) süratli biçimde toplumsal yaşamda kendisine önemli bir yer açmış ve bu konumda insan hayatına yerleşmiş bir mecradır. Sosyal medyanın toplumsal yaşama ve insanların günlük rutinlerine oldukça büyük oranda yerleşmiş olduğu, insanların sosyal medyayı uzun yıllar önce kullanmaya başladığı ve günlük olarak da düzenli biçimde sosyal medya mecralarını kullandıkları görülmüştür. Buna göre, toplumsal yaşamda insanların fiziksel mekânlarda sıklıkla bir arada bulunma imkânları olmasa da sürekli biçimde dolaşımda oldukları sosyal medya mecralarının sanal alanında bir araya gelmelerinin görece daha kolay olduğu söylenebilmektedir.

Sosyal medya, bireylerin daha çok gündemi takip etmek ve gündemden haberdar olmak amacıyla kullandıkları sanal bir ortam olarak, bireyler tarafından hem kamusal hem de özel amaçla kullanılmakta olan bir mecradır. Kamusal amaçlı kullanımlarda, diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla çok daha sık tercih edilen sosyal medya mecralarının çok da şaşırtıcı olmayan biçimde yeterince güvenilir bulunmadığı anlaşılmıştır. Sınırsız enformasyon akışının durmaksızın süregittiği bu sanal ortamda güvenilirliğe ilişkin elde edilen bu sonuç beklenmekteydi. Fakat yeterince güvenilir bulunmasa da sosyal medya mecraları; bilgiye erişim, iletişim ve etkileşim gibi gereksinimlerde yüz yüze iletişim ve diğer iletişim türlerine kıyasla çok daha büyük oranda kullanılmakta ve tercih edilmektedir.

Kamusal alanın unsurlarına göre sosyal medya mecraları değerlendirildiğinde, bu sanal alanın kimi zaman kamusal alanın unsurlarını karşıladığı, kimi zaman ise karşılamadığı görülmektedir. Kamusal alanın tesis edilebilmesi için gerekli olan kavramlar arasında yer alan aleniyet kavramı değerlendirildiğinde, sosyal medya sanal bir meydan gibi kabul edilmekte ve bu mecra aleni bir ortam olarak görülmektedir. Bir alanın kamusal alan niteliği taşıyabilmesi için aleni olmanın yanında katılıma açık da olması beklenmektedir. Bu anlamda sosyal medya mecralarının her hangi bir kısıtlamaya tabi tutmaksızın herkesin erişimine açık olduğu anlaşılmıştır. Kamusal alanın tesisi için gerekli olan eşitlikçi ve özgürlükçü bir ortam olma konusunda ise sosyal medya kısmi olarak yetersiz bulunmuştur. Buna göre sosyal medyada ayrıcalıklı kesimler bulunabileceği, herkesin fikrinin eşit düzeyde dikkate alınamayabileceği, gerçek kimliklerin kullanıl(a)madığı, karşıt görüşten düşüncelere saygı duyulmadığı ve düşüncelerin her zaman açıkça ifade edilemeyebileceği verileri sosyal medyada kurulabilecek olan kamusal alanın eksiklikleri ile kusurlarını ortaya koymaktadır. Sosyal medya mecralarının eşitlik ve özgürlük gibi kamusal alanın tesis edilebilmesinde oldukça önemli bir yer tutan bu iki alandaki eksiklik, sosyal medya mecralarındaki kamusal alanın ancak sınırlı bir kamusal alan olabileceğini göstermektedir. Buna karşın etkinlik hususunda sosyal medya mecraları, oldukça etkili alanlar olarak öne çıkmaktadır. Yapılan çapraz tablo analizleri ve frekans tabloları göstermektedir ki, sosyal medya mecraları kamusal nitelikli konularda etkin bir konumda yer almaktadır.

Sosyal medya mecralarının kamusal alan olarak değerlendirilebilirliğine ilişkin ayrıca; sosyal medyanın demokratiklik, etkileşim, sanal topluluk, sanal katılım, gerçeklik düzeyleri değerlendirilmiş, son olarak da sosyal medyada temsili kamusal alanın dönüşerek yeniden kurulabilirliği üzerine sosyal medya fenomenlerinin kanaat önderi niteliği taşıyabilirliği ölçülmüştür. Sosyal medyanın demokratiklik düzeyi incelendiğinde, sosyal medya mecraları kişi ve kurumlara bağımlı bir alan olarak, kişilerin ifade özgürlüğü ve örgütlenme hakkını yeterince gözetemeyen bir mecra niteliğiyle tümüyle demokratik olmaktan uzak bir alandır. Sosyal medyadaki etkileşim düzeyi incelendiğinde, bireylerin sosyal medyadaki etkileşimin yüksek olduğunu ve insanların bu mecralar vasıtasıyla birbirlerini

etkileyebildiklerini düşündükleri görülmüştür. Buna karşın bireylerin sosyal medya mecralarında çoğunlukla edilgen kaldıkları gözlemlenmiştir. Bireyler çoğunlukla gönderi beğenimi yapsa da takip ettikleri sayfa veya hesapların gönderilerine çoğunlukla yorum yapmamakta, mesaj atmamakta ya da bu gönderileri geri paylaşmamaktadır. Yani, bireylerin söylediklerinin aksine sosyal medya mecralarında fiilen etkileşim halinin yoğun olmadığı anlaşılmaktadır. Sosyal medyanın gerçeklik düzeyi değerlendirildiğinde, sosyal medyadaki ilişkiler ağının gerçeklikten ve samimiyet uzak, daha çok sanal ve yapay bulunduğu anlaşılmıştır. Sosyal medyadaki sanal topluluklar değerlendirildiğinde, sosyal medya mecralarında belirli amaçlarla sanal topluluklar oluşturulduğu ve bu topluluklara bireylerin azımsanamayacak oranda katılım sağladıkları görülmüştür. Buna karşın, ortak sorunlar için örgütlenerek oluşturulan bu sanal toplulukların hedeflerine ulaşana dek sürdürülebilirliğinin beklenenin altında kaldığı tespit edilmiştir. Sanal katılıma ilişkin olarak ise, beklendiği gibi sanal katılım tutumu doğrudan bireylerin şahsi katılımı düzeyinde ölçüldüğünde düşük çıkmıştır. Ancak, sosyal medyada başlatılan kampanya ve eylemlere katılım ile fiziksel mekânlardakilere katılım kıyaslandığında sosyal medyadaki katılım oranı çok daha yüksek çıkmıştır. Buna göre, bireylerin belki de yalnızca sanal değil genel olarak katılım konusunda isteksiz oldukları söylenebilecektir.

Tüm bu sonuçlar ışığında, sosyal medya mecralarında bir tür kamusal alanın var olduğu ancak bu kamusal alanın oldukça sınırlı ve sorunlu bir kamusal alan olduğu anlaşılmıştır. Sosyal medya mecralarında var olduğu tespit edilen kamusal alanın sorunlu alanları başlıca olarak; demokratiklik, eşitlik, gerçeklik ve özgürlük ilkelerine ilişkindir. Sosyal medyanın kamusal alan olarak nitelendirilebilirliği ise; aleniyet, etkinlik, açıklık ve yoğun olmasa da etkileşim halinin varlığı ile mümkündür.

Sosyal medya mecralarında mevcut bir kamusal alanın tesis edilmesi, bireylerin bu sanal alanı kamusal amaçlarla kullanımına bağlıdır. Sosyal medyanın kamusal amaçlı kullanımı, bireylerin yaşları ile ilişkilidir. Kuşaklara göre inceleme yapıldığında, sosyal medyanın kamusal amaçlı kullanımının yaş düzeyi arttıkça arttığı gözlenmiştir. Sosyal medyanın kamusal amaçlı kullanımının eğitim düzeyi, medeni durum, cinsiyet ya da gelir düzeyiyle ilişkili olmadığı anlaşılmıştır. Buna

göre, sosyal medya kullanım amacının sosyo ekonomik durumdan bağımsız olduğu söylenebilir.

Sosyal medya mecralarında dönüşerek yeniden tesis edilmiş bir temsili kamusal alanın var olabileceği ön görülmüştü ancak yapılan analizler sonucunda bu hipotezin çürüdüğü tespit edilmiştir. Elde edilen verilere göre bireyler, sosyal medya mecralarında fenomenlerin, takipçilerinin düşüncelerini etkileyebildiğini düşünseler de fenomenleri dikkate almadıklarını, onları öncü olarak görmediklerini, onların takipçileri adına davranmadığını ve yaşantılarının çok da aleni olmadığını düşünmektedirler. Bu nedenle fenomenlerin kanaat önderi niteliği taşımadıkları ve sosyal medyada, temsili kamusal alanın herhangi bir yansımasının bulunmadığı anlaşılmıştır.

Sosyal medya mecralarında tesis edilebilecek olan kamusal alanın 17. yüzyıl kamusal alanıyla ilişkisi değerlendirilecek olursa, temsili kamusal alanla ilişki düzeyinde görüldüğü gibi bir benzerlik olduğu konusunda illüzyonist bir yanılsama olduğu görülmektedir. Şöyle ki, sosyal medya mecralarında da tıpkı 17. yüzyılda olduğu gibi beğenilmeyen bir gösteri anında ‘halledilir’ (verilen aşırı tepkilerle bastırılır) ancak bu ‘halletme’ eylemi çoğunlukla sanal uzamda kalır ve sürdürülebilirliği olmadığı için kısa sürede sönerek işlevsizleşir. Bu nedenle sosyal medyada kurulan / kurulabilecek olan kamusal alanın 17. yüzyıl kamusunun devamı ya da dönüşmüş bir şekli halinde yansıması olduğu söylenemeyecektir.

Sosyal medyanın sanal alanı ile burjuva kamusal alanı arasındaki ilişkisellik değerlendirilecek olursa, ‘sosyal medyada sınırsız özgürlük ve hiçbir zorunluluk bulunmamasına rağmen burjuva kamusunda serbestleşen kıyafet anlayışında metalaşan beden gibi metalaşan bir özel hayatın bulunduğu’ hipotezi öne sürülebilecektir. Ancak bu hipotez araştırmanın kapsamını genişleterek araştırmanın özünü bozmamak amacıyla ileriki çalışmalarda sınanmak üzere bırakılmıştır.

Sosyal medya mecralarında kamusal alanın ölçülmeye çalışıldığı bu araştırma kapsamında ulaşılan sonuçlar, sınırlı sayıdaki katılımcıdan ve sınırlı kanallarla elde edilen veriler ışığında tespit edilmiştir. Bu nedenle elde edilen sonuçlar daha kapsayıcı bir araştırmayla yeniden değerlendirilebilecek olup bu çalışma dahilinde sosyal medya mecralarında var olduğu tespit edilen kamusal alanın tek ve kapsayıcı

bir kamusal alan olmadığı, beraberinde tamamlayıcı olarak geleneksel kamusal alana ihtiyaç duyduğu tespit edilmiştir.

Kamusal alana ilişkin ayrıca değinilmelidir ki; kamusal alan, aleniyeti ve kapsayıcılığıyla herkesi içine alması beklenen bir alandır. Bu biçimiyle; madun, proleter, egemen vs. tüm kamuların var sayılması ve temsilini gerekli kılan bir alandır. Bu tez kapsamında yapılan okumalar göstermiştir ki mutlak, kapsayıcı tek bir kamudan söz edilememektedir. Bu bağlamda da sosyal medyada kurulan / kurulabilecek olan kamusal alanın tüm kamuları içine alacak biçimde olması beklenmektedir. Yapılan analizlere göre sosyal medya mecraları, ciddi eksiklikleri ve kusurlarıyla bulunsa da çok sayıda ve her türlü kamunun katılımına açık bir alandır.

Sosyal medyada özgürlüğe ilişkin yapılan değerlendirmelere ilişkin olarak da eklenmelidir ki; sosyal medya denetim ve yaptırımdan uzak bir alan olarak görülmüştür. Fakat, hızla gelişen teknolojik gelişmeler ve bağlantılı olarak sosyal hayattaki ve yönetim mekanizmalarındaki değişimler bağlamında, sosyal medya üzerindeki denetim ve yaptırım etkileri de değişebilecektir. Örneğin, bu araştırma 7253 sayılı kanunda (TBMM, 2020) yapılan sosyal medya düzenlemesinin öncesinde gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla sonraki yapılacak olan araştırmalarda elde edilen bulgulara değişiklikler meydana gelmesi mümkündür. Bu nedenle elde edilen bu bulgular sürekli bir biçimde yenilenmeye ve tekrar test edilmeye açıktır.

Sosyal medyanın kamusal alanına ilişkin olarak son söz olarak belirtilmelidir ki, bu kamusal alan; sınır ötesi, zamansız, mekânsız ve pek çok diğer kısıtlamadan azade olan kolay erişilebilir bir alan olarak öne çıkabilecektir. Fakat, kamusal alanın başat faktörleri arasında yer alan demokratiklik, eşitlik, gerçeklik ve özgürlük ilkelerindeki eksiklik ve kusurları nedeniyle sorunlu bir kamusal alandır. Bu bağlamda sosyal medyada kurulan kamusal ilişkilerin sağlıklı yürütülebilmesi için medya okuryazarlığının yeterli düzeyde bulunması elzemdir. Zira, sosyal medyada oluşturulan sanal topluluklar ve bunların başlattıkları kitlesel hareketler her zaman kamu yararı için değil art niyetli amaçların beslenmesi gayesiyle de kontrol edilebilecektir. Bu nedenle sosyal medyanın sorunlu kamusal alanında yanıltıcı etkenlerden kaçınılarak bu kamusal alana dahil olabilmek için iyi düzeyde medya okuryazarlığına sahip olmak gereklidir.

Araştırma kapsamında çözülemeyen sorular kapsamında, sosyal medyadaki kamusal alanın nasıl bir kamusal alan olduğu üzerine yeterli ve doyurucu veri elde edilemediği belirtilmelidir. Araştırmanın öncelikli amacı, sosyal medyada kamusal alanın mümkün olup olamayacağının ortaya konması olduğundan var olduğu tespit edilen kamusal alanın tümüyle nasıl bir kamusal alan olduğu belirlenememiştir. Bunun için, konuya ilişkin derinlemesine yapılacak olan destekleyici bir başka çalışma ilgili soruna kapsayıcı ve doyurucu sonucu verecektir. Ancak yapılan literatürel araştırma ve elde edilen bulgulara dayanılarak sosyal medyada var olduğu tespit edilen kamusal alanın geleneksel kamusal alanlarla kesişen noktalarının bulunup bulunamayacağına ilişkin şu tespitler ortaya konabilmektedir; Sanal kamusal alan, zamansız ve mekansız olduğundan dolayısıyla da zorunluluklar alanından da kamulara açılabilceğinden Antik Polis Devletleri kamusal alanlarıyla benzerlik göstermemektedir. Sanal kamusal alanda var olan fenomenlerin Ortaçağ'ın temsili kamusundaki soylularla benzerlik gösterdiği ön görülmüş olmasına rağmen elde edilen sonuçlara göre böyle bir benzerlik olduğu ancak sanal kamusal alanda bu kişilerin kanaat önderi niteliği taşımadıkları anlaşılmıştır. Sanal kamusal alan ve Habermas'ın söylemsel kamu modeli karşılaştırılacak olduğunda ise, her iki kamusal anlayışta da benzerlikler görülmüştür. Bireyler sanal kamusal alanda toplumsal aidiyetlerinden tümüyle bağımsız bir şekilde etkileşimde bulunabilmektedir. Sanal kamusal alan ile Arendt'in agnostik kamusal alan modeli karşılaştırılacak olursa, sanal mecralarda emekçi, işçi ya da eyleyen insanların belirsiz oluşu, sanal ortamda kimliksizliğin mümkünlüğü sebebiyle bu iki kamu modelinin örtüşmediği düşünülebilir. Sanal kamusal alan ve liberal kamu anlayışı ele alındığında ise, her iki kamu arasında örtüşmelerin bulunduğu ancak çağın da bir gereği olarak sanal kamusal alanın post modern kamu anlayışına daha yakın olduğu söylenebilir. Fakat eklenmelidir ki, bu araştırmanın esas amacı sosyal medya mecralarında bir tür kamusal alanın bulunup bulunamayacağının ortaya konması olduğu için tespit edilen sanal kamusal alanın ne tür bir kamusal alan olduğuna dair tamamlayıcı çalışmaların yapılması yukarıdaki değerlendirmelerin doğrulanması açısından ciddi bir gerekliliktir.

KAYNAKÇA

- Acıyan, E. P. (2018). Kamusal Alanın Dönüşümü Bağlamında Dijital Platformlarda Kadın Hareketleri: Dijital Topuklar ve 5Harfliler Web Sitelerinin ve Sosyal Medya Hesaplarının İncelenmesi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akay, A. (2016). *Michael Foucault'da İktidar ve Direnme Odakları*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Aktaş, C. (2007). Enformasyon Toplumu Bağlamında Türkiye. *Selçuk İletişim* , 181-193.
- Althusser, L. (2014). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Arendt, H. (2018). Diktatörlük Dönemlerinde Kişisel Sorumluluk. *Kamu Vicdanına Çağrı Sivil İtaatsizlik* (s. 182 - 194). içinde İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Arendt, H. (2016). *İnsanlık Durumu*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arendt, H. (2018). Sivil İtaatsizlik. *Kamu Vicdanına Çağrı Sivil İtaatsizlik* (s. 79 - 121). içinde İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Arendt, H., Habermas, J., Saner, H., Thoreau, H. D., Rawls, J., Dworkin, R., et al. (2018). *Kamu Vicdanına Çağrı Sivil İtaatsizlik*. İstanbul: Ayrıntı.
- Arık, E. (2013). Sosyal Medyada Mahremiyet Görünümleri. *Sosyal Medya Araştırmaları 1* (s. 103-132). içinde Konya: Çizgi Kitabevi.
- Arslan, A. (2015). Eğitim ve Öğretimde Sosyal Medyanın Kullanımı. *'Sosyalleşen Olgular' Sosyal Medya Araştırmaları 2* (s. 191-220). içinde Konya: Çizgi Kitabevi.
- Atmaca, Y., & Göç, E. (2015). Yerel Yönetimler ve Sosyal Medya Örnek Bir Uygulama Olarak Çankırı Belediyesi. *Kamu Yönetiminde Sosyal Medya Kuramdan Uygulamaya* (s. 87-108). içinde Konya: Palet Yayınları.
- Ayan, Y. E. (2013, Mayıs). Twitter, Dönüşen Kamusal Alan Kanaat Oluşumu. Kadir Has Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın, M. (2014). Agoralardan Sosyal Medyaya Kamusal Alanın Değişimi: Facebook ve Twitter Örneğinde. İzmir: Ege Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın, M. (2005). Kamusal Alan ve Siyaset. *Sivil Bir Kamusal Alan* (s. 97 - 116). içinde İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Aydın, N. (2019). İşçi Sınıfı Mücadelesi ve Alternatif Medya: Emek.org.tr Örneğinin Çözümlemesi. *İnif E-Dergi* , 101-126.
- Aygün, Z. (2015, 11 08). *Veri Enformasyon ve Bilgi Nedir*. 07 06, 2020 tarihinde Zeynep Aygün Wordpress: <https://zeynepaygun.wordpress.com/2015/11/08/veri-enformasyon-ve-bilgi-nedir/> adresinden alındı
- Baldini, M. (2000). *İletişim Tarihi*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.

- Batuş, G. (2005). Postman. *Kadife Karanlık 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar* (s. 261-276). içinde İstanbul: Su Yayınevi.
- Bayhan, V. (2016). Postmodern Kamusal Alan. *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 75-91). içinde Ankara: Asil Yayın.
- Berkman Köseleli, B. (tarih yok). Yeni Medya Ortamının Yeni Kamusal Alan Olarak Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme. *Erciyes Üniversitesi*.
- Berktaş, F. (2002). Heidegger ve Arendt'te Özgürlük: Bir Kesişme Noktası. *Liberalizm Devlet Hegemonya* (s. 88-105). içinde İstanbul: Everest Yayınları.
- Binark, M., Toprak, A., & Aygöl, E. (2014). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook*. İstanbul: Kalkedon.
- Büyükaşan, A. (2015). Sosyalleşmenin Boyutu. *"Sosyalleşen Olgular" Sosyal Medya Araştırmaları 2* (s. 15-20). içinde Konya: Çizgi Kitabevi.
- Büyükbaykal, C. I. (2014). *Küreselleşme ve Küresel Çağda Medya*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Canpolat, N. (2005). Foucault. *Kadife Karanlık 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar* (s. 75-130). içinde İstanbul: Su Yayınevi.
- Çaha, Ö. (2006). İdeolojik Kamusalın Sivil Kamusala Dönüşümü. *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 159 - 190). içinde Ankara: Asil Yayınları.
- Çaha, Ö. (2005). Mahrem Kamusal Alan. *Sivil Bir Kamusal Alan* (s. 143 - 162). içinde İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Çakır, M. (2013). Sosyal Medya ve Gösteri. *Sosyal Medya Araştırmaları 1* (s. 11-68). içinde Konya: Çizgi Kitabevi.
- Çamuroğlu Çığ, E. (2012). Kamusal Alan Teorileri Açısından Sağlık Gazeteciliği ve Demokrasi. İstanbul : İstanbul Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çırakman, A. (2002). Bir Meşruiyet Sorunu Olarak Siyasal Adalet: Rawls ve Höffe. *Liberalizm Devlet Hegemonya* (s. 105-148). içinde İstanbul: Everest Yayınları.
- Çıray, A. (2019, 12 04). *X Y Z Kuşakları | Kristalleşen Nesil*. 04 25, 2020 tarihinde Unifestal: <https://unifestal.com/free/x-y-z-kusaklari/> adresinden alındı
- Çöteli, S. (2015). Sosyal Medyanın Yeni Tür Kamusal Alan Yaratması ve Toplumsal Hareketlere Katkıları: Taksim Gezi Parkı Olayları Örneği. İstanbul: İstanbul Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dağtaş, E. (2014). *Kamusal Alan ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Demir, M. (2015). Kullanım ve Doyumlar Kuramı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı Beykent Üniversitesi Örneği. *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* (s. 131-198). içinde İstanbul: Kalkedon Yayınları.

- Demircan, B. (2006). İnternet ve Kamusal Alan: Kamusal Tartışma Zemini Olarak Çevrimiçi Forumlar. Ankara: Ankara Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Der. Berten, A., Der. Silveira, P. d., & Der. Poourtois, H. (2006). *Liberaller ve Cemaatçiler*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Der. Keyman, E. F. (2002). *Liberalizm Devlet Hegemonya*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Doğdu, M. (2018, 07 24). *Geleneksel Medya ve Sosyal Medya Karşılaştırması*. 07 12, 2020 tarihinde İstanbul İşletme Enstitüsü: <https://www.iienstitu.com/blog/geleneksel-medya-ve-sosyal-medya-karsilastirmasi#:~:text=Geleneksel%20medya%20dedi%C4%9Fimiz%2C%20yaz%C4%B1%C4%B1%20ve,tabanl%C4%B1%20medya%20ve%20sosyal%20medyad%C4%B1r> adresinden alındı
- Doğu, A. H. (2017). Sosyal Medya Paylaşımlarına Hukuksal Bir Bakış. *Sosyal Medya İletişimi* (s. 309-319). içinde Ankara: Gece Kitaplığı.
- Dolgun, U. (2015). *Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Durusoy, H. (2016). Simetrik İletişim Açısından Sosyal Ağların Bir Kamusal Alan Olarak Değerlendirilmesi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ed. Ertaş, H. (2015). *Kamu Yönetiminde Sosyal Medya Kuramdan Uygulamaya*. Konya: Palet Yayınları.
- ED. Taşdemir, E., & ED. Aslan, E. Ş. (2017). *Sosyal Medya İletişimi*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Emre, E. (2015). Oyunlaştırmanın Sosyal Medyaya Etkisi. *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* (s. 267-278). içinde İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Erdoğan, M. (2016). Kamu Alanı ve Liberalizm: Birkaç Not. *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 92-108). içinde Ankara: Asil Yayın.
- Erol, A. (2005). Bir Kamusal İnşası Olarak Halkevleri. *Sivil Bir Kamusal Alan* (s. 117 - 132). içinde İstanbul : Kaknüs Yayınları.
- F. Dellaloğlu, B. (2015). Mesafeli Yakınlık Facebook ve Twitter Çağının Yeni Toplumsallığı. *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* (s. 21 - 28). içinde İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Foucault, M. (2016). *Özne ve İktidar*. İstanbul : Ayrıtı Yayınları.
- Fraser, N. (2006). *İhtiyaçlar Mücadelesi*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Güçdemir, Y. (2012). Enformasyon Toplumu ve Küreselleşme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 523-534.
- Güçdemir, Y. (2015). *Sanal Ortamda İletişim*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Güçdemir, Y. (2017). *Sosyal Medya*. İstanbul: Derin Yayınları.

- Gülaşık, Ö. (2011). İnternetin Kamusal Alan Niteliği Üzerine Bir Araştırma: "Ankara'daki Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımı". Ankara: Gazi Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gündüz, U. (2013). Toplumsal Hareketler, Sivil İtaatsizlik ve Sısyal Medya Yansımaları. *Sosyal Medya Araştırmaları 1* (s. 133-154). içinde Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gündüz, U., & Pembecioğlu, N. (2013). Sosyal Medyanın Bilgi Tekrarına Geliştirilen Tepkiler. *Sosyal Medya Araştırmaları 1* (s. 225-252). içinde Konya: Çizgi Kitabevi.
- Habermas, J. (2019). *İletişimsel Eylem Kuramı*. İstanbul: Melisa Matbaacılık.
- Habermas, J. (2015). Kamusal Alan. *Kamusal Alan* (s. 95 - 103). içinde İstanbul: Hil Yayınları.
- Habermas, J. (2018). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Habermas, J. (2009). Makul Doğruya Karşı veya Dünya Görüşlerinin Ahlakiliği. *Neden Demokrasi Nasıl İktidar* (s. 137-172). içinde İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Habermas, J. (2018). Sivil İtaatsizlik Demokratik Hukuk Devletinin Denektaşı Almanya'da Otoriter Legalizm Karşıtlığı. *Kamu Vicdanına Çağrı Sivil İtaatsizlik* (s. 122 - 143). içinde İstanbul : Ayrıntı Yayınları.
- Hansen, M. (2015). Yirmi Yılın Ardından Neght ve Kluge'nin Kamusal Alan ve Tecrübesi Değişken Karışımlar ve Genişlemiş Alanlar. *Kamusal Alan* (s. 141 - 179). içinde İstanbul: Hil Yayınları.
- Haz. Rigel, N., Haz. Batuş, G., Haz. Yücedoğan, G., & Haz. Çoban, B. (2005). *Kadife Karanlık 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*. İstanbul: Su Yayınevi.
- Kadıoğlu, A. (2002). Türkiye'de Vatandaşlık Tartışmalarının Arka Planı. *Liberalizm Devlet Hegemonya* (s. 258-283). içinde İstanbul: Everest Yayınları.
- Kamu Yayıncılığı ve TRT Komisyonu Raporu. (2003, 02 24). Ankara.
- Kamusal Alan*. (2015). İstanbul: Hil Yayınları.
- Karaçor, S., & Tekin, Ö. F. (2015). Yerel Yönetimlerde Sosyal Medya Kullanımı Konya Merkez İlçe Belediyeleri Örneği. *Kamu Yönetiminde Sosyal Medya Kuramdan Uygulamaya* (s. 59-86). içinde Konya: Palet Yayınları.
- Karadağ, A. (2006). Kamusal Alan Modelleri: Çoğulcu Perspektiften Bir Değerlendirme. *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 5-39). içinde Ankara: Asil Yayın.
- Karadağ, A. (2016). *Kamusal Alan ve Türkiye*. Ankara: Asil Yayın.
- Karadağ, A. (2016). Post Modernite ve Kamusal Alan: Mutlak Hakikat Arayışının Sonu. *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 42-71). içinde Ankara: Asil Yayın.

- Karakoç, E., & Taydaş, O. (2013). Toplumsal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Değişen Aile Kavramı. *Sosyal Medya Araştırmaları* 1 (s. 207-224). içinde Konya: Çizgi Kitabevi.
- Karakulakoğlu, S. E. (2015). Geleceğin Web Teknolojileri Web 3.0 ve Etkileşim. *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* (s. 111-130). içinde İstanbul : Kalkedon Yayınları.
- Karal, H., Fiş Erümit, S., & Erümit, A. K. (2017). Sosyal Ağlar. *Sosyal Medya İletişimi* (s. 11-32). içinde Ankara: Gece Kitaplığı.
- Kavaklı, N. (2013). Kamusal Alan Olarak İnternet ve Geleneksel Medyanın Karşılaştırılması: Arama Motorları Örneğinde Kamusal Alan Oluşumu. Ankara: Ankara Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, A. (2013). Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi Bağlamında Facebook. *Sosyal Medya Araştırmaları 1* (s. 155-206). içinde Konya: Çizgi Kitabevi.
- Keyman, E. F. (2016). Kamusal Alan ve "Cumhuriyetçi Liberalizm": Türkiye'de Demokrasi Sorunu. *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 137-158). içinde Ankara: Asil Yayın.
- Kluge, A., & Negt, O. (2018). *Kamusal Alan ve Tecrübe*. İstanbul: NotaBene Yayınları.
- Korkmaz, E. (2015). Kamusal Alan Olarak Sosyal Medyanın Gündem Belirleme Gücü: 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Üzerine Bir Araştırma. İstanbul: Marmara Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kök, H. (2018). Alternatif Kamusal Alan Üretiminde Sosyal Medyanın Gücü: İşçi Sendikaları Üzerine Bir İnceleme. Elazığ: Fırat Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kuyucu, M. (2015). Sosyal Medyada Mahremiyet Türkiye'deki Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı. *'Sosyalleşen Olgular' Sosyal Medya Araştırmaları 2* (s. 21-54). içinde Konya: Çizgi Kitabevi.
- Oğuzhan, Ö. (2015). Sosyal Medya Karnavalında Yamyam Kullanıcılar. *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* (s. 9-20). içinde İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Oğuzhan, Ö., F. Dellaloğlu, B., Bezci, B., & Emre, E. (2015). *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim*. İstanbul: Kalkedon.
- Önkal, G., & Gündüzlü, E. (2015). Teknoloji Düşünemez Sosyal Medyada İhtiyaçlar Değerler Çatışmasının Felsefi Analizi. *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* (s. 37 - 52). içinde İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Özbank, M. (2009). Neden Demokrasi Düşünsel ve Vicdani Çeşitlilik Koşulları Altında Normatif Gerekçelendirme ve Siyasal İstikrar Sorunu. *Rawls Habermas Tartışması Neden Demokrasi Nasıl İktidar* (s. 15-40). içinde İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Özbank, M. (2009). *Rawls Habermes Tartışması Neden Demokrasi Nasıl İktidar*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Özbek, M. (2015). Kamusal Alanın Sınırları. *Kamusal Alan* (s. 21-90). içinde İstanbul: Hil Yayınları.
- Özbek, M. (2015). Kamusal Özel Alan Kültür ve Tecrübe. *Kamusal Alan* (s. 601 - 658). içinde İstanbul: Hil Yayınları.
- Özbek, M. (2015). Politik Kamusal Alan ve Kollektif Yaratıcılık. *Kamusal Alan* (s. 179 - 260). içinde İstanbul : Hil Yayınları.
- Özgül, G. E. (2015). Yanılsamalar Labirentinde Bir Yanılsama Olarak Özne. *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* (s. 83-110). içinde İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Özmen, S. (2004). Kamusal Alan Olarak Televizyonda Devlet Otoritesine Direnenler ve Televizyon Dizilerinde Temsili. İSTANBUL: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pembecioğlu, N., & Gündüz, U. (215). Sosyal Medya: Mizah, Muhalefet ve Direniş Pratikleri. *'Sosyalleşen Olgular' Sosyal Medya Araştırmaları 2* (s. 55-76). içinde Konya: Çizgi Kitabevi.
- Rawls, J. (2006). *Halkların Yasası ve Kamusal Akıl Düşüncesinin Yeniden Ele Alınması*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Rawls, J. (2018). Sivil İtaatsizliğin Tanımı ve Haklılığı. *Kamu Vicdanına Çağrı Sivil İtaatsizlik* (s. 55 - 78). içinde İstanbul : Ayrıntı Yayınları.
- Rawls, J. (2006). Temel Özgürlükler ve Öncelikleri. *Liberaller ve Cemaatçiler* (s. 245 - 172). içinde Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Rousseau, J.-J. (2014). *Toplumsal Sözleşme*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sağır, H. (2015). Çevreci Toplumsal Sosyal Hareketler ve Sosyal Medya. *Kamu Yönetiminde Sosyal Medya* (s. 193-244). içinde Konya : Palet Yayınları.
- Saygılıgil, F. (2015). Serbest Bölgede Novamed Kadın Grevi. *Kamusal Alan* (s. 457 - 474). içinde İstanbul: Hil Yayınları.
- Sennett, R. (2013). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. İstanbul: Ayrıntı.
- Sivil Bir Kamusal Alan*. (2005). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Sosyal Medya Araştırmaları 1*. (2013). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Sunay, R. (2002). Cumhuriyetçi - Liberal - Müzakereci Kamusal Alan Modelleri ve Türkiye'de Kamusal Alanın Gelişimi. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* , 51-78.
- Şener, G. (2006). Küresel Kapitalizmin Yeni Kamusal Alanı Olarak İnternet: Yeni Toplumsal Hareketlerin İnterneti Kullanımı. İstanbul: Marmara Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Şener, G., & Kuş, O. (2015). Büyük Birader'den Büyük Veriye Gözetim Toplumu. *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* (s. 53-79). içinde İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- TBMM. (2020, 07 29). *İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*. 11 14, 2020 tarihinde TBMM: <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k7253.html> adresinden alındı
- Tok, N. (2016). Liberal Demokratik Toplumda Kamusal Alan, Adalet, İstikrar ve Birlik. *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 110-132). içinde Ankara: Asil Yayın.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. (tarih yok). 10 4, 2020 tarihinde Türk Dil Kurumu Sözlükleri: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Uğurlu, Ö., & Yakın, M. (2015). Sosyal Medyada Kimlik Temsilinin Mekan Üzerinden Okunması Foursquare. *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* (s. 199-240). içinde İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Uslu, İ. (2011, 10). Televizyon Yayıncılığında Kamu Hizmeti Yayıncılığı. *Televizyon Yayıncılığında Kamu Hizmeti Yayıncılığı* . Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.
- Vikipedi, ö. a. (2020, 02 04). *Enformasyon*. 07 06, 2020 tarihinde <https://tr.wikipedia.org/wiki/Enformasyon> adresinden alındı
- Wayne, M. (2009). *Marksizm ve Medya Araştırmaları*. İstanbul : Yordam Kitap.
- Yegen, C. (2013). Demokratik ve Yeni Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya. *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 119-135.
- Yılmaz, H. (2016). Kamu, Kamu Otoretesi ve Devlet: Habermas'ın Işığında Türkiye'yi Düşünmek. *Kamusal Alan ve Türkiye* (s. 192-208). içinde Ankara: Asil Yayın.

EKLER

1. ARAŞTIRMA ANKETİ

Değerli katılımcı;

Aşağıda yer alan anket formu “sosyal medyada kamusal alan: sosyal medya mecralarında kamusal alanın sağlanabilirliği üzerine bir araştırma” isimli yüksek lisans tez çalışmasında kullanılmak üzere hazırlanmıştır. araştırma kapsamında sizden hiçbir şekilde kişisel bilgi (isim, adres vs.) istenmeyecektir. araştırmaya verdiğiniz cevaplar sadece bilimsel amaçla kullanılacak ve hiçbir şekilde başkalarıyla paylaşılmayacaktır. vereceğiniz samimi cevaplar araştırmanın sonucu açısından büyük önem taşımaktadır. Vakit ayırdığınız ve bilimsel bir araştırmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederim.

Mine KAYA

Süleyman Demirel Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

- 1- Yaşınız: 1-()15-20 2-()21-40 3-()41-55 4-()55 ve üzeri
- 2- Cinsiyetiniz: 1-()Kadın 2-()Erkek
- 3- Medeni Durumunuz: 1-()Bekar 2-()Evli 3-()Nişanlı/Sözlü
- 4- Aylık Hane Geliriniz:
1-()0-2250 2-()2251-4000 3-()4001-6000
4-()6001-8000 5-()8001 ve Üzeri
- 5- En Son Mezun Olduğunuz Okul:
1-()İlkokul/Ortaokul 2-()Lise 3-()Ön lisans
4-()Lisans 5-()Yüksek lisans/Doktora
- 6- Sosyal medya hesabınız var mı? 1-()Evet 2-()Hayır
- 7- Ne kadar süredir sosyal medya hesabına sahipsiniz?
1-()1 yıldan az 2-()1-2 yıldır 3-()3-5 yıldır 4-()6 yıl ve üstü
- 8- Hangi sosyal medya araçlarını kullanıyorsunuz?

- 1-()Facebook 2-()Twitter 3-()İnstagram 4-()YouTube
5-()Diğer(Lütfen Belirtiniz).....

9- **Bir günde ortalama ne kadar süre sosyal medyada kalıyorsunuz?**

- 1-()30 dakikadan az 2-()30 dakika 3-()Bir saat
4-()2-3 saat 5-()4 saat ve üstü

10- **Sosyal medya hesabına sahip olmanızın temel sebebi nedir?**

- 1-() Gündemi takip etmek / Gündemden haberdar olmak
2-() Katılım sağlamak / Tartışmak / Fikir paylaşımında bulunmak
3-() Tanıdıkları ve(ya) fenomenleri takip etmek
4-() Hoşça vakit geçirmek / Eğlenmek
5-() Diğer: _____

11- **Sosyal medyada en çok ne tür içerikleri takip edersiniz?**

- 1- ()Toplumsal / Politik / Sosyal konularla alakalı (ülke/dünya gündemi, salgın hastalık, savaş, toplumsal/siyasi olaylar vs.)
2- ()Mesleğimle / Kişisel durumumla / İlgi alanımla alakalı (makyaj, spor, bilim, yemek, sanat vs.)
3- ()Diğer: _____

12- **Gündemi daha çok hangi mecradan takip edersiniz?**

- 1-()Geleneksel Medya Araçlarından (TV– gazete – radyo)
2-()Kamu Kurumları İle Özel Kurumların Web Sitelerinden (Stk’ların / Cumhurbaşkanlığı’nın / belediyelerin / gazetelerin web siteleri)
3-()Sosyal Medya Mecralarından

13- **Toplumsal konulara ilişkin içeriklerde en güvendiğiniz mecra/araç hangisidir?**

- 1-()Geleneksel Medya Araçları (TV – gazete – radyo)
2-()Kamu Kurumları İle Özel Kurumların Web Siteleri (Stk’ların / Cumhurbaşkanlığı’nın / belediyelerin / gazetelerin web siteleri)
3-()Sosyal Medya Mecraları

Sosyal medyaya ilişkin aşağıdaki ifadelere ne düzeyde katılıyorsunuz?	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
---	-------------------------	--------------	------------	-------------	------------------------

1	Sosyal medya içerikleri herkesçe görülür ve bilinir.	1	2	3	4	5
2	Sosyal medyada yapılan paylaşımlar başkalarının gözü önündedir.	1	2	3	4	5
3	Sosyal medya sanal bir meydan gibidir.	1	2	3	4	5
4	Sosyal medyada yapılan paylaşımlar, mahrem/özel olmaktan çıkar.	1	2	3	4	5
5	Sosyal medyada yalnızca belirli kişiler için görünür olan (kısıtlanmış) paylaşımlar, diğerleri tarafından da (dolaylı olarak) görülebilir.	1	2	3	4	5
6	Herkesin sosyal medyaya erişimi mümkündür.	1	2	3	4	5
7	Herkes sosyal medya hesabı açabilir.	1	2	3	4	5
8	Sosyal medya, bireylerin ve grupların bir araya gelebildiği sanal bir mekandır.	1	2	3	4	5
9	Sosyal medyaya girişte herhangi bir kısıtlama yoktur. (Din, dil, ırk, ücret, zaman, mekân)	1	2	3	4	5
10	Tüm bireyler istedikleri zaman sosyal medyada var olabileceklerini bilirler.	1	2	3	4	5
11	Kadına yönelik şiddet, nükleer santral kurulumu, pahalı ve önemli bir ilacın devletçe karşılanması, iktidarın uygulamalarına yönelik eleştiriler... gibi durum ve konularla alakalı olarak, sosyal medyada herkes eşit düzeyde söz hakkına sahiptir.	1	2	3	4	5
12	Toplumsal sorunlarla alakalı, sosyal medyada her birey eşit düzeyde geniş kitlelere sesini duyurabilir.	1	2	3	4	5
13	Sosyal medyada bireyler diğerleriyle; dinleri, ırkları, meslekleri gibi toplumsal aidiyetlerinden ve statülerinden bağımsız olarak etkileşime geçerler.	1	2	3	4	5
14	Sosyal medyada, ayrıcalıklı bir kesim yoktur.	1	2	3	4	5
15	Sosyal medyada yürütülen bir tartışmada herkesin fikri eşit düzeyde dikkate alınır.	1	2	3	4	5
16	Sosyal medyada sıkı denetim mekanizmaları ve sert yaptırımlar yoktur.	1	2	3	4	5
17	Sosyal medyada bireyler, çekinmeden gerçek kimliklerini kullanırlar.	1	2	3	4	5
18	Sosyal medyada bireyler, belirli amaçları doğrultusunda toplanıp örgütlenebilirler.	1	2	3	4	5
19	Sosyal medyada bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade edebilirler.	1	2	3	4	5
20	Sosyal medya mecralarında katılımcılar karşıt görüşten katılımcıların düşüncelerine saygılıdır.	1	2	3	4	5
21	Sosyal medyada başlatılan toplumsal hareketler kolaylıkla sokağa/mezdanlara taşınabilir.	1	2	3	4	5
22	Sanal topluluklar baskı grubu niteliği taşır.	1	2	3	4	5
23	Sosyal medyada başlatılan eylemler yönetim mekanizmalarınca dikkate alınır.	1	2	3	4	5
24	Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, resmi	1	2	3	4	5

	makamlarca alınmış bir kararın geri çekilmesi ya da değiştirilmesi mümkündür.					
25	Sosyal medyada başlatılan eylemler sonucunda, gündemde olmayan bir meselenin gündeme alınması mümkündür.	1	2	3	4	5
26	Sosyal medya kullanıcıları toplumsal konulara duyarlıdır.	1	2	3	4	5
27	Sosyal medya kişi ve kurumlardan tümüyle bağımsızdır.	1	2	3	4	5
28	Sosyal medya, bireylerin ifade özgürlüğü hakkını gözetir.	1	2	3	4	5
29	Sosyal medya, bireylerin bilgi kaynaklarını kullanma hakkını gözetir.	1	2	3	4	5
30	Sosyal medya, bireylerin örgütlenme hakkını gözetir.	1	2	3	4	5

Sosyal medyanın işleyişine ilişkin aşağıdaki ifadelere ne düzeyde katılıyorsunuz?		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Sosyal medyada, insanlar (toplumsal konularda) birbirlerini etkileyebilirler.	1	2	3	4	5
2	Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının bazı gönderilerini beğenirim.	1	2	3	4	5
3	Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerine yorum yaparım.	1	2	3	4	5
4	Gönderilerle alakalı olarak hesap sahibine direkt mesaj atarım.	1	2	3	4	5
5	Takip ettiğim sosyal medya hesaplarının gönderilerini paylaşıyorum. (retweet / repost)	1	2	3	4	5
6	Sosyal medyada tanıştığım kişilerin, gerçek kimliklerini kullandığına inanırım.	1	2	3	4	5
7	Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, samimi ve güvenilirdir.	1	2	3	4	5
8	Sosyal medya ortamındaki tanışıklıklar / arkadaşlıklar, gerçek hayattakinden daha samimi ve güvenilirdir.	1	2	3	4	5
9	Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta da görüşürüm.	1	2	3	4	5
10	Sosyal medyada tanıştığım kişilerle gerçek hayatta görüştüğümde, kişinin sanal ortamdaki görüş ve düşünceleriyle gerçek hayattaki görüş ve düşüncelerinin tutarlı olduğunu düşünürüm. (Görüşmediyseniz boş bırakınız)	1	2	3	4	5
11	Sosyal medyadaki gruplara/sayfalara katılırım.	1	2	3	4	5
12	Ortak sorunlarımız olduğunda, katıldığım sosyal medya	1	2	3	4	5

	sayfalarındaki ya da gruplarındaki kişilerle internet ortamında etkileşime geçerim. (Katıldığınız grup veya sayfa yoksa boş bırakınız)					
13	İnsanlar, ortak meseleleri/sorunları ile ilgili sosyal medyada diğerlerine ulaşarak sanal topluluk(lar) oluşturabilirler.	1	2	3	4	5
14	İnsanlar; ortak beklenti, ihtiyaç ve talepleri konusunda sosyal medyada başkalarına ulaşarak örgütlenebilirler.	1	2	3	4	5
15	Sosyal medya grupları veya sayfalarında belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen bireyler, hedeflerine ulaşmaya dek bir arada kalırlar.	1	2	3	4	5
16	Sosyal medya mecralarında başlatılan kampanyalara/eylemlere/aktivitelere katılırım.	1	2	3	4	5
17	Sosyal medya mecralarında katıldığım kampanya(lardan)/eylem(lerden) sokağa taşınan oldu.(Hiçbir kampanyaya katılmadıysanız cevaplamayınız)	1	2	3	4	5
18	Sosyal medyada başlatılan kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere katılmak önemlidir.	1	2	3	4	5
19	İnsanlar, sosyal medyada düzenlenen kampanya, aktivite ve(ya) eylemlere, (fiziki alanlarda yapılanlara kıyasla) daha çok katılım sağlar.	1	2	3	4	5
20	Toplumu ilgilendiren bazı sorunlar, sosyal medyada (pek çok kişinin katılımıyla) yapılan kampanyalar / eylemler sayesinde çözüme kavuşur.	1	2	3	4	5
21	Sosyal medya fenomenlerinin yaşantıları alenidir.	1	2	3	4	5
22	Sosyal medya fenomenlerinin toplumsal konulardaki tutumları, takipçilerinin konuya bakış açılarını değiştirebilir.	1	2	3	4	5
23	Sosyal medya fenomenleri, toplumu ilgilendiren meselelerde öncüdürler.	1	2	3	4	5
24	Sosyal medya fenomenleri; tutumlarını/tepkilerini, tüm takipçileri adına sergilerler.	1	2	3	4	5
25	Takip ettiğim sosyal medya fenomenlerinin, toplumsal konulara ilişkin görüşlerini dikkate alırım.	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı : Mine KAYA

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi

Yüksek Lisans Öğrenim : Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı