

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TV SİNEMA ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

SOSYAL MEDYANIN KAMUSAL ALAN OLMA
İŞLEVİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET TEMSİLİNDEKİ
ROLÜ

Seda KANDEMİR

2502160266

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. Seçkin ÖZMEN

İSTANBUL / 2023

ÖZ

SOSYAL MEDYANIN KAMUSAL ALAN OLMA İŞLEVİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET TEMSİLİNDEKİ ROLÜ

SEDA KANDEMİR

Gündelik yaşam pratiklerinin bir parçası olan sosyal medya, teknolojinin de gelişimine paralel olarak, giderek daha da önem kazanmaktadır. Toplumsal hayatın dönüşümünde tüm diğer paradigmlar kadar etkilidir. Özellikle artık hemen herkesin en az bir sosyal medya uygulamasını aktif olarak kullandığı düşünüldüğünde, sosyal medyanın etkisinin büyüklüğü de daha anlaşılır olmaktadır.

Teknolojinin sağladığı mobilizasyon, kamusal alanın da mobilleşmesini sağlamıştır. Sosyal medyanın yeni bir kamusal alan oluşturduğu fikrinden hareketle bu yeni kamusal alanın görece daha özgür, herkesin katılımına açık, demokratik, eşitlikçi olduğunu söyleyebilmek mümkün olduğu kadar tartışmaya da açıktır. Toplumsal cinsiyet perspektifinden bakıldığında da eşitsizliklerin sosyal medya aracılığıyla nasıl yeniden üretildiğini ortaya koymak önemlidir.

Araştırma nitel bir araştırmadır. Çalışmada yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma boyunca ele alınan temel başlıklar sosyal medyada toplumsal cinsiyet ve kamusal alan temsiliyeti bağlamında çift yönlü olarak tasarlanmıştır. Bu yaklaşım bağlamında saha çalışması olarak tasarlanan araştırmada; sosyal medyanın toplumsal cinsiyeti yeniden üreten paradigmları ile eşitlikçi bir kamusal alan idealinin sosyal medyayla mümkün olup olmadığını değerlendirmek ve sosyal medyanın yarattığı varsayılan direniş imkanının kullanıcı nezdinde nasıl algılandığını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Bu çalışmada toplumsal cinsiyet kavramsallaştırması sosyal medya kullanım pratikleri ile ilişkisi açısından değerlendirilmiştir. Araştırma boyunca, sosyal medyanın kadın ve erkekler tarafından nasıl kullanıldığı,

kadın ve erkeklerin sosyal medya kamusal alanında nasıl yer aldığı; sosyal medyanın toplumsal cinsiyeti yeniden üretmedeki rolü; bu rolü dönüştürmede bir direniş olanağı tanıyıp tanımadığı gibi sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır. Bu araştırmada, sosyal medyanın toplumsal cinsiyet eşitliği hususunda yarattığı olanakları ve eşitsizliği besleyen dezavantajları ile sınırlılıkları eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, toplumsal cinsiyet, kamusal alan, sanal kamusal alan, kadın çalışmaları



ABSTRACT

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA'S PUBLIC SPACE IN GENDER REPRESENTATION

SEDA KANDEMİR

Social media, which is a part of daily life practices, is gaining more and more importance in parallel with the development of technology. It is as effective as any other paradigm in the transformation of social life. Especially when it is considered that almost everyone actively uses at least one social media application, the size of the effect of social media becomes more understandable.

The mobilization provided by technology has also enabled the mobilization of the public sphere. Based on the idea that social media creates a new public space, it is open to discussion as much as possible to say that this new public space is relatively free, open to everyone's participation, democratic and egalitarian. From a gender perspective, it is important to reveal how inequalities are reproduced through social media.

The research is a qualitative research. In the study, semi-structured in-depth interview technique was used. The main topics covered throughout the research were designed in a bidirectional manner in the context of gender and public space representation in social media. In the context of this approach, the research designed as a field study; to discuss the censorship mechanisms of social media that reproduce gender, the imposition of beauty by the use of filters, how social media changes daily life experiences and the transformation it creates in the social sphere, and to identify the main factors that cause this; It is aimed to evaluate whether the ideal of an egalitarian public space is possible with social media, and to reveal how the supposed resistance opportunity created by social media is evaluated by the user.

In this study, the conceptualization of gender was handled as a performance and evaluated in terms of its relationship with social media usage practices. Throughout the research, how social media is used by men and women, how social media is integrated into the daily life of users; how women and men take part in the social media

public sphere; how to transform the traditional public sphere and also how individual lives are transformed through social media; how social media plays a role in gender performance; It has been tried to find answers to questions such as whether it reproduces existing gender relations and whether it allows a resistance in transforming these relations. In this research, the opportunities created by social media in terms of gender equality and the disadvantages and limitations that feed inequality have been critically evaluated.

Keywords: social media, gender, public space, virtual public space, women studies



ÖNSÖZ

Sosyal medyanın tüm hayatımıza sirayet ettiği ve birçok yeni teknolojinin yaşam alanlarımızı çepeçevre sardığı bu dijital çağda hala toplumsal cinsiyeti konuşmak zorunda olmak bir kadın olarak kabullenilmesi zor bir gerçek. Teknolojilerin ilerlemesine karşın toplumsal cinsiyet eşitliğinde kayda değer bir yol katedilemiyor olması, bu çalışmanın yapılmasının şahsi nedenlerinden biridir. Bu tezi yazarken, umudum ve beklentim toplumsal cinsiyet eşitliğine dair farkındalıklı bir yol alabilme cesaretinin artmasını sağlayabilmektir.

Öncelikle, çalışma boyunca bana desteğini hiçbir zaman esirgemeyen Danışman hocam Prof. Dr. Seçkin Özmen'e ve akademik hayatıma yön veren tüm hocalarıma teşekkür ederim. Araştırmaya dahil olan tüm katılımcılara verdikleri içten cevaplar ve araştırmaya sağladıkları katkıdan ötürü minnettarım. Ayrıca hayattaki en büyük şansım olan canım aileme, beni en stresli anımda bile güldürmeyi başaran köpeğim Romeo'ya ve bu süreçte her koşulda yanımda olan tüm arkadaşlarıma sevgiyle sarılıyorum.

Seda KANDEMİR

İstanbul, 2023

İÇİNDEKİLER

ÖZ	II
ABSTRACT	III
ÖNSÖZ	V
TABLolar LİSTESİ.....	IX
KISALTMALAR LİSTESİ.....	X
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAMUSAL ALAN

1.1 Kamusal Alan Tarihçe	10
1.1.1. Kamusal Kelimesinin Kökeni.....	10
1.1.2. Kamusal Alan / Özel Alan Ayrımı.....	14
1.2. Kamusal Alan Modelleri	17
1.2.1. Kamusal Akıl.....	24
1.3. Kamusal Alan Tartışması Ve Farklı Kuramsal Yaklaşımlar.....	27
1.4. Kitle İletişim Araçları ve Kamusal Alan.....	53
1.5. Sosyal Medya ve Sosyal Medyanın Kamusal Alan Olma İşlevi.....	60
1.5.1. Sosyal Medya Nedir?	60
1.5.2. Kamusal Alan Tartışmaları Çerçevesinde Sosyal Medya.....	68
1.5.3. Sosyal Medyanın Kamusal Alan Olduğuna Dair Görüşler.....	71
1.5.4. Sosyal Medyanın Kamusal Alan Olamayacağına Dair Görüşler.....	73
1.6. Kamusallığın Öteki Yüzü: Karşıt Kamusal Alan.....	75

1.6.1.Sosyal Medyada Karşıt Kamusal Alan.....	82
---	----

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE TOPLUMSAL CİNSİYET

2.1. Sosyal Medyayı Feminizm Üzerinden Düşünmek.....	85
2.1.1. Feminizmin Gelişimi.....	85
2.1.2. Postmodern Feminizm.....	93
2.1.3. Performatif Cinsiyet.....	99
2.1.4. Siberfeminizm	103
2.2. Toplumsal Cinsiyete Dayalı Bir Teknoloji Olarak Sosyal Medya.....	104
2.2.1. Feminist Teknoloji.....	108
2.2.2. Çevrim içi Cinsiyet.....	110
2.2.3. Algoritmik Cinsiyet Ayrımcılığı.....	112
2.3. Sosyal Medyada Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğiyle Mücadele Etmek: Karşıt Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya	114
2.3.1.Sosyal Medyada Feminist Aktivizm: Hashtag Aktivizmi.....	114

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TOPLUMSAL CİNSİYETİN YENİDEN ÜRETİMİNDE SOSYAL MEDYA VE KAMUSAL ALANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Yöntem.....	118
3.1.1 Araştırmanın Amacı, Önemi, Kapsamı ve Sınırlılıkları.....	118
3.1.2. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Verilerin Toplanması.....	120
3.2. Araştırmanın Bulguları.....	127

3.2.1. Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Sosyal Medya Kullanım Pratiklerine İlişkin Bulgular.....	127
3.2.1.1.Sosyal Medya Platformlarının Kullanım Sıklığına İlişkin Bulgular.....	128
3.2.1.2. Sosyal Medyada Paylaşılan İçeriklere İlişkin Bulgular	131
3.2.1.3. Sosyal Medyada Takip Edilen Hesaplara İlişkin Bulgular.....	156
3.2.1.4. Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Bulgular.....	158
3.2.2. Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Sosyal Medyanın Kamusal Alan Olma İşlevine İlişkin Bulgular.....	162
3.2.2.1. Sosyal Medyanın Kamusal Alan/Özel Alan Olarak Kullanımına İlişkin Bulgular.....	162
3.2.2.2. Katılımcıların Geleneksel Kamusal Alan ve Sosyal Medya Kamusal Alanında Var Olma Deneyimine İlişkin Bulgular.....	169
3.2.2.3. Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanmasında Geleneksel Medya ve Sosyal Medya Karşılaştırmasına İlişkin Bulgular.....	173
3.2.2.4. Katılımcıların Hashtag’ler Dolayımıyla Oluşturulan Karşıt Kamusal Alan Deneyimlerine İlişkin Bulgular.....	175
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	184
KAYNAKÇA.....	197
EKLER.....	235
ÖZGEÇMİŞ.....	240

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Kadın Katılımcı Listesi.....	125
Tablo 2: Erkek Katılımcı Listesi.....	126



KISALTMALAR LİSTESİ

Akt. : Aktaran

Çev. : Çeviren

Der. : Derleyen

Ed. : Editör

LGBTİ : Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Trans, İnterseks

S. : Sayfa

T.C. : Türkiye Cumhuriyeti

vd. : ve diğerleri

vb. : ve benzeri

GİRİŞ

Antik Yunan'dan günümüze süregelen kamusal alan tartışmaları yeni medya teknolojilerinin gelişimi ile birlikte dönüşüme uğrayarak ivme kazanmıştır. Yeni medyanın olanakları doğrultusunda yeni bir kamusal alan imkanı doğmuştur. Dijitalleşen çağın gereklerine uygun olarak kamusal alana ait olan, dijital kamusal alanlara da taşınmıştır. Dijital kamusal alan pratiklerini deneyimleme mekânlarından en önemlisi olan sosyal medya yeni bir kamusal alan fikrinin doğmasına öncülük etmiştir.

Gündelik yaşam pratiklerinin bir parçası olan sosyal medya, teknolojinin de gelişimine paralel olarak, giderek daha da önem kazanmaktadır. Toplumsal hayatın dönüşümünde tüm diğer paradigmlar kadar etkilidir. Özellikle artık hemen herkesin en az bir sosyal medya uygulamasını aktif olarak kullandığı düşünüldüğünde, sosyal medyanın etkisinin büyüklüğü de daha anlaşılır olmaktadır.

Bireyler sosyal medyayı kendi perspektifinden, yaşam deneyiminden, kültüründen, toplumsal statüsünden, sosyo-ekonomik düzeyinden, demografik özelliklerinden bağımsız kullanmamaktadır. Kısacası gerçek yaşamını sanal dünyasına da aktaran bireyler; sanal deneyimlerini gerçek deneyimlerinden ayrı tutmamaktadır. Dijital çağda artık insanlar sanal dünyalarında daha fazla vakit geçirmeye başlamışlardır. Her iki alan da yani toplumsal yaşam pratikleri ile sanal toplumsal yaşam pratikleri iç içe geçmiştir. Her ikisi birbirini hem pozitif hem de negatif yönde etkilemekte ve hatta dönüştürmektedir.

İletişim kurma biçimlerimizi kökten değiştiren sosyal medyanın gündelik hayata kolaylıkla dahil edilebilmesini sağlayan akıllı telefonlar aracılığıyla, bireyler iletişimlerini mobil ağlar üzerinden gerçekleştirilebilmektedir. Bütün sosyal hayatın akıllı telefonlara senkronizasyonu sayesinde her birey kendi yaşamını cebinde, çantasında; istediği zaman ortaya çıkarıp, istediği zaman gizleyeceği şekilde taşıyabilmektedir.

Teknolojinin getirdiği bu mobilizasyon, kamusal alanın da mobilleşmesini sağlamıştır. Sosyal medyanın yeni bir kamusal alan oluşturduğu fikrinden hareketle bu yeni kamusal alanın görece daha özgür, herkesin katılımına açık, demokratik, eşitlikçi

olduğunu söyleyebilmek mümkün olduğu kadar tartışmaya da açıktır. Çünkü her ne kadar bireylere sunulan teknoloji birçok avantajı ve özgürlüğü beraberinde getirirse de; sosyal medya kullanımında birtakım engellemeler söz konusu olabilmektedir. Örneğin; siber suçlar bağlamında ele alındığında; tıpkı kamusal alanın korunmasına yönelik önlemlerin alınması gibi dijital kamusal alan için de birtakım önlemlerin alınması olası ve doğaldır. Erişilebilirlik bağlamında da birçok sorundan söz edilebilir.

Sosyal medyanın kamusal alan olup olmadığı konusunda farklı görüşler mevcuttur. Bu görüşler özellikle kamu/özel ayrımı etrafında şekillenmektedir. Sosyal medya salt kamusal alan olmaktan ziyade aynı anda özel alanın da bir parçasıdır. Dolayısıyla hem kamusal hem özel alan olarak değerlendirilebilir. Sosyal medya; ortak fikir alışverişinde bulunulan, ortak kararlar alınan, toplumsal iletişimi sağlayan, bireylerin karşılıklı etkileşimine olanak tanıyan bir mekan olarak kamusal alan özellikleri taşımaktadır. Ama aynı zamanda; bireysel olarak profillerin oluşturulması, bireyin sahip olduğu hesaba sadece onun uygun gördüğü kişilerin erişim sağlayabilmesi, bireyin kendi çevresi ile sınırlandırılmış arkadaş listelerine sahip olması gibi özellikleri sosyal medyanın özel alan olduğunun da göstergesi niteliğindedir. Medya Etik Kurulu haberlerde sosyal medyada paylaşılan kişisel fotoğrafların kullanımına ilişkin bir karar almıştır. Bu karar metninde sosyal medyanın hem kamusal hem özel alan olduğu hususuna dikkat çekilmiştir.

“KARAR 28: Sosyal medyada yapılan paylaşımların kullanımına ilişkin tavsiyeler (7 Temmuz 2014)

Sosyal medya ağları, dünyada olduğu gibi, ülkemizde de önemli bir iletişim mecrası haline gelmiştir. Pek çok kişi, bu ağları aktif biçimde kullanarak, yerel ve küresel ölçekte yeni bir çevre edinmekte ve kendini ifade edebileceği bir ortama kavuşmaktadır.

Sosyal medya ağlarının, “kamu”ya dönük mecralar olduğu bir gerçektir. Fakat bunların “özel hayat”la hiçbir bağlarının olmadığını

söylemek de mümkün değildir. Kullanıcıların özellikle arkadaş listeleri oluşturarak bazı sınırlar çiziyor olmaları dikkate değer bir ayrıntıdır.”¹

Herkese açık hesaplarda kişinin paylaştığı her şey tüm sosyal medya kullanıcıları tarafından görünür olabilmektedir. Bu haliyle bu hesaplar kamusal alanın bir parçası olmaktadır. Herkesin erişimine kapalı hesaplar görece daha korunaklı kalmayı başarabiliyor gibi görünse de bu hesapların kamusal alana mı yoksa özel alana mı ait olduğu sorusu tartışmaya açık kalacaktır.

Sosyal medya bireylere, gerçek hayatta sahip olmak istedikleri kimliği yaratma fırsatı tanımaktadır. Kadın-erkek; anne-baba-çocuk; eş-sevgili-arkadaş; beyaz yakalı-mavi yakalı ve bütün etnik ve dini kimlikler sanal alanda da kendi temsillerini yaratmaktadır. Bu temsiller zıtlıklar içerisinde var olmaya devam etmektedir.

Kökeni eski Yunan’a kadar dayanan kamusal/özel ayrımı; Sanayi Devrimi ile birlikte bir işin cinsiyete göre bölünmesi düzeni ile baş göstermiştir. Bu ayrım erkeği ücretli iş alanı olan kamusal alana yerleştirmiş; kadını ise ev içi üretimin yegâne alanı eve yani özel alana hapsedmiştir. Geleneksel ataerkil aile yapısında ev içi yani özel alanda tanımlanan kadın, iş hayatına geçişle birlikte erkekle özdeşleştirilen kamusal alanda da var olmaya başlamıştır. Ancak kitle iletişim araçlarında yaratılan karşıtlıklar (iyi/kötü, temiz/kirli, bakımlı/bakımsız, hızlı/yavaş, güzel/çirkin gibi) ataerkil bakış açısına hizmet etmektedir ve erkeğe ait - kadına ait özellikler sınıflaması yapılması ve bu bağlamda yaratılan söylemlerin “bu özellikleri vurgulaması da aynı bakış açısıyla değerlendirilebilmektedir” (Demir, 2009:85).

Dijitalleşme, karşıt kamusal alanların oluşturulmasına katkı sağlamıştır. Kamusal alandan dışlanmış topluluklar sosyal medya üzerinden örgütlenererek karşıt kamusal alanlar oluşturabilmektedir. Tarihsel olarak baktığımızda; kamusal alanın dışında yer alan kadınların, sosyal medya üzerinden oluşturdukları dayanışma platformları ve buna bağlı olarak açılan kullanıcı hesapları karşıt kamusal alanın örneklerini oluşturmaktadır. Sosyal medya kamusal alanının toplumsal cinsiyet

¹ Medya Etik Kurulunun web sitesinden alınmıştır. Kararın tamamına <http://medyaetikkurulu.org/wordpress/index.php/sosyal-medyada-yapilan-paylasimlarin-kullanimina-iliskin-tavsiyeler/#more-378> linkinden ulaşılabilir.

bağlamında sağladığı fırsatlar öncelikle kadının kendine temsil alanı bulmasının mümkünlüğü üzerinden tartışılmıştır. Sosyal medyanın karşıt kamusal alan yaratma gücü inkar edilemese de acaba kadınlar için salt bir direniş alanı olarak mı anlam kazanmaktadır? Ayrıca sosyal medyanın toplumsal cinsiyet ekseninde eşit katılıma açık bir kamusal alan olma düşüncesi ya da iddiası, sosyal medyanın çok da konuşulmayan/geleneksel kamusal alanla bağlantılı olan toplumsal cinsiyetçi yapısını görmezden gelmemize sebep olabilir. Araştırmanın ilerleyen bölümlerinde özellikle Twitter² üzerinden hayatımıza dahil olan hashtag aktivizmine dikkat çekilmiştir. Olası imkanlar ve sorunlar dahilinde konu tartışmaya açılmıştır.

Araştırma boyunca, sosyal medyanın kadın ve erkekler tarafından nasıl kullanıldığı, cinsiyet farklılıklarının kullanıma etkisi; sosyal medyanın toplumsal cinsiyet davranışlarını sergilemede nasıl bir rol oynadığı; mevcut toplumsal cinsiyet ilişkilerini nasıl yeniden ürettiği ve bu ilişkileri dönüştürmede bir direniş olanağı tanıyıp tanımadığı gibi sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır.

Wajcman (2004: 7) teknolojilerin birer cinsiyeti olduğunu ve bunun, hem tasarımı hem de tüketim ve kullanım pratiklerinin birçok noktasında şekillendirilen ve sürekli yeniden yapılandırılan bir sistemler bütünü olarak karşımıza çıktığını belirtmektedir. Kullanılan her teknolojik nesne belli bir toplumsal cinsiyeti işaret etmektedir dolayısıyla bu nesne her kullanıldığında toplumsal cinsiyeti yeniden üretmektedir. Mutfakta kullanılan teknolojik araçların kadının denetiminde olması ya da eve bir televizyon alınacaksa buna karar verenin çoğunlukla erkek olması gibi... Sosyal medyanın teknoloji ile insanı birleştiren teknoloji dolayimli bir araç olduğu dikkate alındığında; sosyal medya kullanımı yoluyla yeniden üretilen toplumsal cinsiyet kimlikleri üzerinde düşünmek önemlidir. Çünkü bu perspektif; yeni ve çoklu kamusal alanlar yarattığı üzerine sıkça araştırmalara konu olan sosyal medya hakkında bilgi vermekle birlikte sosyal medyanın eşitlikçi ve demokratik bir şekilde cinsiyet eşitliği temelinde bir kamusal alan imkanı yaratıp yaratmadığını ortaya çıkarmak adına yol gösterici olacaktır.

² Twitter'in ismi ve logosu, 24 Temmuz 2023 tarihinde X olarak değiştirilmiştir. Ancak bu tez çalışması boyunca Twitter olarak adlandırılmaya devam edilmiştir.

Sosyal medyada hem üretim hem de tüketim aynı anda gerçekleşmektedir. Bu durumda kadın bedeninin tüketime sunulması, geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak, sermaye sahibinin tekelinde olmayıp bizzat bireyin hâkimiyetindedir ve birey kendini, kendi inisiyatifinde nesneleştirip dolaşıma sokmaktadır. Bireyin çevrim içi olduğu sosyal medyada gerçekleştirdiği üre-tüketim, kullandığı medyanın özellikleri ve sınırları dâhilinde olmaktadır. Bu da bireyin kendini o medyanın sahip olduğu özelliklere uyumlaması şeklinde nitelendirilebilir. Kısacası, birey ya da üre-tüketici, kullandığı sosyal medyanın hegemonyasına rıza göstermektedir denebilir.

Sosyal medya ve toplumsal cinsiyet çalışmaları yaparken teknolojilerin üretim sürecini de hesaba katmak gerekmektedir. Teknolojinin üretimi, kullanımı ve hatta gelişimi üçgeninde bakıldığında teknolojinin kendisinin eril doğaya sahip olduğu söylenebilir. Aracın kendisinin eril olduğu düşünülürse, bu toplumsal cinsiyet eşitsizliği ön kabulünü de beraberinde getirecektir. Sosyal medyanın halihazırda eril alanın hakimiyetinde olduğu varsayılmaktadır. Bu araştırma, toplumsal cinsiyetçi ilişkilerin sosyal medya kullanım pratikleri üzerinden yeniden üretiliyor olduğu argümanı temelinde tasarlanmıştır. Bu araştırmanın bir diğer argümanı, sosyal medya kamusal alanının toplumsal cinsiyete göre düzenlenmiş olmasıdır. Araştırmanın temel amacı ortaya atılan bu argümanlar doğrultusunda, sosyal medya kamusal alanında uygulanan toplumsal cinsiyetçi davranış kalıplarını, kullanıcı deneyimleri üzerinden ortaya çıkarmaktır.

Bu çalışmada, en az bir sosyal medya hesabına sahip bireylerin, toplumsal cinsiyete dayalı olarak gündelik hayatta üretilen kimliklerini sosyal medya ortamına nasıl taşıdıklarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Geleneksel kamusal alanda var olan toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin sanal kamusal alana nasıl taşındığını, sosyal medya kullanım pratikleri üzerinden göstermeyi hedefleyen bu çalışmada ayrıca gündelik hayatta var olan toplumsal cinsiyetçi kimliklerin, birey tarafından sosyal medyada nasıl inşa edildiği ve bireyin kendini sosyal medyada nasıl temsil ettiği belirlenmeye çalışılmıştır.

Toplumsal cinsiyet, geleneksel medyadaki temsilleri üzerinden sıklıkla çalışılan bir alandır. Ancak sosyal medyanın direkt etki alanı içinde olmasına karşın

toplumsal cinsiyeti temel alan çalışmaların yanlılığı şaşırtmaktadır. Bir taraftan da sorgulatmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin, toplumsal cinsiyet eşitliğini desteklediği varsayımıyla hareket ediliyor olabilir. Çünkü yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı birçok avantaj sebebiyle; ırk, dil, din, cinsiyet ayrımı yapmaksızın her bireyin eşit kullanım hakkına sahip olduğu algısı hakimdir. Bu çalışma, teoride eşit görünen ama pratikte var olan eşitsizlikleri ortaya çıkarmayı amaçlamıştır.

Yeliz Dede Özdemir'in 2019 yılında yürüttüğü *Mobil Medya, Teknoloji Ve Toplumsal Cinsiyet: Türkiye'de Akıllı Telefonların Toplumsal Cinsiyetlenmiş Kullanım Pratikleri* adlı doktora tez çalışmasında, cep telefonu kullanımının toplumsal cinsiyete göre düzenlenmiş olduğu ortaya çıkmıştır. Akıllı cep telefonu kullanıcılarının birer sosyal medya kullanıcısı olduğu da düşünüldüğünde bu araştırmanın Özdemir'in yaptığı araştırmayı desteklemesi beklenmektedir. Emel Uzun Yedekçi'nin 2022'de tamamlanan *Sosyal Medyada Dişil Söylemin İnşası: Instagram Örneği* adlı doktora tez çalışmasında da sosyal medyada inşa edilen dişil söylemin, erkek egemen kültürün etkisi altında kaldığı ve bu sebeple bir meta haline geldiği belirlenmiştir. Bu çalışmada da karşıt kamusal alanlarda üretilen dişil söylemlerin kullanıcı nezdinde nasıl değerlendirildiği gösterilmeye çalışılmıştır.

Dijital alanda toplumsal cinsiyet eşitliği dendiğinde ilk olarak yeni medya teknolojilerinin tüm cinsiyetler tarafından erişilebilir olması anlaşılmaktadır. Ancak kadınların en az erkekler kadar yeni medya teknolojilerini kullanabiliyor ya da erişebiliyor olması toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin azaldığı/azalacağı anlamına gelmemektedir. Kullanım pratiklerinde ortaya çıkan farklılıklar bu eşitsizliği görünür kılacaktır. Bu çalışmayı diğer sosyal medya ve toplumsal cinsiyet çalışmalarından ayıran nokta; sosyal medya kullanımının ne şekilde gerçekleştirildiğinin ve toplumsal cinsiyete dayalı oluşturulan kadın/erkek temsillerinin sosyal medya kamusal alanında nasıl ortaya konduğunun cevabını bulmaya odaklanmış olmasıdır.

Sosyal medya diye kavramsallaştırılan araçlar birbirlerinden işlevleri bakımından farklılaşmaktadır. Örneğin Twitter'da olan bir özellik Instagram'da yokken, Facebook'ta olabilmektedir. Buna yönelik talebi karşılamak amacıyla, sosyal medya yazılım firmaları gelişen teknoloji ve iletişim ihtiyaçlarına göre sürekli

güncelleme yayınlamakta ve teknolojinin sürekli yenilenerek hayatlarımıza dahil olmasına olanak tanımaktadır (Metin ve Karakaya, 2017: 116). Bu farklılık çeşitli biçimlerde tezahür etmektedir. Yapısal farklılıklar kullanıcı nezdinde de birtakım ortak pratikler yaratmaktadır.

Bu araştırmada; toplumsal cinsiyet eşitliğine dayalı bir kamusal alan idealinin sosyal medyayla mümkün olup olmadığını değerlendirmek ve sosyal medyanın yarattığı varsayılan direniş imkanının kullanıcı nezdinde nasıl algılandığı tartışmaya açılmıştır. Bu doğrultuda, sosyal medyanın toplumsal cinsiyet eşitliği hususunda yarattığı olanakları ve eşitsizliği besleyen dezavantajları ile sınırlılıkları eleştirel bir bakış açısıyla çözümlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma ne salt toplumsal cinsiyetle, ne salt kamusal alanla ne de sosyal medya ile sınırlıdır. *Kesişimsellik* çerçevesinde ele alınan bu çalışma boyunca tüm bunların birbiriyle olan ilişkileri, birbirlerini nasıl dönüştürdükleri ya da şekillendirdikleri üzerinde durulmuştur. Kullanıcı deneyimleri ekseninde, bu kavram seti üzerinden sosyal medyada toplumsal cinsiyet olgusu ve sosyal medyanın kamusal alan temsiliyeti değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu tezi yazım sürecinde, tezi etkileyeceğine inanılan sosyal medya hesapları, hashtagler, haberler titizlikle takip edilecek ve gözlemsel veri olarak çalışmaya eklenmiştir; toplumsal hayatta ve sosyal medyada karşılaşılan durumlar araştırmanın hizmetine sunulmuştur.

Türkiye’de kamusal alan ve toplumsal cinsiyet üzerine çok fazla çalışmaya rastlanmaktadır. Ancak kamusal alan olarak sosyal medyanın, toplumsal cinsiyet bağlamında incelenmesi üzerine herhangi bir akademik çalışmaya denk gelinmemiştir. Uluslararası literatüre bakıldığında ise orada da durum çok farklı değildir. Birçok sanal kamusal alan çalışmasına denk gelinmiş olsa da toplumsal cinsiyet söz konusu olduğunda çalışmalar genellikle kullanım motivasyonları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu çalışmalarda dikkati çeken; cinsiyetler arası kullanım farkları ve motivasyonlarının sanal kamusal alan/geleneksel kamusal alan ayrımıyla nasıl biçimlendiğinin gözden kaçırılmış olmasıdır.

Kamusal alandan dijital kamusal alana geçişle birlikte değişen ya da dönüşen ama süregelen toplumsal cinsiyetçi paradigmlar, birinci dalga feminizmden,

siberfeminizm gibi teknolojiyi kıstas alan kuramlara kadar tarihsel bir perspektifle ele alınmıştır. Sosyal medyayı, hem üretim hem tüketim bağlamında, toplumsal cinsiyetten bağımsız düşünmek eksik bir okuma yapmak anlamına gelmektedir. Dolayısıyla bu araştırmada, sosyal medyaya feminist bir mesafeden ve eleştirel bir bakışla yaklaşılmıştır.

Kamusal alanda eşit fırsat verilmemesinin bir yapısal şiddet biçimi olduğunu unutmadan, sosyal medyanın azınlık konumundaki bireylere en başta da kadınlara erişilebilir bir kamusal alan yaratmadığını söylemek salt bu araştırmayla mümkün değildir. Elbette bu birçok araştırmayı birbirini destekleyecek şekilde gerçekleştirmekle kesinleştirilebilir. Ama bunun için öncelikle sosyal medyanın yarattığı fırsatlara mesafe alarak bir soruşturma yapmaya ihtiyaç vardır. Sosyal medyanın yarattığı kamusal alanların, geleneksel kamusal alandan daha ayrıcalıklı bir konumda ele alınması, halihazırda var olan eşitsizlikleri görmemize engel olabilir. Tam da bu nedenlerden dolayı, sosyal medyanın, kadınlara ve LGBTİ³ bireylere tam erişim hakkı tanıyan güvenli bir alan sunduğu mitine karşı eleştirel bir soruşturma yapmak önemlidir.

Bu tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır:

Birinci bölümde; kamusal alan kuramsal olarak ele alınmıştır. Habermas, Arendt ve Sennett'in kamusal alan yaklaşımlarının dışında çalışmada, tüm bu yaklaşımlara farklı perspektiflerden eleştiri getiren ve kamusal alan literatürüne doğrudan katkı sağlamış olan Nancy Fraser, Alexander Kluge ve Oscar Negt gibi akademisyenlerin görüşlerine de yer verilmiştir. Daha sonra kitle iletişim araçlarından yeni medyaya, kamusal alanın nasıl geliştiği ve dönüştüğü açıklanmaya çalışılmıştır. İnternetin tarihsel gelişimi ve geline son noktada dijital çağın özellikleri ele alınmıştır. Sonrasında çalışmanın özünü oluşturan sanal kamusal alan kavramına değinilerek, sosyal medyanın kamusal alan/özel alan özellikleri üzerinde durulmuştur.

İkinci bölümde; öncelikle feminizmin tarihsel gelişimine yer verilmiştir. Sonrasında Postmodern Feminizm tartışması yapılmıştır. Son dönem feminist

³ Literatürde LGBTİ kısaltması farklı şekillerde verilebilmektedir. LGBTQ+ ya da LGBTİ+ şeklinde de kullanımları mevcuttur. Ancak bu tez çalışmasında LGBTİ kısaltması kullanılacaktır.

yaklaşımlardan Performatif Cinsiyet ve Siberfeminizm'e değinilmiştir. Bunu takiben, sosyal medya toplumsal cinsiyete dayalı bir teknoloji olarak ele alınmış; Feminist Teknoloji, Çevrim içi Cinsiyet ve Algoritmik Cinsiyet Yanlılığı perspektifinden değerlendirilmiştir. Son olarak, Sosyal Medyada Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğiyle Mücadele Etmede Karşıt Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya Örgütlenmelerine dikkat çekilmiştir.

Üçüncü bölümde ise; derinlemesine görüşmelerde elde edilen veriler ışığında, sanal kamusal alanda sosyal medyanın toplumsal cinsiyetçi kullanım pratikleri ortaya konmuştur. Sosyal medyanın kamusal alan olma özelliği dikkate alınarak toplumsal cinsiyetin sosyal medya kamusal alanındaki inşa süreci ve nasıl yeniden üretildiği açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca sosyal medyanın karşıt kamusal alan temsiliyeti tartışılarak çalışma sonlandırılmıştır.

Özellikle altını çizmekte fayda vardır ki bu araştırma biyolojik cinsiyet temelli değil cinsiyet kimliği dikkate alınarak yürütülmüştür.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAMUSAL ALAN

1.1 Kamusal Alan Tarihçe

1.1.1. Kamusal Kelimesinin Kökeni

Tarihsel olarak Antik dönemlere kadar geriye uzanan kamusal ve özel alan kavramları on beşinci yüzyılın ikinci yarısında Batı’da kullanılmaya başlar. İngilizce’de ilk defa 1470 yılında Malory tarafından *toplumun ortak yararını* tanımlamak için kullanılan kamu (*public*) sözcüğü, 1540’lı yıllarda *açık bir şekilde gözlemlenen ve ortada olan* şeklinde bir anlam kazanmıştır. Aynı yıllarda özel (*private*) sözcüğü ise halkı devlet yöneticilerinden ayırmak için *ayrıcalıklı olan* anlamında kullanılmıştır. (Sennett, 2019: 31)

Kamusal kavramı on yedinci yüzyılın sonlarında, *herkesin denetimine açık olan*; özel kavramı ise *kişinin ailesi ve arkadaşları ile sınırlandırılmış saklı bir yaşam alanı* şeklinde anlamlandırılmıştır. On yedinci yüzyılda Fransızca’ya da dahil olan kamu sözcüğü, tiyatro izleyicilerinden oluşan topluluk anlamına gelen *le public* sözcüğüyle ifade bulmuştur. *Le public* ayrıca siyasal topluluğu tanımlamak için de kullanılmıştır (Sennett, 2019: 32).

On sekizinci yüzyıla gelindiğinde Almanca’ya yerleşen kamu (*öffen*) kavramı, ondan daha eski olan kamusal kavramından türetilmiştir. Toplumsal emek ile ilişkilendirilerek, burjuvaya ait bir kavram olarak kabul görmüştür (Habermas, 2013: 90).

Anlamlar birbirine yakın olsa da özel/kamusal alan kavramları her bir dilin yapısına göre farklılık göstermektedir. Özellikle Türkçe’ye çevrilirken sözcüğün esas ifadesini kullanmak önemlidir. Çünkü sözcüklerin anlamlarında kültürel farklılıklara rastlamak mümkündür.

Almanca'da kamusal alan (*Öffentlichkeit*) tek bir kelime ile ifade edilirken; Türkçe'de (*kamusal alan*) ve İngilizce'de (*public sphere*) iki sözcüğün bir araya gelmesiyle asıl anlamına kavuşmaktadır. İngilizce'de *public sphere* dendiğinde akla mutlaka bir mekân gelmektedir. Yani kamusal alanın mekânsal bir anlamı vardır. *Öffentlichkeit*, anlamı açıklık olan 'öffen'den türetilir (Özbek, 2015: 42-43) .

Türkçe'de kamu sözcüğü ile kamusal alan sözcüğü farklı anlamlara gelmektedir. TDK'ya göre kamu sözcüğü⁴, üç farklı anlama sahiptir:

“1. *isim* Halk hizmeti gören devlet organlarının tümü.

2. *isim* Bir ülkedeki halkın bütünü, halk, amme

3. *sıfat, eskimiş* Hep, bütün”

Bu tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere; kamu sözcüğü hem devleti hem de halkı nitelemek için kullanılmaktadır. Kamusal alan sözcüğü ise TDK Güncel Türkçe Sözlük'te⁵ şu şekilde anlamlandırılmıştır:

“*İsim* Kamuya ait, kamu ile ilgili işlerin yapıldığı yer.”

Kamusal alan yukarıdaki tanımlamaya göre; bir yer, bir mekan, bir uzamı çağrıştırmaktadır. Ancak kamusal alan, salt bir mekan değildir; mekânsal olanın toplumsal olarak üretilmesi yoluyla açığa çıkmaktadır. Kamusal alan toplumsal olarak üretilen 'yer'dir (Özbek, 2015: 41).

Özel sözcüğü ise şöyle tanımlanmıştır:

1. *sıfat* Yalnız bir kişiye, bir şeye ait veya ilişkin olan, özel

2. *sıfat* Benzerlerinden ayrılmasını sağlayan bir özelliği olan, özel.

3. *sıfat* Bir kişiyi ilgilendiren, hususi, zatî

4. *sıfat* Devlete değil, kişiye ait olan, hususi, resmî karşıtı.

5. *sıfat* Dikkate değer

⁴ Bkz. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük: <https://sozluk.gov.tr/>

⁵ Bkz. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük: <https://sozluk.gov.tr/>

6. *sıfat* Ayırt edici bir niteliği olan.

7. *sıfat* Her zaman görülenden, olağandan farklı⁶

Özel sözcüğü tek başına kullanıldığında birden fazla anlama gelmektedir. Dolayısıyla ile kamusal alandan ayrı olan, kamusal alanın dışındaki yer anlamı; özel alan tamlaması ile gerçekleşebilmektedir. Ancak TDK'nın Güncel Türkçe Sözlük'ünde bu ifadeye yer verilmemiştir.

Gündelik dilde kamusal alan devletle ilişkili olan, umumi, herkese açık olan şeklinde kullanılırken; özel alan bunun tam tersi bir ifadeye sahiptir. Kişiye özel olan, saklı olan, mahrem olan gibi...

Kamusal alanın devletle ilişkili olan anlamına gelmesi, kamusal alanın devletin kontrolünde olduğunun kabulünü de beraberinde getirmektedir. Ancak kamusal alan, tüm bireylerin ortak sorunlarının ele alındığı, eşitlikçi, demokratik ve özgür katılımın söz konusu olduğu, tüm sorunların bu demokratik anlayışla çözüme kavuşturulduğu yer olarak algılanmalıdır. Bir toplumda kamusal alanlar ne kadar geniş ise, kamusal alana katılım ne kadar fazla ise; o toplumda eşitlikçi, özgürlükçü ve demokratik anlayış o denli içselleştirilmiş ve yerleşmiştir. Düşünce özgürlüğü, bilgiye eşit bir şekilde erişme olanakları, örgütlenme hakkı, kamusal alanların bütünü/herkesi kapsayıcılığı o toplumun kamusal alanlarının sınırlarının genişliğini göstermektedir. Kamusal alanın; devlet aygıtının üzerinde kullanım hakkına sahip olduğu düşünülen iktidarı eleştirmenin bir alanı, muhalefetin bir alanı olarak görmek toplumsal olarak yaşamının bir gerekliliği olmalıdır. (Özbek, 2015: 33-34)

Kamusal alanda muhalif olabilmek, sivil toplumla ilişkilendirilmektedir. Kamusal alan sivil toplum örgütlerinin varlığına indirgenmektedir. (Özbek, 2015: 33) Birbiriyle alakalı kavramlar olsa da sivil toplum kamusal alandan farklıdır. Sivil toplum; hem kamusal olanı hem özel olanı içeren, devletten tamamen farklı olan, ekonomik ilişkilerden bağımsız olmayan, toplumsal ilişkilerin ve tüm bunlarla bağlantılı insani ilişkilerin faaliyet alanını kapsamaktadır. (Özbek, 2015: 26-27)

⁶ Bkz. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük: <https://sozluk.gov.tr/>

İnsan için bir zorunluluk olan istek ve ihtiyaçların güdümüyle oluşan birarada yaşamak, Antik Yunan’da özel alana karşılık gelen *oikos* un ayırt edici bir özelliğidir. *Oikos* hane anlamına gelir. Bireyin yaşamını sürdürmesi ve türünü devam ettirmesi için üremesi, başka birinin varlığına ve ortaklığına bağlıdır. Bu ortaklığın iki ucu kadın ve erkektir. Erkeğin görevi temel ihtiyaçları karşılamak, kadının görevi ise üremektir. Erkek kaba tabirle eve ekmek getiren, kadın ise doğurandır. Yaşamsal aciliyeti olduğu düşünülen bu iki temel görev dışında, *oikos* içinde yapılan tüm etkinlikler zorunluluk algısıyla yerine getirilmektedir (Arendt, 1994: 49-50).

Özel alan gizliliği temsil eder. Gizlilik içinde sürdürülen bir yaşamın olduğu yerdir. Antik Yunan’da gizlilik içinde sürdürülen yaşam eksik bir yaşamdır; tasvip edilmemekte hatta hor görülmektedir. Yunanca’da gizlilik, ‘mahrum edici’ anlamına gelmektedir.

Siyasi yaşam alanı olarak görülen ve kamusal alana karşılık gelen *koine* ise kent devletlerin yani polisin alanı olarak kabul görmektedir. Kamusal alan; agora, mahkemeler, savaş ve atletik oyunların gerçekleştiği mekânlarda polis sınırları içinde ortaya çıkar (Habermas, 2013: 60). Halkın siyasal olarak toplanma yeri anlamına gelen *Agora*, sonraları pazar yeri anlamında kullanılmıştır (Ağaoğulları, 2004: 15). *Agora*; özel ve kamusal alan bağlamında ele alındığında, her ikisinden de belli özelliklere sahip olan toplumsal mekan olarak değerlendirilebilir. “ ‘Kamusal’ ile ‘özel’in karşılaştığı, birbiriyle tanıştırıldığı, birbirini bilgilendirdiği, barış içinde ortak hayatın zor sanatını deneme yanılma yoluyla öğrendikleri yer, *agora*’dır” (Bauman, 2005: 245-246).

Günümüzde *Agoraya* karşılık gelen *sivil toplumdur*. *Agora*, kamusal alan ile özel alanı birbirine bağlayan bir köprü gibidir ve onlardan ayrı üçüncü bir alan olarak ortaya çıkmaktadır. (Bauman, 2000: 97).

Agora salt kent insanlarının biraraya gelip eğlendikleri, alışveriş yaptıkları, sanatlarını icra ettikleri yer değildir. *Agora*’yı asıl önemli kılan; insanların bir araya gelerek toplumsal meseleler hakkında konuşabildikleri, tartışabildikleri ve düşüncelerini diğerleriyle paylaşabildikleri bir alan olmasıdır (Özmen, 2004: 16).

Habermas, *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* adlı eserinde kamu ve özel sözcüklerinin kökenine inmektedir:

“... Almandada, Latince privatus’dan iktibas edilen “privat”a [özel] ancak 16. yüzyılın ortasında rastlanmaktadır; bu sözcük, o zaman İngilizce “private” ve Fransızca “privé” ile aynı anlamdadır. Bu anlam aşağı yukarı şunu ifade eder: kamusal görevi olmayan, (yani) not holding public Office or official position, sans emplois, que l’engage dans les affaires publiques. “Özel”, devlet aygıtının alanı dışında olmayı ifade eder; çünkü “kamusal”, bu arada mutlakiyetçilikle birlikte egemenin şahsından bağımsızlaşarak nesnelleşmekte olan devlete ilişkindir. Kamusal topluluk (veya umum), the public, le public, “özel varlık”ların karşıtı olarak “kamu gücü”nü ifade eder. Devlet memurları kamusal şahıslardır, public persons, personnes publiques; kamusal bir görevleri vardır, yaptıkları işler kamusaldır (public Office, service public) ve devletin bina ve kurumları da kamusal olarak adlandırılır. Diğer yanda özel şahıslar, özel merciler, özel işler ve özel evler vardır... Devlet ile ondan dışlanmış olan tebaaları karşı karşıya dururlar; devlet, bu yoruma göre, kamusal selamet için, diğerleri ise kendi özel yararları için çalışır” (Habermas, 2013: 70-71).

1.1.2. Kamusal Alan / Özel Alan Ayrımı

Özel ve kamusal alan kavramları her döneme göre farklı anlamlar taşıyan, çok farklı biçimlerde değerlendirilebilen, toplum yapıları ve zamana göre kendi anlamlarını üreten; birbirine zıt aynı zamanda birbirini tamamlayan kavramlardır. Çok fazla tanıma sahip olmalarından mütevellit, bu kavramlara ortak bir tanımlama getirmek zordur. Özel ve kamusal alan kavramları üzerinden araştırmalar yapan ve bu alanda çalışmalarını yürüten düşünürlerin bu kavramlara dair söylemlerinde ortak özellikler olmasına karşın, genelde özel ve kamusal alan kavramlarını yorumlama biçimleri birbirinden çok farklıdır. Bu farklılık bu kavramlara genel geçer bir tanımlama getirmeyi zorlaştırmaktadır. Bunun doğal bir sonucu olarak birden çok kamusal alan modeli ortaya çıkmıştır.

On sekizinci yüzyılın ilk yarısında, kamunun kimleri kapsadığı ve kamusal alan diye nitelendirilen yerin neresi olduğu yavaş yavaş belirginleşmeye başlamış ve modern anlamını kazanmıştır. Kamusal alanda var olmanın gerektirdiği birtakım kurallar da bu dönemde oluşmaya başlamıştır. Kamusal alan sadece tanıdıkların değil yabancıların da içinde bulunduğu bir toplumsal yaşam alanı haline gelmiştir (Sennett, 2019: 32). Özel alan ise kamusal alan kavramı üzerinden tanımlanarak; aile üyeleri ve yakın arkadaşlar ile olan ilişkilerin yaşatıldığı kendiliğinden oluşan yaşam pratiklerinin var olduğu alan olarak görülmektedir.

Habermas'a göre, kamusal/özel alan ayrımı Antik Yunan'a dayanır. Ortaçağ boyunca, -bu ayrımı da içeren- kamu kavramı, Roma hukukunun tanımlamasıyla *res publica* (*cumhuriyet*) olarak genel bir ifade ile ele alınmaktadır. Habermas bu ayrımın, modern devletin ve devletten ayrılan burjuva toplumunun varlığıyla ortaya çıktığını ifade eder (Habermas, 2013: 61).

Burjuva toplumun oluşturduğu özel alan; burjuvanın salt aile ve yakın çevre ilişkilerini değil ekonomik ilişkilerini de barındırdığını belirtmekte fayda vardır. Buna göre özel alan, hem mülk sahipliği hem de insani ilişkilerle var olmaktadır. Daha yalın bir ifadeyle ticari faaliyetlerin yürütüldüğü pazar alanı özel alan iken; aile ve yakın arkadaşların oluşturduğu alan mahremiyetin yaşatıldığı korunaklı bölgedir. Burjuva toplumda özel alan esasında kamusal alana ait özellikleri barındırmaktadır. Ancak şöyle bir fark vardır: Devlet alanı dışında yer alan burjuva toplumunun alanı olan özel alan; aileyi de içinde barındırmaktadır. Aile bu durumda özel alanın bir parçası ve en içteki yapı olarak düşünülmelidir. Aile, ahlaki olanın korunduğu, yaşatıldığı ve kültürel gelişmenin sağlandığı iç alandır. Aile üyelerinin iç dünyasının yaşatıldığı, dışsal olandan uzakta, özgürce ve kendiliğinden hareket edilen alan olarak düşünülmektedir. İnsaniyet kavramıyla birleşen ve öznellik alanı olarak ortaya çıkan bu alandaki ifade biçimleri insandan insana dolayım olarak burjuva toplumu içinde yayılır. Bu mahrem(özel) alan; insani olan duyguların alanı, güvenlik alanı, dış dünyadan arınma ve ayrışma alanı olarak ortaya çıkar. Kamusal alan ise özel alanın aksine; sorumluluk bilincinin olduğu, insanların birbirine karşı saygılı davranması gerektiği, adalet ve aklın ön planda tutulduğu, eşit hakların ve tüm kamusal faaliyetlerin yasalarla korunmuş olduğu bir alan olarak var olur. Liberal devlet;

bireysel ihtiyaçlara ve birbirinden farklı yaşam biçimlerine eşit mesafede durmalı, özel alanın kamusal olandan ayrı ve özerk olduğu kabulüyle hareket etmeli ve yasalarla ifade edilen tüm sorumluluklarını yerine getirmelidir (zbek, 2015: 46–50).

Özel ve kamusal kavramları gündelik dilde ifade edilirken; genellikle kamu kavramı devletle ilişkilendirilmektedir. Özel kavramı ise mahrem alanla alakalıdır. Özel alan, gündelik dilde daha çok ‘zel hayat’ şeklinde ifade bulur ve bu özel hayat, özel alanın tamamını kapsar. Özel alandan kasıt, yakın ilişkilerin ve ailenin korunduğu alandır.

Kamusal-zel tanımlamaları, onu değerlendiren kişinin görüşlerinin etkisi altında belirlenmektedir. Kimilerine göre kamusal alan; kamu otoritesinin olduğu, çoğulculuğun ve özgürlüğün olduğu, kamu görevlilerinin bulunduğu yer olarak tanımlamaktadır. Kamusal/zel ayrımı söz konusu olduğunda bazı dşnrlere göre kamusal alan özel alandan önce oluşmuştur ama başkalarınca bunun tam tersi söz konusu olabilmektedir. Bir başka grup ise özellikle günümüze geldiğimizde kamusal alan/özel alan ayrımının eksik bir ayrım olduğunu savunmaktadır. Günümüz toplum yapısını anlamak için daha detaylı bir ayrıma ihtiyaç vardır. Bu fikre istinaden toplum yapısı, “kamusal/özel/siyasal” olarak ya da “kamusal/özel/sivil/siyasal” şeklinde bir ayrıma tabii tutulmalıdır (Coşkun, 2005: 147-155).

Kamusal alan/özel alan ayrımına dair ortak bir kaniya varılması gttr. Ancak Jeff Weintraub’a göre; genel olarak ele alındığında kamusal/özel ayrımında belli başlı iki temel kriterden söz edilebilir. Bu iki temel kriter; kamusal ve özel arasındaki ayrım üzerinde neden ortaklaşılamadığının altında yatan nedenlerin de birer göstergesi olması bakımından önemlidir. Bunlardan ilki ‘görünürlük’ ilkesidir. Buna göre; gizli olan, kendi içinde saklı olan ile aleni olan, erişilebilir olan, ortada olan birbirinden ayrılır. Yani bir şeyin görünür olması, onun özel ya da kamusal olup olmadığını belirler. İkinci kriter ise, ‘kolektiflik’ ilkesidir. Bu ilke; kişisel olan ya da kişisel olanla ilişkili olan ile bireylerden oluşan topluluğun ortak çıkarına dayalı olanı, kolektif olanı birbirinden ayırır. Weintraub, bu kriterlerin her birinin farklı şekillerde ve bazen birlikte de ele alınabileceğini belirtir. Bu kriterler, kamusal/özel ayrımına dair çok farklı şekillerde değerlendirilebilir. Ayrıca Weintraub; siyasal olan ile kamusal olanın

aralarında mecburi bir bağ olması gerekmediğini, siyasi olandan bağımsız birçok kamusal/özel ayrımı kullanım biçimlerinin olduğunu da hatırlatmaktadır. Kamusal/özel ayrımı tek değildir, birden fazladır (Özbek, 2015: 45).

Kamusal alan ve özel alan kavramları, toplumsal koşullara ve dönemin özelliklerine göre değişip dönüşmektedir. Genel anlamda bu iki kavramın nasıl tanımlandığına ve kamusal/özel ayrımının dayanak noktalarına kısaca değindikten sonra; tezin bundan sonraki kısımlarında, önemli düşünürlerin kamusal alana ve özel alana dair düşüncelerine yer verdikleri çalışmaları ve farklılaşan kamusal alan modelleri üzerinde durulacaktır.

1.2. Kamusal Alan Modelleri

Yukarıda bahsedilen kamusal/özel ayrımına dayalı bu iki temel kriter dışında Weintraub, kamusal ve özeli birbirinden ayrılmasında yol gösterici olacak dört farklı modelden bahseder:

-Liberal Ekonomist Model: Bu modele göre kamusal/özel ayrımı, devlet aygıtları ve pazar ekonomisi üzerinden ele alınır. Liberal ekonomist modelin, gündelik hayat pratiklerinde var olan siyasi tartışmaların merkezinde yer aldığı görülebilir. Ayrıca bu model, günümüzde geçerliliğini koruyan kamusal siyasi analizlerde de yaygın bir şekilde kullanılmaktadır.

-Cumhuriyetçi Erdem Modeli: Kökleri Antik Dönem'deki 'Polis'e ve Roma Kent Cumhuriyeti'ne dayanmaktadır. Cumhuriyetçi Erdem Modeli 'ne göre kamusal alan, devletten ve ekonomik ilişkiler ağının yer aldığı pazardan ayrılan vatandaşlık alanıdır. Buna karşılık özel alan ise, ailenin ve yakın çevre ilişkilerinin alanı ve mülkiyete dayalı ekonominin alanı olarak nitelendirilir. Liberal Ekonomist Model'de, siyaset devletle alakalıdır, kamu otoritesi devlete aittir. Cumhuriyetçi Erdem Modeli'nde ise vatandaşlık bilinci, siyaset ve müzakere alanı, kolektif olarak karar alma ve uygulama alanı kamusal alanın ta kendisidir. Kısacası kamusal alan siyaset yapılabilen alandır. Bu durumda özel alan ya da kamusal olmayan alanlar siyasetin dışında kalırlar. Dolayısıyla kamusal olmayan alanlar da, siyaset dışı alanlar sayılır.

-Sosyallik Modeli: Bu modele göre kamusal alan, toplumsal gerçeğin olduğu, sosyalizasyonun gerçekleştiği sosyal etkileşimin bulunduğu alandır. Johan Huizinga, Philippe Aries, Norbert Elias, Nataile Davis gibi sosyal bilimciler, Sosyallik Modeli'ne kuramsal olarak katkı sağlayan isimlerdir. Bu isimlerin dışında -ileriki bölümlerde ayrıca bahsedilecek olan- Richard Sennett'in 18. Yüzyıl burjuva kamusal alanının 19. yüzyıl başından itibaren nasıl dönüşerek değiştiğini ve hatta yok olduğunu anlatan 'Kamusal İnsanın Çöküşü' adlı çalışması da kuramsal olarak oldukça önemli bir katkı sağlamıştır. Sennett'in tiyatro sahnesi imgesi üzerine inşa ettiği kamusal model, "modern kentsel toplumun kamusal mekânlarındaki sembolik gösteriyi ve medeni/kentli bireyin kendini ifade ve temsil etme tarzını temel alır." (Özbek, 2015: 45). Bu modele göre, kamusal alan sosyalleşme içeren yaşam alanına, özel alan ise, mahrem ilişkilerin olduğu alana karşılık gelmektedir. Bu model, sıklıkla sosyal tarihçilerin, antropologların ve sosyologların çalışmalarında yer bulmaktadır. Bu çalışmalarda genellikle; kamusal alanlardaki, kentsel mekanlardaki sosyalleşme biçimlerinin var olduğu yaşam alanları, gündelik hayat pratiklerinin ve insani etkileşimlerin kültürel ve sosyolojik boyutları ele alınmaktadır.

-Feminist Model: Bu modelde kamusal alan evin dışındaki alandır. Bu model kamusal/özel ayrımını cinsiyet ayrımı üzerinden temellendirmektedir (Özbek, 2015: 46-47).

Feminist araştırmacılara göre, kamusal ile özel alan arasındaki ayrım her zaman ev içi/ev dışı ile ilişkilendirilir. Bu ayrım kadınları evin içine yani özel alana hapsetmektedir. Erkek ve kadın arasındaki iş bölümü ile de bu özel alan/kamusal alan ayrımı meşrulaştırılmaktadır. Kadınlara ait olduğu düşünülen ev işleri, çocuk bakımı, yemek yapma vs. gibi işler özel alanda yer almaktadır. Özel alanda olan her şey, devlete ait gündemin, kamusal gündemin dışında bırakılmıştır. (Benhabib, 1996: 253). Bu açıdan feminist düşünürler; yerleşik olan kamusal/özel alan ayrımının, kadınların ikincil konumunu pekiştirici bir etki yarattığını dile getirmekte olup, bu ayrımın bu düşünceyi meşru kıldığını belirtmektedir. Tam da bu yüzden cinsiyete dayalı ayrımcılığın en belirgin toplumsal biçiminin kamusal/özel ayrımından kaynaklandığı üzerinde durularak bu yerleşik kavramsallaştırmanın dönüştürülmesi üzerine çalışmalar yapılmaktadır.

Kamusal alan ile ilgili arařtırmalar yapan bir bařka dūřünür Charles Taylor'ın řu sūzleri, kamusal alanın neden tekil bir kavrama iřaret ettiđini anlamak aēasından aēıklayıcı olacaktır:

“Kamusal alan toplum üyelerinin, matbu veya elektronik çeşitli iletişim araēları sayesinde bir araya gelerek ya da yüz yüze görüşerek kamu yararıyla ilgili konuları tartıştığı ve böylece bu konular hakkında ortak bir fikir oluşturduğu varsayılan ortak bir mekandır. “Ortak bir mekan” diyorum, ēünkü birēok iletişim aracı ve ortamı olsa da, bu ortamlarda birēok mübadele gerēekleře de ilkesel olarak hepsinin birbirleriyle iletişim içinde oldukları farz edilir. Televizyonda görđüđümüz tartışma bu sabah gazetede ne dendiğini dikkate alır, gazetede ki haberse, radyoda dün yayınlanan aēık oturumu anlatır vb. Kamusal alanı genellikle tekil kullanmamızın nedeni budur (Taylor, 2006: 89).

Taylor (2006) kamu kavramını iki şekilde aēıkklamaktadır. İlk olarak kamu; bir bütünü ifade etmektedir ve bütünü oluşturan herkesi etkileyen işler ve bu işlerin eylem boyutu ile ilişkilendirilmektedir. Kamu işleri birincisine, kamu otoritesi ikincisine örnektir. İkincisi, kamusallık kavramı ile ilintilidir. Parklar gibi kamuya aēık alanları kapsayan ve herkesin erişimine aēık alanlara yer alan kimseler kamuyu oluşturmaktadır. Ayrıca bir şeyin görünürlüğu ya da bilinirliği de kamusal olup olmadığını belirlemektedir. Özel alan kamunun tam karşısında yer alıyor gibi görülmektedir. Özel alanın bir parēası olan ekonomik etkinlikler kişiselliği barındırmaktadır. Ancak her ekonomik etkinlik kamuya çıkmayı da gerektirir. Dolayısıyla ekonomik faaliyetlerde başka insanlarla iletişime geēmek sūz konusu olduğundan, ekonomik faaliyetlerin kamusal birer etkinlik olarak dūřünölmesi doğaldır.

Kamusal alan, tanımadığımız ve tanımadıkēa yakın ilişkiden kaēındıđımız insanlara görünür olduğumuz bir mekândır. (Geuss, 2007: 32). Kamusal alan birēok mekânın bir aradalığından meydana gelmektedir. Taylor'ın ortak mekân anlamına gelen *metatopikal* olarak adlandırdığı ve 18. yüzyılda eğitilmiş sınıfa ait olan kamusal alan, günümüzde -nispeten- herkesin katılımına aēık hale gelmiştir.

Taylor kamusal alanı mekânsal olarak ele almaktadır. Toplumdan ziyade kamusal alanı belirleyen mekandır. Taylor’a göre, mekanın içinde bulunan insanlar cemaat oluşturarak gerçek bir kamusal alan yaratabilirler. Kamuoyu cemaatler aracılığıyla oluşturulmaktadır. Devlet erki kamusal alanda oluşan kamuoyunu kendine kılavuz edinmelidir. Çünkü kamusal alanda özgür bir toplum için devlet erkine yön verebilecek görüşler üretilmektedir (Taylor, 2006: 91-109).

Geoff Eley, Habermas’ın tek ve bütünlüklü kamusal alan anlayışına karşı; kamusal alanı, birbirinden farklı kamulardan oluşan, birbirleri arasında kültürel ve ideolojik mücadelenin olduğu ya da belli durumlarda müzakerelerin gerçekleştiği sistematik olarak yapılandırılmış ortam olarak düşünmek gerektiğini belirtir (Eley’den akt. Fraser, 2015: 119).

Birden fazla kamusal alanın oluşabileceğini ileri sürenlerden biri olan Keane, heterojen yapıda ve farklı genişlikte birden fazla kamusal alan oluşabileceğini söyleyerek kamusal alanları üçe ayırmaktadır:

1. Mikro kamusal alanlar: Yerel ve küçük örgütlenmeleri, grupları kapsayan kamusal alanlardır. İnternetin ilk çıktığı zamanlarda birçok kişinin sıklıkla yer aldığı sohbet odaları bu mikro kamusal alanlara güzel bir örnek teşkil etmektedir. Dernek lokalleri gibi katılımcıların yerel düzeyde etkileşimde olduğu küçük grupları kapsamaktadır. Gündelik hayat pratiklerinin bu etkileşimler aracılığıyla yeniden üretildiği ve deneyimlendiği alanlardır.

2. Mezo kamusal alanlar: Kitle iletişim araçları aracılığıyla oluşan kamusal alanlar bu gruba dahildir. Tüm ulusun hatta uluslararası yapıların dahil olabildiği daha geniş düzende katılımın sağlandığı kamusal alanlardır. Televizyon, gazete ve radyolar birer kitle iletişim aracı olarak bu kamusal alanların oluşumuna ve tartışma ortamının yaratılmasına katkı sağlamaktadır.

3. Makro kamusal alanlar: Küresel olarak tüm dünyayı içine alan bir ağ yapısından söz etmek mümkündür. Bu kamusal alanların katılımcılarının sayısı hesaplanamayacak kadar fazla olabilir. Uluslararası düzeyde bir tartışma ortamı oluşmaktadır. Bunda yine kitle iletişim araçlarının etkisi kaçınılmazdır. Kitle iletişim araçları aracılığıyla tüm dünyada olup bitenlerden herkes aynı anda haberdar

olabilmekte ve iştirak edebilmektedir. Salt kitle iletişim araçları aracılığıyla değil özellikle internet üzerinden bu yayılım daha hızlı gerçekleşebilmektedir. Dünyada meydana gelen önemli bir olayın akabinde internet aracılığıyla kamusal tartışma platformları, bloglar, web siteleri oluşturulabilmekte ve insanlar bu alanlara yönlendirilmektedir. Bu şekilde tüm dünyanın birbiriyle küresel düzeyde etkileşimi sağlanabilmektedir. (Keane'den akt. Kejanlıoğlu, 2015: 847-848).

Bu kavramsal ayırmadan hareketle, şimdilerde sosyal medyanın *makro kamusal alanlar* oluşturduğunu söylemek hiç de yanlış olmayacaktır.

Keane kamusal alanların çokluğunu savunmaktadır. Ona göre homojen yapıda ve herkesi kapsayan tek bir kamusal alandan söz edilemez. Yaptığı kamusal alan ayrışmasında bütün düzeylerin birbiriyle etkileşim içinde olduğunu ileri sürmektedir. Her bir kamusal alan, hareket halinde ve birbirini etkileyen ilişkiler ağına sahiptir. Keane, tek ve homojen yapıda bir kamusal alan ile demokratik yaşam idealine ulaşamayacağını altını çizmektedir (Kejanlıoğlu, 2015: 848).

Bruce Ackerman'a göre, liberalizm devletin kamu ile ilişkilendirilmesi yaklaşımını benimsemektedir. Kısacası devlet, kamusal alanı; devletin dışında kalan alan ise özel alanı oluşturmaktadır. Devletin tüm faaliyetleri kamusal alanda gerçekleştirilmektedir. Devlet tüm fikirleri ve çıkarları kamusal alanda değerlendirmeye tabii tutmaktadır. Kamusal olup olmadığına karar vermektedir. Kamusal/özel ayrımı iki türlü sonuçlanır. Bunlardan biri, devletin kamusal alanın bir parçası olduğu kabul edilirse kamusal alanda faaliyet gösteren insanlar, gruplar görece azalacaktır. Ayrıca kamusal alanda aktif rol üstlenen yurttaş değil devlet olacaktır. Bir diğer sonucu ise eğer devletin dışında kalan alan özel alan olarak görülürse, burada yer alan toplulukların, çıkar gruplarının kamusal alanda seslerini duyurmaları mümkün olmayacaktır. Bu grupların bireysel çıkarları gözetdiği varsayımıyla kamu için hizmet edebilmeleri engellenecektir (Erdoğan, 2006: 98.)

Düşüncelerini hem feminist bir perspektife hem de söylemsel kamusal alan anlayışına dayandıran Seyla Benhabib, 'Kamusal Alan Modelleri' çalışmasında, kamusal alan kavramını, kültürel daha normatif boyutuyla sınırlı bir çerçeveden ele almaktadır. Benhabib üç ana akım kamusal alan modelinden söz etmektedir (Özbek,

2015: 48). Benhabib; Hannah Arendt, Habermas ve liberal gelenek üçgeninde bir ayrım yapmaktadır.

-Agonistik (Yarışmacı) Kamu Alanı: Cumhuriyetçi bir perspektife dayanan ve erdemli yaşama gönderme yapan bu modele göre kamu alanı, seçkinlerin ve kahramanlıkların açığa çıktığı, bunların sergilendiği ve diğerleriyle paylaşıldığı alandır. Agonistik kamu alanı; insan ilişkilerinde üstünlük ve itibarın önemli olduğu, itibar görebilmek için herkesin birbiriyle rekabet halinde olduğu bir kamu alanı modeline işaret eder. Bu modele göre; kalıcı olmak ve ölünce dahi anılmak ve yaşatılmak için insanların adeta bir yarışma içinde olduğu varsayılmaktadır. Agonistik yaşam, anonimliğin olduğu yerde var olamaz. Arendt'e göre de eylemsel olan her zaman agonistik (yarışmacı) bir çabadır.

-Legalistik (Yasalıcı) Kamu Alanı: Düşüncelerini Kantçı perspektiften ele alan John Rawls'ın dikkat çektiği kamusal akıl ve adalet kavramlarına dayandırılan bu modele göre; liberalizm, iletişim kısıtlamalarının olduğu ve bu kısıtlamalardan beslenen siyasi bir kamu kültürü olarak düşünülmektedir. Liberallerin görüşlerini kapsayan bu modelde, liberalizmin var olması için kamuoyu önünde iktidar üzerine konuşabiliyor olmak gerekmektedir. Kamuyu oluşturan tüm kurumların şeffaf bir şekilde kamuoyunun gözü önünde faaliyetlerini sürdürmesinin ve insanların bu faaliyetlerin adaletli olup olmadığına dair fikirlerini belirtebilmesinin önemi üzerinde durulur. Kurumların kendi içinde uyguladığı adaletin şeffaf bir şekilde kamu tarafından denetlenebilmesi ve tüm bu sürecin kamuya açık olması düşüncesi bu modele göre oldukça önemlidir. İktidar ancak bu şekilde meşruluğunu koruyabilir. Toplumsal sözleşme kuramlarındaki uzlaşmacı tavrın siyasi önceliği anlayışı tam da buna denk gelmektedir. Liberal kamu alanı anlayışı olarak da isimlendirilen bu kamu alanı anlayışında kamusal diyalog son derece mühimdir ve bu model kamu diyaloguna dayandırılmaktadır.

-Söylemsel (Discursive) Kamu Alanı: Agonistik ve liberal modellerden hem ayrılan hem de benzeşen birçok özelliği olan bu kamu alanı modeli burjuva toplumunun yeniden yapılanışını ve dönüşümünü gözler önüne seren Jürgen Habermas'ın kuramsallaştırdığı kamu alanı modelidir. Agonistik modeldeki itibar

kazanma mücadelesinin yerini demokrasi ve ortak çıkar almıştır. Bu kamu alanı anlayışı liberal kamu alanı anlayışı ile ortak noktası her ikisinin de demokrasinin gerçekleşebilmesi için kamu diyaloguna ihtiyaç duyulması gerektiğini savunmasıdır. Ancak Habermas'a göre bu diyalog biçimi söylemsel alanlarda gerçekleşebilir. Pratik olarak uygulama alanı bulunması koşuluyla toplumsal ve siyasi konularda herkesin eşit bir şekilde söylemde bulunma hakkı vardır. Söylem eylemsel düzeyde gerçekleşmediği sürece kamusal alandan bahsedilemez. Tartışma alanı yaratılabilmesi ölçüsünde kamusal alanın geçerliliğinden söz edilebilir. (Özbek, 2015: 48).

Bu modellerin üçü de ayrı ayrı ele alındığında birbirinden farklılaştığı yönler daha net ortaya çıkmaktadır. Benhabib bu farkları dikkate alarak; özellikle Agonistik ve Liberal Kamu Alanı modellerinin, ileri kapitalist toplumlarda siyasi söylem sorunlarını anlamada ve meşruiyet krizlerinin çözümünde eksik kaldığını belirtmektedir. Buna karşılık Habermas, Söylemsel Kamusal Alan Modeli'nde tam da bu eksik kalan noktaya dikkati çekmektedir. Demokratik meşruiyet sorunları onun modelinin tam merkezinde yer almaktadır (Benhabib, 1996: 238-253).

Benhabib, özel alanın da üç farklı boyutta ele alınabileceğini ileri sürmektedir:

-Ahlaki ve Dini Vicdanın Alanı: Özel alan, ahlaki olanla ve din ile ilişkilendirilmektedir. Özellikle Batı Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinde ortaya çıkan ve oradan yayılan kilise ve devletin birbirinden ayrılmasıyla başlayan modern felsefi anlayışın yaygınlaşması ve bilimin ilerlemesine paralel olarak; yaşamın anlamı, yaşamda uyulması gereken kurallar, özgürlük, rasyonalite gibi kavramlar ön plana çıkmıştır. Akla başvurarak çözülemeyecek meselelerde bireylerin kendi vicdanlarının devreye girmesi zorunluluğu ve kararlarını kiliseye göre değil kendi vicdanlarına göre almak durumunda kalmaları, kendi inançları önem kazanmıştır. Dolayısıyla eskiden herkesi bağlayıcı olan kurallar artık bireylerin vicdanlarının muhakemesine bırakılmıştır.

-Emeğe Dayalı İş Gücü Alanı: Batıda modernizmin yükselişe geçişiyle beraber ekonomik olarak bir özgürleşme de söz konusu olmuştur. Benhabib, ekonominin de toplumsallaşmasına paralel olarak ev işlerine dayalı ekonominin ortadan kalktığını ve onun yerine pazar ekonomisinin geçtiğini ifade etmektedir. Buna

göre özel alan; serbest metanın dolaşımına ve emeğe dayalı iş gücüne devletin müdahalesinin olmadığı alandır. Bu bağlamda özel, her şeyden önce, serbest meta dolaşımına ve özellikle de serbest emek gücü pazarına devletin müdahale etmemesi anlamına gelmiştir.

-Kişisel Alan: Özel alan dendiğinde ilk akla gelen genellikle kişisel alandır. Bu kişisel alan, ev işlerinin olduğu, temel ihtiyaçların karşılandığı, çocuk ve hasta bakımının yapıldığı, üremenin gerçekleştiği alandır (Benhabib, 1996: 254).

Kamusal alan/özel alan tanımları ve birbirinden farklı kamusal alan modellerine bakıldığında; siyasi olarak temellenen bir ayrışmadan söz edilebilmektedir. Ayrıca düşünürlerin kendi yaşadıkları toplumsal ortam ve içinde bulundukları zamanın koşulları da bu farklılaşmada önemli bir rol oynamaktadır. Hem betimsel olarak hem de normatif anlamda bir tanımlamaya girildiği açıktır.

Tüm bu kamusal alan modellemelerinin dışında bir de kamusal alanın üretimle ilişkisinden hareketle Oskar Negt ve Alexander Kluge'nin geliştirdiği Proleter Kamusal Alan Modeli vardır. Proleter kamusal alan anlayışı; diğer tüm kamusal alan modellerinin özellikle yaşamın en önemli iki alanını dışarıda bıraktığını iddia eder. Bu alanlar; ailede oluşturulan toplumsallaşma biçimleri ile endüstriyel aygıtların varlığıdır. (Negt ve Kluge, 2015: 133-139).

1.2.1.Kamusal Akıl

John Rawls'ın özellikle üstünde durduğu ve siyasal alan içinde etkin bir şekilde kullanıldığını iddia ettiği bir akıl vardır: Kamusal akıl (Rawls, 2003).

Kamusal aklın temsilcisi olan yurttaşların kamusal alanda bilinçli bir şekilde var olabilmelerini iki koşula bağlamaktadır.

1. Kamusal alanda yer alan tüm yurttaşlar eşit haklara ve özgürlüklere sahip bir şekilde yaşamalıdır. Herkes bu temel hak ve özgürlüklerin farkında olmalıdır.

2. Var olan toplumsal ve ekonomik eşitsizliklerin ortadan kaldırılması gerekmektedir. Herkese fırsat eşitliği sağlanmalı ve var olan eşitsizlikler toplumda yer

alan en dezavantajlı insanların çıkarı dikkate alınarak düzeltilmelidir (Rawls, 2007: 51).

Siyasal adaleti meşruiyetin temeli olarak gören Rawls, bahsettiği iki ilkenin uygulanabilmesini, toplumsal kurumların adaletine ve yurttaşların bu ilkeleri benimseyip içselleştirmelerine dayandırmaktadır. Rawls'a göre (2007) siyasal adalet üç temel kavram çerçevesinde oluşturulabilir: Başlangıç durumu, örtüşen uzlaşma ve kamusal akıl.

Rawls'a göre (2007) 'başlangıç durumu' özgür ve eşit yaşam koşullarında bireylerin uzlaşısı içinde olabileceği, herhangi bir ilkenin olmadığı başlangıç halini ifade etmektedir. Buna göre kimse bir diğerrinin hangi sınıftan geldiğini, dinini, ırkını, cinsiyeti sorgulamamakta ve merak etmemektedir. Böyle bilgilere hiç kimse sahip değildir. Kişiler bireysel olarak da kendileri hakkında bu tarz toplumsal özellikleri taşımazlar. Herkes sıfır noktasında hayata dahil olmaktadır. Henüz herhangi bir toplumsal rol, statü ve kimlik biçilmemiştir. Bununla birlikte kimsede yaşama, yaşam koşullarına, iyiye dair bir farkındalık da gelişmemiştir (Işıқтаç, 2004: 345). Dolayısıyla bu başlangıç durumu; kişinin kendinden, kendi çıkarlarından uzaklaşıp başkalarının çıkarlarını dikkate almasına, önemsemesine vesile olmaktadır (Francisco, 2006: 272). Dahası adalet duygusunun özünde yatan ahlaki ve akli koşulların istemsizce farkındadırlar. Çünkü kendinden çok başkasını düşündükleri için bencil de olmazlar. Dolayısıyla 'başlangıç durumu'ndaki bireyler, siyasal adaleti içselleştirmiş bir şekilde tüm yaşamlarında uygulamaktadır. Başkalarını düşünmek demek kendini hiçe saymak da değildir.

Rasyonalite 'örtüşen uzlaşma' için yol gösterici bir ışık gibidir. Rasyonel hareket eden biri başkasının hakkını ve çıkarını gözetse de temelde kendi haklarının ve çıkarlarının da bilincinde olarak yaşamaktadır. 'Başlangıç durumu'ndaki makul kişi siyasal adalete uygun davranışlarda bulunur ve her zaman adil olanın peşindedir. Buna karşın rasyonel kişi çoğulcu anlayışla hareket etmektedir. Farklı kişilerin farklı çıkarları, birbirine benzemeyen dünya görüşleri, herkesi kapsayan haklar çerçevesinde 'makul çoğulculuk' oluşturulmaktadır. Rawls 'makul çoğulculuk' anlayışını, kamusal alanın veya siyasal adaletin ya da özel alanın dışında aramak gerektiğini

belirtmektedir. Rawls ‘makul çoğulculuğu’; kültürel bir anlamı olduğunu ifade ederek siyasal değerlere sahip görüşlerden, çıkar gruplarından, siyasal oluşumların tümünden ayrı tutmaktadır (Çırakman, 2002: 116-117). Bu değerlendirmeye istinaden siyasal grupların yani birbiriyle çatışma halinde olanların toplumsal alana ait olduğunu, uzlaşma içinde yaşayanların ise kamusal alanın bir parçası hatta oluşturucusu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Çoğulcu liberal demokratik toplumun kolektif aklı olduğunu savunan Rawls, kamusal akıl şu şekilde açıklamaktadır: *“Kamusal akıl ... demokratik bir halkın karakteristik özelliğidir. Eşit vatandaşlık konumunu paylaşan vatandaşların aklıdır.”* (Rawls, 2007: 47)

Rawls kamusal aklın kamusalının üç şekilde gerçekleştiğini ileri sürmektedir. Kamuyu oluşturan yurttaşların aklı esasen kamunun aklıdır. Kamunun iyiliği ve herkese karşı adalet anlayışı hakimdir. Bu adalet anlayışı çerçevesinde ideal yaşam koşulları ve ilkeler belirlenmekte ve bu ilkeler belirlenirken herkesin görüşüne eşit mesafede olunmaktadır. Rawls’a göre, kamusal akıl ancak bu üç koşul altında gerçekleşebilir (Rawls, 2007: 248).

“Sonuç olarak Rawls’da kamusal alan, kamusal onay/uzlaşma temelinde tesis edilmiştir; bu alanda belirleyici olan kamusal aklıdır. Kamusal akıl, liberal toplumun kendi tarihinden taşıyıp getirdiği liberal ilke ve değerlerden oluşan liberal ethos, yani uzlaşım temelinde tesis edilmiş liberal kültürdür. Kamusal alanın uzlaşım karakteri, ahlaki, kültürel ve politik düzeylerde tesis edilen uzlaşımına dayalıdır. Bu, liberal gelenek açısından son derece yeni bir kamusal alan tanımıdır; Rawls ile birlikte kamusal alanın yurttaş-hukuk-politik yapı ekseninde tanımlanması dönemi sona ermiştir. Artık, liberal kamusal alan, kaynağını liberal toplumun tarihinde bulan uzlaşım dayalı liberal kültür çerçevesinde tanımlanacaktır.” (Müftüoğlu, 2003: 42).

Kamusal akıl, kamusal alanda iyi ve adil bir şekilde yaşamak için gerekli koşulların neler olduğunu sürekli hatırlatan bir işleve sahip olmalıdır. Kamusal akıl eşitlik ve adaletin peşinde olan bir denetim mekanizması olarak işlev görmelidir. Dolayısıyla anayasal düzenlemelerden hukuksal etkinliklerin tümünde, kamusal aklın

devrede olması şarttır. Ancak bu şekilde temel hak ve özgürlükler korunabilir ve iyi yaşam idealine ulaşılabilir. Bu bir tür liberal meşruiyet ilkesi olarak kendini göstermektedir. Kamusal aklın kamusal alanın düzenlenmesinde bir ölçüt olarak görülmesi gerekmektedir (Müftüoğlu, 2003: 39).

Bu tez çalışmasının ilerleyen bölümlerinde kamusal alan kavramına yön vermiş üç ismin görüşlerine değinilecektir. Bu isimler sırasıyla; Jürgen Habermas, Hannah Arendt ve Richard Sennett'tir.

1.3. Kamusal Alan Tartışması ve Farklı Kuramsal Yaklaşımlar

Bu model, Jürgen Habermas'ın geliştirdiği kamusal alan modelidir. Habermas'a göre kamusal alan, kamu kavramı ile aynı şeyi ifade etmez. Bir araya gelen her topluluk kamusal alan anlamına gelmemektedir. Salt kalabalıklar kamusal alan oluşturmak için yeterli değildir. Kamusal alan herkesin yer aldığı, tüm bireylerin katılımına ve faaliyetine açık olan alan olarak somutlaşır.

'Kamusal alan' kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz. Bu alana tüm yurttaşların erişmesi garanti altına alınmıştır. Özel bireylerin kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma durumunda, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmış olur. Bu tür bir bir aradalık durumundaki bireylerin davranışları, ne iş ve meslek sahiplerinin özel işlerini görürken yaptıkları davranışlara; ne de bir devlet bürokrasinin yasal sınırlarına tabi anayasal bir düzenin üyelerinin davranışlarına benzer. 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: 95).

Habermas'a göre; "kamusal alanın en önemli niteliği, tüm vatandaşlara açık olmasıdır. Kamusal alanın bir bölümü, özel vatandaşların birbirleriyle bir kamu organı yarattıkları her türlü iletişim sayesinde yaratılır. Buna göre, kamusal alan içinde bireyler ne özel alanın üyeleri olan işadamları/işkadamları ya da profesyoneller gibi, ne de

devlet bürokrasisinin yasal yaptırımlarına maruz kalan anayasal düzenin üyeleri gibi davranabilirler. Vatandaş olarak tanımladığımız bireylerin ancak ve ancak toplumsal çevrelerinde herhangi bir sınırlama olmaksızın –diğer bir deyişle, kendi düşüncelerini özgürce açıklayıp yayımlama hakkı ve özerk grup örgütlenmeleri kurma hakkının garantisi altında– hemen herkesi ilgilendiren sorunlar hakkında birbirleriyle etkileşimde bulunabildiklerinde bir kamusal alan olarak davranabilmeleri kuşkusuz olası.” (Özbek, 2015: 62). Kamu dendiğinde akla bir araya gelerek toplanmış bireyler gelirken; kamusal alan, bir araya gelmiş bireylerin katılımıyla oluşan kurum ya da kurumları ifade etmek için kullanılmaktadır. Kamusal alan salt kalabalık olarak anlaşılmamalıdır (Habermas, 1995: 62).

Yurttaşların ortak sorunlarla ilgili müzakerede bulundukları bir alan olarak kabul edilen kamusal alan, devletten ayrı ve hatta devlete karşı eleştirel söylemlerin üretildiği ve dolaşıma sokulduğu alan olarak düşünülmelidir. Habermas’ın tanımlamasıyla kamusal alan; ekonomik ilişkilerin, pazar ilişkilerinin alanı değil, söylemsel ilişkilerin alanıdır. Tartışma ve müzakerenin gerçekleştiği bir sahne konumundadır. Bu bağlamda Habermas’ın kamusal alan kavramsallaştırmasının önemi; demokratik bir yaşam için gerekli olan -devlet aygıtları ve pazar ekonomisi ve hatta sivil toplum arasındaki ayrımları- dikkate almasında ortaya çıkar (Fraser, 2015: 105).

Habermas’ın kavramsallaştırdığı Söylemsel Kamusal Alan Modeli; herkesin katılımına açık olma, toplumsal çıkarlara karşı sorumluluk, birbirinden ayrılan özel ve ortak çıkarlar üzerinde durmaktadır. Kamusal alan içinde oluşturulacak bir otorite, herkesi kapsayıcı olmalı, rasyonel ve meşru bir zeminde oluşturulmalıdır. Bu anlayış, otoritenin faaliyetlerine ve söylemlerine karşı çıkan ve hatta var olan kurumsal yapıyı değiştirmeye, yıkmaya çalışan öteki/karşıt grupların, kamusal alanın bir parçası olmalarını sağlayacak daha geniş bir kamusal alana ihtiyaç olduğu düşüncesini de beraberinde getirmektedir.

Jürgen Habermas’ın Kamusal Alan Modeli her döneme göre yorumlanabilmeye ve her daim tartışılmaya açık bir modeldir. Esasında burjuva toplumu penceresinden ele alınan ve bu haliyle son derece sınırlı bir bakış sağlayan bu

model, kendi sınırlarını aşabilecek perspektifi de içinde barındırmaktadır. Tam da bu yüzden Habermas'ın kamusal alanı bu alanda çalışmalar yapan her araştırmacıya yol göstermektedir. Habermas, derinlikli kamusal alan analizi yapabilmek için öncelikle başvurulması gereken isimlerin en başında gelmektedir. Bu çalışmada Habermas'ın kamusal alan anlayışından sıklıkla yararlanılacaktır. Habermas'ın kamusal alanı, olumlandığı kadar eleştiriye de açık olmuştur. Üzerinde çok fazla tartışılıp incelemeler yapılmıştır. Habermas'a dair yapılan olumlama ve eleştirilerin her birine bu çalışmada yer vermek çok güçtür ayrıca gerekli de değildir. Yalnızca araştırma konusunu destekleyecek argümanlara yer verilecektir.

18. yüzyılda kamusal alan ve kamuoyu kavramlarının ortaya çıkışı temsili kamunun parçalanmasıyla birlikte gerçekleşmiştir. Burjuva toplumun ortaya çıkışıyla kamusal alanın ortaya çıkışı aynı zamana denk gelmektedir (Habermas, 2015: 97-98). 18. yüzyılda burjuvazinin her alanda varlık göstermesine paralel olarak halk egemenliği ve demokrasi anlayışları belirmiş ve kamusal alan da bu şekilde oluşmaya başlamıştır.

Habermas'a göre kamusal alan/özel alan ayrımı 15. yüzyıla dayanır. Rönesans'la birlikte feodalite çözülmeye başlamış ve hemen akabinde aristokrasinin yerini monarklar almıştır. Saray soyluları kendi içlerine dönerek herkesten uzakta sınırlandırılmış alanlarda yaşamaya başlamışlardır. Erken kapitalist mübadele iktisadının da gelişmesini takip eden bu dönemde, ulusal ve bölgesel devletler oluşmaya başlamıştır. Temsili kamu sarayla sınırlı kalmıştır ve bu da kamusal/özel ayrımının başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Habermas, 2013: 70).

18. yüzyılın sonunda temsili kamuyu oluşturan feodal erkler, kilise, prenslik ve beyler zümresi -kamusal alanın ortaya çıkışıyla birlikte- kamusal/özel olarak ayrılmıştır. Kilise eski gücünü yitirmiş ve Tanrı'yı temsil etme özelliğini kaybetmiştir. Birden fazla mezhep ortaya çıktığı için dini özgürlük ortaya çıkmış ve din kişiye özel bir mesele haline gelmiştir. Dolayısıyla din özel alanın bir parçasıdır. Prenslikler yeniden düzenlenmiştir. Bir kamu kurumu olarak düzenlenmiş ve prensliklere bir kamu bütçesi ayrılmıştır. Ayrıca prensin kendi özel mülkiyeti bu kamu bütçesinden tamamen ayrı tutulmuştur. Zümreler de kamunun bir parçası haline gelmiştir. Saray

tamamen özel alan kapsamında değerlendirilmektedir. Sarayın karşısında bürokrasi ve ordu kamu otoritesine aittir. Bunların dışında şehirdeki tüm ticari faaliyetlerin yerine getirildiği topluluklar, mesleki zümreler olarak burjuva toplumunu oluşturmaktadırlar (Habermas, 2013: 71-72).

Burjuva toplumunun kendi yapısını oluşturabilmesi için kendi kurallarını oluşturmaya ihtiyacı vardır; siyasal, yasal ve ekonomik olarak bağımsızlığını ilan etmesi gerekmektedir. Bunun için de ilk olarak krallığın yönetiminden çıkılması gerekmektedir. Aydınlanma düşüncesi toplumun nesnel olarak ele alınmasını sağlamıştır. Toplum yapısının kendi kuralları oluşmaya başlamış ve toplum krallığın yönetiminden çıkmıştır (Taylor, 2006: 159-160).

Habermas, kapitalizmin yükselmeye başlamasıyla birlikte burjuva kamusal alanının oluşmaya başladığını ileri sürmektedir. Kapitalizmle birlikte, modern devletler ortaya çıkmış, ekonomik özerklik ve mal mübadelesi devri başlamıştır. Kamusal alan tüm bunların varlığına bağlı olduğu kadar özel alanın oluşmasıyla birlikte açığa çıkmıştır. Özetle kamusal alan, özel alandan bağımsız düşünülemez (Ku, 2000: 218).

Kamusal alan ortak düşüncenin iktidara yöneltildiği alandır. Kamusal alanda gerçekleşen tartışmalar hakikat arayışının bir sonucudur. Bu tartışma alanları, herkesin görüşünün alınmasına ve öznel iradenin şekillenmesine ve açığa çıkmasına imkan tanımaktadır (Bauman, 2003: 45-48)

Burjuva toplum yapısında ekonomi, ev ekonomisinden bağımsızdır. Ekonomi, artık kamusal düzenlemelere tabii bir şekilde denetim ve gözetim altında gerçekleşen mal mübadelesini içinde barındırmaktadır. Kamusal alanda gerçekleşen ekonomik etkinlikler, ortak çıkarın konusunu oluşturmaktadır (Habermas, 2013: 81). Ekonomideki bu yeni düzenlemeye ve toplum yapısındaki dönüşüme paralel olarak kapitalizmin başka bir gücü olan basın açığa çıkmaya başlamıştır (Habermas, 2013: 83).

Burjuva toplumunda devletin birincil rolü kamusal alanda gerekli düzenlemeleri yaparak, herkesin bu kurallara uymasını sağlamaktır. “Siyasal kamunun, basın dışındaki başlıca iletişim ve kanaat üretme araçları; dilekçe verme,

dernekler, partiler, kulüpler, siyasal toplantılar ve tabi demokratik bir rejimde, seçimler, yerel ve merkezi parlamentolardır”. Buna göre, burjuva kamusal alanında var olduğu düşünülen özgürce ve devlet müdahalesinden bağımsız bir şekilde fikir beyan edebilme ilkesi, liberal ekonomideki malların mübadelesi ilkesine dayandırılmaktadır (Yılmaz, 2006: 195-196).

18. yüzyıl başlarında şehir hayatı burjuva hayatıyla eş değer hale gelmiştir. Burjuvalar tüm şehre yayılmış ve şehrin toplumsal yapısının karakteristik bir çerçevesi çizilmeye başlanmıştır. Burjuva toplumsal yapısı çeşitli grupların birbirleriyle kurduğu ilişkiler ağıyla gelişmeye ve genişlemeye başlamıştır. Bu değişimle birlikte kamu sözcüğü de modern anlamına kavuşmuştur.

Burjuva kamusal alanıyla birlikte basın da yeni bir güç olarak ortaya çıkmasına istinaden günlük gazeteler hem nitelik hem de nicelik bakımından farklılaşmaya başlamıştır. Gazeteler haber verme işlevinin dışında kamunun sesi haline gelmiştir. Kamu özgürlüğünü savunan gazeteler, kamusal alanın lehine devletin karşısında yer almışlardır. (Habermas, 2015: 99-100).

Kamuoyunun ne kadar önemli bir güç olduğunun ve devlet erkine karşı bundan yararlanılabileceğinin farkına varan burjuva toplumu; basını da bu gücü kullanmanın bir yolu olarak görmüştür. Toplum yapısı, ekonomik anlamda özelleşmeye başladıktan sonra basının da desteğiyle kamusal bir nitelik kazanmıştır. Toplumun çıkarlarına basında yer verilerek kamusal bir mesele haline getirilmiştir.

Devlet ile toplumun iç içe geçtiği zamanlar olan 19. yüzyılın sonu, 20. yüzyılın başına gelindiğinde yine bir değişim söz konusu olmuştur. Basın artık kamuoyu lehine hareket eden, kamunun sesi olan bir güç değil; toplumsal birlikteliğin devamını sağlamak için toplumu idare eden ve bu birlikteliği tüketim üzerinden gerçekleştirmeye çalışan bir araç haline gelmiştir. Devletin çıkarlarını koruduğunu iddia eden ancak farklı çıkar gruplarına hizmet eden örgütler devletle pazarlık yaparak kamuya karşı uzlaşmaya başlamışlardır. Kamuoyu, kamusal alanın müzakere aracı olmaktan çıkmıştır (McCarthy, 1994: 91-93).

Habermas, kitle iletişim araçlarının, burjuva erkinin aracı haline gelmesiyle birlikte özel çıkar gruplarının hizmetine girdiğini belirtir ve bununla birlikte kamusal

alanın çöküşünün de başladığını ifade eder (Habermas, 2015: 99-100). Kitle iletişim araçları kamusal alanın oluşmasında elzemdir ancak kamusal alanı hem oluşturan hem de yıkan bir etkiye sahip olabilmektedir.

Devletin özel alana müdahalesinin artmasına paralel olarak kamusal alanda yozlaşma meydana gelmiştir. Habermas, bu yozlaşmayı kapitalizmle ilişkilendirir ve kapitalizmin yarattığı sınıfsal ayrımın kamusal alanın herkesin erişimine açık olma durumunu yok ettiğini ileri sürmektedir. Bu durum kamusal alanın çöküşünü hızlandırıcı etki yaratmıştır. Özel alanın devletin denetimi altına girmesini meşru hale getiren en önemli sebep belki de yanılgı, toplum refahının (görece) yükselmesidir (Çelebi, 2015: 270).

Habermas, kamusal alan/özel alan tanımlamasına girmeden evvel kamusal sözcüğünün birbirinden farklı anlamlarını açıklamaya çalışmaktadır. Bir yerin kamusal özelliğini taşıması için en başta herkese açık ve erişilebilir olması gerekmektedir. Ama elbette bu sözcük çok daha fazlasını ihtiva etmektedir.

Kamusal alan kavramını açıklamak için doğru bir kuramsal çerçeveye dayandırmak gerekmektedir. Detaylı bir analize ihtiyaç vardır. Özbek, kamusal alanın iki farklı anlam boyutu olduğunu ileri sürmektedir. Bunlardan ilki; kamusal alan toplumsal olarak fikirlerin üretildiği, dolaşıma sokulduğu, tartışıldığı, tecrübelerin olduğu, bu tecrübelerin paylaşıldığı mekânsal bir alandır. Tüm bu eylemler toplumsal olarak anlamlar içerirler; kültür, kamuoyu gibi... Bu anlam üretim sürecinin ve bu süreçte oluşan ulusal, ulusüstü ve ulusaltı kolektif yapıların da kamusal alanın mekânsal anlamına dahil olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda ele alındığında kamusal alanın, toplumsal yaşama dair birçok kavramla ilişkisi olduğu ortaya çıkmaktadır. Toplumsal yaşamın zaman ve mekân boyutunun tarihsel bağlamda ilişkilendirilmesine zemin hazırlamaktadır (Özbek, 2015: 42).

Kamusal alanın ikinci anlam boyutu ise normatif olan ile ilişkilidir. *Öffentlichkeit* sözcüğünün kökeni *öffen* sözcüğünün ortaklık, açıklık, aleniyet anlamına geliyor olması, kamusal kavramının ilkesel yönünü belirlemektedir. Toplumsal anlamın üretiminde kamuoyu kavramının önemli bir yeri vardır. Kamuoyu, kanaatler aracılığıyla oluşmaktadır. Ancak kamusal akıl bu kanaatlerin toplamından

oluşmaz. Kanaatler, eleştirel aklın bir ürünü olarak kamusal aklın süzgecinden geçirilerek ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla kamuoyu, kamusal aklın filtresinden geçmeyi başarmış kanaatlerdir (Özbek, 2015: 42).

Habermas, kamuoyunun önemini şu şekilde özetler:

“Kamusal alan kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz. Bu alana tüm yurttaşların erişmesi garanti altına alınmıştır. Özel bireylerin kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma durumunda, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmış olur. Bu tür bir bir aradalık durumundaki bireylerin davranışları, ne iş ve meslek sahiplerinin özel işlerini görürken yaptıkları davranışlara; ne de bir devlet bürokrasinin yasal sınırlarına tabi anayasal bir düzenin üyelerinin davranışlarına benzer. 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: 95).

Kamusal alanda bireylerin özgürce düşüncelerini açıklama, düşüncelerini dolaşıma sokarak yayma hakkı bulunmaktadır. Bir araya gelen yurttaşlar örgütlenerek sistematik bir şekilde hareket edebilmelidir. Örgütlenebilmek için ise çeşitli iletişim araçlarına ihtiyaç duyulabilir. Bu ihtiyacı karşılayan ise medya yani kitle iletişim araçlarıdır (Habermas, 2015: 95).

Habermas’ın kamusal alanı birkaç maddede özetlenecek olursa;

1.Kamusal alan kapitalizmin yükselişiyle birlikte ortaya çıkmıştır, burjuva toplumundan bağımsız düşünülemez.

2.Modernleşme kamusal alanın ortaya çıkışını kolaylaştırmıştır. Modernleşmenin doğal bir uzantısı olarak kamusal alan oluşmaya başlamıştır.

3. Aleniyet kamusal alanın en temel ilkesidir. Modernleşme ile birlikte, geleneksel toplum yapısından farklı olarak, görünürlük kamusal alanda var olabilmenin en birincil koşulu olmuştur (Çaha, 2003: 79-88).

16. ve 17. yüzyıllarda özel alan ailenin var olduğu; kamusal alan ise ailenin dışındaki her şeyi kapsayan alan olarak görülmektedir. Habermas’a göre; bunun tam tersidir yani kamusal alan ailelerden oluşmaktadır. Aile üyeleri kamusal alanda yer alarak aileyi özel alandan kamusal alana taşımaktadır (Habermas, 2013: 117-119). Kamusal alanda varlık gösteren aile üyesi, o ailenin bir temsilcisi olarak değil, hakları ve özgürlükleri olan bir yurttaş olarak kamusal alanın bir parçası olmaktadır.

Aile, kamusal alan çalışmaları için son derece önemli bir konumdur. Toplumsal bir kurum olan aile; hem üretime katkı sağlamakta hem de tüketim davranışında bulunmaktadır. Bu haliyle ekonomiye çift yönlü bir akış sağlamaktadır. Aile siyasal bir kurum olarak hukuksal düzenlemelerin öznesi olabilmektedir. Evlilik, boşanma, çocuk hakları vs gibi... Aile kitle iletişim araçları aracılığıyla toplumsallaşmada boyut atlamıştır. Eğlence dünyasından ve daha önce ulaşılabilir olmayan toplumsal ilişki ağlarından bağımsız değildir artık (Çaha, 2003: 81).

Habermas kamusal alan kavramsallaştırmasında devlet erkine hiç yer vermediği gerekçesiyle eleştiriye maruz kalmaktadır. Eleştirilerin odağında kamusal alanın, modern bağlamda ele alındığında, devlet ile sivil toplumun birbiriyle olan bağlı ilişkisine dayandırılması gerektiği yer almaktadır. Bu ikisinden bağımsız bir kamusal alan tartışmasının eksik kalacağı savunulmaktadır. Çünkü sivil toplum ve devlet, kamusal hayatı oluşturan birbiriyle iç içe geçmiş en önemli iki sacayağı olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple kamu ve kamusal alan kavramları mevcut kamu düzenlemeleri ve kültürel yaşam dikkate alınarak yeniden gözden geçirilmeye muhtaçtır. Ayrıca Habermas’ın kamusal alan kavramsallaştırmasında; devletle ilgili olan/olmayan, kamusal olan/olmayan ayrımlarının belirsizliği iktidar erkinin yurttaşlar üzerindeki hegemonyasını güçlendirmeye yarayacaktır. Dolayısıyla bu sınırların daha net ve yurttaşın lehine yeniden çizilmesi elzem görünmektedir. Depolitize edilmiş güç ilişkileri, meşruluk çatışmalarını da beraberinde getireceğinden kavramsal ayrışmada belli bir dengenin kurulmasının zaruri olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Marksist ve feminist düşünürler Habermas’ı, özellikle iktidar ilişkilerini, devletin politikalarını kamusal alanın dışında tuttuğu için, eksik ve yanlı bir değerlendirme yaptığı düşüncesiyle eleştirmektedirler. Habermas devlet iktidarını kamusal alanın dışında tutmaktadır. Bu durumda yurttaşların kamusal alandaki varlıklarını; kimlik

m¼cadelelerinden, k¼lt¼rden, g¼¼ ve politikadan bağımsız konumlandırmaktadır. Habermas'ın bunları göz ardı ederek yaptığı kamusal alan kavramsallaştırması, eksik idealleştirilmiş bir kamusal alan çerçevesi sunmaktadır ve meseleyi basitleştirmektedir. Tam da bu yüzden kamusal alanın daha kapsamlı bir tanımlamasının yapılmasına ihtiyaç vardır. Daha geniş bir perspektiften ele alınarak; kamusal alanın yapısını direkt etkileyen güç ilişkileri, kamusal alanda var olmaya çalışan tüm kimlikler ve stratejiler bağlamında daha derinlikli bir analiz yapılması son derece önem arz etmektedir (Ku, 2000: 221).

Kamusal alanın bu sonsuz döng¼de sürekli dönüşen yapısı; belki de daha geniş bir analize tabii tutulması gerektiğinin, her dönemin koşullarına göre yeniden ele alınmasının ve kamusal alana dair yeni araştırmalar yapılmasının ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

Daha önce de belirttiğim üzere; kamusal alan kavramından söz ederken özel alanı es geçmek nam¼mkündür. İkisi birbirinden ayrı, ancak birbiriyle tanımlanabilen kavramlardır. Özel alan ve kamusal alan sınırlarının belirsizleşmesi, özel alandan kamusal alana geçişle gerçekleşmiştir. Bu da iki şekilde kendini göstermektedir. Ulus kavramı esasen kamusal alana ait bir kavramdır, herkesi kapsayıcı bir niteliğ¼ sahiptir. Belli bir ulusa sahip insanların oluşturduğu kamular aracılığıyla ortak kararlara varılabilmektedir. Özel alanı da kapsayıcı nitelikte olan uluslaşma; özel alandan kamusal alana geçişte önemli bir etkidir. Cemaatlerin dağılması ve bireyselleşmesi buna güzel bir örnek teşkil etmektedir. İçe dönük yapıları ve kendilerinden olmayanı dışlamaları, mahremiyetlerini korumaları gibi özellikleriyle özel alanda oluşan ve varlıklarını o şekilde devam ettiren cemaatler; kamusal alana dahil olmaya başlamışlardır. Kamusal alanın onlara tanıdığı birtakım hakların, imkanların ve sınırların farkına vararak seslerini başkalarına da duyurmanın gerekli olduğunu düşünmüşlerdir. Cemaatler, kamusal alanın birer öznesi konumuna gelmiştir. Bu cemaatler siyasi olduğu kadar dini örgütlenmeleri de kapsamaktadır. Onları takiben etnik gruplar ve en önemlisi kadınlar da kamusal alanın bir parçası olmuştur. Kadınların, hem sosyal anlamda hem de siyasi anlamda, aktif olarak kamusal alanda yer bulması yurttaşlık statüsünü elde etmelerinin hemen ardından gerçekleşmiştir. Feminist hareketlerin de buna katkısı büyüktür. Daha önce kamusal alanda kendine

yer bulamamış kadınlar gibi etnik gruplar ve dini cemaatler de modernleşmenin etkisiyle kendilerini yeniden üretebilme gücünü kazanmış ve kamusal alanda yer almıştır (Çaha, 2003: 8).

Tek bir kamusal alan değil de çoklu kamuların varlığı söz konusu olduğunda, hangi kamusal alana katılım daha fazla ise devlet erkinin oradaki kamuoyunu dikkate alma olasılığı daha yüksektir. Dolayısıyla diğer kamular saf dışı bırakılma riskiyle karşı karşıya kalabilmektedir. Çünkü bazı kamusal alanlar diğerlerine göre daha öne çıkmakta ve dikkate alınmaktadır. Bu durum kamusal alanlar arasında eşitsizliğe ve hiyerarşik bir düzenin oluşmasına sebep olacaktır. Devlet ile daha sıkı bir ilişki halinde olan kamusal alan, resmi egemen kamusal alan olarak kabul edilmektedir. Bunun olumsuz bir sonucu olarak, devletle yakın ilişkide olan kamusal alan artık devlete çok daha bağımlı hale gelmektedir. Resmi-egemen kamusal alanın tam karşısında muhalif kamusal alanlar oluşmaktadır. Bu muhalif kamusal alanlar, farklı görüşlerin yayılmasına katkı sağlamak, alt kültürlerin, azınlıkların ve diğer kamusal alandan dışlanan grupların da seslerini duyurmalarına katkı sağlamaktadır. Muhalif kamusal alanlar özel alana sırtını çevirmez. Muhalif kamusal alanların; özel alandaki kimliklerin temsili, başka kimliklerle etkileşimin sağlanması gibi özellikleri, demokratik bir yaşama da zemin hazırlayabilir (Bora, 2015: 713-715).

Habermas'ın çerçevelediği kamusal alan modeli homojendir ve bütünü kapsayan tek bir kamudan ibarettir. Habermas bu sebeple birçok eleştiriye maruz kalmıştır. Habermas, farklı kamuların birden fazla kamusal alan oluşturabileceğini savunmaz. O tek ve bütünlüklü bir kamusal alanın varlığında diretmektedir. Nancy Fraser gibi bazı düşünürler eleştirilerinde karşıt kamusal alanlardan, muhalif kamulardan örnekler vererek Habermas'a karşı antitez üretmişlerdir. Ayrıca burjuva kamusal alanının her dönemi kapsamadığı ve bu yüzden Habermas'ın kamusal alanının günümüzü yorumlarken eksik kalacağı üzerinde de değerlendirmeler yapılmaktadır. Habermas da *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü* eserinden sonraki çalışmalarında eleştirileri kabul ederek başka kamusal alanları göz ardı ettiğini itiraf etmektedir.

Habermas, kamusal alanın çıktığı dönemin koşulları altında ihtiyaçtan ötürü kendiliğinden oluştuğunu ileri sürmektedir. Kamusal alanın oluşum süreci ilk olarak

temsili kamulardan edebi kamulara; edebi kamulardan siyasal kamusalallığa dönmüştür. Son olarak da siyasal kamudan modern anlamdaki kamusal alana geçiş yaşanmıştır. Habermas’a göre, kamusal alanın çöküşü özel alan ile olan sınırların kalkıp kamusal alanla özel alanın iç içe geçmesi sonrası meydana gelmiştir.

Kamusallığın Yapısal Dönüşümü’nde Habermas, burjuva kamusalallığının oluşumundan ziyade çöküşüne odaklanmaktadır. Burjuva kamusal alanının çöküşünü meydana getiren ve hızlandıran koşullara eleştirel bir değerlendirme yapmaktadır. Kamusal alanın akıldan yoksunlaşması ve tüketici toplumuna evrilmesi sürecini eleştirel bir perspektifle değerlendirmektedir. Habermas’ın bu çalışmasında kamusalılık ilkesini, “modern toplumlarda demokratik meşruluğun ilkesi” olarak değerlendirdiği görülmektedir (Benhabib, 1992: 88).

Habermas, öne sürdüğü ve çalışmasının yapı taşını oluşturan kamusalılık ilkesini; tüm yurttaşların eşit ve adil bir şekilde kamusal alanda var olabilmelerine, özgürce söylemler oluşturabilmelerine dayandırmaktadır. Kamusalılık ilkesinin evrenselleştirilebilir olma özelliğine vurgu yaparak; bu ilkeyi tüm yurttaşların katılımına açık bir kamusal alanda, herkesin özgürce, birbirinden farklı meseleler hakkında tartışabilmeleri, çözümler üretebilmeleri ve uzlaşma varabilmeleri şeklinde ifade etmektedir (Habermas, 1992: 446).

Habermas’ın kamusal alan kavramsallaştırması, insan yaşamındaki öznel dönüşümü tarihsel olarak ele almaya ve toplumsal yapıların, olayların tarihsel bir perspektifte değerlendirilmesine yardımcı olacak niteliktedir. İdeolojik ve kültürel toplumsal ilişkilerin hem toplumlarda hem de bireysel olarak insanlarda meydana getirdiği değişimi ve dönüşümü gözlemlemek adına önemli bir katkı sunmaktadır.

Habermas’ın Söylemsel Kamusal Alan Modeli, daha önce de belirttiğim üzere, üzerinde çok tartışılmış ve bu modelden yola çıkarak yeni modeller oluşturulmuştur. Dolayısıyla Habermas, kamusal alana dair bir yol çizmiş ve bu yolu herkes kendi kuramsal çerçevesine göre yeni yollarla desteklemiştir. Ancak temelde Habermas’ın çizdiği bu kuramsal çerçeve yatmaktadır.

Söylemsel bir etkileşim alanı olarak ele alınan Söylemsel Kamusal Alan Modeli aynı zamanda kamusal alanın iletişimsel boyutunu da öne çıkarmaktadır. Bu

modele göre toplumsal sorunlar ortak iyiye ulaşıldığı takdirde çözüme kavuşturulabilir. Bunun için de eşitlikçi ve özgür bir katılımı, herkesin bir araya gelerek tartışabileceği bir ortama ihtiyaç vardır. Bu bazen toplumsal bir mekan bazen ise bir sosyal medya platformu ya da bir blog sitesi olabilir. Önemli olan herkesin fikirlerine saygı duyulduğu eşitlikçi ve özgür bir ortamda düşüncelerin ifade bulabilmesidir. İnternetin hayatlarımıza dahil olmasıyla birlikte kamusal alan tartışmaları da internet ve teknoloji temelli olmaya başlamıştır. İnternet ve ona bağlı teknolojilerin demokrasi ile ilişkisi sıkça çalışmalara konu olmaktadır. Bu çalışmalarda kamusal alan fikri genel olarak iki farklı perspektiften ele alınmaktadır.

İyimser yaklaşımlı bazı çalışmalarda; yeni medya, internet ve buna bağlı teknolojik araçlarla birlikte, kamusal alana katılımın demokratik, eşitlikçi ve özgürce olabilmesinin kapılarının aralandığı ifade edilmektedir. Bu iyimser yaklaşıma göre, internet çoğulcu katılıma olanak vermekte ve tüm yurttaşların kamusal alana erişimini kolaylaştırmaktadır. Eleştirel yaklaşımda ise internetin eşitsizliğe dayalı mülkiyet ilişkilerinin tam merkezinde bulunduğu, siyasal hegemonyanın kendini gösterdiği bir alan yarattığı savunulmaktadır. Herkesin erişimine ve katılımına açık olması, internet temelli teknolojilerin demokratik ilişkiler sunduğu yanılsamasına yol açmaktadır. Dolayısıyla internete bu bağlamda daha eleştirel bir perspektiften ve mesafeli yaklaşılması elzemdir.

Bu tartışmalara tezin ilerleyen bölümlerinde çok daha detaylı yer verilecektir. Bu noktada internetin ve yeni medyanın kamusal alanla nasıl bir ilişkide olduğuna kabaca değinilmektedir.

Habermas'ın da altını çizerek belirttiği üzere ortak iyiye; herkesin katılımının eşit bir şekilde sağlandığı, tüm kimliklerin temsiliyet ortamının yaratıldığı ve özgürlüğün söylemsel anlamda var olduğu, sivil toplumun da dahil olduğu tartışma ve müzakere ortamının yaratılabildiği bir dünyada ulaşılabilir. Habermas, bunu bir süreç olarak nitelendirmektedir. Habermas, *iletişimsel eylem* olarak nitelediği bu süreci, kapitalizmin ekonomik dayatmalarına ve devletin hegemonyasına karşı bilinçli olarak mücadele edilmesinin bir yolu olarak görmektedir. (Habermas, 2001).

Habermas’a göre, iletişimseel eylem, kişilerin başkalarıyla iletişime geçerek işbirliği içinde, yaşadıkları dünyayı algılamak ve doğru yorumlayabilmek için ortak bir fikre ulaşmaya çalışmalarının bir yoludur (Özbek, 2015: 76). Kamusal alanın eşitlikçi ve özgür katılıma olanak sağlayan yapısının gerekliliği tam da bu noktada belirginleşmektedir. Ortak anlayışa ulaşmanın yolu olan *iletişimsel eylem* demokratik yaşama zemin hazırlayacaktır ve gerçek bir kamusal alanın çerçeveleri de bu şekilde çizilebilecektir. Kamusal alan ortak iyiye ulaşmanın yegâne yoludur.

Medya aracılığıyla söylemsel etkileşimin gerçekleşmesi, yurttaşların birbirleriyle olan iletişimseel eylemine bir örnek olarak gösterilebilir. Dahlgren (2005), Habermas ve Dewey’in belirttiği üzere kamunun söylemsel etkileşim içinde var olduğu düşüncesine atıf yaparak, söylemsel etkileşimin medya üzerinde iki boyutta gerçekleştiğini ileri sürmektedir. Öncelikle medya ile karşılaşan birey iletişimseel bir süreçten geçmektedir. Bu süreç; bireylerin medya ile karşılaşmalarını, medyayı kullanmalarını, değerlendirebilmelerini ve sonunda bir çıktıya ulaşabilmelerini kapsamaktadır. Diğer boyut ise vatandaşların birbiriyle olan etkileşimine dayanmaktadır. Bu etkileşim, söylemlerin ve söylemin içerdiği anlamların dolaşımı ile gerçekleşebilmektedir (Dahlgren, 2005: 149).

Michael Warner (2002), kamusal alanın söylemin dönüşümlü bir şekilde dolaşımı girmesiyle oluşan toplumsal bir alan olduğunu ifade etmektedir. Kamuyu ilgilendiren her durum ve kamuya hitap eden her şey kamusal alanda dolaşıma girmek durumundadır. Hatta bu bir zorunluluktur. Warner bu zorunluluğun “bize basın ve de basına yönelik pazar düzenlemelerinin kamusal alanın gelişimi içinde neden tarihsel olarak çok merkezi bir konuma sahip olduğunu anlamamıza yardım” (Warner, 2002: 63) ettiğini söylemektedir.

Söylemsel metinler internet üzerinden dolaşıma girmektedir. Bu süreçte internet, kullanıcılara seçme özgürlüğü sunmaktadır. Ancak bu seçme özgürlüğü bir yanılsama olarak da karşımıza çıkıyor olabilir. Seçim yaparken ne kadar özgürüz sorusunu akıllardan çıkarmamak gerekmektedir. Çünkü seçme özgürlüğü sunarak internet üzerinden kamusal alana dahil edilen yurttaş, kontrolün kendisinde olduğu yanılgısına düşebilir. Esasında pratikte kontrol kullanıcıda yani yurttaşın

kendisindedir. Ancak durum gerçekten görüldüğü gibi midir? Yoksa neo-liberal politikaların hayatı kontrol altında tutma stratejisi midir? Bu konuya eleştirel yaklaşmakta her zaman fayda vardır. Nitekim bu araştırmada internet ve yeni medyaya karşı eleştirel bir yaklaşım benimsenecektir. İnternet ve yeni medya salt söylemlerin alanı değil, aynı zamanda siyasetin de alanıdır. İletişimsel boyutunun yanında ticari bir boyutu da vardır. Dolayısıyla yeni medya teknolojilerini ve interneti çok geniş bir perspektiften değerlendirmek gerekmektedir.

Kamusal alan/özel alan kavramsallaştırmasında, Habermas kadar etkili olan bir diğer düşünür Hannah Arendt'in kamusal alanı Antik Dönem kent devletlerine (polis) dayanmaktadır. Arendt'in kamusal alanı; Benhabib'in modellemesine göre *Agonistik (Yarışmacı) Model*, Weintraub'un kategorizasyonuna göre ise *Cumhuriyetçi Erdem Modeli*'ne denk gelen bir kamusal alan olmasıyla dikkat çekmektedir. Buna göre; kamusal alan siyasi ve toplumsal faaliyetlerin gerçekleştirildiği, özel alan ise insani ilişkilerin, zaruri ihtiyaçların karşılandığı bir alandır. Arendt, kamusal alanda var olamayanları idiot olarak nitelendirir. İdiot; tuhaf, köksüz kişi anlamına gelmektedir. Arendt'e göre insan olabilmenin koşulu kamusal alanda varlık göstermekle eş değerdir.

Arendt'e göre kamusal alan/özel alan ayrımı, insanla doğrudan ilişki halindedir. İnsandan bağımsız ne özel alandan ne de kamusal alandan söz edilebilir. İnsani etkinliğin biçimine ve yerine göre kamusal/özel ayrımına gidilebilir. Arendt'e göre kamusal alanda varlık gösteren insan, kendini bu kamusal alanın içinde ortaya koyabilir ve diğer insanlara ancak bu şekilde kim olduğunu gösterebilir. Arendt, insanın iletişim kurabilme yetisinin onun diğer canlılardan ayrılan özelliği olduğunu; akla sahip olma ya da düşünebilme becerisinden ziyade başka insanlarla bir arada iken insanın kendi var oluşunu gerçekleştirebileceğini savunmaktadır. Ayrıca Arendt, insanın düşünebilme becerisinin de diğer insanların varlığına bağlı olarak geliştirilebileceğine inanmaktadır. Arendt'e göre, tekillik değil çoğulluk durumunda insanlar birbirlerinden farklı olduklarını görebilir ve tam da bu yüzden birbirleriyle iletişim kurmaya ihtiyaç duyabilir (Öztimur, 2003: 39). Bu durumda insanlar diğerleriyle olan benzerliklerini ve farklılıklarını ancak kalabalıklar içinde fark

edebilir ve böylece kendi benzersizliklerinin de ayırına vararak kimliklerini oluşturabilir.

Arendt, insanların bir arada yaşamasını insani olanın bir gerekliliği olarak görmektedir ve her bireyin var oluşunu ancak başkalarıyla birlikte yaşam alanı kurarak gerçekleştirebileceğine inanır. Bir arada olmak da ancak kamusal alanda yer almakla mümkündür. Siyasi örgütlenme biçimi altında yaşamak da yine başkalarının varlığına bağlıdır. Dolayısıyla Arendt, kamusal alan/özel alan ayrımından hareketle siyasetin ve siyasi olanın en derinine inerek onları ortaya çıkarmaya çalışır. ‘Siyasal olan’ ve ‘siyasal olmayan’ arasındaki farkı belirleyen şey; hayatın kamusal/özel görünüşleri arasındaki sınırda gizlidir. Ona göre siyasi olan her şey, başka insanların varlığıyla oluşturulan kamusal alanda yer almaktadır. Buradan anlaşılacağı üzere Arendt, siyasi olanla, siyaset alanıyla kamusal alanı birbirine eş kılmaktadır denebilir.

Arendt’e göre, modernizmle birlikte Antik Yunan’dan bu yana süregelen kamusal alan/özel alan arasındaki ayrımın sınırları giderek belirsizleşmiştir. Bu yeni modern çağa özgü bambaşka bir alan ortaya çıkmıştır. Arendt’in ‘toplumsal alan’ olarak ifade ettiği bu alanın tüm yaşam pratiklerine sirayet etmesiyle birlikte, kamusal alana dair tüm bilinenler ters yüz olmuş, etkisini yitirmiş ve yirminci yüzyılda ise kamusal alan neredeyse tamamen yıkılmıştır. Kamusal alanın yokluğu birçok problemi de beraberinde getirmiştir. İnsanlar var oluş sorunlarıyla karşı karşıya kalmış, psikolojik problemler yaşamış; ontoloji, epistemoloji ön plana çıkmıştır. Kamusal alan olmadığında insanlar birbirlerinden soyutlanırlar ve ortak paydada buluşabilecekleri bir dünyaları kalmaz. Farklı düşüncelerden mahrum kalırlar, öğrenme yetileri zayıflar; objektif olmaktan uzaklaşırlar (Öztimur, 2003: 40).

Arendt’in en çok üzerinde durduğu, kamusal alanın yok olmasıyla birlikte kamusal alanı yeniden oluşturacak gücün yeni toplum yapısında var olmamasıdır. Arendt’e göre, kamusal alan kurma bilinci de yok olmuştur. Buna teknolojik gelişmeler sebep olmaktadır.

Arendt, Antik Yunan’daki kamusal alan/özel alan ayrımını rehber edinerek, ideal bir kamusal alan modeli ortaya koymaya çalışmaktadır. Antik dönemden modern çağa gelene kadar kamusal alan anlayışında meydana gelen çöküşün ve kamusal alanın

silikleşmesinin sebeplerini araştırmaktadır. Buradan hareketle, modern toplumlarda, özel alan ve kamusal alan arasındaki ayrımın silikleşmeye başladığı ve kamusal alanın varoluş koşullarının ortadan kalktığı düşüncesine ulaşmaktadır.

Modern çağın toplumsal yapılanmasının Antik Yunan kamusal alanına dayandırılarak açıklanabilir olması mümkün müdür? Bu soru başka bir çalışmanın sorusu olabilir belki ancak bu çalışmada Arendt'in kamusal alana dair fikirleri ve düşünceleri doğrultusunda genel bir çerçeve çizilmeye çalışılacaktır.

Özel alana ait bir kavram olan gizlilik; yoksunlukla eş değer tutulmaktadır. Bir şey eğer özel alana aitse yani gizliyse; bu insani olan her şeyden yoksunluğun bir göstergesi durumundadır. Dolayısıyla sadece özel alanda var olan biri kesinlikle tam bir insan olarak görülmemekte eksik bir insan olarak değerlendirilmektedir. Kamusal alana girme hakkı bulunmayan köleler bu şekilde nitelendirilir (Arendt, 1996: 60). Kadınların da -özel alana hapsedilmiş olduklarından- aynı şekilde eksik insan olarak değerlendirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Kısacası özel alanda yer alan herkesin, insan cinsinden bir hayvan türünün üyesi olduğu düşünülmektedir.

Arendt'e göre kamusal alan, eylemin ve konuşma etkinliğinin gerçekleştiği yerdir. Arendt tam da buna istinaden kamusal alanı şöyle ifade etmiştir: “...başkaları bana nasıl görünüyorsa benim de onlara öyle göründüğüm, insanların salt başka canlılar ya da cansız şeylerin var oldukları gibi olmadıkları, görünümelerini açık ve seçik kıldıkları bir mekân.” (Arendt, 1994: 272).

İnsan, kamusal alanda yer aldığı müddetçe, diğer tüm canlılardan ayrılır. İnsan, diğer insanlardan ne kadar farklı biri olduğunu gösterebileceği ortamı kamusal alanda kazanır (Howle, 1991: 32). Kamusal alanda gerçekleşen insani etkinlikler Arendt'e göre ikiye ayrılır. Bunlardan biri eylem yani *praxis*; diğeri konuşma yani *lexis* tir.

Bu etkinlikler, insanın belleğini oluşturması sebebiyle kalıcıdır. İnsanların bu dünyada var olabilmesini, görülebilmesini sağlayan şey bu iki etkinliktir. Görünürlüğün korunmasını sağlayan mekan ise kamusal alandır. Bu alanda yer almak ve bu etkinlikleri yerine getirmek insan olmanın bir gereğidir ve beden emeğinden çok daha insana özgüdür. Arendt'e göre insan, bu etkinlikleri yerine getirerek ulaşabileceği

en yüksek mertebeye ulaşmakta ve kendini gerçekleştirmeye bir adım daha yaklaşmaktadır (Arendt, 1994: 284-285).

Antik Yunan'da kamusal alana karşılık gelen poliste yöneten-yönetilen ayrımı bulunmamaktadır. Bir yönetim anlayışı yoktur. Herkes birbirine denktir. Ancak eylemin ve konuşmanın gerçekleştiği kamusal alan herkesi kapsamaz. Arendt, Antik dönemdeki eşitlik anlayışının modern dönemdeki eşitlik anlayışından çok farklı olduğunu ileri sürmektedir. Antik dönemdeki eşitlik anlayışı, kişinin kendi akranlarıyla birlikte yaşaması, sadece onlarla vakit geçirmesi ve eylemde bulunması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla bu düşünce yapısına göre; kamusal alanda olamayan birilerinin de varlığı söz konusudur ve bu durum eşit olmayanların da var olduğunu ortaya koymaktadır (Arendt, 1994: 52).

Görülmektedir ki Antik özgürlüğün özünü oluşturan bu eşitlik düşüncesinin - modern dönemdeki eşitlik ve adalet anlayışıyla kıyaslandığında- adaletsizlik zemini üzerinde oluşan bir eşitlik olduğu apaçık ortaya çıkacaktır.

Polisi oluşturan yerli halkın tamamı yurttaş kabul edilmektedir. Bu kişiler yani yurttaş kabul edilenler, belli haklara sahiptirler ve özgürce hareket edebilirler. Bu özgürlükleri özel alanda denetim uygulayarak, özel alanda yer alan insanlar üzerinde tahakküm kurarak ve diğer yurttaşlarla eşit oldukları polise yani kamusal alana girerek elde ederler. Polisi oluşturan tüm yurttaşların eşitliği, salt bazı haklara ve özgürlüklere sahip olmaya indirgenmemelidir. Kamuyu ilgilendiren neredeyse tüm işlere yurttaşların etkin katılımı söz konusu olmaktadır. Kaldı ki bu etkin katılım hali, yurttaş olmanın bir gerekliliği ve zorunluluğudur. Antik Yunan'da kamusal faaliyetlere etkin katılım göstermeyen yurttaş, siyasal tüm haklarından mahrum kalmaktadır ve *atimos* konumuna geçmektedir (Castoriadis, 2001: 307). Polisin dışında kalan siyasi haklarından mahrum kalmış insanın hayvandan tek farkı konuşabiliyor olmasıdır ve köle ya da yabancı yani *metoikos* konumundadır. Polisin dışında kalmak, ölüm cezası ile eş değer tutulabilecek kadar yokluk ve hiçlik anlamına gelmektedir (Ağaoğulları, 2004: 16). Arendt'e göre polisin dışında kalmak görünür olmamak demektir ve bu da gerçeklikten yoksun olmak şeklinde nitelendirilmektedir (Arendt, 1994: 272).

Antik Yunan'da yurttaş olarak kabul edilen insan denince akla erkekler gelmelidir. Çünkü zaten kadınların özel alan dışında varlıklarını sürdürmeleri imkanı yoktur. Çünkü kadınlar daha önce de belirtildiği üzere, insan türünün dışında kalan *konusan hayvan* cinsine aitmiş gibi düşünülmektedir. Bir erkeğin yaşamı bir kadının yaşamından daha üstündür, sıradan yaşamla kıyaslanamayacak kadar yüksek iyi bir yaşamdır. İyi yaşam olarak değerlendirilen yurttaşın yani erkeğin yaşamı soylu bir yaşamdır. Ne kadar iyi, kaygısız ve işten/emekten arınmış bir yaşam sürerse biyolojik yaşam döngüsünden de o denli uzaklaşmış olur. Böylece diğer canlılardan bu anlamda da bir farkı olduğu belli olur (Ebenstein, 1996: 40). Ancak bu iyi yaşamı elde etmek için haneyi geride bırakmış olması gerekir. Kamu alanı bireysel ihtiyaçlardan azade bir yaşam sunmaktadır ve türünün varlığını deva ettirecek etkinliklerin alanı değildir. Dolayısıyla Arendt, kamu alanında var olmanın cesaret isteyen bir şey olduğunu ileri sürmektedir. Çünkü iyi yaşamı elde etme çabası, kendini tehlikeye atma cesaretini de göstermeyi gerektirir. İnsan ancak bu şekilde yurttaş olabilir ve kendi eşitleri arasında yerini alabilir. Arendt'e göre, böyle bir yaşama sahip olmak, cesaret isteyen bir iştir. Çünkü iyi yaşamın yer aldığı kamu alanı, hane alanında olduğu gibi kişinin bireysel yaşamını ve türün varlığını devam ettirecek etkinliklerin alanı değildir. Yaşamı sürdürmeye yönelik, zorunlu ve yararlı olan etkinlikler hane alanında bırakılmıştır. Dolayısıyla kamu alanına girecek olanın, öncelikle yaşamını tehlikeye atmayı göze alması gerekir. Bu cesareti gösterebilenler kendi eşitleri arasında yer alır, yurttaşlığa kabul edilirler (Arendt, 1994: 56–57). Arendt'e göre cesaret, siyasi erdem olarak görülmektedir (Arendt, 1996: 211-212).

Daha önce de belirtildiği gibi Antik Yunan'da hane yani *oikos* özel alana karşılık gelmektedir. *Oikos* siyasi olmayan etkinliklerin alanıdır ve gizlilik içinde yapılan faaliyetleri kapsamaktadır. Ayrıca *oikosta* gerçekleştirilen tüm etkinlikler zorunlu etkinliklerdir, bu haliyle bu etkinliklerin baskıcı bir karakteri de vardır.

Oikosa karşın *Koinonin* yani polisin içinde yer almak, siyasi tüm faaliyetlerin bir parçası olmak anlamına gelmektedir. *Poliste* yani kamu alanı içinde var olmak, bir yurttaş olarak görünürlük kazanmaya eş değerdir. Bu alanda yer almak demek özgürleşmek demektir ayrıca yurttaş olarak tüm insani değerlerden faydalanmayı sağlamaktadır. Kısacası kamusal alan insanın kendini gerçekleştirebilmesine imkan

tanınmaktadır. Kamusal alan özel alana kıyasla, biyolojik var oluştan ve bitişten uzak, sonu olmayan adeta ölümsüzlüğün gerçekleştiği bir alan olarak nitelendirilmektedir. Özel alan bir başlangıcı ve sonu ifade ederken, kamusal alan ölümsüzlüğe kapı aralamaktadır.

Arendt, kamusal alan/özel alan kavramsallaştırmasını Antik Yunan'daki uygulamalara dayandırmaktadır. Arendt'e göre ancak bu şekilde modern dönemde kamusal/özel alanda ortaya çıkan sorunlar çözüme kavuşturulabilir. Antik Yunan kamusal ve özel ayrımları bu anlamda bir çıkış noktası olabilir. Arendt, modernizmle birlikte Antik Yunan polis devletlerinde uygulanan kuralların, ilkelerin ve kamusal alanda var olma biçimlerinin yitirilmesine karşı bu ilkeleri yeniden canlandırmaya ve keşfetmeye davet etmektedir. Çünkü ona göre, halihazırdaki sorunlar ancak bu şekilde çözüme kavuşturulabilir. Arendt'e göre polis devletlerin sahip olduğu ilkeler adeta keşfedilmeyi bekleyen 'kayıp hazineler' gibidir. Arendt hazinenin kaybolmasını; tarihsel olarak üzerinden zaman geçmiş olmasıyla değil, geçmişten geleceğe bu hazineyi taşıyabilecek bir köprünün, bir bağlantının olmamasıyla ilişkilendirir (Arendt, 1996: 16). Bu hazineyi keşfetmeye ve geleceğe bırakmaya çalışır. Kısacası Arendt, bu kaybolmuş hazineyi yani Antik Yunan kamusal alan anlayışını yeniden diriltmeye kendini adanmıştır denebilir.

Arendt, Antik Yunan'daki kamusal alan/özel alan anlayışına sadık kalarak; özel sözcüğünün kavramsal olarak tekliği ifade ettiğini, başkalarından ayrı olmayı içerdiğini, kişisel ve gizli yapılandırılmış daha öznel bir alanı temsil ettiğini savunmaktadır. Ayrıca, sadece özel alanda var olmaya çalışarak başkalarınca biliniyor ve görülüyor olmanın avantajlarından yoksun kalındığını, ortaklık kurmanın yarattığı birleşmeden imtina edildiğini, nesnel ilişkilerden uzak durulduğunu bunun da bireyi kalıcı yaşamdan dışladığını ifade etmektedir. Arendt'e göre özel (kişisel) kavramı özünde, bir şeylerden yoksun olmak anlamını barındırmaktadır. Yoksunluk anlamını da kamu alanının çoğul ifadesinden alır. Çünkü yoksun olmak için başkalarının yokluğu gerekmektedir. Bu başkaları da kamusal alandadır. Kamusal alanda olmayan her şey yoksunluk alanında yani özel alandadır. Görünür olmayan insan başkalarınca yokmuş gibidir. Yaptığı hiçbir şey görünmez, ciddiye alınmaz; zaten varlığı da bilinmez. Özel alandaki kişiyi ilgilendiren bir şey başka hiç kimseyi ilgilendirmez,

başkaları tarafından önemsenmez. Arendt'e göre, özel alandaki insanın yaşamı, hakiki bir insani yaşam olarak değerlendirilemez (Arendt, 1994: 86). Çünkü gerçek bir yaşam için başkalarına da ihtiyaç vardır ve başkaları ile eylemde bulunmak da kamusal alanda gerçekleşmektedir. Kamusal alana dahil olunmadan hakiki bir yaşamdan söz edilemez. Dolayısıyla kamusal alan, insan olmanın anlamına karşılık gelmektedir. Arendt'e göre, dünyayı gerçek kılan da başkalarının varlığıdır (Arendt, 1994: 272). Bir nevi başkalarının onayına ihtiyaç duyulan durumlarda kamusal alana gereksinim doğmaktadır ve istenen onay sağlandıkça da dünyanın gerçekliği kanıtlanabilir. Ayrıca insan kendi gerçekliğine de bu şekilde varabilir.

Arendt, özel alanı insanların doğar doğmaz kendilerini içinde buldukları doğal alan; kamusal alanı ise konuşma ve eylemin gerçekleştirildiği, sonradan oluşturulan yapay bir alan olarak betimlemektedir.

Salt yaşamı sürdürmenin ve korumanın amaçlandığı özel alan, siyasi etkinliklerin olmadığı alandır. Yaşamı devam ettirmeye çalışmak, zorunlu etkinlikler bütününe beraberinde getirmektedir. Bu zorunluluklar özgürlüğü de kısıtlamakta hatta yok etmektedir. Özel alanda yaşam sadece zorunluluklardan ibarettir.

Arendt'in Agonistik Kamu Alanı Modeli'nde, kamusal alanda bir kahraman yaratılmaktadır ve bu kahraman diğerlerinden daha üstün olduğunu kanıtlamaya çalışmaktadır; kamusal alanda üstünlüğünü herkese sergilemektedir. Gündemi belirleyen kahramanın eylemleridir. Birleşimsel olarak nitelendirilen ve yine Arendt'in kamusal alan yaklaşımını içeren bu modelde ise belirsiz bir gündem vardır. Yurttaşlar birbirleriyle uyum içindedir dolayısıyla birleşimsel hareket ederler ve kahramana gerek yoktur. Gündemin kimin tarafından ve nasıl belirleneceğine dair kimse önceden bir bilgiye sahip değildir. *"Ayrıca, modernleşme sonucu oluşan yeniden siyasallaştırılmış toplumsal alana ilişkin konuların kamusal alanın gündemine taşınıp taşınamayacağı da Arendtçi kamusal alan kavramsallaştırmasında açıklanmaya muhtaçtır."* (Karadağ, 2003: 190).

Arendt, modern çağa geçişle birlikte siyasetin ekonomik güçler tarafından yönetildiğini iddia etmektedir. Toplumsal alan kavramı da ekonominin siyasetin alanına dahil olması ile oluşmuştur. Siyaset, ekonomi tarafından işgal edilmiştir.

Bunun sonucunda yeni bir alan olan “toplumsal alan” ortaya çıkmıştır. Bu toplumsal alan özel alan ile kamusal alan kavramlarını ters yüz etmiştir; biri diğerinin yerine geçmiştir. Özel alana ait ev işleri, ekonomi artık kamusal alana dahil olmuştur. Kamusal ve özeli rollerini tersine çevirmiştir. Özel alanın konusu olan ekonomi ve ev işleri, kamu alanının konusu haline getirilmiştir (Beacroft, 2007: 43). Kamusal alana ekonominin dahil olması ile birlikte tüketim toplumu ayyuka çıkmıştır.

Arendt’e göre özeli kamusala taşınması insanların yaşamlarında yenilikler yapması anlamına da gelmektedir. Yeni sosyallik biçimleri gelişmiştir. Ancak toplumsal alanın varlığıyla birlikte kamusal alan yıkılmaya yüz tutmuştur. İnsanlar ölümsüz olanı aramaktan vazgeçip tüketilebilir olana yönelmeye başlamıştır. İnsanlar artık ekonomik anlamda hem üretici hem de tüketici konumundadır (O’Sullivan, 1994: 231).

Ölümsüz ve evrensel olanı aramaktan vazgeçen insan; maddi olandan zevk almaya, ondan mutlu olmaya başlamıştır. Arendt, gerçek mutluluğun bu olmadığını, mutluluğun ancak politik arenada eylemde bulunarak yakalanacağını savunmaktadır. Ancak insanlar tüketime yöneldikleri için politikadan uzaklaşmakta, yaşadıkları toplumun meselelerine sırt çevirerek yabancılaşmaktadırlar ve bu şekilde gerçek mutluluğu de es geçmektedirler (Arendt, 1994: 193-198).

Arendt liberalizmi eleştirmektedir. Bu eleştiri, modern çağın yükselmesi ile birlikte toplumsal alanın kamusalılığı yok etmesine yöneliktir. Arendt’e göre kamusalılığın yok edilmesi devlet erkinin öze müdahale etmesini kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla demokratik bir yaşamdan söz etmek güç hale gelmektedir. Ekonominin özel alandan kamusala taşınması, devletin müdahalesini de meşrulaştırmakta olup, insanların var olan haklarından mahrum edilmesine yol açmaktadır. Tüm bu sebeplerden ötürü kamusal ile özel alan sınırları belirsizleşerek yok olmaya başlamıştır (Kahraman, 2003: 58). Arendt, bu sınırların belirginleşerek yeniden çizilmesi gerektiğine inanmakta ve tüm kamusal alan perspektifini bu düşünceye dayandırmaktadır.

Richard Sennett’in kamusal alan yaklaşımı Habermas ve Arendt’e göre çok daha farklıdır. Sennett geç modern dönem üzerinden kamusal alana bakmaktadır. Bu

dönemde kamusal alanın nasıl yok edildiğini tartışmakta ve buna cevap bulmaya çalışmaktadır. Kamusal alanın terk edildiğini ve insanların mahrem olana yani özel alana sığındığını düşünmektedir. Kısaca kitabına da adını veren “Kamusal İnsanın Çöküşü” nün nedenlerini sorgulamaktadır.

Richard Sennett’in kamusal alan anlayışına göre, 18. yüzyılın sonundaki kamusal alan düşüncesi, Aydınlanma’dan itibaren tamamen farklı bir boyut kazanmıştır. Kapitalizmin yükselişe geçmesi, insanların kamusal alandan çekilerek özel alana yani aile ve yakın çevre ile sınırlı bir yaşama geçmesine sebep olmuştur. Sennett, bu içe dönüşle birlikte kamusal alanın çöküşe geçtiğini belirtmektedir. 19. yüzyılda yaşanan bu kamusal alanın çöküşü krizi, ulus devletlerin ortaya çıktığı döneme denk gelmektedir (Sennett, 2019: 280-281).

On sekizinci yüzyılda Fransızca *kozmpolit* sözcüğü; alışık olduğu şeylerle hiçbir alakası olmasa bile rahatça hareket eden ve her yere rahatlıkla girip çıkabilen kimse anlamına gelmektedir. İngilizce’de ise toplum içinde yer alan anlamında kullanılmıştır. Kamu sözcüğü de “aile ve yakın arkadaşlar dışında geçen yaşam”ı ifade etmektedir. Farklı toplumsal grupların bir arada yaşadığı ekonomik, kültürel ve siyasal alanlar, kamusal alanı oluşturmaktadır (Sennett, 2019: 32-33).

Sennett; insanların, toplumsal yaşamı çocukluk döneminde keşfettiğini ileri sürmektedir. On sekizinci yüzyılın ortalarında yetişkinler kamusal alanın kendilerine ait olduğunu çocukların ise özel alanın bir parçası olarak kalması gerektiğini savunmaktaydılar. Tam da bu yüzden o dönemde çocuklar kamusal alanın dışında bırakılmıştır. Sennett, bu ayrımın yetişkinlerin ve çocukların birbirinden ayrılan oyun dünyalarıyla alakalı olduğuna dikkat çekmektedir. Sennett’e (2019) göre, on yedinci yüzyılın başlarında çocuklar ile yetişkinlerin oyunları birbirine benzemekte, oyunlar arasında belirgin bir fark görülmemektedir. On sekizinci yüzyıla gelindiğinde ise yetişkin oyunları ile çocuk oyunları arasında net bir ayrım meydana gelmiştir. Çocuklara, bazı oyunları oynamaları yasaklanmıştır. Yasaklanan oyunlar yetişkinlere aittir ve çocukların oynamasına izin verilmemektedir. Bunlardan en belirginini şans oyunlarıdır. Ayrım sadece oyunlarla sınırlı kalmamış aynı zamanda mekânsal bir ayrım da ortaya çıkmıştır. Bu dönemde kamusal alan artık tamamıyla yetişkinlere ait

bir alan olarak kabul edilmiştir. Çocukların kamusal alanda değil özel alanda yer almaları uygun görülmektedir. Örneğin çocuklar yetişkinlerin bir araya geldiği kahvehane gibi kamusal mekânlarda varlık gösterdiklerinde azarlanarak alaya alınmışlardır. On sekizinci yüzyılda artık kamusal alan yetişkinlerin oyun alanı olmuştur ve kamusal alan dışında oynamaları mümkün değildir. Sennett, kamusal alan sınırlarından söz ederken oyun imgesini kullanmaktadır ve kamusal alanın ‘erişkinlerin oyun alanı’ olarak belirlendiğine vurgu yapmaktadır (Sennett, 2019: 129).

Sennett, on sekizinci yüzyılda kamusal alanın yetişkinlerin oyun alanı olarak algılandığını ileri sürmektedir. Kamusal alanda varlık gösteren ve eylemde bulunan insanı da kamusal insan olarak tanımlamaktadır. Her bir kamusal insan aynı zamanda kamusal birer aktördür. Sennett, duygularını ifade edip sunan kişinin kamusal aktör olduğunu söylemektedir. Kamusal alanda aslolan duygu takdimidir. Duygularını yaşayabilen ve ifade edebilen insan kamusal aktör olarak var olabilmektedir (Sennett, 2019: 149).

Geç modern döneme geldiğimizde; Sennett, kamusal insanın aktörlüğünü yitirdiğini söylemektedir. Sennett’e (2019) göre, on sekizinci yüzyılın kamusal insanı geç modern dönemde kamusal olma özelliğini kaybetmiştir. Oyun alanı olma özelliği de yok olan kamusal alanda, kamusal insana rastlamak geç modern dönemde mümkün değildir. Kamusal alan devletten bağımsız değildir artık ve kamusal yaşam devletle insan arasında bir tür teslimiyet ilişkisine dönüşmüştür. Kamusal alanın yok olması ile birlikte politik söylemlerin ve eylemlerin alanı da insanların elinden alınmıştır. Bu durum, insanların birbirleriyle olan ilişkilerini de olumsuz anlamda etkilemiştir. Geç modern dönemde insanlar birbirleriyle daha resmi ilişkiler kurmaktadır. Yabancılarla bir araya gelinerek yapılan etkinlikler, ritüel haline gelen eylemler sona ermiştir. İnsanlar tabiri caizse maskeler altında, gerçek olmayan ve zorunluluktan doğan ilişkiler içinde bulurlar kendilerini. Yabancı olan yaşamı tehdit etmektedir. Bu sebeple de insanlar yabancı olarak nitelendirdikleri diğer insanlardan uzak durmayı tercih etmektedir. Kendi içine yani özel alana kapanan insan kozmopolit şehir yaşamından hoşlanmamaya başlamıştır. Kamusal alana katılım zorunlu hallerde gerçekleşmektedir. Şehirler de bu dönüşümden etkilenmiş ve yeni mekânsal düzenlemeler açığa çıkmıştır (Sennett, 2019: 16). Kamusal alanlar, geç modern

dönemde kamusalıktan giderek uzaklaşmış ve insanlar arasında yeni ilişki biçimleri açığa çıkmıştır. Bireysellik ön planda olup yabancılara karşı daha temkinli olma hali baş göstermiştir (Aytaç, 2007: 210- 211). Toplumsal olarak etkileşimde bulunma yerini bireysel eylemlere ve deneyimlere bırakmıştır. Richard Sennett'in kamusal alan anlayışı; kamusal alanın yerini alan bu bireyselleşme mekanizmaları ile bunların nedenleri ve sonuçları üzerine temellenmektedir. Sennett (2019), kamusal alanın özel alandan bağımsız olamayacağını ve özel alan ile kamusal alan arasında organik bir bağ olduğunu ileri sürmektedir. Sennett'e göre, kamusal alan özel alanla bağlantı kurduğu sürece varlığını devam ettirmektedir (Sennett, 2019).

Kamusal alanlar toplumsal olarak çeşitli işlevlere sahiptir. Politik eylemde bulunma, yasal haklara sahip olma, aile kurumunun düzenlenmesi, devletin uygulamaları gibi birçok farklı eylemin gerçekleştirildiği alanlardır. On sekizinci yüzyıldan itibaren ortaya çıkan bu eylemsel işlevler aydınlanma dönemiyle birlikte akla, rasyonel düşünce biçimine kendini teslim etmiştir. Aydınlanmayla birlikte kahvehaneler, toplanma alanları, tiyatro salonları gibi bir aradalığı gerektiren mekânlar, akıl yürütmenin gerçekleştiği kamusal alanlar olarak işlev görmüştür. Kamusal alanlar, eğitim düzeyi yüksek kesim tarafından; edebiyatçı, filozof gibi dönemin aydınlarının fikirlerinin ve eserlerinin tartışıldığı alanlar haline gelmiştir. Kısacası aydınlanma döneminde kamusal tartışma alanları ortaya çıkmıştır (Lütticken, 2007:111'den akt. Kedik, 2011: 230). Bu kamusal tartışma alanlarında daha önce konuşulamayan konular da özgürce konuşulmaya ve tartışmaya açılmaya başlanmıştır. Devlet ve kilise hakkında sorgulamalar başlamıştır (Ergene, 1994: 79).

Bu gelişmelerle birlikte yavaş yavaş burjuva toplumu da şekillenmiştir. Kamusal alanlar toplumun tüm bireylerinin özgürce kendini ifade alanı bulduğu yerler olmuştur. Toplumun tüm kesimlerinin kendini ifade edip birbiriyle iletişime geçebildiği bir kamu alanı böylece oluşmuştur.

On sekizinci yüzyıl; kamusal alanın oluştuğu, kamusal alanın içinde kimlerin yer aldığı belirlendiği, kamusal alanın neresi olduğunun netleştiği dönem olarak görülmektedir. Kentleşme giderek önem kazanmış ve kentler farklı grupların bir arada yaşadığı, iletişime geçtiği kamusal yaşam alanları haline gelmiştir. "Aile ve yakın

arkadaş kesimlerinden farklı konumu olan bir toplumsal yaşam bölgesi” anlamına gelen kamu sözcüğü artık “görece çok çeşitli insanları içine alan, tanıdıklar ve yabancıların oluşturduğu kamusal alan” anlamına gelmektedir (Sennett, 201: 33).

Sennett’e göre; on sekizinci yüzyılda sanayileşmenin yükselişi ve Batı’da yaşanan gelişmeler kamusal alan ile özel alan kavramlarını da dönüşüme uğratmıştır (Sennett, 2019: 36). Kamusal alan artık özel alanın gerektirdiği kadar önemli olmaya başlamıştır (Fırat, 2002: 52). Yabancılarla ilişkilerden ziyade özel alanda aile ve yakınlarla olan ilişkiler ön plana çıkmıştır. Toplumsallaşma yabancılarla kurulan ilişki üzerinden kamusal alanda gerçekleşirken artık buna gerek duyulmamaktadır ve özel alanda geçirilen vakit giderek artmaya başlamıştır ve insanlar için özel alanda kurulan bağlar daha önemli hale gelmiştir.

“İnsan kendini kamusal alanda oluştururken, özel alanda, öncelikle aile yaşantısı içinde doğasını gerçekleştiriyordu” (Sennett, 2019: 33). Sennett, bu değişime neden olan üç temel faktörden söz etmektedir.

Birincisi; özellikle büyük kentlerde sanayi kapitalizmiyle birlikte değişen yaşam biçimleri; ikincisi, seküler anlayışın ortaya çıkması; üçüncüsü ‘ancien regime’ den kaynağını alan kamusal alanın yeni toplumsal dönüşümleri karşılamıyor olması.

Sennett kamusal alanı kent yaşamı üzerinden ele almaktadır ve ona göre bir kenti yaşanabilir kılan bazı faktörler vardır. Bunlardan en önemlileri; kentte yaşan herkesin eşit haklara sahip olması, toplumsal bağlar kurularak insanların birbirine baskı kurmadan iletişime geçebilmesi ve özgürce yaşayabilmesidir. Dolayısıyla Sennett, kamusal alanları demokrasinin taşıyıcısı olarak nitelendirmektedir (Sennett, 2013).

Kamusal alanın içinin boşaltılmasını takiben kentler insanların daha yüzeysel ilişkiler kurabileceği şekilde planlanmaya başlanmıştır. Hız ve hareket kent yaşamının dolayısıyla kamusal alanların en belirgin özelliği haline gelmiştir (Gökgür, 2008: 13).

Kamusal alan asıl işlevini yitirdikçe kentler de kimliksizleşmiştir. Kent yaşamı dolayısıyla kamusal yaşam, tüketim aktivitelerinin gerçekleştirildiği mekânlara

indirgenmiştir. Bu durum kentte yaşayanlarca içselleştirilmiş ve sorgulamaksızın kamusal yaşamın bu hali normalleşmiştir.

On dokuzuncu yüzyılda kamusal alanda meydana gelen dönüşümü hem sebebi hem sonucu olan yabancılara karşı daha dikkatli olma ve hatta yabancıyı sorun olarak niteleme hali kişilerarası iletişimi sekteye uğratmıştır. Mahremiyet alanı yani özel alan, kamusal alanın tam karşısında yer alarak korunaklı yaşantının anahtarı haline gelmiştir. Kent planları da buna göre yapılmaya başlanmıştır. Kentler artık kamusal alan ve özel alan karşıtlığına göre planlanmaktadır. Mahrem olan aynı zamanda güven veren anlamına gelmektedir. Mevcut koşullarda kamusal alan güven duygusundan yoksun hale geldiğinden artık özel alanlar insanlar için daha önemli hale gelmiştir. Toplumsal yaşam artık bu sıcaklığı, güveni ve duygusal türden imkânları barındırmamaktadır. Özel alan da tam olarak bu ihtiyaç duyulan duyguları karşılayamamakta ve halihazırdaki ilişki biçimlerini de olumsuz anlamda etkilemektedir (Sennett, 2013).

Kamusal alan insanların birbirleriyle fikir alışverişinde bulunduğu, duygularını paylaştığı, belirli haklara sahip olduğu bir alan iken artık insanların birbirinden kaçtığı, duygularını gizlediği ve yalnız kalmaya çabaladığı bir alana dönüşmüştür. Kamusal alanlar insanların birbirini gözetlediği, tabiri caizse röntgencilik yaptığı yerler haline almıştır (Sennett'den akt. Özyurt, 2007: 118-119).

Kamusal alan; herkesin kullanıma açık ortak alanlar olarak tüm bireylerin eşit olarak söz söyleme, kendi iradesiyle eylemde bulunabilme bu sayede de kendi varlıklarını kabul ettirebilme gibi işlevleri üzerinden yaşamı idame ettirmede önemli bir rol üstlenmiştir. Ancak toplumsal değişimler, sanayileşme ve kapitalizmin hız kazanmasını takiben dönüşen kamusal alan, her geçen gün özelliğini ve özerkliğini yitirmiş, Sennett'in de deyimiyle çöküşe geçmiştir. Kamusal alanların içi boşaltılmış, kimiksizleştirilmiştir. Dolayısıyla bu, gündelik hayat pratiklerini de tamamıyla etkilemiş ve dönüşüme uğratmıştır. Kamusal alanda var oluşunu gerçekleştiren bireyin elinden bu gücü alınmıştır. Ayrıca kamusal alanın çöküşü eşitsizliklere de zemin hazırlamıştır.

Çalışmanın bundan sonraki kısmında, kamusal alan olarak kitle iletişim araçları ve akabinde sosyal medya - kamusal alan ilişkisine değinilecektir.

1.4. Kitle İletişim Araçları ve Kamusal Alan

On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren burjuva kamusal alanındaki dönüşüm toplumsal yapıyı kökten etkilemiştir. Habermas’a göre (2013), kamusal tartışmaların yürütüldüğü bir alan olan kamusal alan dönüşerek “özel çıkarlar alanı” haline gelmiştir. Bununla birlikte agoraları oluşturan kahveler, salonlar, toplanma alanları da eski önemini yitirmeye başlamıştır. Bu dönüşümden yazılı basın ve gazeteler de nasibini almış; politik işlevleri yok olmaya yüz tutmuştur. Gazeteler birer ticari işletme halini almıştır. Kamusal alanlar rasyonel tartışma alanları olmaktan uzaklaşarak kültür endüstrisinin hizmetine girmiştir.

Kamusal alan kavramı ile kitle iletişim araçları arasında organik bir bağ söz konusudur. Kamusal alanın herkese erişebilir olmasını kitle iletişim araçlarının sağladığını kabul edersek; kitle iletişim araçlarının yaşamsal öneminin hakkını da teslim etmemiz gerekecektir. Herkesin özgürce iletişim hakkından yararlanması, kamusal aklın üretiminde yer alması dolayısıyla kamusal iletişimin bir parçası olması kitle iletişim araçları ile sağlanmaktadır.

Kitle iletişimine olumlu perspektiften bakıldığında; medya, siyasal iktidara ve sermaye sahiplerine karşı halktan yana bir duruş sergilemektedir. Bu sayede medyanın, halk ile iktidar güçleri arasında bir denge unsuru olarak var olduğunu söylemek mümkün olacaktır. Kitle iletişim araçlarının yani medyanın demokratik işlevini yerine getirmesi bu güçlere karşı halkı doğru ve zamanında bilgilendirmesi ile sağlanabilir.

Thomson’a göre günümüzde kamusal alanın eski önemini korumasını engelleyen iki temel faktör vardır. Bunlardan ilki; yüz yüze iletişimin yerini kitle iletişim araçlarıyla kurulan iletişimin almasıdır. Eskiden insanlar kamusal alanlarda toplanarak herhangi bir konu hakkında fikirlerini ifade etme, tartışma olanağı bulurlardı. Kahvehaneler, okuma salonları gibi kamusal mekânlar yüz yüze iletişimin en önemli merkezleriydi. Ancak kitle iletişim araçlarının yüz yüze iletişimin yerini almasını takiben kamusal alanlarda da dönüşüm meydana gelmiştir. Dolayısıyla

kamusal alanlar eski önemini yitirmiştir. Thomson, tam da bu sebepten eski kamusal alan tartışmalarının yapılamayacağını, çünkü kitle iletişiminin buna izin vermeyeceğini; klasik kamusal alan düşüncesinden çok farklı bir iletişim biçiminin insanlara dayatıldığını iddia etmektedir (Thomson,1997: 251-252).

İkinci engel ise; karar alma süreçlerinin karmaşıklığıdır. Yani değişen koşullarda politik olarak karar verme mercii, kamusal alanda tartışıp fikrini beyan eden birey değildir. Kitle iletişim araçlarını yönlendiren sermaye sahipleri ve iktidar güçleri bireyin karar alma sürecinin önünü tıkamıştır. Toplumu oluşturan bireylerin eskiden olduğu gibi karar alma süreçlerine dahil edilmesi mümkün olmamaktadır. Bilgi alma hakkı, kitle iletişim araçları üzerinden sağlanmaktadır. Bu kanallar aracılığıyla sağlanan enformasyonun doğruluğunun sorgulaması toplum tarafından yapılamamakta, kamusal alanda bir araya gelinerek, elde edilen bilgi üzerine tartışılamamaktadır. Bu noktada bireylere sağlanan enformasyonun yeterli olup olmadığı tartışmaya açıktır. Thomson, daha fazla bilgiye sahip olmanın alternatif enformasyon kanallarıyla sağlanacağını ileri sürmektedir. Ayrıca Thomson, enformasyon faaliyetlerini yürüten kuruluşları kontrol eden denetim mekanizmalarının oluşturulmasının önemine vurgu yapmaktadır (Thomson,1997: 252).

Kitle iletişim araçlarıyla dönüşen kamusal alan, bilgi alabilme özgürlüğü ile ilişkilendirilebilir. Bunu sağlayabilmede ‘kamu hizmeti yayıncılığı’ önemi yadsınmamalıdır. Ancak, kamunun çıkarlarına göre hareket eden bir yayıncılık anlayışı kamusal alanın devamlılığını sağlayabilir.

Thomson (1997) kitle iletişim araçları ile birlikte kamusal alanların yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kaldığını düşünmektedir. Bu anlamda karamsar bir tutum sergilemektedir. Thomson’ın bazı noktalarda hakkını teslim etmek gerekse de, günümüzde bu kadar karamsar bir tablo çizilmediğini belirtmek gerekmektedir. Çünkü, Thomson’ın oluşturulmasının zaruri olduğunu düşündüğü, alternatif bilgi ağları, günümüzde sosyal medya aracılığıyla kısmen de olsa oluşturulabilmektedir. İnsanlar sosyal medya üzerinden bir bilginin doğruluğunu tartışabilmekte ve demokratik olarak fikirlerini çoğunlukla beyan edebilmektedir. İnsanlar bloglar

üzerinden ya da *Twitter hashtagleri* aracılığıyla gündemi kontrol ederek, özgürce kendini ifade edebilme imkânı bulabilmektedir.

Stevenson; sermaye sahipliğinin kamu hizmeti yayıncılığının önüne geçen bir engel olarak karşımıza çıktığını ileri sürmektedir. Özellikle medyada tekelleşmenin kamu hizmeti yayıncılığına darbe vuracağından endişe ettiğini ifade etmektedir. Ayrıca, yurttaşlık ve demokrasi gibi toplumun mihenk taşları sayılabilecek değerlerin önemini zayıflatacağına vurgu yapmaktadır. Bunun olmasını engellemek amacıyla çözümün devlet desteğinde gizli olduğunu belirtmektedir. Devlet desteği ile bu tekelleşmenin önüne geçilerek, sermaye sahiplerinin tüm medyada kontrol sahibi olmasının önüne geçilebilir (Stevenson, 2008: 111).

Kamusal alanın yeniden canlandırılması için farklı grupların ya da sınıfların bir araya geldiği, eşitlikçi ve herkesin erişimine açık bir kamusal alan tahayyülüne ihtiyaç vardır. Kamu hizmeti yayıncılığına bu anlamda sıcak bakan Curran ve Garnham; ortak bir kamusal iletişim için, kamusal alanda kendine yer bulamayan gruplar için kamu hizmeti yayıncılığının çözüm olacağını ve herkesi bir araya getirecek bir platform yaratabileceğini savunmaktadır (Garnham, 1995: 276).

Kamu hizmeti yayıncılığının kamusal alanı yeniden dönüştüreceğine inanan Garnham; işçi sınıfının yükselişi ile birlikte kamusal alanın genişlediğini gözden kaçırarak kamusal alanı idealleştirdiği gerekçesiyle Habermas'ı eleştirmektedir. Habermas'ın ekonomiyi ve ev yaşamını kamusal alanın dışında bıraktığını ve gündelik hayatı kültürel olarak kontrol eden medya endüstrisinin manipülatif gücünü abarttığını düşünmektedir. Ayrıca Garnham, Habermas'ın kamu hizmeti yayıncılığının potansiyelini hafife aldığını ve kamusal alan kavramsallaştırmasında bu alanı ihmal ettiğini ileri sürmektedir. (Garnham, 1995: 276)

Garnham kamusal alanı; “ekonomi ve devletten bağımsız, rasyonel ve evrenselci siyasetin alanı” olarak tanımlamaktadır. Evrensellik ilkesinin ve müzakerenin gerçekleşebilme umudunu kamu hizmeti yayıncılığına bağlamaktadır. Ona göre; “kamu hizmeti yayıncılığı, devlet ve şirket iktidarını dolayımlemek ve dengelemek amacıyla düzenlenmiştir” (Garnham'dan akt. Keane, 1997: 299).

Garnham'a göre, Habermas'ın kamusal alan kavramsallaştırmasında altını çizdiği 'evrensellik' ilkesi, yeni iletişim teknolojilerinin küresel ölçekli gelişimi çerçevesinde düşünülmelidir. Kapitalist düzenin kamusal insanı evrensel tüketici olarak kodladığı dünyada tüketicin yeniden yurttaşla dönüşmesini sağlamak gerekmektedir. Bu önemlidir; çünkü demokratik hak ve özgürlüklerin medya alanına taşınması ancak yurttaşlık bilinci ile mümkün olabilir. Kamusal hakları hiçe saymayan ve kamu yararını gözetken bir medya yurttaşlara seslenebilir ve kamusal alan ancak bu şekilde canlı tutulabilir. Diğer türlü, kamusal alan tasviri giderek silikleşecek ve piyasa şartlarının manipülatif baskısına maruz kalmış tüketiciler topluluğundan başka bir şey kalmayacaktır (Kejanlıoğlu, 2015: 837-860).

James Curran, medyanın kendi alternatifini yaratması gerektiğini savunmaktadır. Ona göre demokratik bir medya sistemi; toplumun farklı gruplarının hepsinin yer alacağı bir temsil ortamında mümkün olacaktır. Kamusal alandan ayrılan grupların kamusal alana dahil olmasını medyanın sağlayabileceğini ileri sürmektedir. Curran, farklı çıkar gruplarının kamusal tartışmalara katılabilmeleri ve kamu politikalarında söz sahibi olmalarını medyada yer alarak gerçekleştirebileceklerine inanmaktadır (Curran,1991: 30).

Kamusal alanın sınırlarının genişletilmesi, toplumdan dışlanan, azınlık olarak kabul edilen ve ötekileştirilen grupların salt kamusal alana dahil edilmesiyle gerçekleşemez. Aynı zamanda kamusal televizyonun işlevinin de yeniden tanımlanmaya ihtiyacı vardır. Kamusal televizyon izleyiciyi aktif kılmalı, düşünceye sevk etmeli ve yaşadıkları toplumun daha elverişli olabilmesi ve sorunların çözümü için bireylerin eyleme geçmesini sağlamalıdır (Aufderheide, 1991). Kısacası kamusal televizyon politik anlamını yeniden kazanmak zorundadır. Burada tahayyül edilen kamusal televizyon, günümüzde işlevini bir bakıma 'yeni medya' ya devretmiştir.

Kitle iletişim araçlarının küresel ölçekli genişlemesini takiben yeni bir kamusal alan anlayışı da ortaya çıkmıştır. Tüm bu gelişmeler burjuva kamusal alanını kökten etkilemiş ve kamusal alanı çöküşe sürüklemiştir. Habermas'ın bu dönüşüm ile ilgili düşüncelerini Dacheux şu sözlerle ifade etmektedir:

“Habermas için söz konusu olan, büyük medyalar bağlamında özellikle ağırlıklı yer tutan teknokratik bir akılcılığa karşı harekete geçmektir. Bu akılcılık biçimi, kamu kavramını, medya tüketicileri ilgisi kavramına indirgemekten ibarettir. Kitle sadece reklamlara teslim edilecek bir üründür artık ya da sadece bir toplumsal manipölasyon nesnesi: haber verilen ürünlerin potansiyel satın alıcıları, hangi tarafın durumu iyiye gidiyorsa ağırlığını o yöne doğru vermesi gerektiğini düşünen seçmenler, vs. Bu ticari ve araçsal mantığın güç kazanması, medya ve izlerkitleleri arasında sonunda kamusal alanı kemirecek olan karşılıklı bir kinizm iklimini geliştirir” (Dacheux, 2012: 53).

Tüketici konumuna indirgenen aile, özel alana sıkıştırılmıştır. Ancak kendi içinde ihtiyaçlarını karşılayamayacak duruma gelmiştir ve kamusal desteğe ihtiyaç duymaya başlamıştır. Tam da bu yüzden ailenin varlığını idame ettirdiği yuvası özel alan niteliğini yitirmeye başlamıştır. Habermas’a göre; “(...) aile şimdi tamamen gelir ve boş zaman tüketicisi, kamusal olarak güvencelenmiş tazminatların ve yardımların alıcısı konumuna geliyor” (Habermas, 2013: 271).

Özel alanın içinin boşaltılmasında şehirleşmenin de rolü büyüktür. Şehirleşme ile birlikte mahremiyet alanı olan konutlar artmış ve özel alan daha saydam bir yapıya bürünmüştür. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile birlikte özel alanın yani mahremiyet alanının niteliği de değişim göstermiştir. Teknolojinin gelişimi medya sektörünü de etkilemiştir; dolayısıyla medyalar değişip dönüştükçe iletişim biçimleri de değişmektedir. Medya, toplum üzerinde yazılı basından çok daha büyük bir etkiye sahip olmuştur. Kitle iletişim araçları, kamusal topluluğun davranışlarını bütünüyle değiştirme gücüne sahiptir. Ancak kitle iletişim araçları üzerinden kamusal toplulukla kurulan iletişim tek taraflıdır. Kitle iletişim araçlarıyla iletilen bilgiye karşı çıkamayan bir kitle vardır. Kamusal topluluk dinleyici ve izleyici konumuna indirgenerek, herhangi bir konu hakkında tartışma olanağının bulunmadığı yeni bir iletişim biçimine maruz bırakılmıştır. Akıl yürütmenin yerini zevk almıştır. Keyif veren her şeyi tüketen ve tüketilen üzerine konuşan yeni bir kamusal insan ortaya çıkmıştır. Kamusal alan tüketimin gerçekleştirildiği yer halini almıştır. Kitle iletişim araçlarıyla bildiğimiz anlamda bir kamusal alan oluşup oluşmadığı tartışmaya açıktır. Tüketimin var olduğu,

karşılıklı etkileşimin olmadığı bir dünyaya kamusal alan diyebilmek zor olsa da kitle iletişim araçlarının kamusal alanı dönüştürdüğü aşikârdır. Kitle iletişim araçlarıyla dönüşen kamusal alanın sözde güvence altına aldığı özel alanın bütünlüğü tehlike altındadır. Özel alan kitle iletişim araçlarının her eve dahil olmasıyla mahrem olma özelliğini yitirmiştir. Özel alan herkesin önünde yaşanır olmuş ve kendine has özelliğini yitirmiştir. Çünkü kitle iletişim araçları herkese aynı yaşamı dayatmaya başlamıştır. (Habermas, 2013: 290- 291).

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasını takiben iletişim, artık sadece kitle iletişim araçları üzerinden gerçekleşmeye başlamıştır. Bu araçlar vasıtasıyla gücü elinde bulunduranların ideolojileri halka dayatılmakta ve insan davranışları, beklentileri, istek ve arzuları dönüşüme uğratılmaktadır. Haliyle kamusal topluluğun davranışları kökten değişmiştir (Erdoğan, 2006: 99- 100).

Kitle iletişim araçlarının toplumsal gücü yadsınamayacak kadar önem arz etmektedir. Bu da kitle iletişim araçları üzerindeki kontrolü artırmaktadır. Habermas’a göre televizyon, halkı yönlendiren bir araçtan ziyade izleyicilerin de katılımının sağlandığı bir tartışma platformuna dönüştürülmelir; ancak bu şekilde televizyonun kamusal alan işlevinden söz edilebilir (Kejanlıoğlu, 2015). Televizyon evlerin oturma odasının vazgeçilmezi haline gelmiştir. Televizyon, etrafında toplanan aile üyelerini farklı kamuların tartışma mücadelesinin bir parçası haline getirecek potansiyele sahiptir. Habermas, kamusal alanın kurucusu olarak nitelediği basının dönüşümüne vurgu yaparak; basının zamanla iktidar sözcülüğü yapan bir kurum haline gelmesini eleştirmektedir. Habermas’a göre medya “görünüşte bir kamusal alan”dır. Televizyon, sözde demokratik tartışmaların gerçekleştiği bir platform olarak bu tartışma ortamlarını özel alanın içine dahil etmiştir. Kamusal topluluğu; onlar adına konuşan, tartışan kimseleri izleyen/tüketen konumuna indirgemıştır (Yükselbaba, 2012: 221).

Bir konu hakkında fikir beyan edilen, tartışılan ve uzlaşılan kamusal alanlar, kitle iletişiminin yaygınlaşmasıyla birlikte insanların kendilerini sergilediği alanlara dönüşmektedir. Özel olana merak artmakta, kamusal alanda özel yaşamın konuları konuşulmaktadır. Dolayısıyla özel alanın mahremiyet kuralı geçerliliğini yitirmektedir. Belli çıkar grupları rant elde etmek için özel yaşamı kazanca

dönüştürmektedir ve özel alanın kontrolünü ele geçirmektedir. Habermas, bu durumu çok net bir şekilde özetlemektedir: “*Güdümlenme altındaki kamu alanı, kamusal kanaatler yerine, alkışa amade bir ruh halinin, bir kanaat ikliminin hâkimiyetine giriyor*” (Habermas, 2013: 354).

Kamusal alanlar olan kahvehanelerde, okuma salonlarında yapılan tartışmaların yerini; televizyon izleme, radyo dinleme, sinemaya gitme gibi etkinlikler almıştır. Kamusal alan eğlence üretiminin ve güdümlenmenin alanı haline gelmiştir (Kejanlıoğlu, 2005: 261). Böylelikle on yedinci yüzyıldaki eleştirel, eşitlikçi ve kapsayıcı kamusal alan, yirminci yüzyıla gelindiğinde yerini, vatandaşa benimsetilmeye çalışılan görüşlerin dikte edildiği bir kamusalığa bırakmıştır.

Beybin Kejanlıoğlu (2015), kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasını takiben dönüşüme uğrayan kamusal alanı şu sözlerle ifade etmektedir:

“*Özel alan ile kamu otoritesinin birbirinden ayrıldığı bir dönemde (17. yüzyılın sonundan itibaren), bireylerin burjuva ve insan olarak, görece eşit biçimde, önce yazınsal konularda, sonra siyasal basının devreye girmesiyle toplumla ve devletle ilgili konularda serbestçe rasyonel- eleştirel tartışmalar yaptıkları, ilkece herkesçe erişilebilir kamusal alandan devletin özel alana müdahale ettiği, toplumun da devlete nüfuzuyla toplumun ‘yeniden feodalleştiği,’ özel- kamu ayrımının silindiği, reklâmların ve halkla ilişkilerin yükseldiği bir dönemde (19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren), politik partilerin ve kitle iletişim araçlarının biçimlendirdiği (güdümlenen) ‘kitle’den oluşan) ‘görünüştaki’ kamusal alana geçilir*” (Kejanlıoğlu, 2015: 838).

Kejanlıoğlu’nun bu tanımı günümüzde sosyal medya için de geçerliğini korumaktadır. Bilhassa özel-kamu ayrımının silikleşmesi, bu iki alanın geçirgen bir bağla birbirine bağlı olması ve bunun yarattığı sonuçlar üzerinde düşünmek elzemdir.

Kamusal alanın iletişim araçları olan gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon kamusal alanı yönlendirmektedir. Kamusal alan genişlemiş, özel alan daralmıştır. Özel alan kamusal alanın müdahalesine maruz kalmaktadır. Günümüzde medya, kitleleri

etkileme ve dönüştürme gücünü artırarak kullanmaya devam etmektedir. (Habermas, 2013: 95).

Günümüz toplumunda medyatik olana hizmet eden kamusal alan, şöhret sahibi olanların ya da olmak isteyenlerin kendini sergileyebildiği bir mecraya dönüşmüştür. İnsanların kamusal alanda var olma sebebi görünür olmaktır. Şöhret sahibi kimseler, kamusal alanda ne kadar çok yer alırsa özel alanları o kadar daralmaktadır. Kamusal alanları ile özel alanları arasındaki sınır neredeyse ortadan kalkmıştır. Onlar için kamusal alanda görünür olmanın bedeli özel alan yitimidir (Habermas, 2009: 15).

Yeni medya teknolojileri ile birlikte kitle iletişim araçlarını da kapsayan yeni bir iletişim biçimi ortaya çıkmıştır. Artık toplumlar, tek bir ekranda çoklu fırsatların içinde sınırsız seçim özgürlüğü vaadiyle sunulan yeni hayat biçimlerine ayak uydurmak için dönüşmek mecburiyetindedir.

Eskiden insanlar kamusal alanlarda toplanarak herhangi bir konu hakkında fikirlerini ifade etme tartışma olanağı bulurlardı. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla insanlar, evlerinde bu tartışmaları izleyen/tüketen konumuna düştüler. Hemen akabinde yeni medya teknolojileri devreye girdi ve sosyal medya hayatımızın bir parçası oldu. Peki sosyal medya ile birlikte bu tartışma ortamları da tekrar canlandı mı?

Araştırmanın bundan sonraki kısımlarında yeni medyanın yeniden dönüştürdüğü kamusal hayatın paradigmaları üzerine bir sorgulama yapılacaktır.

1.5. Sosyal Medya ve Sosyal Medyanın Kamusal Alan Olma İşlevi

1.5.1. Sosyal Medya Nedir?

Sosyal medya nedir? sorusuna cevap verebilmek güçtür çünkü içinde birçok anlamı ihtiva etmektedir. Sosyal medya bir iletişim aracı, bir kamusal alan, aynı zamanda üretim ve tüketim alanıdır. Sosyal medya; başka teknolojilere ait birçok özelliği aynı anda ihtiva eden, metinlerarası dinamik bir yapıya sahiptir.

Sosyal medya üzerine çok fazla tanımlama yapılmaktadır. Sosyal medyanın değişken ve sürekli dönüşen doğası genel geçer bir tanımlama yapmayı zorlaştırmaktadır. Sosyal medya olarak nitelendirdiğimiz ağ tabanlı uygulamalar, kullanıcı özelliklerine göre sürekli güncellenmekte ve kullanıcıların yeni isteklerine her an hazır hale getirilmektedir. Her bir yenilik hızlıca tüketilip yerini bir başka araca ya da özelliğe bırakmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya için kesin bir tanımlama yapmak çok zordur. Sabit bir şekilde kalamayan ve sürekli değişkenlik gösteren sosyal medya için yapılan her bir tanımlama belli bir süre sonra gelip geçici olmaktadır (Lomborg, 2015: 1).

Sosyal medya, her geçen gün popülerliğini artırmakta ve hayatlarımızın bir parçası haline gelmektedir. Bilhassa pandemi ile birlikte insanların birbiriyle iletişime geçmelerinin ve kendilerini ifade edebilmelerinin yegâne yollarından biri olmuştur.

Sosyal medya kavramı, Türkiye’de yaygınlaşmaya başladığı ilk dönemlerde yeni medya genellemesine dahil edilirken; zamanla sosyal ağ olarak ifade edilmeye başlandıysa da artık dünyada da olduğu gibi sosyal medya olarak kavramsallaştırılmaktadır.

İletişim teknolojilerinde gerçekleşen hızlı ilerleme, toplumsal hayatı da değiştirmiş ve etkilemiştir. İletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile birlikte bireysel iletişim ön plana çıkmış, artan enformasyon akışıyla açığa çıkan her türlü bilgi küresel ölçekli erişilebilir hale gelmiştir. Etkileşimsellik özelliği sayesinde katılımcı-müzakereci demokrasinin de önü açılmıştır (Kayapınar, 2006: 97). Yeni iletişim teknolojileri bireyleri de yeniden inşa ettiği için tabiri caizse süper güçlere sahip çok daha özgür bireyler ortaya çıkmıştır. (Underwood, 2002: 136).

Mandiberg’in de ifade ettiği gibi; sosyal medya birçok kavramla bağlantılıdır. Jensen’a göre; sosyal medya sivil medya demektir. Çünkü halk, politik ve kültürel hareketlere sosyal medya üzerinden katılım sağlayabilir; herkes gibi ve herkes kadar dilediğince varlık gösterebilir. Bu da sosyal medyanın katılımcı bir toplumsal yapının oluşmasına yardımcı olduğunun kanıtıdır (Jensen, 2015: 2). 1989’daki Tiananmen Meydanı Protestoları günümüzdeki haliyle olmasa da o dönemki sosyal medya araçları vasıtasıyla (Relay Chat, Usenet gibi) insanların örgütlenebildiği bir örnek olay olarak

tarihe geçmiştir. Bu olay göstermiştir ki teknolojinin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkan bu yeni medya organları katılımcı demokrasi için büyük önem arz etmektedir (Dahlberg, 2015: 2). Tüm dünyada yankı uyandıran “Arap Baharı” ve elbette “Gezi Parkı Direnişi” eylemleri de sosyal medyanın ne denli büyük bir güç olduğunu göstermiştir.

Sosyal medya, her kullanıcının kendine ait içeriği oluşturabildiği ve bunu başkalarıyla paylaşabildiği çevrimiçi uygulamalar bütünüdür (Gülsoy, 2009: 245). Sosyal medya, farklı formlarda var olmaktadır. Bilgisayar tabanlı ya da ağ uzantılı herhangi bir mobil cihaz üzerinden erişilebilir olması koşuluyla birçok farklı uygulama sosyal medya olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan bazıları; bloglar, mikrobloglar, chat uygulamaları, sosyal ağ uygulamaları, podcastler, forum siteleri, RSS, video paylaşım siteleri, online oyunlar gibi (Hatipoğlu, 2009: 72).

Sosyal medya ile birlikte toplumun alt sınıfın, üst sınıfı denetleme imkanı doğmuş; alt sınıflar üst sınıfın kendini sürekli geliştirmek zorunda kalmasını sağlamıştır. Ancak bu da üst sınıf tarafından alt sınıfın sürekli izlenir olmasına sebebiyet vermiştir. Bu çağ yeni bir dünya düzeninin geldiği çağdır: Etkileşim ve iletişimin çevrimiçi gerçekleştiği, bilişim ve paylaşım odaklı yeni bir çağ (Erbaşlar, 2013: 6).

Dijk’a göre (2016: 251) sosyal medya; bireysel ve sosyal dünyanın birbiriyle harmanlandığı bir ortam sunmaktadır. Bununla birlikte kişilerarası iletişim kurulmakta ve kitle iletişiminin bir sentezi halinde karşımıza çıkmaktadır (Dijk, 2016: 251).

Sosyal medya kavramını daha iyi anlamak için internetin gelişimine de kısaca değinmek gerekir. İnternetin ortaya çıkışı küresel anlamda bir yenilikti ve tüm pratiklerimizi yeniden düzenlememizi gerektirecek kadar hem makro hem mikro düzeyde hayatlarımızı etkiledi. İnternetin bulunması; yeni bir teknolojinin gündelik yaşam pratiklerimize sirayet edecek kadar güçlü, hayatın her alanına yayılacak kadar akışkan olabileceğini gösterdi. Üstelik bu yenilik, sonu görünmeyen bir yenilik sirkülasyonu da yaratmıştı. Her teknoloji kendinden sonraki teknolojileri etkilemiştir, etkilemesi de doğal ve olasıdır. Ancak internet ve onun getirdiği yenilikler toplumsal

dönüşümlerin de habercisi niteliğindeydi. Çok hızlı bir teknolojik dönüşümün tam ortasında kaldığımız yeni toplum yapısında belki de en önemli değişimlerden biri, kamusal alanların da internet aracılığıyla dijitalleşmesi oldu. Artık herkes, internet bağlantısı olan her yerden, mobil cihazlarıyla ya da bilgisayarları ve ağ tabanlı internet bağlantısı olan bir cihaz üzerinden herhangi bir kamusal alanın parçası olabilmektedir. Günümüzün en yaygın kamusal alanları olan ‘sosyal medya’ bu dönüşümün en görünür paradigmalarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnternetin gelişimine kısaca bakmak gerekirse; 4 farklı döneme ayrıştığını görmek mümkün olacaktır. Cern’deki araştırma sonuçlarına erişimin kolaylaştırılması için Tim Berners-Lee tarafından geliştirilen *World Wide Web*’in doğuşunu takiben; 1995 yılından bugüne sırasıyla Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 ve Web 4.0 olmak üzere birbirinden ayrılan ve kendinden öncekini tamamlayan farklı internet dönemlerinden söz edilmektedir.

Web 1.0 → 2.0 → 3.0 → 4.0

Web 1.0

İnternet sunucuları ağı yani *World Wide Web*in ortaya çıkışı ile beraber Web 1.0 kavramı da hayatımıza girmiştir. Web 1.0 ile birlikte; internete bağlanarak az sayıda yazara ait olan internet sayfalarının çok sayıda okuyucuya ulaşması sağlanmıştır (Naik ve Shivalingaiah, 2008: 500). İnternetin varlığı Web 1.0 kavramının da ortaya çıkması anlamına gelmektedir. 90’lı yılların internet dönemi esasen Web 1.0’ın dönemidir. Web 1.0 döneminde iletişim tek yönlüdür (Thackeray vd., 2008: 339). Kullanıcılar interneti bilgi edinme amaçlı kullanmaktadır. Kullanıcı internet üzerinde herhangi bir içerik üretmez, katkı sunamaz kısacası; kullanıcı aktif değildir. İnternet ortamı etkileşime kapalıdır. Kullanıcının içerik üzerinde herhangi bir yetkisi yoktur. Ayrıca bu dönemin en belirgin özelliği, internete kablolu olarak bağlantı sağlanmaktadır. Kablosuz internet henüz yaygın değildir.

Web 2.0

90'ların sonunda internet hızla yayılmış ve internet şirketleri çok daha değerli hale gelmiştir. Dot-com dönemi olarak da bilinen bu yeni dönem, 2001 yılında - internet için bir dönüm noktası olarak- ortaya çıkmıştır (O'Reilly, 2007: 17). Web 2.0 kavramından ilk olarak 2004 yılında yapılan bir konferansta bahsedilmiştir. Tim O'Reilly tarafından ortaya atılan Web 2.0 kavramı, internette yeni bir dönemin de başlangıcına işaret etmektedir. Web 2.0 ile birlikte kullanıcı deneyiminin önemi fark edilmiş, internet kullanıcının etkileşimine açık hale getirilmiştir. Bu haliyle Web 2.0, internet sunucuları ağında (worldwideweb-www) çok büyük bir değişimin öncülüğünü yapmıştır (Naik ve Shivalingaiah, 2008: 501). İnternetin bulunmasından sonra internetteki hızlı gelişim ve dönüşüm Web 2.0'in ortaya çıkışının da sebebi olmuştur (Levy, 2009: 121).

Web 2.0'ın Web 1.0'dan ayrılan en önemli özelliği; onun "içerik ve uygulamaların kişiler tarafından yaratılıp yayımlandığı bir platform değil, tüm kullanıcıların katılımcı ve işbirlikçi olarak devamlı bir şekilde içerik ve uygulamaların modifiye edildiği bir platform" (Kaplan ve Haenlein 2010: 60-61) olmasıdır.

Web 2.0'ı insan iletişimi aracı şeklinde tanımlayan Fuchs vd. (2010: 43-56), aynı zamanda onu internet temelli tartışma platformu olarak nitelemektedir.

Etkileşimin ön plana çıktığı bu yeni modelin geliştirilmesiyle birlikte, kullanıcı ile şirket sahibi arasındaki pasif ilişki yerini bilgi değiş-tokuşunun yapılabildiği etkileşime dayalı aktif modele bırakmıştır (Hanna vd., 2011: 271).

O'Reilly'ye göre (2007) Web 2.0'ın belli başlı özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Kullanıcının katkı sağlayıcı olması
- İnternetin bir platform haline gelmesi
- Kişinin kendine ait verinin kontrolünü sağlaması
- Herhangi bir içeriği yayımlama yerine platforma katılım
- Çoklu kullanıcı deneyimi
- Paylaşılan verinin yeniden düzenlenebilmesi

-Daha çok kullanıcı, daha iyi yazılım

-Kolektif akıl

Web 2.0 internet sunucusu ağı, platform şeklinde bir ağıdır ve bu ağ tüm bağlı cihazlardan yayılmaktadır. Web 2.0'ı ne kadar çok insan kullanırsa, o kadar daha iyi ve kullanışlı hale gelecektir. Çünkü çok fazla kullanılması, sürekli güncellenmesini de beraberinde getirmektedir. Güncelleme hizmeti sunan yazılım tabiri caizse bir 'katılım mimarisi' üzerinden kendini var etmektedir. Web 2.0 zengin kullanıcı deneyimi sunmaktadır. Kullanıcı veri girişi yapar, aynı zamanda veriyi tüketir; girdiği veriyi yeniden düzenler ve yeniden veri girişi sağlar. Bu fasit daire şeklinde sürekli kendini yenileyen bir mekanizmadır. Bu haliyle Web 1.0'ın çok daha ötesinde bir hizmet sunmaktadır (O'Reilly, 2007). Web 2.0'ın devamlılığını ve gelişmesini sağlayan da kendini sürekli tekrarlayan ve yenileyen bu süreçtir.

İnternet siteleri Web 1.0 dönemine göre çok daha dinamiktir. İnternet siteleri bu yeni dönemde (Web 2.0'da) kullanıcı etkileşimine izin vermektedir. Kullanıcı salt bilgi edinmekle kalmaz aynı zamanda eğer isterse içerik üzerinde istediği değişikliği ya da düzenlemeyi yapabilir. Web 1.0'daki tek yönlü iletişim Web 2.0 ile birlikte tarihe karışmıştır. Web 2.0 döneminde kablosuz internet kullanılmaya başlanmıştır. Tüm özellikleri dikkate alındığında Web 2.0, sosyal medyanın da ortaya çıkışının habercisi niteliğindedir.

Web 3.0

Yapay zekanın ortaya çıktığı dönem olan Web 3.0 dönemi, 'semantik web' dönemi olarak da adlandırılmaktadır. Web 3.0'da daha fazla kişiselleştirilmiş bilgi, daha hızlı şekilde kullanıcıya sunulmaktadır. Web siteleri kişiye özel düzenlenmekte ve kişisel ihtiyaçlar ön planda tutulmaktadır. Web 3.0 ile birlikte yapay zeka teknolojileri kullanılmaya başlanmış, internet kullanımında büyük değişimler olmuş; internet, verilerin saklı tutulduğu bir veri tabanı haline gelmiştir (Naik ve Shivalingaiah, 2008: 501). Web 3.0 dönemi, internet teknolojisinin evriminin bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Semantik ağın internet kullanıcılarına kişiselleştirilmiş bir dünya sunması, Web 3.0'ın en önemli özelliğidir.

Web 4.0

Web 4.0 dönemi halen gelişimini devam ettirmektedir. ‘Simbiyotik ağ’ dönemi olan Web 4.0 döneminin (Aghaei vd., 2012: 8) en önemli özelliği; insan ile makinenin iç içe geçmesi, etkileşime girmesi olarak açıklanabilir (Choudhury, 2014: 8099-8100).

Özetle; Web 1.0 okuma dönemi, Web 2.0 hem okuma hem yazma dönemi, Web 3.0 okuma, yazma ve uygulama dönemi iken, Web 4.0 dönemi ise okuma, yazma, uygulama ve tüm bunların eş zamanlılığının sağlandığı bir dönem olarak karşımızda çıkmaktadır (Aghaei vd., 2012: 8). Gelişen teknolojiler hayatlarımızı sanılandan da çok etkileyecek yeni bir toplum düzenine geçişi de beraberinde getirebilir.

Sosyal medya; kullanıcılarının içerik oluşturmaya izin veren, ideolojik olarak da çift yönlü mesaj barındıran, web 2.0 teknolojisinin ağ tabanlı uygulamalarının tümünü kapsamaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61).

Sosyal medya ile Web 2.0 kavramları birbirinin yerine kullanılabilir. Ancak sosyal medya da Web 2.0 da birbirinden bağımsız olarak çok daha fazlasını içermektedir. Genellikle iki kavram birbiriyle karıştırılmakta ve Web 2.0 kavramı, akla sosyal medyayı getirmektedir. Sosyal medya kavramı için de bu geçerlidir. Sosyal medya en temel haliyle Web 2.0 teknolojisinin sağladığı altyapıyı kullanan iletişim araçlarını kapsamaktadır. Web 2.0 ise bir uygulamalar platformudur. Web 2.0 sosyal medyaya göre daha teknik bir kavramı nitelemektedir. Sosyal iletişimin gerçekleşmesi ya da sosyal ilişkilerin sürdürüldüğü bir medya olmaktan çok uzaktır (Lietsala ve Sirkkunen, 2008: 18).

Sosyal medya; zamandan ve mekândan bağımsız olarak insanların birbirleriyle istedikleri an mobil olarak iletişimde kalabilmelerini sağlamaktadır. İnsanlar paylaşım yaptıkça sosyal medya amacına ulaşır. Sosyal iletişim, paylaşımlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu iletişim, bazen bir fotoğrafla, bazen bir ses dosyasıyla bazen ise semboller ve kelimeler aracılığıyla sağlanır. Sosyal medya ağları doğası gereği, kullanıcısı olan her bireyin eşit olduğu bir evren yaratır. Dolayısıyla sosyal medya demokrasinin yeşermesine ve uygulanmasına elverişli bir yapıya sahiptir. Kullanıcılar özgürce fikirlerini beyan edebilmekte, başkalarına yorumlar yapabilmekte, kendine benzer başka kullanıcılarla gruplar oluşturup örgütlenebilmekte özetle sanal

cemiyetlerin bir parçası olabilmektedir. Sosyal medyanın sunduğu bu özgürlük ortamının sınırları nelerdir? Bu üzerinde çok konuşulan ve konuşulmaya da devam edecek olan bir konudur. Bunun yanı sıra sosyal medya iletişimde sıklıkla karşılaşılan siber zorbalık da sosyal medya denetiminin bazı noktalarda gerekli olduğunu gözler önüne sermektedir.

En Sık Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Facebook, ayda yaklaşık 3 milyar kişinin kullandığı en büyük sosyal ağ sitesidir. Bu, dünya nüfusunun kabaca %37'sinin Facebook kullanıcısı olduğu anlamına gelmektedir. Metin, fotoğraf, video ve hemen hemen tüm içerik biçimleri Facebook'ta kullanılabildiğinden Facebook, hala popülerliğini korumaktadır. Facebook algoritması, aile ve arkadaşlar arasındaki sohbetleri ve anlamlı etkileşimleri destekleyen içeriğe öncelik vermektedir.

YouTube, video izlenip içerik üretebilen bir video paylaşım platformudur. YouTube, en büyük ikinci sosyal medya sitesi olmasının yanı sıra, ana şirketi olan Google'dan sonra genellikle ikinci en büyük arama motoru olarak anılmaktadır.

WhatsApp 180'den fazla ülkede kullanılan bir mesajlaşma uygulamasıdır . WhatsApp anlık mesaj göndermek için kullanılmaktadır. Mesajda metnin yanı sıra video, fotoğraf, gif gibi içerikler de gönderilebilmektedir.

Görsel bir sosyal ağ platformu olarak **Instagram**, kişisel ya da kurumsal kimlikleri fotoğraf veya videolarla sergileme yeridir. Instagram'da fotoğraflar, videolar, hikayeler, reels videoları, canlı yayınlar ve uzun zamanlı videolar (IGTV) gibi çok çeşitli içerikler paylaşılabilmektedir.

TikTok, kısa süreli video paylaşım uygulamasıdır. Henüz 2017'de piyasaya sürülmesine rağmen, dünyanın en hızlı büyüyen uygulamalarından biridir ve son zamanlarda en çok ziyaret edilen internet sitesi olarak Google'ı geride bırakmıştır. TikTok, kullanıcıların 15 ila 60 saniye uzunluğunda videolar oluşturmaya ve paylaşmaya olanak tanır ve uygulama, videoları geliştirmek ve

daha çekici hale getirmek için geniş ses efekti, müzik parçası ve filtre kataloğuna sahiptir. TikTok'un kullanıcıları genellikle 10-29 yaş aralığındaki bireylerdir.

Aylık yaklaşık 238 milyon aktif kullanıcısı olan **Twitter**, haber, eğlence, spor, siyaset gibi birçok alanda metin odaklı paylaşım yapılmasını sağlayan haber kaynağı niteliğinde bir uygulamadır. Twitter'ı diğer birçok sosyal ağ sitesinden farklı kılan şey, gerçek zamanlı bilgilerin -şu anda olan ve günlük gündem olan şeyleri-yalnızca 280 karakterle (Japonca, Korece ve Çince için 140 karakter) ifade edilmesidir. Twitter'da metinle birlikte fotoğraf, video gibi içerikler de paylaşılabilmektedir. Birçok marka Twitter'ı alternatif müşteri hizmetleri kanalı olarak da kullanmaktadır.

LinkedIn başlangıçta basit bir iş ağı oluşturma ve özgeçmiş yaratma sitesiyken, sektör uzmanlarının içerik paylaştığı, bağlantı kurduğu ve kişisel markalarını oluşturduğu profesyonel bir ağ oluşturma platformuna dönüşmüştür.

1.5.2. Kamusal Alan Tartışmaları Çerçevesinde Sosyal Medya

Sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte kamusal alan dijital ekranlara taşındı. Sosyal medya, geleneksel kamusal alanın birçok özelliğini barındırarak yeni ve görülmemiş kamusal alanların ortaya çıkmasını sağladı. Her kesimden bireyin eşit bir şekilde sesini duyurabildiği sanal kamusal alanlar, demokrasinin kendini yenileyerek güçlenmeye başladığının göstergesi oldu.

Sosyal medyanın kamusal alan olma işlevi ile ilgili soruşturma yapmak elzemdir. Çünkü sosyal medyanın kamusal alan olduğu ve birçok farklı kamusal alanlara alan açtığına dair görüşler kadar sosyal medyanın kamusal alanı yok ettiği üzerine tartışmalar da mevcuttur.

Sosyal medya, süper yayılcı ağ kapasitesi içinde hepimizin dahil olduğu bir olgudur. İnternet devriminden sonra bazı araştırmacılar, internet kadar dünya toplumu üzerinde etkisi olan başka bir devrim olamayacağını düşünürken, sosyal medyanın bu iddiayı bir ileri aşamaya taşıdığı söylenebilir. Dünyanın her yerinden, toplumun tüm katmanlarından insanlar sosyal medyanın bir parçası olmaya başlamıştır ve bu da *ağ toplumu*nu yaratmıştır.

Sosyal medyanın günlük hayatımızdaki etkilerine rağmen, sosyal medyanın ne olduğuna dair zihnimizde hala büyük bir boşluk vardır. Sosyal medyayı kamusal alan kavramı ve kitle iletişim araçlarını da içeren bağlamsal bir çerçeveye oturtmak gerekmektedir.

Bu araştırma boyunca tartıştığım sosyal medya ve kamusal alan kavramlarını daha iyi anlamak için sosyal medya ve kitle iletişim araçlarının ilişkisini kavramsal olarak açıklamak gerekebilir. Aynı zamanda daha önceki bölümlerde de bahsettiğim gibi kitle iletişim araçlarıyla birlikte dönüşen kamusal alan kavramına sosyal medya üzerinden yeniden bakmak elzemdir.

Kitle iletişim araçları, geniş kitlelere ulaşma kapasitesine sahip bir medya sektörünün ifadesidir. Televizyon ve radyo gibi geleneksel mecraların kitle iletişim araçlarının birer parçası olduğu açıktır. Ancak Yeni Dünya Ansiklopedisi gibi bazı kaynaklar interneti ve yeni iletişim teknolojilerini de kitle iletişim araçlarının bir parçası olarak görmektedir. Sosyal medya ise bilgi ve fikirlerin oluşturulmasını ve paylaşılmasını kolaylaştıran bilgisayar tabanlı teknolojiler olarak tanımlanabilir (Obar ve Steven, 2015).

Kamusal alan kavramı söz konusu olduğunda, bu kavramın uzun süredir iletişim çalışmalarının ve siyasi tartışmaların merkezinde yer aldığını vurgulamak gerekir. Kamuoyunun oluşturulabileceği bir toplumsal yaşam alanı olarak tanımlanan kamusal alanın geniş bir tanımı Habermas literatüründe bulunabilir. Nitekim bu çalışmanın ilk bölümünde kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Aynı zamanda kamusal alan insanların bir araya gelerek günlük yaşam sorunlarını tartıştıkları bir günlük yaşam alanı olarak da tanımlanmaktadır.

Bu kısa kavramsal açıklamadan sonra sosyal medyanın günümüzdeki dönüştürücü gücü üzerine bir tartışma yapmak daha anlamlı olacaktır. Sosyal medya, kitle iletişim araçlarının ve kamusal alanın sorunlarını ve kısıtlamalarını çözdü mü? Bu, iletişim araştırmalarındaki ana sorulardan biri olabilir.

Fuchs'un (2020) vurguladığı gibi, internet, sosyal medya ve kamusal alan genellikle yeni teknolojilerin dönüştürücü gücüyle birleştirilir. Alanla ilgili çalışmalar yapan bilim insanları, konuyu her zaman kültürel, siyasi ve sosyal açılardan ele alma

eğilimindeyken, ekonomi politik boyutu görmezden gelirler. Fuchs makalesinde makul bir soru sormaktadır: İnternet platformlarının sahibi kim? Sosyal medyanın sahibi kim? Günümüz dünyasında sosyal medyanın rolü düşünüldüğünde, hikayenin ekonomi politik kısmı göz ardı edilmemelidir (Fuchs, 2020).

Görünen o ki, sosyal medya platformları ilk ortaya çıktığında kamusal alanın geleceğine dair çok büyük bir pozitif öngörü vardı. Sosyal medya etkisi, otoriter hükümetler ve büyük şirketler döneminde kitle iletişim araçlarının sorunlarına kilit bir çözüm olarak görülüyordu. Ancak durum pek de düşünüldüğü kadar iyimser ilerleyemedi. Çünkü platformlar tahmin edilenden çok daha hızlı bir şekilde büyüdü ve ticarileşti. Bu ticarileşme, dünyanın her yerinden sıradan insanlar olan aboneleri de içeriyordu. Günümüzde sosyal medya platformlarına baktığımızda, hepimizi özünde içine çeken büyük bir reklam dünyası var gibi görünüyor.

Bu bakış açısıyla yaklaşıldığında; medya organları, siyasi ve ekonomik aktörlerin denetimine girmekte ve izleyiciye/kullanıcıya sunulan bilgiler sistematik bir şekilde süzülmemektedir. Kamuoyunun şekillendiği kamusal alan da bundan nasibini almaktadır.

Kitle iletişim araçları üzerindeki kontrol mekanizması ve kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilen bilgi paylaşımı kısıtlı bir kamusal alan yaratmıştır. İnternetteki sosyal medya devriminden sonra bu gerçek tamamen değişime uğramıştır. Bu değişimle birlikte artık insanlar bireysel bilgi kaynakları olmaya başladılar ve sınırsız paylaşım topluluğunun bir parçası oldular. Bu, “kadim bilgi düzeni” zincirlerini kırdı. Bu gerçek analiz edildiğinde, sosyal medyanın eski düzen olarak adlandırılabilir kitle iletişim anlayışını değiştirdiği net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Ancak daha sonra internette ve sosyal medya platformlarında meydana gelen çeşitli gelişmeler, yeni bir düzen oluşturmuştur. Sosyal medya kendisini birçok farklı algoritmalarla sahip yeni bir yapıya dönüştürmüştür. Bu, yeni bir filtreleme tarzı anlamına gelmektedir. Kısacası, Fuchs’un (2020) da söylediği gibi, sosyal medyada öne çıkan üstyapı kavramlarının arkasında ekonomik itici güçler ve aktörler olduğunu görebiliriz.

Tartışmanın bir başka yönü de sosyal medyanın siyaset üzerindeki rolünün ne ve nasıl olduğudur. Sosyal medya, çoğu kişinin iddia ettiği gibi, siyasi alanda bir değişiklik yaratacak kadar güçlü müdür? Shirky'nin Foreign Affairs dergisinde yayınlanan makalesi, sosyal medyanın etkisinin genellenemeyeceğini bize göstermektedir (Shirky, 2011). Filipinler ve Moldova örneklerinde görüldüğü üzere sosyal medya büyük bir etki yaratmıştır ve ciddi siyasi değişimlere neden olmuştur. Ancak sosyal medyayı kullanan ve protestolarını onun araçlarıyla organize eden muhalifler için ciddi sonuçları olan İran, Belarus ve Tayland vakaları da vardır.

1.5.3. Sosyal Medyanın Kamusal Alan Olduğuna Dair Görüşler

Sosyal medya platformları dahil olmak üzere İnternet, bir sosyal medyanın gereksinimlerini karşılayacak şekilde organize edilmiştir. Birçok bilim insanı, sosyal medyanın demokratik ve eşitlikçi bir kamusal alan yaratabileceğine dair potansiyeli keşfederek -çoğu ampirik olmayan- teorik argümanlar üretmektedir (Fuchs, 2011; Jenkins, 2006; Loader ve Mercea, 2011; Papacharissi, 2010).

Konuyla ilgili yapılan bazı ampirik çalışmalar (Halpern ve Gibbs, 2013) öncelikle paylaşılan gönderiler ve gönderiler üzerinden yapılan tartışmalar dikkate alınarak sosyal medyayı potansiyel bir kamusal alan olarak incelemektedir. Ayrıca bazı nicel araştırmalarda, sosyal medya kullanıcılarının kaçınmacı ve katılımcı davranış biçimleri açıklanmaya çalışılmıştır (Miller vd. 2015).

Bu çalışmalardan bazılarında, sınırlı da olsa birtakım sivil söylem örneklerine rastlanmıştır. White House Facebook sayfası (Halpern ve Gibbs, 2013) üzerine yapılan çalışmalarda sınırlı sivil söylem örneklerine rastlanmıştır.

Ayrıca, Birleşik Krallık'ta yapılan bir çalışma (Vromen vd. 2015), gençlerin sosyal medyanın yapıcı siyasi söylem potansiyeli yarattığına inandıklarını göstermiştir. Sosyal medyanın yapısı itibarıyla; eşitlikçi, katılımcı bir kamusal alan yaratarak bilgiye sınırsız erişim sağladığı görünmektedir (Loader ve Mercea, 2011). Ayrıca, İnternet erişilebilirdir ve teorik olarak herkes bilgiyi dağıtabilir, bilginin üreticisi olabilir ayrıca dış etkilerden bağımsız bilgi edinme hakkına sahiptir (Fuchs, 2012; Halpern ve Gibbs, 2013; Jenkins, 2006; Loader ve Mercea, 2011; Van Dijck, 2016).

Başta Facebook olmak üzere sosyal medya uygulamaları kamusal alan için oldukça elverişli koşullar vadetmektedir. Fuchs (2012), Facebook'un en erişilebilir ikinci site olduğunu belirtir; dünyadaki İnternet kullanıcılarının % 43,3'ü bir Facebook hesabına sahiptir. Facebook ücretsizdir, bir Facebook hesabı açmak için yalnızca İnternet bağlantısı ve e-posta adresinizin olması yeterlidir. Instagram, Twitter vb. birçok sosyal medya uygulaması için de sistem aynıdır. Bu nedenle sosyal medyaya erişim kolaydır ve herkese açıktır. Bu haliyle sosyal medya kamusal alanı canlandırabilir.

Sosyal medya insanların, 'söylemlere meydan okumasına, alternatif bakış açılarını paylaşmasına ve kendi görüşlerini savunmasına' (Loader ve Mercea 2011: 760) izin vermektedir. Ayrıca sosyal medya; kitle iletişim araçlarının tek yönlü iletişiminden yani bir kaynaktan birden çok alıcıya iletişim kurmak yerine karşılıklı etkileşim, katılım ve interaktivite sağlamaktadır (Jenkins, 2006: 208-209).

Shirky (2011), sosyal medyanın kamusal alanı canlandırıldığını savunur. Ona göre, bir internet ağına bağlı insan topluluğu bilgiye daha fazla erişim, kamuya açık konuşma yapmak için daha fazla fırsat ve toplu eylem üstlenmek için gelişmiş bir yetenek kazanmaktadır (Shirky, 2011: 29). Zaman zaman "çevrimiçi konuşmaların 'gevezeliğe' dönüştüğü kabul edilse de (Shirky, 2011: 50), kararlı katılımcılar genellikle iletişimsel eyleme benzer bir şekilde çevrimiçi olarak sosyal medya kamusal alanında yer almaktadır. ABD, diğer ülkelere de çağrıda bulunarak kamusal alanı yeniden tanıtmaya; İnternet ve sosyal medya sitelerine sınırsız erişimin sağlanmasına teşvik etmektedir (Kruse vd., 2017).

Shirky (2011: 83), ayrıca sosyal medyanın "kullanıcı tarafından oluşturulan" bilgi kalitesine de dikkat çekerek, bir kamusal alana ev sahipliği yaptığının önemini vurgulamaktadır. Benzer şekilde, Loader ve Mercea (2011), bağımsız blog yazarlarının yani sosyal medya kullanıcılarının çevrimiçi katkılarıyla geleneksel medyanın kurumsal ve kamusal gücünün etkisini arttığına güvenmek gerektiğini belirtmektedir. Katılımcı kültür tam da burada devreye girmekte ve hem üretici hem de tüketici konumundaki kullanıcı geleneksel medyanın yarattığı sınırlı kamusal alanı genişletme olanağına sahip olabilmektedir.

Loader ve Mercea (2011), İngiltere'nin 2010 seçimlerinden bir araştırmaya atıfta bulunarak, vatandaşların birer sosyal medya kullanıcısı olarak sıklıkla siyasi gündemin bir parçası olduklarını söylemektedir. Çevrimiçi olarak seçim kampanyalarına katılan sosyal medya kullanıcısı vatandaşlar aktif olarak adaylar hakkında karşıt fikirlerini belirtebilmekte; desteklediği adayın propagandasını yapabilmektedir (Loader ve Mercea 2011: 767).

Sonuç olarak, sosyal medyanın kurumsal veya politik olarak eleştirel söylemi ve eşit katılımı etkilemekte ve teşvik etmekte olduğu söylenebilir. Ayrıca, sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen toplumsal hareketlerde ve çevrimiçi iletişimsel eylemde bulunma davranışında artış olduğu gözlenmektedir (Kruse vd., 2017).

1.5.4. Sosyal Medyanın Kamusal Alan Olamayacağına Dair Görüşler

Sosyal medyanın kamusal alanı canlandıracağına inanan araştırmacıların aksine bazı araştırmacılar bunu tümüyle reddederek sosyal medyanın kamusal alan oluşturma fikrini eleştirmektedir (Baumgartner ve Morris, 2010; Fuchs, 2012; Van Dijck, 2012). Burjuva kamusal alanını kuramsallaştıran Habermas (2013) ve sosyal medyanın kamusal alanın yeniden ortaya çıkmasına yol açmış olabileceğine inanan (Jenkins, 2006; Loader ve Mercea, 2011) teorisyenler de bir noktada kendi argümanlarını eleştirmektedir.

Sosyal medyanın kamusal alan yaratamayacağının altını çizen araştırmacılar, genel olarak sosyal medya üzerinden iletişimsel eylemin gerçekleşmediğini savunmaktadır (Fuchs 2012; Habermas 2013; Jenkins 2006). Sosyal medya üzerinden paylaşılan bilgiler sınırsız olmadığı gibi sosyal medyaya erişimde de eşitlik söz konusu değildir. Bilginin üretimi ve yayılımı birçok farklı şekilde gerçekleşmektedir.

Fraser (2015), Habermas'ın (2013) kamusal alan teorisinin sosyal dışlanmayı açıklayamadığını iddia etmektedir. Fraser'a (2015) göre kadınların ve azınlıkların kamusal alana eşit katılımı ve sınırsız erişimi, gerçekçi olmayan bir idealdir. Bilgiye erişim ve eşit katılımın önündeki engeller, sosyal medyada kamusal alanın canlandırılması iddialarını çürütmektedir (Papacharissi, 2010). Sosyal medyada

sınırsız erişim ve eşit katılımın var olduğu fikrinin yaygınlaştırılması, çağdaş toplumların sosyal ve politik gerçeklerinin bir parçasıdır.

Sosyal medya sitelerine katılmak ücretsiz olsa da, bir cihaz ve/veya bir internet aboneliği gerektirmektedir. Bu maliyetleri karşılayamayanların internete erişimi yoktur veya kısıtlıdır (Fuchs, 2012). Dolayısıyla sosyal medyaya da dahil olamazlar. Sosyal medya uygulamalarında bilgi akışı ve katılım, gözetimin varlığı nedeniyle de kısıtlı olabilmektedir (Fisk, 2014; Marwick, 2013; Trottier, 2011; Westcott ve Owen, 2013).

Sosyal medyada gözetimin varlığı, devletin ve kurumların, özellikle de ekonomik çıkar odaklarının bireyler üzerindeki etkisini de göstermektedir. Fuchs (2012), sosyal medya uygulamalarının kamusal ve özel alan arasındaki sınırları muğlaklaştırdığını belirtmektedir. Birincil hedefi kullanıcılarının paylaştığı bilgileri metalaştırarak kar elde etmek olan Facebook'un bu durumu sömürdüğünü ileri sürmektedir. Birey farkında olmadan bu sömürünün bir parçası olmaya rıza göstermektedir (Andrejevic 2011: 278).

Habermas, yeni dolayimli iletişimin yetersiz kaldığını savunmaktadır. Algoritmaların gücünü kabul ederek, yeni medya iletişiminin siyasi olarak ilgili içeriği seçip işleyen ve böylece hem kamuoyu oluşturan hem de etkili çıkarların dağılımını sağlayan bir işleve sahip olduğunu belirten Habermas, bunun aynı zamanda kamusal alanın oluşmasını engelleyen bir mekanizma olduğunu ileri sürmektedir (Habermas, 2006: 415-419).

Bunun dışında, sosyal medyanın aktivizmde yararlı olmadığı iddia edilemez. Her ne kadar sosyal medyanın toplumsal hareketlerdeki rolü abartılmış olsa da sosyal medyanın mevcut sosyal hareketleri ve aktivizmi canlandırıldığını ve sahadaki aktivist hareketleri tamamlayıcı bir etkisi olduğunu kabul etmek gerekmektedir (Bonilla ve Rosa, 2015; Wojcieszak ve Smith, 2014). Sosyal medya ayrıca konuşulmayan, açığa çıkmamış birçok konu hakkında farkındalığın artmasına da katkı sağlamaktadır. Buna rağmen sosyal medyanın sivil siyasi söylem için uygun olmayan bir ortam olduğunu belirtilmektedir. Kamusal alan oluşması için mevcut koşullar sosyal medyada yoktur.

Dolayısıyla sosyal medya kamusal alanı canlandıran bir işleve sahip değildir (Kruse vd. 2017).

1.6. Kamusallığın Öteki Yüzü: Karşıt Kamusal Alan

Kamusal alan kavramsallaştırmasının merkezi odağı olan Habermas, kamusal alanı kavramsallaştırırken bazı grupların varlığını tartışma dışı bırakarak görmezden gelmiş ve kamusal alanının dışında tutmuştur. Habermas'ın kamusal alan yaklaşımının en çok eleştirilen tarafı, toplumsal cinsiyet odağını es geçmesidir. Feminist kuramcılar Habermas'ın kavramsallaştırmasının toplumsal cinsiyet ve cinsellik odağının tartışmaya açık olduğunu ileri sürmektedir. Bunun dışında ırk ve etnisite ile bunların temsili konularının da kamusal alanın dışında bırakıldığı düşünülmektedir (Hansen, 2015: 143-144). Negt ve Kluge'nin birlikte yazdıkları *Kamusal Alan ve Tecrübe* kitabında; Habermas'ın burjuva kamusal alanının dışında bıraktığı grupların bir tür temsil krizi yaşadığından söz edilmektedir. Özellikle proletarya ve madun kadınlar çerçevesinden kamusal alana yaklaşan kitapta, burjuva kamusal alanının dışarıda bıraktığı tüm kategoriler eleştirel olarak masaya yatırılmaktadır. Bu bağlamda kitap, Habermas'ın kamusal alan anlayışından beslenerek ve fakat eksiklerini de dile getirip tartışmaya açarak kamusal alan kavramsallaştırmasında yeni kapılar açmaktadır.

Habermasçı kamusal alan düşüncesi temelde kapsayıcı, eşitlikçi ve uzlaşıya dayalı bir toplumsal yaşamı desteklemektedir. Ancak liberal demokrasi merkezli olması dolayısıyla kapitalist çerçeveden tam bir toplumsal müdahale alanı olarak görülebilmektedir. Burjuva kamusal alanının dışında kalan kesimler, Habermasçı kamusal alan pratiklerinin içinde yer alamamaktadır. Habermas, bazı kesimleri dışarıda tuttuğu ve kamusal alan kavramsallaştırmasında yer vermediği ve görmezden geldiği için eleştirilmektedir.

Negt ve Kluge *Kamusal Alan ve Tecrübe* (1993) kitabında, yeni bir kamusal alan tasvirinden söz etmektedir. Negt ve Kluge; Habermas'ın burjuva kamusal alanına eleştirel perspektiften yaklaşarak alternatif bir kamusalılık biçimini öngörmektedir. Habermas'ın kamusal alanından tamamen uzaklaşmak yerine, eleştirdikleri

noktalardaki eksiklikleri dikkate alarak daha kapsayıcı bir kamusal alan fikrini ortaya atmaktadır. Negt ve Kluge, burjuva kamusal alanına karşı bir duruş sergilemektedir.

Negt ve Kluge, kamusal alan ve kitle iletişim araçları üzerine bir çalışma yaparken; bazı kesimlerin özellikle proleter sınıfın sınırlı iletişim ağlarına sahip olduğunu ve herkesi kapsayan kamusal alanlardan söz edilemeyeceğini fark etmişlerdir (Negt ve Kluge, 2015: 133). Bunun üzerine karşıt kamusal fikri doğmuştur. *“Acaba burjuva kamusal alanının karşısında etkili olabilecek karşıt kamusal alan biçimleri olabilir mi?”* (Negt ve Kluge, 2015: 133)

Negt ve Kluge, burjuva kamusal alanına karşıt olarak proleter kamusal alan fikrini ortaya atmaktadır. Kamusal alanı yeniden var edecek olanın toplumsal özne olduğunu ileri sürmektedir. Onlara göre; proleter kamusal alanın ortaya çıkması için toplumda birtakım çatlakların meydana gelmesi gerekmektedir. Bu tarihsel çatlaklar; savaşlar, devrimler, krizler gibi toplumu derinden etkileyen ve toplumsal yapıyı değiştirme potansiyeli olan olaylarla oluşmaktadır. Proleter kamusal alanın yeniden kurulması bu tür çatlaklara ve toplumsal kaymalara bağlıdır. Çünkü proleter kamusal alan, hiçbir zaman kendi egemenliğini ilan edememiştir (Negt ve Kluge, 2015: 133). Habermasçı burjuva kamusal alanı, burjuvazinin çıkarlarına hizmet ederek kendini var etmektedir. Bu haliyle burjuva kamusu, proleter sınıfın sesini duymamakta, görmezden gelmektedir. Nüfus çoğunluğunu elinde tutan proleter kesimin bir araya gelerek örgütlenmesi ve yaşamı birlikte tecrübe etmesi ekonomi politik güçler tarafından engellenmektedir (Negt ve Kluge, 2015:135-136).

Burjuva kamusal alanının, bütünlüklü bir şekilde toplumun tüm kesimlerini temsil ettiği ileri sürülmektedir. Bu iddia, Habermasçı burjuva kamusal alanının en eleştirilen ve en zayıf yönüdür. Proletarya başta olmak üzere tüm madunlara sırtını dönen burjuva kamusal alanı, belirli bir kesim hariç toplumun çoğunluğunu dışarıda bırakmıştır. Proleter kesim burjuva kamusu üzerinde etkilidir ancak hiçbir zaman anlaşılan, sesi duyulan taraf olmamıştır (Negt ve Kluge, 2015: 136). Dolayısıyla tüm madun sınıflar, kamusal alanın dışarıda bıraktığı kesim olarak toplumu tamamlamaktadır.

Negt ve Kluge'ye göre merkezileşmiş burjuva kamusal alan düşüncesinin dışında hatta karşısında bir kamusalılık anlayışından bahsedebilmek için, ekonomi politik olarak proletaryanın yaşam tecrübesine inmek gerekmektedir. Proleter kesimin politik tecrübesine indirgenmeyen bir düşünce biçimi; var olan merkezileşmiş kamusal alan fikrinin kabuk bağlayarak yeniden üretilmesi ön kabulünü beraberinde getirmektedir (Negt ve Kluge, 2015: 138-139).

Hansen; Negt ve Kluge'nin burjuva liberal kamusal alanının dışarıda tuttuğu kadınları farklı biçimde dışladığını ileri sürmektedir. Hansen, Negt ve Kluge'yi 'kadın üretici gücü' kavramını, çocuğun anneye olan ihtiyacından temellenen ilişkiye indirgeyerek kadın öznelliğini anneliğe dayandırmakla ve kadının varlığını aile içi ilişkilerin bir parçası olarak idealleştirmeyi sürdürmüş olmakla eleştirmektedir (Hansen, 2015: 162).

Hansen'a (2015) göre, Negt ve Kluge'nin kamusal alan kavramsallaştırması bazı noktalarda Habermas'a yaklaşan ama çoğunlukla ayrışan paradigmalara sahiptir ve şu perspektiflerden ele alınmaktadır: *“(1) Kamusal alan, birbirinden farklı ekonomik, teknik ve politik örgütlenme safhalarına tekabül eden farklı tipte kamusalılıkların değişken (unstable) bir karışımıdır. (2) Çoklu, çeşitli ve eşitsiz katılımcılar arasındaki söylemsel çekişmenin alanıdır. (3) Farklı kamusalılık tipleri ve çeşitli kamular arasındaki örtüşmeler ve konjonktürler nedeniyle potansiyel olarak öngörülemeyen bir süreçtir. (4) Soyut evrensellik idealleri yerine maddi yapılarda temellenen farklı, çeşitli kamular arasındaki tercümeyi mümkün kılan kapsayıcı bir boyut içeren bir kategoridir.”* (Hansen, 2015: 162-163)

Negt ve Kluge kamusal alanı tecrübe ile ilişkilendirmektedir. Onlara göre gündelik hayat pratiklerinde ve toplumsal ilişkilerin tümünde tecrübe gizlidir. Tecrübe kendiliğinden ve güvenli bir ilişkiyi beraberinde getirirken; anlamsal olarak akışkanlığı, çatışmayı, heterojenliği, açıklık ve şeffaflığı aynı zamanda çelişkiyi içermektedir. Düşünsel bir kavram olan tecrübe; geçmişi ve geleceği de içerecek şekilde insan yaşamına yön veren bir yapıya sahiptir. Tecrübe, değişmeyen ve sabit kalan bir kavram değildir. Kentleşme, endüstri toplumu, tüketim toplumu ve bunların oluşturduğu kültürel yapı, tecrübenin parçalanması ve dönüşümünü beraberinde

getirebilmektedir. Tecrübe, tarihsel olarak tüm bu parçalanış ve değişimlerle başa çıkabilme yeteneğini de içinde barındırmaktadır (Hansen, 2015: 150). Tecrübe, üç farklı durumun diyalektik ilişkisi içinde var olmaktadır:

“Bunların birincisi, kapitalist, yani yabancılaşmış koşullar altında yeniden üretim tecrübesidir. İkincisi, bu tecrübenin kendi ufku içinde sistematik olarak tıkanması; yani, tecrübe eden öznelerin kamusal ifade ve temsiliyet şebekelerinden izole edilmiş olmalarıdır. Üçüncüsü ise bu tıkanmaya tepki olarak ortaya çıkmış, yabancılaşmış üretim tecrübesinde temellenen direnmeler ve tahayyül yüklü stratejilerdir (protesto enerjileri, psişik dengeleme edimleri, bir şahsiyet olmak için gösterilen şiddetli arzu, bireysel ve kolektif fantazi ve yaşamı yeniden sahiplenmeye yönelik yaratıcı girişimler).” (Hansen, 2015: 166-167).

Negt ve Kluge’ye göre (2015) ilişkisellik en az tecrübe kadar önemlidir. Karşıtlıklar üzerinden işlev kazanan ilişkisellik; karşıtlıklar arasında bağlantı kurmaktadır. Kamusal alanın dışında bırakılan gruplar arasında parçalanarak farklı şekilde tezahür eden özel/kamusal, kurgusal/gerçek, tüketim/üretim gibi ikilikler arasında geçici olarak bağlantı kurma işlevi görmektedir. Kısaca ilişkisellik, kurulan bağlantıları ifade etmeye, görünür kılmaya ve söz konusu ikilikleri aşmaya yaramaktadır (Jameson, 1988: 176). Tecrübelerimizin başkalarınca anlaşılmasını sağlayan şey ilişkiselliktir. Karşıt kamusal alanların oluşması bu bağlantıların kurulmasına ve ortak tecrübe etrafında örgütlenmeye bağlıdır. Karşıt kamusalılık, liberal kamusalılıkla aynı zamanda gelişim göstermiştir. Bu da birinin varlığını diğerine borçlu kılmaktadır. Karşıt kamusal alanlar madun kesimin ortak tecrübeleri içinde anlam kazanmaktadır. Liberal kamunun dışında kalan ve marjinalleştirilen gruplar kendi dayanışmalarını karşıt kamusalılıklar oluşturarak gösterebilmektedir (Hansen, 2015: 171).

Negt ve Kluge’nin karşıt kamusalılık kavramsallaştırması hangi grupları içinde barındırdığını ve karşıt kamuyu oluşturan şeyin ne olduğunu net bir şekilde cevaplamak güçtür. Başka kamularla farklı sebeplerle, birbirinden farklı biçimde ilişkilenen ve değişken aynı zamanda akışkan yapıda olan bir süreçten söz

edilmektedir (Hansen, 2015: 175). Negt ve Kluge'ye göre (2015) karşıt kamusal alan bir süreci işaret eder. Sabit değildir, akışkan ve değişkendir. Sınırları belirsizdir. Tam da bu yüzden geleceği öngörülememektedir; çünkü varlığını toplumsal olaylara borçludur ve bu yerinde saymayan dinamik bir süreci beraberinde getirmektedir. Bu özellikler farklı karşıt kamular arasında birlik olmanın da önünü açmaktadır. Örneğin; işçi sınıfı-kadın hareketleri ittifakı.

Negt ve Kluge, karşıt kamusalılık fikrini, dışarıda kalan kesimleri kapsayıcı alternatif bir kamu anlayışı olarak ortaya atmış olsa da aslında onların da proletarya dışında kalanları görmezden gelme eğilimi gösterdiklerini söylemek gerekir. Negt ve Kluge'nin kamusal alan kavrayışı işçi sınıfı merkezlidir. Negt, bu eleştirilere cevaben verdiği röportajda, proleter kamusal alan kavramsallaştırmasının, salt işçi sınıfını değil egemen kamu içerisinde kendini ifade alanı bulamayan tüm kesimleri kapsadığını ileri sürmektedir (Krause, 2006: 121).

Nancy Fraser, Habermas'ın kamusal alan anlayışını temel alarak, geleneksel kamusal alan modellerini kadın kamusal alanı görmezden geldikleri için eleştirmektedir. Geleneksel kamusal alan modellerinde kadının özel alana sıkıştırılmasının nedenini, kadınlık ve kamusalılık karşıtlığında aramaktadır. Bu konumlandırmanın kapsayıcılıktan uzak, yıkıcı ve sorunlu bir kamusal alan kavramsallaştırmasına yol açtığını belirtmektedir. Fraser, geleneksel kamusal alan anlayışında bireyin kamusal alanda yer alabilmesinin, bir penise sahip olmakla mümkün kılınacağını iddia etmektedir. Fraser'a göre *public* (kamusal) sözcüğü ile *pubic* (kasık kemiği) sözcüğü arasında etimolojik olarak bir bağ vardır. Bu bağ kamusal alanın öznesinin erkek olduğunu onaylar niteliktedir (Fraser, 2015: 107). Fraser, bilhassa Habermas'ın burjuva kamusal alanını eleştirerek, burjuva kamusunun kadın kamusal alanı yok saydığına dikkat çekmektedir.

Fraser, Habermas'ın tek bir kamusal alan düşüncesine sığındığını ve bu sebeple burjuva kamusal alanını idealleştirdiğini belirtmektedir. Tek bir kamusal alan düşüncesinin toplumun heterojen yapısına uymadığını, toplumun birçok katmana sahip olduğunu bu yüzden de çoklu kamuların olabileceğini dile getirmektedir.

Burjuva kamusal alanını daha iyi anlayabilmek için de karşıt kamusal alanların varlığına ve kabulüne ihtiyaç duyulduğunun altını çizmektedir (Fraser, 2015: 107).

Negt ve Kluge gibi Fraser da karşıt kamusal alanların gerekliliğinin önemini vurgulamaktadır. Karşıt kamusal alanın özgürleştirici nitelikte olduğunu ifade eden Fraser, toplumda birden fazla karşıt kamu oluşabileceğine işaret etmektedir. Tabakalı toplum olmanın bir özelliği olarak birçok farklı kamunun oluşması, birçok farklı kamunun birbiriyle etkileşimde bulunması sonucunu da doğurmaktadır. Birbirleriyle söylemsel olarak etkileşimde bulunan farklı karşıt kamular genişleyerek toplumun tüm kesimine yayılmaktadır. Özgürleşme; bu yayılım esnasında farklı kamuların kesişme noktalarında meydana gelmektedir. Böylelikle söylemsel mücadele alanları ‘madun karşıt kamular’ sayesinde var olabilmektedir (Fraser, 2015: 116-119).

Fraser’a göre göre madun karşıt kamular iki şekilde işlev görmektedir ve özgürleşme bu iki çark arasındaki diyalektik ilişki sayesinde gerçekleşmektedir: “...bir yandan geri çekilme ve yeniden gruplaşma alanları olarak işlev görürken, diğer yandan aynı anda, daha geniş kamulara yönelik ajitatif etkinlikler için bir üs ve eğitim zemini olma işlevini de üstlenmektedirler.” (Fraser, 2015: 119)

Özbek’e göre kamusal alan, kültürel temsil bağlamında tecrübe yüklü bir alandır. Kamusal alan eşit katılımın ve özgür söylemin alanıdır; tam da bu yüzden kamusal alanda baskıya uğramadan özgürlüğün tecrübe ediliyor olması gerekir. Bu özgürlük de tartışma, eşit katılım ve paylaşım üzerinden var olabilir (Özbek, 2015: 606). Negt ve Kluge’nin altını çizdiği tecrübe kavramının geleneksel ve yeni medya üzerinden ne şekilde üretildiğine odaklanmak gerekmektedir. Özbek, kitle iletişim araçları özellikle de televizyon aracılığıyla, Negt ve Kluge’nin kavramsallaştırdığı anlamda bir tecrübe üretiminin gerçekleşip gerçekleşmediğini sorgulamaktadır. Bu tecrübe üretiminin kamusal temsil düzeyinde gerçekleşmesini sağlayan kurumun kitle iletişim araçları olduğu varsayılırsa, bu araçlar üzerinden gündelik yaşamın ifşaatından⁷ söz edilebilir.

⁷ Burada söz edilen gündelik yaşamın ifşaatı, sosyal medyada karşıt kamusal alanlarda gerçekleştirilen ifşalarla karıştırılmamalıdır. Sosyal medyada başlatılan kampanyalarla kadına şiddet uygulayan, taciz

Negt ve Kluge'nin ifadesiyle (2015), “mahremiyet tiranlığı” olarak karşımıza çıkan, özel alana ait olanın kamusallaştırılmasının kimin yararına olduğunun anlaşılması son derece önem arz etmektedir. Tecrübenin kamusal iletişim alanlarında yeniden üretilerek topluma sunulması ortak bir tecrübe üretiminden ziyade belli grupların tecrübelerinin diğerlerine dayatılması olarak düşünülmelidir. Özbek (2015), tam da bu sebeple “mahremiyet tiranlığı”na mahkûm edildiğimizin altını çizmektedir. Bundan kurtulmanın yolunu da şu şekilde ifade etmektedir:

“Bu mahkûmluk tarzı ve mahiyeti, bu toplumda hangi olayların ve kimlerin yaşam hikâyelerinin, fikir, duygu, beğeni, çıkar ve özlemlerinin kamusal iletişim alanında kimler tarafından ve nasıl temsil edildiği; bu kültürel üretimin neden (kimin, neyin yararına), hangi dil, formül ve mekanizmalarla kimi/neyi içerdiği, dışladığı, bastırdığı ya da limelediğine dair bilgi üretimiyle ortaya çıkarılabilir.” (Özbek, 2015: 607)

Ana akım medyanın tektipleştirdiği kadın temsili sosyal medyada nasıl inşa edilmektedir? İyi bir anne, iyi bir eş olan, güzel ve bakımlı, zayıf ve sağlıklı, sessiz ve söz dinleyen, itaat eden şeklinde resmedilen kadınlar sosyal medya kamusalığında patriyarkanın prangalarından kurtulmayı başarıyor mu? Yoksa dayatılan kadın temsilleri tıpkı geleneksel medyada olduğu gibi sosyal medyada da yeniden mi üretiliyor? Sosyal medya kadınlar için ne ifade ediyor?

Bu soruların cevabını bulmak için sosyal medyanın geleneksel medyadan ayrılan, onu görece daha güçlü ve demokratik kılan pratiklerini açığa çıkarmak gerekmektedir. Bunun için sosyal medya kullanıcılarının deneyimlerini araştırmak ve ortaya dökmek elzemdir. Sosyal medya, Negt ve Kluge'nin ifadesiyle, tecrübe yüklü bir alandır ve bu alanın ne tür bir kamusalılık oluşturduğu, bu kamusallığın içinde kadınların nasıl yer aldığını görebilmek, sosyal medya üzerinden toplumsal cinsiyet

eden kişi üzerinde baskı mekanizması kurularak, bu kişilerin toplumdan dışlanmaları ve hak ettikleri cezaları almaları için mücadele verilmektedir. #MeToo hareketi bunun en güzel örneğidir. Tüm dünyada yayılarak #MeToo hashtagi üzerinden tacize kim tarafından ve nasıl uğradıklarını yazan kadınlar, sosyal medya aracılığıyla birlikte mücadele edebilmenin yolunu açmışlardır.

temsilini açılmak, sosyal medya kullanım pratiklerine odaklanma zorunluluğunu beraberinde getirmektedir.

İnternet çoklu kamusal alanların varlığına katkı yapmaktadır. Kamusal alanda yer alamayanlara fırsat tanımaktadır. Dolayısıyla internet, kamusal alanları genişletmekte, politik olarak hayatı dönüştürmektedir. İnternet sayesinde uzak mesafe anlayışı ortadan kalkmakta; kamusal mekânlar bir araya gelebilmektedir. Bu durum, alternatif kamular geliştirmeye imkân yaratmaktadır (Dahlgren, 2001: 51-52).

Dahlgren, karşıt kamusal alanların önemine dikkat çekerek, Habermas'ın burjuva kamusal alanından çok farklı bir kamusal alan idealinden söz etmektedir. Tekil bir kamusal alanın varlığından söz edilemeyeceğinin altını çizen Dahlgren, kamusal alanda da, sanal kamusal alanda da homojen bir kamusal alanın mevcut olamayacağına vurgu yapmaktadır. Kamusal alan farklı grupların deneyimlerine ve katılımına her daim açık olan yerdir. Dahlgren, kamusal alanı yeni medya üzerinden açıklarken; özellikle yeni medyada oluşan yurttaşlık biçimlerine odaklanmaktadır. Yeni medya üzerinden; insanların birbirleriyle deneyimlerini paylaşabilmesi, istediği kimliği oluşturabilmesi, direniş imkânına sahip olması ve kamuoyunu etkileyebilmesi gibi birçok eylemin özgürce gerçekleştirilebileceğini savunmaktadır (Dahlgren, 2001).

Ama elbette yeni medya da geleneksel medya gibi güce ve kontrole dayalı birtakım sorunları beraberinde getirmektedir. İletişim teknolojileri üzerinde söz sahibi olan sahiplik yapısından yeni medya da nasibini almakta ve kontrol mekanizmaları yeni medya üzerinde de etkili olabilmektedir. Kevin Robins ve Frank Webster'e göre (2006: 93-95), sayesinde demokrasinin gelişip yayılacağı beklentisinin hâkim olduğu yeni medya, çoğu zaman bunun tam aksine baskı aracı ve toplum üzerindeki kontrol mekanizması haline gelebilmektedir.

1.6.1. Sosyal Medyada Karşıt Kamusal Alan

Sosyal medya bir tür kendini ifade alanıdır. Sosyal medyada oluşturulan karşıt kamusal alanlar; kendini anlatamayan, sesini duyuramayanların sesi olmaya çalışan sanal kamusal alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Son dönemde televizyon dizilerine de konu olan kadın hikâyeleri ve bu hikâyelerdeki çaresiz kadınların çare bulmak için sosyal medyaya başvurması, sosyal medyanın bilhassa kadın hareketleri/kadın aktivizmi bağlamında ne kadar önemli bir güç haline geldiğini göstermektedir. *“Kamusal alan, mücadelelerin savaş dışı yollarla karara bağlandığı (sonuçlandırıldığı) yerdir.”* (Kluge’den akt. Hansen, 2015: 141)

Kamusal alanda toplumsal eşitsizliklerin kendini yeniden var etme olanağı bulması; tek ve kapsayıcı bir kamusal alan idealinin dayatılması sebebiyledir. Çoklu kamuların reddi eşitsizlikleri artırmaktadır. Nancy Fraser bu durumu şöyle dile getirmektedir:

“Toplumsal eşitsizliğin etkileri, yalnızca tek ve kapsayıcı bir kamusal alanın bulunduğu yerde şiddetlenecektir. Bu durumda, bağımlı grup üyelerinin kendi gereksinim, hedef ve stratejileri hakkında kendi aralarında müzakerede bulunabilecekleri herhangi bir alanları bulunmayacak, bu grupların, egemenlerin denetimleri altında olmayan bir iletişim sürecine girecekleri yerleri olmayacaktır.” (Fraser, 2015: 117)

Karşıt kamusal alanların giderek çoğaldığı sosyal medyada, tüm ayrımcı grupların sesini daha fazla kişiye duyurabilme olanağı bulunmaktadır. Karşıt kamusal alanlar sosyal medyanın özgürleştirici yanına en güzel örnektir.

Kadına yönelik her türlü şiddeti önlemeyi ve bu konuda farkındalık yaratmayı amaç edinerek oluşturulan karşıt kamusal alanlar için sosyal medya bir tür mücadele alanı olarak işlev görmektedir. Sosyal medya üzerinden mücadele etmek aynı anda milyonlarca kişinin desteğini de almak anlamına gelmektedir. Sosyal medya, kamu vicdanı oluşturularak bir şiddet olayına ya da bir cinayetin failine çok daha hızlı müdahale edilebilmenin yolunu açmıştır. Üstelik sesini duyuramayan madun kadınların da sesi olmuştur. Kendini yalnız hisseden, nereden yardım isteyeceğini bilmeyen şiddet mağduru kadınlar, sosyal medyadaki karşıt kamusal platformların desteğini alarak sorunlarına çözüm bulabilmektedir.

Sosyal medyada oluşturulan karşıt kamusal alanlar, toplumsal cinsiyet eşitsizliği hususunda pozitif anlamda dönüştürücü bir etki yaratmakta mıdır yoksa sadece

m¼cadele alanı olarak mı kalmaktadır? Kullanıcıların kendi deneyimlerinden yola çıkarak bu soruya da bir cevap arayacak olan bu araştırmayla, karşıt kamusal yapılanmaların kişisel deneyimler üzerinden bireydeki tezahürü açıklanmaya çalışılacaktır.

Araştırmanın ikinci bölümünde *sosyal medyada toplumsal cinsiyet olgusu* detaylı olarak ele alınacaktır.



İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE TOPLUMSAL CİNSİYET

Çalışmanın bu bölümünde sosyal medya ve toplumsal cinsiyet kavramları üzerinde durulacaktır. Bu iki kavramın kesişim noktaları tartışmaya açılacak; feminizm dalgaları, performatif cinsiyet, siberfeminizm ve postfeminizm bu soruşturmanın kavramsal çerçevesinin bir parçası olacaktır.

2.1. Sosyal Medyayı Feminizm Üzerinden Düşünmek

Feminizm, genel olarak, cinsiyetlerin sosyal, ekonomik ve politik eşitliğine olan inanç anlamına gelmektedir. Oldukça basit bir şekilde feminizm, tüm cinsiyetlerin eşit haklara ve fırsatlara sahip olmasıyla ilgilidir. Feministler, erkekler ve kadınlar için eşitliği desteklemek konusunda ortak bir hedefi paylaşırlar. Tüm feministler toplumsal cinsiyet eşitliği için çaba gösterse de, bu teoriye yaklaşmanın çeşitli yolları vardır.

Feminizmin bugün bu kadar çok konuşuluyor olmasının en önemli sebeplerinden biri sosyal medya platformlarında öne çıkması olabilir. Feminist hareketler sosyal medyada dolaşıma girdikçe ana akım medyada da daha görünür olmaya başlamıştır.

2.1.1. Feminizmin Gelişimi

Modern feminizmin tarihi, 'dalgalar' olarak adlandırılan dört bölüme ayrılabilir. Her dalga, belirli feminist konuların gün ışığına çıkarıldığı belirli bir kültürel dönemi işaret etmektedir.

Birinci Dalga Feminizm: 1848 - 1920

İlk feminizm dalgasının 1848 civarında başladığına inanılmaktadır ve genellikle New York, Seneca Falls'daki ilk resmi Kadın Hakları Sözleşmesi'ne dayandırılmaktadır. Kongre, Lucretia Mott ve Elizabeth Cady Stanton tarafından yürütülmüştür. Stanton, tüm erkeklerin ve kadınların eşit yaratıldığını ilan etmiştir ve

bu nedenle kadınların eğitimini, mülkiyet haklarını ve örgütsel liderliğini savunmuştur. Aktivistlerin çoğu, kadınların oy hakkı olmadan hedeflerine ulaşmanın zor olacağına inanmaktadır. Böylece takip eden yetmiş yıl boyunca ana hedef oy hakkına ulaşmak olmuştur.

İlk feministlerin, Mary Wollstonecraft'ın *The Vindication of the Right of Women*⁸ (1792) ve John Stuart Mill'in *The Subjection of Women*⁹ (1869) gibi feminist yazılardan ilham aldıkları düşünülmektedir. İlk dalga feministlerin, Fransız Devrimi ve Kölelik Karşıtı Hareket'e katılan kadınlardan etkilendiği gibi diğer reform hareketlerindeki kadınların kolektif aktivizminden de etkilendiği bir gerçektir. Uluslararası kapsamına rağmen, feminizmin ilk dalgası en çok Amerika Birleşik Devletleri ve Batı Avrupa'da etkili olmuştur.

Aktivistler, kadınların sınırlı çalışma, eğitim, mülkiyet, üreme, medeni durum ve sosyal eylemlilik haklarından memnuniyetsizliklerini dile getiren kampanyalara katılmışlardır (Malinowska, 2010). Kadınların oy kullanma hakkı için kampanyalar yürütülmüştür. Aktivizmleri, o dönemde en önemli bilgi iletişim kaynağı olan yazılı basın etrafında dönmüştür. Hareketin ilk haberleri elverişsiz ve önyargılı olmuştur; genellikle kadınlar kötü görünümlü, kadınsı olmayan ve erkeklerden nefret eden kişiler olarak tasvir edilmiştir. Birleşik Krallık ve Kuzey İrlanda'da oy hakkı, genellikle şiddeti içeren, özellikle öne çıkan ve militan bir kampanyayla ilişkilendirilmiştir.

En dikkate değer 'militan' feministlerden biri, aktivizmi nedeniyle birkaç kez hapse atılan Emily Davidson'dır. 1913'te Epsom Derby'de kendini yarış pistine atarak bir at tarafından çiğnenmesine neden olarak trajik bir şekilde ölmüştür. O andan itibaren 'militan' kelimesi, oy hakkı savunucularının eylemlerinin medya tasvirleri için sembolik hale gelmiştir. Hareket geliştikçe, kadınların üreme hakları sorununa yönelmeye başlanmıştır. 1916'da Margaret Sanger, doğum kontrol yöntemlerinin

⁸ Kadın Haklarının Gerekçelenirilmesi olarak Türkçe'ye Deniz Hakyemez tarafından çevrilen kitap, 2007'de Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'ndan çıkmıştır.

⁹ Kadınların Köleleştirilmesi olarak Türkçe'ye Ahmet Özcan tarafından çevrilen kitap, 2017'de Bilge Kültür Sanat Yayınları'ndan çıkmıştır.

dağıtımını yasaklayan New York eyalet yasasına meydan okuyarak Amerika Birleşik Devletleri'ndeki ilk doğum kontrol kliniğini açmıştır.

Birinci dalga feministler, oy kullanma hakkının kazanılması için 1920 yılının Ağustos ayına kadar beklemek zorunda kalmışlardır. 1920'den sonra, bu büyük başarının ardından hareketin ivmesi azalmaya başlamıştır. Ancak, diğer aktivistler yerel örgütler ve özel çıkar grupları için de haklarını savunmaya devam etmişlerdir. Türkiye'de kadınlar seçme ve seçilme hakkını 5 Aralık 1934 tarihinde elde etmişlerdir.

Birinci Dalga Feminizme Yönelik Eleştiriler

Birinci dalga feminizmin aktivizmi genellikle yalnızca beyaz kadınlara yönelik bir feminizm olmakla eleştirilir. 1920'de oy hakkı beyaz kadınlara verilmiş olsa da, beyaz olmayan kadınların oy kullanma haklarını kullanabilmeleri çok daha uzun zaman almıştır. Oy hakkı hareketi ilerledikçe, beyaz olmayan kadınların endişeleri genellikle birinci dalga feministler tarafından göz ardı edilmiştir. Beyaz, üst sınıf kalıbına uymayan kadın grupları için oy hakkı yalnızca cinsiyetlerine değil, aynı zamanda ırklarına ve sosyal sınıflarına da bağlı kılınmıştır.

Beyaz olmayan kadınlar genellikle yalnızca cinsiyetçilikle değil, aynı zamanda ırkçılık ve sınıfçılıkla da yüzleşmekten söz etmişlerdir. Buna rağmen, beyaz olmayan kadın grupları genellikle feminist örgütlere tam olarak katılmaktan dışlanmıştır. Beyaz olmayan kadınların kadın hareketindeki muazzam çalışmasına rağmen, oy hakkı hareketi genellikle daha yüksek bir sosyal sınıftan olan beyaz kadınlara özel bir hareket haline gelmiştir. Hareketteki kadınların çoğu, ırksal önyargıyı ideolojik olarak kullanmış, beyaz olmayan erkeklerin beyaz kadınlardan önce oy kullanmasına izin verilmemesi gerektiğini savunmuştur (Davis, 1980).

İkinci Dalga Feminizm: 1963 – 1980ler

İkinci feminizm dalgasının 1960'ların başı ile 1980'lerin sonu arasında gerçekleştiğine inanılmaktadır. Bu dalga, savaş sonrası kaostan sonra başlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki sivil haklar hareketinden ve Birleşik Krallık'taki işçi hakları hareketinden ilham aldığı düşünülmektedir. Kadınlara oy hakkının

tanınmasından sonra, feminist hareket yavaş yavaş dikkatini toplumdaki kadın eşitsizliğine çevirmiştir. Pek çok kadın iş ve aile ortamındaki sosyal rollerini sorgulamaya başlamıştır.

Simone de Beauvoir'ın 1949 tarihli Türkçeye *İkinci Cinsiyet* olarak çevrilen *The Second Sex* adlı kitabı bu yeni hareket için oldukça etkili olmuştur. Bu kitapta kadınların yaşamlarını tanımlayan evlilik, aile ve annelik gibi belirli kavramlar analiz edilerek kadınların toplumsal olarak nasıl ikinci plana atıldığına dikkat çekilmektedir.

Betty Friedan'ın en ünlü ikinci dalga feministlerden biri olduğu düşünülmektedir. 1963'te *The Feminine Mystique*¹⁰ kitabını yazarak ve ikinci dalgayı başlattığı düşünülmektedir. Friedan'ın kitabı (2022), savaş sonrası patlama yıllarında Amerikan ev kadınlarının hissettiği artan yabancılaşma ve mutsuzluğun altını çizmektedir.

İkinci feminizm dalgasının ortak ilkesi kadınların özerkliği olmuştur. Kadınların hayatları ve bedenleri ile ne yapmak istediklerini belirleme hakları konusunda ısrar edilmiştir. Amaçları kürtajı yasal hale getirmek, daha kolay ve daha güvenli doğum kontrolünü teşvik etmek, ırkçı ve sınıfçı doğum kontrol programlarıyla mücadele etmektir. O dönemdeki diğer önemli sorunlar, özellikle işyerinde ve diğer kurumsal ortamlarda cinsel ayrımcılık ve cinsel taciz olmuştur. İkinci dalga feministler, bu konuları öne çıkarmayı ve bunu önlemek için yasama organlarını devreye sokmayı amaçlamışlardır.

İkinci dalga, toplumsal cinsiyet rolleri kavramı ve kadın cinselliği hakkında sorular sormaya başlamıştır. Cinsiyetçilik ve ataerkilliğin kadınların özel hayatlarının her yönü üzerindeki etkisini vurgulamanın bir yolu olarak 'kişisel olan politiktir' ifadesini kullanmışlardır (Munro, 2013).

¹⁰ Kadınlığın Gizemi olarak Türkçe'ye Nazım Eryılmaz tarafından çevrilen kitap, 2022'de Sander Yayınları'ndan çıkmıştır.

İkinci dalga feministler, kadınların yaşamış deneyimleriyle ve aynı zamanda medyadaki temsilleriyle ilgilenmektedir. Televizyonun ana mecra haline geldiği bu dönemde kadınların televizyonda var olma mücadelesi verdiği gözlemlenmiştir. 1980'lerin sonlarında BBC'den alınan veriler, televizyonla ilgili işlerde her 150 erkeğe karşı orantısız bir şekilde 5 kadın olduğunu göstermiştir. (Calvert vd., 2007). İkinci dalga feministlerin çoğu yaklaşımlarında radikal ve eleştireldir. Toplumsal ve siyasi değişim için uluslararası sorunları siyasetlerine taşımışlardır (Molyneux vd., 2021). Pek çok aktivist sosyalist fikirleri kabul ederken, diğerleri barış hareketlerinde, devrimci işçi haklarında ve ırkçılık karşıtı mücadelelerde aktif olmuştur.

Bu dönemde önemli bir radikal feminist grup olan Shulamith Firestone ve Pam Allen tarafından kurulan 'New York Radikal Kadınlar' grubu kurulmuştur. Protestolarıyla kadınlar arasında 'kardeşlik güçlüdür' mesajını yaymak istemişlerdir. 1968'deki Amerika Güzeli Yarışması sırasında bir protesto gerçekleşmiştir. Yarışma devam ederken yüzlerce kadın, sokaklarda yürümüş ve kamuoyunda büyük bir farkındalık yaratan 'Kadınların Kurtuluşu' yazan pankartlar dikkat çekmiştir.

İkinci dalga boyunca, Siyah feminist grupların çalışmaları, Siyah feministlerin farklı deneyimlerine ve önceliklerine odaklanmıştır. Bell Hooks, Angela Davis ve Audre Lord gibi yazarlar, erken ikinci dalga feminizmin içine örülmüş eşitsiz güç dinamiklerinin daha fazla görünür olmasının yolunu açmıştır.

İkinci Dalganın Kadın Hareketindeki Önemi

1963'te cinsiyet ayrımcılığını ele alan ilk yasa özelliği taşıyan “Eşit Ücret Yasası” yürürlüğe girmiştir. Bu yasanın kabulü, işverenlerin aynı işi yapan kadın ve erkekler için farklı ücret ödemesinin önüne geçecek önemli bir adım olarak tarihe geçmiştir. İkinci dalga feminizm, kürtaj haklarını elde etmenin yanı sıra, kadınların 'geleneksel olmayan' eğitim seçeneklerine sahip olması ve geleneksel olarak erkeklerin egemen olduğu işlere girmeleri için yollar açılması gibi birçok konuda etkili olmuştur.

Üçüncü Dalga Feminizm: 1990'lar- 2007

Üçüncü dalganın 1980'lerin sonlarından 1990'lara kadar yayıldığı düşünülmektedir. İkinci dalga feminizmle örtüştüğü noktalar kadar birçok üçüncü dalga feminist, ikinci dalga feministlerin katı ideolojisinden kurtulmaya çalışmıştır. Feminist yazar Rebecca Walker, daha önceki zamanlarda feminist olmanın, bireyselliğe izin vermeyen bir kimliğe ve yaşam tarzına uymak gibi görüldüğünü açıklamıştır. Bu, zıtlıklar yaratarak insanları birbirine düşürmeye yönlendirebilir; erkeğe karşı kadın, beyaza karşı siyah vb. (Snyder, 2008).

Üçüncü dalga feministlerin, cinsel açıdan yargılayıcı, cinsellik karşıtı oldukları ve çok fazla eğlenmeyi devrim için bir tehdit olarak gördükleri öne sürülen ikinci dalgacılara kıyasla daha az katı ve yargılayıcı olduklarına inanılmaktadır (Wolf, 2006). Üçüncü dalga feminizmin postmodern teori tarafından şekillendirildiği düşünülmektedir. Zamanın feministleri; benlik, cinsiyetin akışkanlığı, cinsel kimlik ve kadın olmanın ne anlama geldiğine dair fikirleri sorgulamaya ve onları yeniden tanımlamaya çalışmışlardır.

Üçüncü dalga feministler, feminizmlerini önceki dalgalardan daha kapsayıcı olarak tasvir etmektedir. Kimberle Crenshaw (1989), herkesin nasıl kendine özgü ayrımcılık ve baskı deneyimlerine sahip olduğunu açıklamak için “kesişimsellik” kavramını ortaya atmıştır. Mesela siyahi bir kadın, kadın olduğu için ezilebileceği gibi siyahi olduğu için de baskı görebilir. Kesişimselliğin 1989'da Crenshaw tarafından tanıtılması, üçüncü dalga feministlerin her kadının nasıl farklı bir kimliğe sahip olduğuna dair algılarını şekillendirmeye yardımcı olmuş olabilir. Yalnızca ırk, etnik köken veya sosyal sınıfa dayalı farklılıklar değil, aynı zamanda spor, güzellik, müzik ve din gibi alanlarda yer alan kadınlar için de yol gösterici bir özelliğe sahiptir.

Üçüncü dalgacılar erkek/kadın cinsiyet ikiliğini sorguladıkları ve cinsiyeti dikkate alma konusunda genellikle özcü olmayan bir yaklaşıma sahip oldukları için, trans bireyler bu dalgaya ikinci dalga düşüncesinden daha iyi uyum sağlamıştır (Snyder, 2008). Üçüncü dalga feminizm kadının seçme özgürlüğüne odaklanmaktadır. Bir kadın ne yapmayı seçerse seçsin, o seçimi özgürce yaptığı sürece

feministtir. Makyaj yapmanın kadının 'erkek bakışına' bağlı olduğunun bir işareti olmadığı, bunun yerine bir kadının sadece kendisi istediği için makyaj yapmayı tercih edebileceği ve bunun da bir özgürleşme olduğu ileri sürülmektedir.

Üçüncü dalga feminizm genellikle seks yanlısıdır, pornografiyi, seks işçiliğini, ilişkiyi ve evliliği savunmaktadır ve feminizmde cinsel zevki çevreleyen damgalamayı yok etmeye çalışmaktadır. Bu düşünce, genellikle kadınlığı reddeden ve erkeklerle heteroseksüel ilişkiden uzak duran ikinci dalganın birçok radikal feministiyle çelişmektedir. İlgili literatürde üçüncü dalga feminist çalışmalar, geleneksel siyaset yerine kadın pop ikonlarına, hip-hop müziğine ve güzellik kültürüne odaklanarak kültürel üretimin önemini vurgulamaktadır.

Riot Grrrl¹¹, 1990'ların başında hem bir hareket hem de bir müzik türü olarak ortaya çıkmıştır. Bir grup kadın punk sahnesindeki cinsiyetçiliği tartışmak için bir araya gelmiştir. Kadının güçlenmesini temsil eden ve kadınların erkek bakışı olmadan var olabileceği bir ortam yaratan punk müziği üretmek için kendi alanlarını kurmaya çalışmışlardır. Üçüncü dalga feminizm birçok eleştiriye maruz kalmıştır. Bilhassa savundukları idealin gerçekten cinsel özgürlüğü ve cinsiyet eşitliğini temsil edip etmediği veya kılık değiştirmiş eski baskılar olup olmadığı sorgulanmıştır.

Aynı şekilde, birçok kişi hareketin yararlılığını geride bıraktığını ve bu dalganın öze hiçbir katkısı olmadığını iddia etmiştir. Bu dalgada, birinci dalgada kadınlara oy hakkının verilmesi ve ikinci dalgada yapılan yasal değişiklikler gibi devrim niteliğinde hiçbir şey olmamıştır. Bununla birlikte, üçüncü dalganın yeni nesil feministleri teşvik ettiği ve gelecek dalgaların önünü açan bir adım olduğu söylenebilir.

¹¹ Bkz. <https://www.historylink.org/file/22505#:~:text=>

Dördüncü Dalga Feminizm: Günümüz

Bazı anlaşmazlıklar olmakla birlikte, 2007'den 2012'ye kadar herhangi bir yerde başlamış olduğu (Sternadori, 2019) ve günümüze kadar devam ettiği kabul edilmektedir. Prudence Chamberlain (2017), dördüncü dalgayı, özellikle cinsel şiddete maruz kalmış kadınlar için adalete odaklanarak tanımlar. Mevcut dalga, kesişimselliğe ve transgender aktivizmi gibi alt anlatılara artan bir odaklanma ile önceki dalgaların özelliklerini birleştirmektedir.

Dördüncü dalga feministlerin birçoğu, internetin kendisinin ve artan sosyal medya kullanımının üçüncü dalga feminizmden dördüncü dalga feminizme geçişi sağladığını iddia etmektedir. (Munro, 2013). Chamberlain (2017), kendilerini ikinci veya üçüncü dalga olarak tanımlayan feministlerin de bu aktivizme katıldığını ve onu yönlendirdiğini belirtmektedir. Sosyal medyanın, bir ağ üzerinden bağlanabilirliği ve dolaysızlığı sebebiyle birbirinden farklı yaşam hikayesine sahip birçok kadına bir araya gelebilecekleri elverişli bir platform sağladığı için tüm nesillerin bu sayede güçlerini birleştirdiğini ileri sürmektedir.

İnternet, dünyanın dört bir yanından feministlerin cinsiyetçilik ve kadın düşmanlığına meydan okuyabileceği ve kendi seslerini duyurabilmek için bir araya geldiği bir platform haline gelmiştir. Aynı zamanda, mikropolitikaya odaklanan, reklamlarda, filmde, edebiyatta ve medyada cinsiyetçiliğe meydan okuyan üçüncü dalganın etkisini de yanına alarak devam edilmektedir. Bu dalganın başlangıcında Facebook, tacize uğrayan kadınların görüntülerinin hizmet şartlarını ihlal etmediğini öne sürdükten sonra web sitesinde nefret söylemi sorunuyla yüzleşmek zorunda kalmıştır (Munro, 2013).

Donald Trump'ın 2017'de Amerika Birleşik Devletleri başkanı olarak göreve başlamasının ardından, ABD tarihinin tartışmasız en büyük ve en barışçıl tek günlük protestosu olarak uluslararası ilgiyi üzerine çeken bir Kadın Yürüyüşü düzenlenmiştir. Aynı yıl #MeToo hareketi patlamıştır. #MeToo hareketi, yaygın sayıdaki cinsel şiddet vakalarını göstermek ve kurbanlar arasında dayanışma yaratmak için bireylerin cinsel istismar ve taciz deneyimlerini Twitter üzerinden paylaştığı

tweetlerden oluşmaktadır. 85'ten fazla ülkede sosyal medyaya damgasını vurmuştur. Bu hareket, insanların cinsel şiddetin kişisel bir sorun değil, yapısal bir sorun olduğunu görmelerini sağlamıştır (Sternadori, 2019).

Dördüncü dalga, kadınları siyasi olarak aktif olmaya, ücret farkı ve cinsel şiddetin sona erdirilmesi gibi önceki dalganın sorunları hakkında daha tutkulu olmaya teşvik etmektedir. Dördüncü dalganın ana hedeflerinin, sosyal adaletsizliklere ve bunlardan sorumlu olanlara seslenmek, diğerlerini feminist konularda eğitmek ve tüm kadın gruplarını kapsayıcı bir feminizme dikkat çekmek olduğu söylenebilir.

Dalga Metaforuna Yönelik Eleştiriler

Dalga metaforu, feminist aktivizmin kıyıya vuran dalgalar gibi gelip giden bir dizi fikir etrafında birleştiğini ileri sürmektedir. Aynı zamanda, aktivizmin belirli zamanlarda zirveye ulaştığı ve diğer zamanlarda gerilediği iddia edilmektedir (Nicholson, 2010). Dalga metaforunun indirgemeci olduğu düşünülmektedir çünkü aslında feminist hareketin farklı fikirler, hedefler ve aktivizm geçmişi olmasına rağmen, her bir feminizm dalgasının tek bir birleşik gündemle zirveye ulaştığı öne sürülmektedir.

Bir dalga metaforuna göre, en yeni dalganın kendinden önceki dalgaları değiştirdiği veya bir şekilde yok ettiği düşünülmektedir. Önceki feminist hareketlerin başarılarını azalttığına ve hatta diğerlerini yok saydığına inanılmaktadır. Feminizm dalgaları ele alınırken dikkat edilmesi gereken en önemli nokta, bunların çoğunlukla Batı ülkeleri için geçerli olduğudur. Bu nedenle, feminizm dalgaları evrensel olarak uygulanamayabilir.

2.1.2. Postmodern Feminizm

Postmodern feminizm, 20. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan bir feminizm türüdür. Geleneksel feminist fikirlerin reddi ve postmodern felsefeye yakınlığıyla öne çıkmaktadır. Postmodern feminizm özcülük, patriyarka ve ikili cinsiyet sistemini eleştirmektedir. Bunun yerine, cinsiyeti anlamada sosyal bağlamın ve güç ilişkilerinin

önemini vurgulamaktadır. Postmodern feminizm, fazla teorik olduğu ve gerçek dünya sorunlarından kopuk olduğu için eleştirilmiştir.

Postmodern feminist teori, toplumsal cinsiyeti anlamada sosyal ve politik faktörlerin önemini vurgulayan bir düşünce okuludur. Postmodern feministler, cinsiyetin biyoloji tarafından değil, kültür ve toplum tarafından belirlendiğine inanmaktadır. Kadınların biyolojik olarak erkeklerden aşağı oldukları için değil, sosyal ve politik olarak marjinalleştirildikleri için ezildikleri iddia edilmektedir. Postmodern feminizm, 1970'lerde ikinci dalga feminizme bir tepki olarak başlamıştır. İkinci dalga feminizm, kadınların biyolojileri (yani cinsiyetleri) nedeniyle ezildikleri inancına dayanmaktadır. Bu, üreme hakları ile eğitim ve istihdama eşit erişim gibi konulara odaklanmaya yol açmıştır. Ancak postmodern feministler, bu konuların kadınları baskıdan kurtarmaya yetmediğini savunmuştur. Kadınların ezilmesinin sosyal ve politik faktörlerin sonucu olduğuna inanmaktadır (Waugh, 2012).

Postmodern feminizm, Michel Foucault, Judith Butler ve Donna Haraway gibi düşünürlerle ilişkilendirilir. Postmodern feministler, modernist feminizm anlayışının, her bir cinsiyet içindeki farklılıkları göz ardı ederken, kadınlar ve erkekler arasındaki cinsiyet farklılıklarını vurguladığını varsaymaktadır. Örneğin, tüm kadınlar patriyarka tarafından ezilirken, tüm kadınlar bu baskıyı aynı şekilde yaşamamaktadır. Örneğin beyaz, orta sınıf kadınlar, beyaz olmayan veya işçi sınıfından kadınlardan daha fazla ayrıcalığa sahip olabilir. Benzer şekilde, lezbiyenler heteroseksüel kadınlardan daha farklı baskı biçimlerine maruz kalabilir (Waugh, 2012).

Postmodern feministler, tüm kadınlar arasında yaygınlaşması beklenen "kız kardeşlik" kavramını da eleştirmektedir. Postmodern feminizm, kadınları ırk, sınıf, cinsellik ve diğer kategorilere göre ayıran birçok faktör olduğuna dikkat çekmektedir. Bu nedenle, her bir kadın grubunun benzersiz deneyimlerine odaklanmanın önemli olduğunu savunmaktadır.

Kadınların özel deneyimleri daha geniş sosyal ve politik yapılar tarafından şekillendirilmektedir. Örneğin, bir kadın erkek partneri tarafından istismar ediliyorsa,

postmodern feministler kadınların toplumsal olarak ezilmesinin bu istismarı açıklamada önemli bir faktör olduğunu iddia etmektedir. Bu terim, Carol Hanisch'in 1970 yılında yazdığı "The Person is Political"¹² adlı makalesiyle popüler hale gelmiştir.

Evrensel bir kadınlık deneyimi olmadığını kabul etmek önemlidir. Her kadın, cinsiyeti kendine özgü bir şekilde deneyimler. Postmodern feministler ayrıca toplumsal cinsiyetin insanların doğuştan sahip oldukları bir şey değil, daha çok performe ettikleri bir şey olduğuna inanmaktadır. Postmodernist görüşe göre, feminizm herkes içindir. Bu, feminizmin sadece kadınlar için olmadığı anlamına gelir. LGBTİ bireyler de dahil olmak üzere cinsiyetinden dolayı baskı gören herkes içindir (Rossiter, 2000).

Postmodern feministler, kadınlar hayatlarını şekillendiren sosyal ve politik faktörler hakkında bilgi edinerek kendilerini güçlendirebileceklerine inanmaktadır. Örneğin, kadınlar cinsiyetçilik, ırkçılık ve diğer baskı biçimleri hakkında bilgi edinebilirler. Bu bilgi daha sonra bu baskı yapılarına meydan okumak ve direnmek için kullanılabilir. Postmodern feminizm, bireysel deneyime odaklanması ve yapısal konulara ilgi göstermemesi nedeniyle eleştirilmiştir. Bununla birlikte kapsayıcılığı ve kadınların deneyimlerinin çeşitliliğine yaptığı vurgu nedeniyle de övülmüştür (Rossiter, 2000).

Feminizm ve Postmodern Feminizm Arasındaki Fark

Feminizm, cinsiyet eşitsizliğini ve baskısını sona erdirmeyi amaçlayan politik bir harekettir. 19. yüzyılda kadınlar için yeni fırsatlara ve zorluklara yol açan Sanayi Devrimi'ne yanıt olarak ortaya çıkmıştır. Postmodern feminizm, hem postmodern hem de post-yapısalcı teoriyi birleştirerek daha önceki feminist düşüncenin bazı varsayımlarını eleştiren bir feminizm biçimidir.

¹² <https://webhome.cs.uvic.ca/~mserra/AttachedFiles/PersonalPolitical.pdf> (Erişim Tarihi: 10.01.2023)

Postmodern feministler, erkekler ve kadınlar arasında zorunlu olarak içkin bir fark olduğu inancına dayanan özcülüğü reddetmektedir. Postmodern feministler ayrıca Lacan'ın sembolik düzen teorisine de vurgu yapmaktadır. Lacan'a göre, sembolik olarak kişinin kendi bütünlüğünü kaybetmesi ve babanın otoritesiyle ilişkilendirilen toplumsal kurallara koşulsuz uyması gerekmektedir. Sembolik Düzen, küçük çocukların dil öğrendiklerinde toplumun dilsel kalıplarını takip edebilmeleri için düzene boyun eğmek zorunda kalacaklarını ileri sürmektedir (Tong ve Botts, 2021). Bu sembolik sistem, toplumsal cinsiyeti ve diğer sosyal rolleri devam ettiren dili sürekli kullanan bireyler aracılığıyla toplumu düzenlemektedir (Ebert, 1991).

Postmodern Feminist Teorisyenler

-Judith Butler, çalışmaları postmodern feminizm alanında son derece etkili olan Amerikalı bir filozof ve toplumsal cinsiyet kuramcısıdır. Butler'ın (2008) en ünlü eseri, kadın ve erkek arasında doğal, temel bir fark olduğu fikrine meydan okuduğu *Cinsiyet Belası'dır*. Butler, cinsiyetin perforce edilen bir şey olduğunu savunmaktadır. Bu, cinsiyetin insanın doğuştan sahip olduğu bir şey değil, uyguladığı bir şey olduğu anlamına gelmektedir (Salih ve Butler, 2004).

Butler'a göre toplumsal cinsiyetin performatifliği güçle ilişkilidir. Toplumsal cinsiyetin basitçe toplum tarafından dayatılmadığına; daha ziyade, insanların eylemleri ve sözleriyle onu sürekli olarak yeniden ürettiğine ve pekiştirdiğine vurgu yapmaktadır. Başka bir deyişle, bir insan herhangi bir konuda konuştuğunda veya yaptığı her eylemde cinsiyet performansı sergilemektedir.

Butler, *Cinsiyet Belası*'nda (2008), ayrıca cinsiyetin veya en azından toplumsal cinsiyetin dil aracılığıyla inşa edildiğini savunmuştur. Burada Butler; Simone de Beauvoir, Michel Foucault, Jacques Lacan ve Luce Irigaray'nın geleneksel olarak dışıl olanın erkeksi olarak kabul edilen şeyin bir yansıması olduğu şeklindeki argümanına yönelik bir eleştiriden yararlanmaktadır.

Butler ayrıca biyolojik cinsiyet ile toplumsal olarak inşa edilmiş cinsiyet arasındaki ayrımı da eleştirmektedir. Bu ayrımın, kadın ve erkek arasında doğal, temel

bir fark olduğu fikrini güçlendirdiğini savunmaktadır. Bu da erkeklerin kadınlar üzerindeki hakimiyetini haklı çıkarmaktadır. Yine de bu argümanın, kadınların ikinci plana atılmasının tek bir nedeni veya çözümü olmadığını ima etmektedir. Postmodern feminizmin eyleme geçmek için net bir yol sunmadığı eleştirisinin yerine Butler, anlamlı olamayacak kadar belirsiz olduğu için postmodernizm terimini kendisi reddetmiştir. Bunun yerine, daha kapsayıcı ve kadınların yaşamlarının özelliklerine özen gösteren bir feminizmi savunmuştur (Salih ve Butler, 2004).

-Mary Joe Frug, Amerikalı bir avukat ve hukukçudur. Frug'un çalışmaları toplumsal cinsiyet ve hukukun yanı sıra postmodern feminist teoriye odaklanmıştır. Yasal postmodern feminist teori, yasal sistemi feminist bir bakış açısıyla eleştiren bir teoridir. Frug'un çalışmaları, postmodernizmi hukuk alanına ilk getirenlerden biri olması nedeniyle önemlidir (Frug, 2014).

Frug, yasanın doğası gereği ataerkil olduğunu ve bu nedenle kadınlardan çok erkeklere fayda sağladığını savunmuştur. Yasanın, kadınlara, özerk bireylerden ziyade mülk olarak muamele etme şeklini eleştirmiştir. Frug ayrıca, yasaların kadınları eş ve anne olma durumuna indirgemesini eleştirmiş ve bu beklentinin cinsiyet rollerini pekiştirdiğini ileri sürmüştür. Ayrıca Frug, boşanma davalarında ve çocuk velayeti davalarında kanunun kadınlara karşı önyargılı olduğunu savunmuştur (Frug, 2014).

Frug'un çalışması, postmodern feminist teorinin hukuk alanına uygulanmasında çığır açıcı bir etki yaratmıştır. Yasaların tarafsız olmadığını, bunun yerine zaten iktidar konumunda olanların yararına olduğunu göstermiştir. Frug'un çalışması, sonraki feminist hukuk biliminde oldukça etkili olmuştur. Susan Atkins ve Brenda Hale tarafından 1984 yılında yazılan *Women and the Law* kitabı, hâlâ yayınlanmakta ve hukukçular tarafından kullanılmaktadır (Schneider, 1991).

-Luce Irigaray, Belçika doğumlu bir Fransız feminist düşünür ve filozoftur. En çok *Speculum of the Other Woman* adlı çalışmasıyla tanınmaktadır ve kadınlarla ilgili olarak dilin kullanımlarını ve kötüye kullanımlarını araştırmaktadır. Irigaray'ın çalışmaları genellikle kadınların Batı düşüncesi tarafından nasıl marjinalleştirildiğine ve Batı dünyasının eril bakış açısına odaklanmaktadır. *Speculum of the Other Woman*

(1974) kitabında, Irigaray, Freud'un Oedipus kompleksi teorisini eleştirmekte ve bunun erkeksi bir cinsellik anlayışına dayandığını savunmaktadır.

Ayrıca Freud'un kadınlarla ilgili teorilerinin basmakalıp yargılara dayandığını ve kadınları daha da marjinalleştirmeye hizmet ettiğini savunmuştur. Ayrıca Irigaray, Lacan'ın Freud'u yeniden yorumlamasını eleştirmiş ve bunun Freud'un teorileriyle aynı sorunları devam ettirdiğini ileri sürmüştür. Irigaray, kadınların felsefe alanından dışlanma biçimlerini de yazmıştır. Bu dışlamanın, Batı felsefesinin erkeksi bir akıl anlayışına dayanmasından kaynaklandığını belirtmiştir. Irigaray'ın çalışmaları, geleneksel psikanaliz ve felsefe kavramlarına meydan okumada oldukça etkili olmuştur.

-Julia Kristeva, Bulgaristan doğumlu bir Fransız düşünür, yazar ve psikanalisttir. En çok feminist teori, psikanaliz ve dilbilim alanındaki çalışmalarıyla tanınmaktadır. Kristeva'nın çalışmaları genellikle kadınların Batı toplumu tarafından nasıl yaftalandığına odaklanmaktadır.

En ünlü eseri *Kadınların Zamanı*'nda Kristeva (1996), kadınların tipik olarak ev hayatıyla ve özel alanla ilişkilendirildikleri için tarihten dışlandıklarını savunmaktadır. Kristeva (1996) ayrıca kadınların edebiyatta tasvir edilme biçimini de eleştirmekte ve tipik olarak erkeklerin nesneleri olarak gösterildiklerini ileri sürmektedir. Ayrıca, çocukların dil öğrenmede çeşitli aşamalardan geçtiğini ve dil aracılığıyla ortak kültürel anlamlar çıkarmayı öğrendiklerini iddia etmektedir.

Postmodern Feminizme Yapılan Eleştiriler

1990'larda ortaya çıktığından beri postmodern feminizme yönelik çok sayıda eleştiri yapılmıştır. En önemlisi, postmodern feminizm yapısöküme odaklanması ve bir kategori olarak "kadın" kavramını reddetmesi nedeniyle eleştirilmiştir. Alison Assiter (1995), *Enlightened Women* adlı kitabında tam da bu noktada postmodern feminizmi eleştirmektedir. Assiter (1995), postmodern feminizmin yapısöküme odaklanmasının kadınları sabit bir kimlik veya benlik duygusundan mahrum

bıraktığını savunmuştur. Bu eleştiri, istikrarsızlığa ve akışa vurgu yapan postmodernizmin doğası gereği anti-feminist olduğu inancına dayanmaktadır.

Feminist düşünürlerden bazıları ise postmodern feminizmin "kadın" kavramını bir kategori olarak reddetmesinin kadınları daha da marjinalleştirdiğini iddia etmiştir. Bu eleştirmenler, postmodern feminizmin, ortak bir kadın kimliğinin varlığını reddederek, esasen kadınların bir grup olarak varlığını da reddettiğini öne sürmektedir (Ebert, 1991).

Bu eleştirilere rağmen postmodern feminizm, feminist düşünce üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştur. Özellikle yapısöküme odaklanması, kadın ve edebiyat ilişkisinin yeniden incelenmesine olanak sağlamıştır. Postmodernist düşüncenin feminist meselelere uygulanması, kadın çalışmalarına yeni bir ışık tutmuştur. Ancak postmodern feministlerin aşırı akademik dili ve bu sebeple herkese erişilemediği düşüncesiyle eleştirilmiştir (Ebert, 1991).

Modernistler ayrıca postmodern feminizmi, postmodernistlerin özgürleştirici siyasi eylemi haklı çıkarma olasılığını engelleyen Aydınlanma düşüncesinin değerlerini terk ettiği için önemli ölçüde eleştirmiştir. Eleştirmenler, özcülüğü reddettiğini vurgulayarak, postmodern feminizmin kadınların özgürleşmesi için geçerli bir siyasi söylem sağlamada başarısız olduğunu iddia etmektedir. Dahası, postmodernizm genellikle rölativizm ile ilişkilendirildiği için, bazı modernistler patriyarka altındaki kadınların ezilmesi konusunda herhangi bir iddiada bulunmanın imkansız olduğunu savunmaktadır. Buna cevaben postmodern feministler, özcülük eleştirilerinin siyasi iddialarda bulunamayacakları anlamına gelmediğini ifade etmektedir. Ayrıca feminizme postmodern yaklaşımın, kadınların deneyimlerinin karmaşık ve kesişen doğasını hesaba kattığı iddia edilmektedir (Ebert, 1991).

2.1.3. Performatif Cinsiyet

Artık sosyal medyaya giriş yapmak küresel dünyada herkes için günlük bir aktivite haline gelmiştir. Bu durum araştırmacıları, erkeklerin ve kadınların bu

çevrimiçi etkinliklere nasıl katıldığını ve bu tür bir katılımın cinsiyetler arasındaki eşitliği nasıl etkilediğini incelemeye sevk etmektedir.

Kullanıcılar cinsiyeti çevrimiçi olarak gerçekleştirirlerse, geleneksel cinsiyet rolü davranışlarından, tüm toplumsal cinsiyet rollerini reddeden cinsiyet bükücü olarak türkçeleştirilen gender-bender bireylerde görüldüğü gibi çok farklı, toplumsal cinsiyete tepkiye dayalı davranışlara ve aşırı uçlar arasındaki performanslara kadar çok çeşitli performanslara katılma fırsatına sahip olabilmektedir. Sosyal medyada kendilerini özgürce ifade etmeye başlayan drag queen'ler buna güzel bir örnektir. Bu bölümde, Performans Teorisi'nin daha derinlemesine bir açıklamasını yapmaya ve sosyal medyadaki cinsiyete dayalı davranışı incelemeye başlamadan önce bir başlangıç olarak kuramsal temeli oluşturmaya çalışacağım.

Performans teorisini açıklayıcı bir temel olarak kullanan Lynne M. Webb ve Nicholas Temple'ın (2016) yaptığı araştırmada, dijital teknolojilerin cinsiyetlendirilmiş tarihi de göz ardı edilmeden sosyal medyanın ve sosyal medya mekanlarının cinsiyet performansı için benzersiz olanaklar sunduğu belirtilmektedir. Sosyal medyada çeşitli biçimlerde iletişim kurulabilir ve başkalarıyla sosyalleşilebilir. Bazen sosyal medya; başkalarıyla sosyalleşmenin yanı sıra toplumsal cinsiyet rolü klişelerini kırarak, toplumsal yaşamın bütününde cinsiyetler arası eşitlik ve artan özgürlük çağrılarını yaymak için de fırsat sunan bir araca dönüşebilir. Hayatımızın bir parçası olan Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, bloglar ve çevrimiçi oyunlar gibi birçok sosyal medya bunu sağlayabilir.

Performans teorisi (Schechner, 2003), cinsiyetin çevrimiçi olarak performe edilışinden yola çıkarak bireylerin bu şekilde geleneksel cinsiyet rollerinin yarattığı baskılardan uzaklaşabileceğini öne süren bir bakış açısı sunmaktadır. Eğer kullanıcılar cinsiyeti çevrim içi olarak gerçekleştirirlerse, toplumsal cinsiyete dayalı davranış kalıplarından uzaklaşma ve kendi cinsiyet kimliklerini yaşama fırsatı bulabilirler.

Butler'ın (2008) kuramsallaştırdığı *performatif cinsiyet* kavramına göre, toplumsal cinsiyet kimlikleri performe edilmektedir yani davranış kalıpları yoluyla canlandırılmaktadır.

Butler, biyolojik cinsiyet ile toplumsal cinsiyet arasında net bir ayrım yapar: biyolojik cinsiyet (erkek, kadın) yalnızca bir doğum kazası iken; toplumsal cinsiyet erkeklik, kadınlık ve androjenlik gibi kültürel ve toplumsal söylemler aracılığıyla üretilmekte ve sürdürülmektedir. İnsanlar, toplumsal cinsiyet kalıpları içinde birden çok ifade biçimi aracılığıyla toplumsal cinsiyeti canlandırır (Menard-Warwick, 2007).

Judith Butler, cinsiyeti bir performans olarak kavramsallaştırmaktadır. Toplumsal cinsiyet ve cinselliğe dair popüler anlayışların söylem ve sosyal süreçler yoluyla ortaya çıktığını ileri sürmektedir. Cinsiyetin, erkeklere ve kadınlara doğal olarak atfedilen bir şeyden ziyade milyonlarca bireysel eylemle üretildiği için *performatif* olduğunu savunmaktadır (2008). Yüksek topuklu ayakkabılar giyerek sokakta salınarak yürüyen bir kadın kadınlığını sergilemektedir. Tıpkı bir trans kadının yaptığı gibi. Bunun gibi normatif cinsiyet ve cinsellik anlayışlarına uymayanlar uyarılmaktadır (Lorber,1994).

Performatif cinsiyet kuramı, cinsiyetin spesifik olarak insanların sahip olduğu bir şey olmadığını, aksine yaptıkları bir şey olduğunu öne sürmektedir (Menard-Warwick, 2007). Bu kurama göre, cinsiyet, kimliğin aktif bir ifadesi ve dışa dönük bir performansdır.

Bu kuramın en önemli iddiası, toplumsal cinsiyetin performansı olmadan cinsiyetin de olmayacağını söylemesidir. Performans yoluyla, bireyler geleneksel cinsiyet rollerini canlandırabilir ve böylece statükoyu koruyabilir. Tersine, geleneksel rolleri yıkmak isteyenler de cinsiyetler arasında artan eşitliği temsil eden cinsiyete dayalı kimlikler gerçekleştirebilir (evde oturan baba ve kadın yazılımcı gibi).

Performans teorisinin pek çok geleneğinden yararlanan önceki akademisyenler, performansları cinsiyet (Hans vd., 2011; Morris, 1995) ve kimlik (Litt, 2012) gibi çeşitli sosyal kavramlar üzerinden ve aynı zamanda farklı geleneksel kitle iletişim araçları (Aleman, 2010) ve sosyal medya (Hans vd., 2011; Litt, 2012) dahil olmak üzere geniş bir yelpazeden ele almışlardır.

Bireyler, sosyal kimliğin çeşitli yönlerini aynı anda gerçekleştirmektedir (Örneğin, bu tezin yazarı olan ben, bir köpeği olan hayvansever kadın akademisyen olarak Twitter’da yer alıyorum). Bu performanslar birbirleriyle o kadar sık

ilişkilendirilir ki, araştırmacılar toplumsal cinsiyete ilişkin içgörü kazanmak amacıyla araştırmalarını genellikle toplumsal cinsiyet kimliğinin bu ilişkili yönlerinden birine odaklarlar.

Ayrıca, sosyal kimliğin bazı yönlerinin toplumsal cinsiyet performansını şekillendirebileceğini belirtmek önemlidir. Örneğin, ırk ve sınıf genellikle bireylerin dişil ve/veya eril kimliklerini nasıl canlandırdıklarını sınırlamakta ve şekillendirmektedir. Toplumsal cinsiyete ırk ve sınıf üzerinden bakmak, kullanıcıların çevrimiçi davranışları üzerindeki potansiyel etkileri kadar cinsiyete dayalı davranışları üzerindeki etkilerini de görmeyi kolaylaştırması açısından önemlidir. Toplumsal cinsiyet kimliği performansını etkilemesi sebebiyle ırk ve sınıf, kendi başlarına çok önemli ve incelemeye değer olmakla birlikte, bu tez çalışmasının kapsamı dışındadır. Ayrıca, sosyal medyadaki toplumsal cinsiyet konuları üzerine yapılan araştırmaların çoğunun beyaz orta sınıf kullanıcıların çevrim içi davranışlarını incelediğini de belirtmek gerekir.

İnternetin sürekli değişen doğası ve çevrim içi kültürler arasında özgürce gezinme yeteneği, cinsiyetin akışkanlığının fark edilmesine ve deneyimlenmesine izin vermektedir (Bailey ve Telford, 2007). İnternet, toplumsal cinsiyetin yeni yollarla gerçekleştirilebildiği, özgürleştirici potansiyeli olan bir alan olarak görülebilir (Hans vd., 2011). Yenilikçi kimlikler çevrimiçi temsil yoluyla hayal edilebilir (White, 2003) ve cinsiyetlendirilmiş senaryolar yeniden kavramsallaştırılabilir (Kelly, Pomerantz ve Currie, 2006). Tüm bunlar ana akım toplumsal cinsiyet anlayışlarına meydan okumaktadır. Birçok bilim insanı, hem erkek hem de kadın kullanıcıların, yerleşik toplumsal cinsiyet klişelerini hem “kopyalayan” hem de “değiştiren/bozan” biçimde çevrim içi iletişim kurduklarını öne sürmektedir (Anderson ve Buzzanell, 2007: 32).

Ücretsiz Wi-Fi hizmeti ile birlikte internete ve dolayısıyla sosyal medyaya her yerden ulaşılabilmesi çok çeşitli toplumsal cinsiyet düzenlemeleri için fırsatlar yaratabilir. Sosyal medyada kullanıcıların cinsel yönelimi, cinselliği ve cinsiyet kimliği üzerinden gerçekleştirdikleri performansları için izleyici kazanabilecekleri ve hem geleneksel (örneğin anne blogları) hem de geleneksel olmayan performanslar

(örneğin, transseksüel kimlikler) için sosyal destek bulabilecekleri birden fazla seçenek bulunmaktadır.

Ayrıca, internet, bir kitle iletişim aracı olarak, toplumsal cinsiyete dayalı konuların geniş çapta dikkat çekmesi için bir alan açmaktadır. Sosyal medya siteleri, statükonun cinsiyetçi söyleminin dışında; bilgi sağlama, katılım ve fikirlerin tartışılmasına izin vermektedir. Bu nedenle sosyal medya, toplumda genellikle göz ardı edilen veya susturulan sesler (örneğin, lezbiyen gençler) için forumlar oluşturulabilmesine imkan sağlamaktadır. Buna ek olarak, internet, sosyal değişimi harekete geçiren hareketler için gerekli olan duygusal ve fiziksel örgütlenmeye izin vermektedir. Örneğin, modern feminizmin somutlaşması, merkezi örgütlere ihtiyaç duymayan ve onun komuta kontrol yapılarından kaçan ağların ve bağlantıların ortaya çıkmasıyla gerçekleşmektedir (Bailey ve Telford, 2007: 259). Bu bakış açısına göre internet, toplumsal cinsiyetin yenilikçi yollarla gerçekleştirilebildiği, kavramsallaştırılabildiği ve kuramlaştırılabildiği bir toplumsal cinsiyet özgürlüğü alanıdır.

2.1.4. Siberfeminizm

Donna Haraway'ın siborgu, kimliğe bakmanın bu yeni yolunun tercih edilen metaforu olarak ortaya çıkmıştır. Haraway'ın çokça alıntılanan 1985'te yazdığı ve Siborg Manifestosu olarak Türkçe'ye de çevrilen "A Manifesto for Cyborgs" adlı makalesi, hem "doğa" hem de "teknoloji"yi birleştiren yeni bir var olma ve düşünme biçimi olan siborg konusunu kavramsallaştırmıştır (2006). İkili cinsiyet kavramını özünde birbirine karşıt olarak görmek yerine, siborg, ikiliğin yanlış olduğunu kanıtlayarak, aynı anda ikisini de somutlaştırmaktadır. Haraway'ın siborgu, "queer siyaseti" veya "renkli kadınlar" gibi biyolojiden ziyade stratejik ortaklığa dayanan başka tür özne konumlarının yaratılmasına izin veren karmaşık bir siyasi harekettir.

Haraway'ın siborgu pozitif siber teorisinin bir kolu tarafından geniş çapta benimsenmiştir. (Kirkup vd. 2000; Terry ve Calvert, 1997; Wolmark, 1999). Siberfeminizm, "teknobilimin" kadınlar için potansiyel olarak özgürleştirici olduğunu iddia etmektedir. Bazı siber-feministler, internet gibi teknolojilerin özünde kadınların düşünme ve var olma biçimlerine uygun olduğunu savunmaktadır (Plant, 1998).

Siberfeminizm, Batılı bilgisayar teknolojilerinin, özünde ataerkil olduğunu, eril ideolojileri bünyesinde barındırdığını ve genellikle kadınları kontrol etmek için erkekler tarafından kullanıldığını savunan 1970'ler ve 1980'ler feminizmine bir tepki olarak ortaya çıkmıştır.

Siberfeministler, çağdaş teknolojinin, özellikle internetin, kadınlar için muazzam bir potansiyele sahip olabileceğini savunmaktadır. Kadınların kendi deneyimlerini organize etmeleri, bunları teorileştirmeleri, başka kadınlarla paylaşımları ile birlikte kendilerini gerçekleştirebilme fırsatı elde edebileceklerini ileri sürmektedir (Wajcman, 2007).

Siberfeministler, topluluk oluşturma, örgütlenme ve birbirini destekleme söz konusu olduğunda kadınların doğası gereği daha iyi olduğunu söylemektedir. Siberfeministler, bu düşünceyi erkek ve kadın yeteneklerine ilişkin özcü bir görüşe dayandırmaktadır. Cinsiyet ve teknolojiye ilişkin bu özcü görüş zararlı etkilere sahip olabilir; çünkü bu bakış açısı toplumsal cinsiyetçiliği besleme riskini beraberinde taşımaktadır (Van Zoonen, 2001).

2.2. Toplumsal Cinsiyete Dayalı Bir Teknoloji Olarak Sosyal Medya

Çevrim içi sosyal süreçlerin teknolojik alt tabakadan mı yoksa sosyal alt tabakadan mı kaynaklandığını tanımlamak zordur. Çevrim içi ortamda cinsiyet ve cinsellik kavramları tartışmaya açılmadan önce şu sorunun sorulması gerekmektedir: Cinsiyet kimlikleri, kullanılan teknolojiden mi, onu kullanan kişilerden yani toplumdan mı yoksa her ikisinden mi etkileniyor?

Gelişmekte olan bilim ve teknoloji üzerine çalışan araştırmacılar, cinsiyet ve teknoloji arasındaki bağlantıyı kapsamlı bir şekilde incelemiştir (Cowan, 1985; Lerman vd., 2003; Wajcman, 1991). Araştırmacılar, teknolojinin tasarımının ve kullanımının, bilerek veya bilmeyerek nasıl cinsiyetçi veya dışlayıcı cinsiyet politikalarına yol açabileceğini analiz etmişlerdir. Örneğin, Rachel Weber, askeri jet kokpitlerinin başlangıçta, erkek bedenlerinin yüzde 5 ila 95'ini barındıracak şekilde inşa edildiğini analiz etmiştir; bu, boy ve kilo gerekliliklerini karşılamayan uygun

kadınların dörtte üçünden fazlasının hariç tutulmasıyla sonuçlanmıştır (1997). Normatif erkeklik anlayışı, eşitsiz istihdam uygulamalarının bir sonucu olarak doğrudan teknolojinin içine inşa edilmiştir.

21. yüzyılın başlarında, teknolojiye ağırlıklı olarak erkekler egemendi. Kaldı ki zaten erkek mühendisler sosyal medyanın hem donanımını hem de yazılımını geliştirdiler. Bu eşitsizlikler nedeniyle, teknolojik gelişmeler eril iktidar araçları olarak görülebilir (Bailey ve Telford, 2007).

Eşitliği artırmaya yönelik adımlara rağmen, yazılım tasarımı gibi teknolojinin özel alanlarında erkekler egemen olmaya devam etmektedir (Anderson ve Buzzanell, 2007). Birçok çevrimiçi ortamın eril özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Bu da interneti erkeklerin işgal ettiği bir alan olarak göstermektedir. Bazı feministler, kadınların dışlanması nedeniyle teknolojinin, kadınlara zarar veren baskı araçları üreten ataerkil bir hiyerarşiyi yansıttığını ileri sürmüşlerdir.

Sosyal medya platformlarının tüm yaş grupları tarafından eşit şekilde kullanılmadığını da söylemek gerekir. Sosyal medyayı etkin olarak kullananlar 25-45 yaş arası bireylerdir (We Are Social, 2023). Bununla birlikte, günümüze yaklaştıkça, internette çevrim içi olan kadın sayısı giderek artmaktadır. Çevrim içi teknolojilerin ilişkisel kullanımına ilişkin veriler özellikle ilginçtir. 2000 yılında gerçekleştirilen ‘Pew İnternet ve American Life’ projesinin araştırma sonuçlarına göre, kadınların interneti erkeklere kıyasla daha çok ilişkilerini sürdürmek için kullandığını ortaya çıkarmıştır.

Çağdaş feministler, internetin çok yaygın bir şekilde yayılma gösterdiğini ve iletişim için benzersiz imkanlar sunduğunu belirtmektedir (Bailey ve Telford, 2007: 244). İnternet 2.0'ın ortaya çıkması ve bunun kullanıcı tarafından üretilen içeriğe vurgu yapmasıyla, kullanıcılar arasında çevrim içi etkileşimi kolaylaştıran sosyal medya gelişmiştir. Sosyal medya kamusal alanı, tüm kullanıcılara, cinsiyet kimliği fark etmeksizin etkileşim kurmak ve fikirlerini her yere yaymak için çok sayıda fırsat sunmaktadır.

Bazı feminist araştırmacılar, sosyal medyanın yükselişini övmektedir, çünkü sosyal medya genellikle dışıl kabul edilen özellikler olan kendini ifade edebilme ve

sosyalleşme becerilerini ayrıcalıklı kılmaktadır (Zacharias ve Arthurs, 2008). Bazı feminist düşünürler, sosyal medyanın -bilhassa genç kadınların- ana akım medya klişelerine karşı koyabilmeleri ve kendi kimliklerini oluşturabilmeleri için onları güçlendirecek alanlar olarak hizmet edeceğini iddia etmektedir. Kadınların nihayetinde bir “kadın” olmanın ne anlama geldiğine dair yeni veya değiştirilmiş tanımlar inşa edebileceklerini düşünmektedir (Scott-Dixon, 2002; Koskela, 2004).

Yeni medya teknolojisinin sunduğu potansiyele dayanarak kadınlar, sosyal medya aracılığıyla birbirlerine yorum yapmakta, ilişkiler kurmakta ve sosyal sermaye alışverişinde bulunmaktadır (Senft, 2008). Senft (2008), kadınların kendilerinin yazdığı çeşitli anlatıların, “kadın olma”nın baskın, klişe tanımlarını altüst etmeye ve hatta belki de toplumsal cinsiyet eşitliğini engelleyen cinsiyete dayalı kısıtlamalara meydan okumaya başlayabileceğini öne sürmektedir.

Kadınlar, sosyal medya teknolojisini kullanma konusunda açıkça heveslidir ve sosyal yaşamlarını geliştirmek için anlamlı şekillerde kullanmaktadır (Bailey ve Steeves 2013). Aralarından seçim yapılabilen çok sayıda sosyal medya platformu vardır. Ancak, bu sitelerin birçoğu hakkında dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta, hem ana akım hem de kurumsal olmalarıdır. Kurumsal, ana akım web siteleri büyük miktarda reklam içerme eğilimindedir ve bu reklamlar genellikle “erkek” veya “kadın” olmanın ne olduğuna dair önceden var olan klişeleri tasvir etmektedir.

İnsanlar sosyal teknolojileri tasarımcıları ve geliştiricileri tarafından istenmeyen birçok şekilde kullanırken, toplumsal cinsiyet ve cinsellik hakkında varsayımlarla yüklü olanlara bakmak önemlidir. Eşcinsel erkekler için bir konum belirleme uygulaması olan Grindr, eşcinsel erkeklerin fiziksel olarak çekici olduğu, kalabalık kentsel alanlarda yaşadığı ve gündelik ilişkilerden keyif aldığı bir eşcinsel erkek cinselliği modelini varsayar. Bu davranış modeli, baskın heteroseksüel senaryodan farklı olsa da, tüm eşcinsel erkeklerin deneyimlerini yansıtmaz. Nüfusun daha düşük olduğu kırsal alanlarda, eşcinsel erkekler genellikle Grindr’ı bölgedeki diğer eşcinsel erkekleri bulmak, arkadaşlık etmek, birbirlerine destek olmak veya uzun süreli ilişki yaşamak için kullanır (Mowlabocus, 2010).

Genç kızları ve 20'li yaşlardaki kadınları hedef alan Pinterest gibi sosyal alışveriş siteleri, kullanıcılarının kıyafet ve makyajla ilgilendiğini varsaymaktadır. Pinterest, kullanıcılarının "Ev için", "Tarzım", "Sevdiğim ürünler", "Favori yerler ve mekanlar" ve "Okumaya değer kitaplar" gibi kategoriler yaparak internette buldukları ilginç şeyleri 'yer imlerine eklemelerini' sağlamaktadır. Pinterest, kullanıcılarının ev işleri, moda, dekorasyon, alışveriş ve kitaplarla ilgilendiğini ancak spor, bilim, politika veya aktivizmle ilgilenmediğini varsaymaktadır. Kullanıcı profili salt kadınlardan oluşmamakta, aynı zamanda feminen ürünleri tüketen herkesi kapsamaktadır. Liesbet van Zoonen'a göre (2001), çevrimiçi alanın metalaştırılması, bir tüketici olduğu göz ardı edilmeyen, normatif kadını yeniden üretmektedir.

Toplumsal cinsiyete karşı teknolojik determinist bir tavırdan kaçınmak önemlidir. Çevrimiçi davranışın determinist açıklamaları, teknolojinin belirli bir kullanıcı eylemini öngördüğünü varsaymaktadır. Ancak, insanların ve insan eyleminin teknolojiyi şekillendirdiğini öne süren katı teknoloji modellerine de bağlı kalınmamalıdır (MacKenzie ve Wajcman, 1985)

Bunun yerine, bir sistemin teknolojik olanakları ile sistemi kullanan topluluk tarafından pekiştirilen kültürel davranış arasındaki ilişkiyi anlamak gerekir. Bu yapısal ilişki, aynı teknolojinin farklı kullanıcı grupları tarafından alımlandığında ortaya çıkan bağlamsal farklılıklarını gözden kaçırmamayı da sağlamaktadır.

Bazı teknolojilerin özünde erkek davranışlarına veya düşünme biçimlerine daha uygun olduğunu varsaymak yerine, teknolojiler ve özellikle sosyal medya, baskın cinsiyet kavramlarına bağlı davranış kalıplarını nasıl ödüllendirdikleri veya caydırdıkları açısından incelenebilir. Toplumsal cinsiyet kavramları akışkan olduğu için bu, sosyal bağlamlar arasında farklılık gösterir. Örneğin, genç bir kadın için uygunluk beklentileri yalnızca sınıfına, ırkına, dinine, cinselliğine ve konumuna (diğer şeylerin yanı sıra) bağlı değildir, son elli yılda değişmiştir.

Toplumsal cinsiyet ifadesi, ister ABD ordusu ister Silikon Vadisi olsun, teknolojinin üretildiği bağlamdan etkilenir. Tipik olarak, kurucular kendileri için ürünler yaratır. Kurucular öncelikle genç beyaz erkeklerse, bu demografik grup için çok sayıda teknoloji tasarlanacaktır. Twitter'ın normları, ilk kullanıcıları olan teknoloji

sahnesinin üyeleri tarafından formüle edilmişti. Teknolojik uygulamaya ilişkin normatif yargı, yaratıcıların sosyal bağlamı tarafından belirlenmiştir. Yaratıcılar öncelikle erkekse, yazılım erkek cinsiyetli uygulamaya değer verecek ve ödüllendirecektir.

Teknolojiler, herhangi biri yazılımı kullanmadan önce belirli değerleri ve normları içerebilmektedir. Örneğin, birçok farklı sosyal ağ sitesinde, kullanıcıların hizmeti kullanmak için "gerçek bir ad" kullanmaları gerekmektedir ve bu, bir şeffaflık idealini doğrudan yazılıma dahil etmektedir. Bu idealin iki nedeni vardır. İlk olarak, "gerçek adların" istenmesi, pazarlama ve veri madenciliği şirketlerine satılabilecek daha doğru kullanıcı verileri oluşturur. İkinci olarak bilgisayarların hiyerarşiyi ortadan kaldıracığı ve demokrasiyi artıracığı, dolayısıyla takma ad kullanmanın veya anonimliğin gereksiz olduğuna dair belirli bir Silikon Vadisi inancı vardır. (Raynes-Goldie, 2010)

Twitter, Instagram, Facebook ve YouTube gibi sosyal medya platformları, iletişimi kolaylaştıran alanlar ve araçlardır. Bu teknolojilerin cinsiyetten bağımsız olduğunu varsaymak yerine, bilgi teknolojilerinin erkeklik, iş ve mühendislik normlarını sürdürebileceğini göz ardı etmemek gerekmektedir.

2.2.1. Feminist Teknoloji

iPhone'lardan mikrodalga fırınlara kadar pek azımız günlük hayatımızda kullandığımız teknolojilerin cinsiyet açısından tarafsız olup olmadığını veya bir şekilde toplumsal cinsiyet klişelerini teşvik edip etmediğini düşünmek gerekmektedir.

Telefonlarımızda kurulu bir alarmla uyanırız; işe giderken telefonlarımızda veya tabletlerimizde haberleri okuruz; çalışmalarımızı bilgisayarlara kaydederiz ve bulutta yedekleriz. E-posta olmadan bir hayatı veya kulaklarımızda müzik olmadan koşmayı hayal bile edemiyoruz. Bu, çoğumuz için geçerlidir. Bu bağlamda, teknoloji sıradan, tipik ve cinsiyetten bağımsız görünmektedir. Telefon veya bilgisayar kullanmakla ilgili hiçbir şey cinsiyete dayalı görünmemektedir. Ancak genellikle erkekler teknolojik cihazlara, kadınlar ise ev işlerinde daha verimli olmalarına yardımcı olduğu için ev aletlerini kullanmaya teşvik edilmektedir. İster elektrikli ocak, fırın, elektrik süpürgesi, mikser veya başka bir alet olsun, bu tür teknolojiler her zaman

kadın emeği ile ilişkilendirilmektedir (Layne, 2010). Cinsiyet kalıp yargılarını daha da sağlamlaştırmaya hizmet eden belirli teknolojiler özellikle kadınlara ayrılmıştır.

Bu toplumsal cinsiyet klişeleştirmesi, kadınlar bilgisayar ve makine gibi pahalı veya "karmaşık" teknolojileri kullanmamaları konusunda uyarıldığında da devam etmektedir. Hindistan'daki kırsal toplumlarda, bir kadının dokunuşunun teknolojiyi yok edeceğine dair yaygın bir efsane vardır. Teknoloji, toplumsal cinsiyet klişelerini güçlendirmeye hizmet ediyorsa ve erkeklere kadınlardan daha fazla ayrıcalık tanıyorsa, gerçekten de toplumsal cinsiyet açısından tarafsız mıdır?

Cinsiyete dayalı teknoloji, yeni icatların yazılı sözcüklerin basılmasına izin verdiği ve erkeklerin artık ayı, yıldızları ve galaksileri inceleyebildiği Aydınlanma Çağı'na kadar uzanmaktadır. Bu dönemin tarihi erkek yanlıdır; sadece erkeklerden ve onların katkılarından bahsetmektedir, aynı zamanda benzer alanlarda gerçekleşen kadınların önemli başarılarını görmezden gelmektedir. Daha sonraki yıllarda teknoloji, geleneksel askeri silahlar, fabrika makineleri ve iş aletleriyle ilişkilendirilmeye başlanmıştır ve bunların tümü erkeklerin alanına dahil edilmiştir (Wajcman, 2009). Dolayısıyla, geçmişin teknolojilerinin kesinlikle cinsiyete dayalı olduğunu söylemek mümkündür ancak günümüz teknolojisi de en az eski teknolojiler kadar cinsiyetlendirilmiş olabilir.

Bugün, söz konusu teknolojiye erişim olduğunda, ülkelerin %60'ı henüz cinsiyet eşitliğini sağlayamamıştır (UNESCO, 2010). Kızların bilim ve matematikten korkması sağlanmaktadır, bu da dünya çapında STEM (Bilim, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik) eğitiminde ve iş hayatında kadın eksikliğine yol açmaktadır. ABD'de Bilgisayar Bilimleri bölümünden mezun olan kadınların oranı, 1985'teki %37 ile karşılaştırıldığında ülke çapında %18'e düşmüştür. Bu veriler, Hindistan bağlamında mevcut değildir; bu, bu ülkenin STEM ve kadınlar konusundaki genel sessizliğinin bir göstergesidir. Kadınlar, tüketici olmadıkları sürece teknolojileri öğrenmenin ve geliştirmenin hemen her alanından dışlanmaktadır.

Kadınların eşit şekilde katılım sağlayabilmesi için, kadınları güçlendiren ve dijital cinsiyet ayrımını ortadan kaldıran teknolojilere ihtiyacımız vardır. Peki buradan yola çıkarak teknolojinin feminist bilince sahip bir kadın tarafından yaratılması gerekli

midir? Her şeyin tamamen siyah veya beyaz olmadığı gibi bu sorunun cevabının da karmaşık olduğu ortadadır. Örneğin, tamponlar adet görme konusunda cinsiyetçi bir tavır sergileyen bir erkek tarafından üretilmiştir, ancak kadın doğum kontrol hapları bir erkek tarafından kadınlara seçenekler sunmak için vardır (Layne, 2010). Pembe bir telefon ya da mücevherli bir dizüstü bilgisayar gibi bazı teknolojiler bir kadının üretimi olabilir, ancak bu üretim kadınların yaşamlarını iyileştirmek ya da eşitliğe giden yolu açmak için hiçbir şey yapmamaktadır. Bunun yerine, tüketici merkezli bir dünyada toplumsal cinsiyet klişelerini pekiştirmeye hizmet etmektedir. Bu nedenle teknolojinin, üreticinin cinsiyeti ne olursa olsun kadınların yaşamları üzerindeki etkisi incelenerek stratejik olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

2.2.2. Çevrim içi Cinsiyet

1990'larda birçok internet araştırmacısı, çevrim içi kimliği anlamak için Butler ve diğer queer teorisyenlerinden yararlanmıştır. Sherry Turkle, çok kullanıcıli metin oyunları, ilan tahtaları ve sohbet odaları gibi çevrim içi alanların, insanların görünüş veya ses gibi bedensel ipuçları olmadan iletişim kurmasını mümkün kıldığı fikrinden etkilenmiştir (Turkle, 1995).

*Bedensizleşme hipotezi*¹³ etin kısıtlamalarından kurtulan internet kullanıcılarının aktif olarak hangi cinsiyet kimliği veya cinsellik içinde “var olacaklarını” seçeceklerini, muhtemelen kendi kimlikleri gibi olmayan alternatif kimlikler yaratacaklarını ileri sürmüştür (Wynn ve Katz, 1997). Kullanıcıların bilinçli olarak farklı cinsiyet kimliklerini benimseme ve onlarla hareket etme becerisi; ikili cinsiyet (gender binary) sınıflandırmasını yıkma, cinsellik ve cinsiyet ifadesinde akışkanlığı teşvik etme ile ilgili seçenekleri ortaya çıkaracaktır.

Çağdaş toplumsal cinsiyet teorisyenleri, özcü bir pozisyon almaktan ziyade teşvik edilen, cesareti kırılan, ödüllendirilen veya yasaklanan davranışlara ve bu davranışların ideal “erkek”, “kadın”, “dişil” ve “eril” kavramlarıyla nasıl eşleştiğine odaklanmaktadır. Başka bir deyişle, belirli ortamlarda, kadınlar için belirli davranışlar

¹³ Literatürde ‘disembodiment hypothesis’ olarak geçen bedensizleşme hipotezine göre siber uzamda insanın vücut kısıtlamalarının aşılmasıyla yeni bir özgürlük alanının doğduğu düşünülmektedir. Yani bedeninin varlığından uzakta yeni bir kimlik oluşturma sürecidir.

teşvik edilirken, erkekler aynı davranıştan caydırılmaktadır. Bir kadın kibar ve hanımefendi olduğu için - cinsiyet normlarına uygun davrandığı için - her ödüllendirildiğinde veya bir erkek, ideal erkeklik anlayışına uygun davranmadığı ve herhangi bir durum karşısında zayıf davrandığı için aşağılandığında “eril” veya “dişil”in anlamı pekiştirilmektedir (Lorber, 1994). Bu hem çevrim içi hem de çevrim dışıyken gerçekleşebilir.

Sosyal medya gündelik hayatın içine gömülü olduğu için, günlük etkileşimde mevcut olan dinamiklerden yararlanmaktadır. Örneğin, Julie Cupples ve Lee Thompson, cep telefonunun, lise öğrencisi genç kadınların romantik ve cinsel birliktelikleri üzerinde statükocu toplumsal cinsiyet ilişkileri kurgusunu sürdürecektir şekilde kendilerini temsil etmelerine olanak tanıyan bir heteroseksüel lise senaryosunu güçlendirmek için nasıl kullanıldığını analiz etmiştir. Bu çalışma sonucunda cep telefonunun -özünde cinsiyetçi olmasa da- okudukları okulun ve bulundukları sosyal çevrenin cinsiyetçi çerçevesi içinde heteroseksüellik ve toplumsal cinsiyet kimliklerinin yeniden üretilmesinin bir parçası olarak kullanıldığını ortaya çıkarmıştır (Cupples ve Thompson, 2010).

Marwick’in 2013 yılında yaptığı bir araştırma sosyal medyadaki cinsiyetçi davranışlar hakkında önemli veriler sunmaktadır. Araştırmanın öznesi sosyal medya influencer’ı Julia Allison’a karşı diğer kullanıcıların uyguladığı nefret söyleminin detaylarını araştıran Marwick (2013), Allison’a karşı gösterilen nefretin çoğunun, sosyal medyadaki uygun davranış beklentilerine dayandığını belirtmektedir. Allison, birçok sosyal medya kullanıcısı tarafından uygun bulunmayacak bir şekilde kişisel bilgilerini paylaşarak, kendine, yaşam biçimine ait dijital görüntüleri ve sosyal medyada ortaya çıkan kimlik kalıplarını kullanarak kasıtlı olarak "feminen" bir kişilik yansıtmak için ünlü kültürünün mantığıyla davranmaktadır. Bununla birlikte, “maskülen” davranışlara ayrıcalık tanıyan ve kadınların benlik sunumunu yakından denetleyen, derinden cinsiyetlendirilmiş bir bağlamda çalışmaktadır.

Çevrim içi iletişime cinsiyete dayalı olarak bakmak, teşvik edilen ve cesareti kırılan iletişim türlerindeki kalıpları ortaya çıkarmaktadır. Marwick’in(2013) araştırmasında belirttiği üzere, Julia Allison’ın ve ona benzer başka *influencer*

kimliklerin, toplumsal cinsiyetli bir kimlik üretmek için sosyal medyayı nasıl kullandığını anlamak, yaşanan olumsuzlukların bir kısmını anlamaya yardımcı olabilir ve sosyal medyanın toplumsal cinsiyeti nasıl yansıttığını hem de nasıl yeniden ürettiğini göstermede açıklayıcı olabilir (Marwick, 2013).

2.2.3. Algoritmik Cinsiyet Ayrımcılığı

Çoğumuz için yapay zeka karmaşık, belirsiz ve anlaşılmaz bir dünyadır. Yapay zekanın özü, daha önce insan zekası gerektirdiği düşünülen görevleri yerine getirebilen bilgisayar sistemleri geliştirmektir. Tabii bu durumda bizlerin de gerçek olmayanı gerçeklikten ayırmamız gerekmektedir.

Yapay zeka ve makine öğrenimi, tarihsel olarak içsel önyargı nedeniyle eleştirilerle karşı karşıya kalmıştır . Makine öğrenimi algoritmaları, büyük miktarda veriyi işlemekte ve tıpkı insan zekasının yaptığı gibi doğru bilgileri aktarmaktadır. Veri kümelerine giren verileri oluşturan, toplayan ve etiketleyen insanlardır ve algoritmaların tahmin yapmak için hangi veri kümelerini, değişkenleri ve kuralları öğrendiğini belirleyen de insanlardır.

Algoritmik cinsiyet önyargısı, içinde yaşadığımız dünyanın bir yansımasıdır. Avrupa Cinsiyet Eşitliği Enstitüsü'ne göre (2022) , *"AB ve Birleşik Krallık'ta yapay zeka üzerinde çalışanların yalnızca %16'sı kadın ve 10 yılı aşkın deneyime sahip kadınlar, yapay zeka profesyonellerinin yalnızca %12'sini oluşturmaktadır."*

Eksik veya önyargılı verilere dayanan yapay zeka sistemleri, ayrımcılık da dahil olmak üzere insanların temel haklarını ihlal eden yanlış sonuçlara yol açabilir. Kadınların ve beyaz olmayan insanların teknolojide yeterince temsil edilmemesi ve yapay zekayı şekillendiren verilerde bu grupların yetersiz örneklenmesi, dünyanın küçük bir bölümü için optimize edilmiş teknolojilerin yaratılmasına yol açmıştır.

Smith, G., Rustagi, I. 'nin Stanford Social Innovation Review'da yayınlanan makalesine göre (2021) yapay zeka uygulamalarındaki cinsiyet yanlılığının yaygınlığı toplumsal olarak birtakım olumsuz sonuçlar doğurmaktadır:

- Erkek bedenleri, yüzyıllardır tıbbi testler için standart olmuştur. Kadın bedenlerinin çok karmaşık ve değişken olduğu düşünülürse, kadınlar sağlık risklerine yol açabilecek tıbbi deneylerde genellikle eksik kalmaktadır.
- Çok az kentsel veri seti toplumsal cinsiyete ilişkin verileri izleyip analiz etmektedir, bu nedenle binalar genellikle kadınların ihtiyaçlarını hesaba katacak şekilde tasarlanmamaktadır.
- Çoğu demografik veri ikili kadın-erkek kategorileri temelinde etiketlenir. Cinsiyet bu şekilde basitleştirildiğinde, AI'nın cinsiyet akışkanlığını ve nüanslı cinsiyet kimliklerini yansıtmaya potansiyelini azaltır ve zaten marjinalize edilmiş grupların daha da açığa çıkmasına yol açabilir.
- Ticari yüz tanıma sistemleri genellikle çeşitli ve temsili örnekleri olmayan görüntü veri kümelerini kullanır. Cinsiyet sınıflandırmasında cinsiyet ikilisini kullanmak, yanlış ve eksik bir cinsiyet görüşü oluşturmaktadır.
- Önyargılı verilerle eğitilen algoritmalar, ayrımcı işe alım uygulamalarını sürdürerek, erkek egemen sektörde bir sorun olan, kadınların özgeçmişlerinin otomatik olarak atılmasına yol açabilir.
- Cinsiyete dayalı önyargılı sistemler, kadınların ve ikili olmayan bireylerin fiziksel ve zihinsel refahına zarar verebilir, otomatik olarak ve haksız bir şekilde ayrımcılık yapabilir ve onları temel destek mekanizmalarından dışlayabilir.
- Örneğin, otomotiv endüstrilerinde giderek daha fazla kullanılan ses tanıma sistemleri, genellikle kadınlar ve non-binary bireyler için daha kötü performans göstermektedir.
- Çevrimiçi metinden öğrenen çeviri yazılımı cinsiyete dayalı çeviriler yapmaktadır. Bu, mevcut klişeleri ve önyargıları güçlendirmektedir.

Toplumsal cinsiyetin ana akımlaştırılması gerekmektedir. Toplumsal cinsiyet perspektiflerinin politikalara, uygulamalara ve yapılara dahil edilmesi önemlidir. Yapay zeka sistemleri için birincil hedef olarak toplumsal cinsiyet eşitliğine öncelik verilmesine dikkat edilmelidir. Yapay zeka sistemlerini geliştiren ekipler arasında cinsiyet çeşitliliğinin, eşitliğin ve kapsayıcılığın sağlanması önemlidir.

Önde gelen şirketlerin AI sistemleri, Oprah Winfrey, Michelle Obama ve Serena Williams'ın yüzlerini doğru bir şekilde sınıflandıramamıştır. Teknoloji bu ikonik kadınları bile göz ardı ettiğine göre, bu sistemlerin nasıl inşa edildiğini ve gerçekte kime hizmet ettiğini yeniden düşünmek elzemdir.

2.3. Sosyal Medyada Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğiyle Mücadele Etmek: Karşıt Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya

Bu bölümde, sosyal medyada hashtag'ler aracılığıyla oluşturulan karşıt kamusal alanların feminizme katkısı değerlendirilecektir.

2.3.1.Sosyal Medyada Feminist Aktivizm: Hashtag Aktivizmi

Feminist aktivizmin ilk örnekleri, feministlerin siyasi haklar üzerinde devam eden kısıtlamalar nedeniyle apolitik bir tarz benimsemeye istekli olduğu böylesine kritik bir dönemde ortaya çıkmıştır(Timisi ve Ağduk, 2002).

Hashtag'ler geçici veya tek kullanımlık eylemler olarak ele alınır ve geleneksel meşru söylem ile uyumlu olması gerekmez (Halupka, 2018: 3; Chen vd., 2018; Lindgren, 2019), Yakın zamanlı araştırmalarda, hashtag aktivizminin ağa bağlı karşıt kamularının, ana akım medyayı ele geçirmesiyle sonuçlanan alternatif anlatılar için bir yayın mekanizması yaratarak gerçekten de toplumsal değişimi desteklediği öne sürülmektedir. Örneğin, #MeToo ile binlerce kadının cinsel taciz veya saldırı deneyimlerini anonim olmayan bir şekilde nasıl ifşa ettiğini görmek mümkündür (Jackson vd., 2020).

Twitter'da başlayan ancak daha sonra sosyal medyaya yayılan hashtag'in marjinalleştirilmiş ve susturulmuş olanların sesini duyurmak için güçlü bir araç sağladığını ve böylece sosyal medyanın sosyal adaleti, siyasi direnişi ve kadınların

güçlendirilmesindeki rolüne nasıl katkıda bulunduğunu incelemek önemlidir. Lauren Berlant'ın (2011) insanların bir hashtag etrafında toplanırken deneyimleyebilecekleri "birlikte politik hissetme etkisi" (224) olarak tanımlanan "samimi halklar" kavramından yola çıkarak hashtag'in, özellikle beyaz olmayan kadınlar gibi geleneksel ana akım medya söyleminin dışında bırakılanlar arasında, tutarlı bir şekilde güçlü bir çevrimiçi aktivizm biçimi üreten samimi topluluklar halinde sessizleri harekete geçirmek için söylemsel bir güç sunduğunu savunmak gerekir (Campbell vd. 2012; Johnson vd. 2011; Liebler, 2010). Yine de aynı zamanda, hashtag tarafından oluşturulan faillik, hegemonik normları pekiştirebilir, kadınların dijital boyunduruk altına alınmasını sürdürebilir ve toplumsal cinisyet eşitliğine zarar verici anlatıları somutlaştıran bir mekanizmaya dönüşebilir. Bazı durumlarda, hashtag'ler güç veriyor gibi görünseler bile, bu hashtag'leri çevreleyen söylemi daha geniş alanlarda şekillendiren ve yinelenen "düzenleyici normlar" (Butler, 1993: 10) nedeniyle dijital alanın kadınlar için daha iyi bir yer olma ihtimali zayıflamaktadır.

Özellikle dijital olarak ortaya çıkan ekosferlerde kültürel bağlam ve bilgisayar erişimi konularını ve bu faktörlerin hashtag feminizminin söylemsel gücünü nasıl sınırlayabileceğini ele almak önemlidir. Ayrıca, Jodi Dean'ın "teknoloji fetişi" (Dean, 2009: 10) olarak adlandırdığı üzere, internetin başkalarıyla dayanışma yanılışmasını besleyebildiği söylenebilir. İnsanların bir hashtag yazıp paylaş butonuna basmak kadar küçük çevrimiçi eylemlerde bulunduğu bu çevrim içi eylemin sokaktakinden daha anlamlı olduğunu hissetmesine yol açabildiği durumlar söz konusu olabilmektedir.

Bu, "düşük maliyetli ve düşük riskli çevrimiçi aktivizm", *slacktivism* kavramı ile ifade edilmektedir. (Lee ve Hsieh, 2013). Slaktivizm, çevrim içi eylemlere klavye başından beğeni ya da retweet atarak dahil olmayı içerirken; ayrıca hashtag kullanarak çevrim içi eylemin bir parçası olmanın zahmetsiz biçimidir.

Hashtag'lerin sessizlerin sesi olma gücünün en güçlü örneklerinden biri, aktivizm bağlamında, 2010'da birkaç Arap ülkesine yayılan bir dizi demokratik ayaklanma olan Arap Baharı'dır. Aktivistler, devrime dönüşen çabaları organize etmek ve planlamak için sosyal medyayı seferber etmiştir (Eltantawny ve Wiest 2011). Hükümet gazetecilerin olayları takip etmesini engellediğinden veya internet

erişimini kısıtladığından, sosyal medya gerçek zamanlı bir haber raporlama aracı olarak rol oynamıştır (Chaudhry, 2014; Papacharissi ve Oliveira, 2012). Örneğin, Mısır Devlet Başkanı Hüsnü Mübarek'in istifasından önce ve sonra atılan tweet'lerin analizine göre, #Egypt hashtag'inin kullanımı devrim sırasında bir “dayanışma”yı yansıtmaktadır (Papacharissi ve Oliveira, 2012). Daha yakın zamanlarda Türkiye’de kadın cinayetlerine karşı mücadelede hashtag’ler önemli rol oynamıştır (Altınay, 2014) ve hala da devam etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri’nde Afrikalı-Amerikalılar için yeni bir sivil haklar mücadelesi başlatan #BlackLivesMatter hareketi (Jackson, 2016) ve Facebook'un üye olurken gerçek isimleri zorunlu tutma politikasını protesto eden lezbiyen, gey, biseksüel ve transgender ayaklanması gibi çeşitli toplumsal hareketlere ses vermiştir (MacAulay ve Moldes, 2016).

Nispeten kısa tarihlerinde bile hashtag'ler, sesini duyurmanın en kolay yollarından biridir. Böylece sosyal medya platformları, özellikle kişisel hikayeler aracılığıyla insanları örgütleyerek aktivist halkların ortaya çıkmasını sağlamıştır (Alaimo, 2015; McCosker, 2015). Hashtag’ler kullanılmadan önce tweet’ler, fotoğraflar ya da bir YouTube videosu şimdiki gibi büyük bir kitleye ulaşamayabilirdi sosyal medya deyimiyle ‘viral’ olamayabilirdi. Örneğin, Türkiye'deki Gezi Parkı protestosunda, Twitter'da hashtag'lerin kullanılması, aktivistlerin mesajlarını anında tüm dünyaya yaymalarına ve davaları için destek kazanmalarına olanak sağlamıştır (Oz, 2016).

Feminist aktivistler hashtag'in bu enerji verici yönünü kadınları internette bir araya getirme aracı olarak kullanmaktadır (Dixon, 2014; Eagle, 2015; Higgs, 2015; Loza, 2016). En iyi ihtimalle, hashtag feminizmi, ortak bakış açılarını paylaşan kadınların sanal olarak bir araya geldiği kolektif bir dijital alan olarak samimi topluluklar yaratabilir. Bunun sebebi; Twitter, Facebook veya diğer sosyal ağ sitelerindeki takipçilerin, hashtag'i kullanan diğer kişilerle bağlantılılık duyguları geliştirmeleri, paylaşılan dil, duygu ve anlam arasında bir yakınlık hissetmeleridir (Dixon, 2014). Sosyal medya bu anlamda sanal bir feminist topluluk haline gelebilir. Bilhassa birçok nedenden dolayı fizisel olarak bir örgütlenmenin içinde yer alamayan kadınların kendine bir yer bulması açısından sosyal medya değerli bir konumdur. Tanja Carstensen (2014), sosyal medyanın kullanıcıların birbirlerini güçlendirmeleri,

etkinlikler ve protestolar düzenlemeleri ve siyasi eylem için harekete geçmeleri için alan sağladığını belirtmektedir. Bu nedenle, bu mahrem halklar kamusal alanın bir parçasıdır, ancak aynı zamanda bazen sadece üyelere açık olan ve bu tarz bir dayanışmayı zorunlu kılan özel bir grubun unsurlarını da barındırabilir (Berlant, 2011).

Okan Aksu'nun 2017'de yayınlanan "Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Dijital Aktivizm: Dijital Feminizm Örneği" adlı doktora tezinde yaptığı araştırmaya göre, feminist derneklerin sosyal medyayı kullanım amaçlarına bakıldığında, sosyal medyanın dernek faaliyetlerini daha hızlı, ekonomik ve kolay yoldan yürütmenin bir aracı olarak görüldüğü ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda sosyal medya platformlarını daha çok kişiye ulaşmak için tercih ettikleri belirtilmiştir. Bunların dışında kampanya düzenlemek için de sosyal medya tercih edilirken; insanlarla iletişime geçme, eylemler planlama ve sokağa davet etme için kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu çalışmada ortaya çıkan en önemli bulgulardan biri feminist derneklerin internetin ve sosyal paylaşım ağlarının geleceğine yönelik olumlu bir düşünceye sahip olmalarıdır. Buna karşın faaliyetlerini internet ağıyla sınırlı tutmayacaklarını ifade etmişlerdir.

Özellikle ana akım medyada ve dijital medyada "teorik olarak silinmiş" (Crenshaw, 1989) kadınlar için hashtag güçlü bir araç olabilir. Bununla birlikte, herhangi bir feminist söylemde, beyaz olmayan kadınlar üzerinde hem ırk hem de cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan şiddet (Crenshaw, 1989) potansiyeli yaratan kesişimselliğin gücünü göz ardı etmek sorunludur. Kadınların dünya görüşleri yalnızca ırklarına değil, aynı zamanda kültürel geçmişlerine, sosyo-ekonomik durumlarına, eğitimlerine ve kesişen diğer faktörlere göre de önemli ölçüde farklılık gösterdiğinden, kadınların çevrimiçi deneyimleri tek parça değildir. Feminist araştırmalarda sömürgecilik sonrası bir görüşü dikkate almak ve neyin batılı ya da üçüncü dünya olduğuna dair yanlış fikirler inşa etmekten kaçınmak da önemlidir (Sandoval, 2000). Bu nedenle, hashtag feminizmi ile çok çeşitli kadın deneyimlerini keşfederek, feminist teorinin daha kapsayıcı ve daha incelikli bir şekilde anlaşılması için ısrar etmek önemlidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TOPLUMSAL CİNSİYETİN YENİDEN ÜRETİMİNDE SOSYAL MEDYA VE KAMUSAL ALANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Yöntem

Araştırma, sosyal medyada toplumsal cinsiyet ve sosyal medyanın kamusal alan temsiliyeti bağlamında çift yönlü olarak tasarlanmıştır. Çalışmada yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak katılımcılara açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Tez çalışmasının metodolojik tasarımına uygun olarak görüşme soruları da iki bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde katılımcılara sosyal medya kullanım pratikleri hakkında 21 soru; ikinci bölümde ise katılımcıların kamusal alan olarak sosyal medyayı nasıl deneyimledikleriyle ilgili 11 soru sorulmuştur. Elde edilen veriler, betimsel analiz yaklaşımıyla yorumlanmıştır.

3.1.1. Araştırmanın Amacı, Önemi, Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada sosyal medyanın -geleneksel kamusal alanda kendine temsil imkanı bulamamış cinsiyet kimlikleri için yeni fırsatlar yaratmış olmasından ziyade-geleneksel kamusal alanın cinsiyetçi yapılanması ile sosyal medya kamusal alanının cinsiyetçi paradigmaları arasındaki benzerlikleri gün yüzüne çıkarmaya çalışılmaktadır. Günümüzde dijitalleşmenin getirdiği yenilikleri, olanakları ve imkanları eleştirel perspektifle ele almak ve var olan eşitsizliklerin beslendiği paradigmaları tartışmak önem kazanmaktadır.

Sosyal medyanın toplumsal cinsiyeti yeniden ürettiği ve sosyal medya kamusal alanının toplumsal cinsiyetçi paradigmalara bağlı olarak yapılandırıldığı argümanına dayandırılarak tasarlanmış olan bu çalışmayla; sosyal medya kamusal alanının kullanıcı deneyimleri üzerinden toplumsal cinsiyete göre nasıl şekillendiğini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu araştırmanın bir diğer amacı ise; sosyal medyada toplumsal cinsiyet odaklı oluşturulan karşıt kamusal alanların kullanıcı tarafından ne şekilde algılandığını göstermektir. Bu iki temel amaç doğrultusunda araştırmada aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır:

1. Sosyal medya kullanım pratikleri toplumsal cinsiyete göre nasıl şekillenmektedir?

2. Toplumsal cinsiyet bağlamında, sosyal medya kamusal alanı, kullanıcı tarafından nasıl deneyimlenmektedir?

Bu iki temel soru aşağıdaki sorularla desteklenecektir:

- Sosyal medya, kullanıcıların cinsiyet kimliklerini özgürce yaşamalarına imkan tanımış mıdır?
- Geleneksel kamusal alan ile kıyaslandığında sosyal medya kamusal alanı toplumsal cinsiyet kalıplarını bir dönüşüme uğratmış mıdır?
- Sosyal medyada hashtag'ler dolayısıyla oluşturulan karşıt kamusal alanlar kullanıcıda nasıl bir etki yaratmaktadır?
- Kullanıcılar, hashtag'lerin toplumsal cinsiyet eşitliğine bir katkısı olduğuna inanmakta mıdır?

Dijital alanda toplumsal cinsiyet eşitliği dendiğinde ilk olarak yeni medya teknolojilerinin tüm cinsiyetler tarafından erişilebilir olması anlaşılmaktadır. Ancak kadınların en az erkekler kadar yeni medya teknolojilerini kullanabiliyor ya da erişebiliyor olması toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin azaldığı/azalacağı anlamına gelmemektedir. Kullanım pratiklerinde ortaya çıkan farklılıklar bu eşitsizliği görünür kılacaktır. Bu çalışmayı diğer sosyal medya ve toplumsal cinsiyet çalışmalarından ayıran nokta; sosyal medya kullanımının ne şekilde gerçekleştirildiğinin ve kullanıcı olarak bireyin kendi cinsiyetini temsil ederken kamusal alanda oluşturduğu kimliğin, sosyal medya kamusal alanında nasıl ortaya konduğunun cevabını bulmaya odaklanmış olmasıdır. Özellikle sosyal medyayı geleneksel kamusal alanın bir uzantısı olarak gören bu çalışmada, sosyal medyanın tüm imkanlarına rağmen, toplumsal cinsiyeti nasıl yeniden ürettiğine dair kapsamlı bir betimsel analiz yapılmıştır. Dolayısıyla bu çalışma kamusal alan olarak sosyal medya ve toplumsal cinsiyet literatüründe yeni bir tartışma açabilmesi bakımından önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın; madalyonu ters çevirerek, sosyal medyanın tüm cinsiyetleri kapsayıcı bir kamusal alana açmasının ve eşitliğe dair sağladığı tüm olanaklarının

aksine, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden üreten kullanım pratiklerine odaklanması açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırma, salt kullanıcı deneyimleriyle sınırlıdır. Sosyal medyada üretilen içeriklerin detaylı analizini içermemektedir. Ayrıca bu araştırma, en az bir sosyal medya hesabı bulunan 25-45 yaş arası orta sınıf bireylerle sınırlandırılmıştır.

3.1.2. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Verilerin Toplanması

Bu çalışmanın evrenini sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Örneklem ise en az bir sosyal medya hesabına sahip 25-45 yaş bireylerden oluşmaktadır. Bu yaş aralığı, We Are Social 2022 ve 2023 Ocak Ayı Raporu'nun¹⁴ işaret ettiği üzere en çok sosyal medya kullanan bireylerin yaş aralığının 25-45 yaş aralığı olması sebebiyle tercih edilmiştir. Ayrıca görüşülen bireylerin aktif birer sosyal medya kullanıcısı olması beklenmektedir.

13 kadın ve 11 erkek katılımcıyla 2022 Aralık- 2023 Mart arasında yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerde sorulan sorular iki bölüme ayrılmıştır. İlk olarak sosyal medya kullanım deneyimleri üzerine akabinde sosyal medyanın kamusal alan temsiliyeti hakkında sorular yöneltilmiştir. Araştırma nitel bir araştırmadır. Çalışmada nitel araştırmalarda kullanılan bir veri toplama tekniği olan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır.

Derinlemesine görüşme tekniği, nitel araştırmalarda veri toplarken derinlikli ve detaylı veri elde etmede en güvenilir tekniklerden biridir. Görüşme esnasında araştırmacıya gözlem yapma fırsatı da verebiliyor olması daha bütünlüklü veriler elde etmeye yardımcı olmaktadır. Ayrıca yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği, araştırmacının araştırmaya katılan kişilerin öznel deneyimlerini karşılaştırmalı olarak değerlendirebilmesini kolaylaştırmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 1999: 283).

¹⁴ Bkz. https://datareportal.com/digital-in-turkey?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2023&utm_content=Country_Link_Slide

Görüşmeler 23 katılımcı ile zoom üzerinden gerçekleştirilmiştir. Yalnızca 1 katılımcı özellikle yüz yüze görüşme yapmayı tercih ettiğini belirtmiş olup, görüşmenin tamamı araştırmacı olarak benim kişisel cep telefonumdaki ses kaydı uygulaması üzerinden kayıt altına alınmıştır. Her bir görüşmeciyle ortalama 60 dk görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılanların 23'ü Türkiye'de 1 görüşmeci ise İngiltere'de yaşamaktadır.

Araştırmanın geçerliliğini ve güvenilirliğini arttırmak için tüm görüşme sürecinin, yazılı dökümanlardan elde edilen verilerle desteklenmesi gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 40- 41). Her bir görüşmeciye görüşmeye başlamadan önce katılımcı gönüllü onam formu okunup araştırmaya katılma izni sesli ve görüntülü olarak alınmıştır. Görüşmeyi yüz yüze gerçekleştiren katılımcının ise sadece ses kaydı alınmıştır. Kayıtlar daha sonra tek tek deşifre edilerek Word dosyasına aktarılmıştır. Yıldırım ve Şimşek'e (2008: 257) göre, nitel araştırmalarda, yapılan araştırmanın sonuçlarının doğruluğunun yani geçerliğinin önemi büyüktür. Özellikle toplanan verilerin raporlaştırma sürecinin titizlikle ele alınarak gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Araştırmacının elde ettiği sonuçlara nasıl ulaştığını detaylı bir şekilde açıklaması, nitel bir araştırmada geçerliğin sağlanmasında belirleyici öneme sahiptir.

Araştırmacının araştırma sürecinde hem kendisini hem de yaptığı araştırmayı eleştirel olarak değerlendirme ve elde ettiği bulguların gerçekliğini denetleme sorumluluğu vardır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Araştırmanın geçerliğini arttırmak için araştırmacı önyargılarının ortadan kalkması gerekmektedir. Ayrıca araştırmada örneklem belirlenirken kartopu yöntemi kullanılmıştır. Kartopu örneklem ile belirlenen katılımcılara dair daha önceden hiçbir bilgi sahibi olunmaması önyargıları ortadan kaldırmıştır.

Hemşire, finansçı, akademisyen, öğretmen, dijital pazarlamacı, oyuncu gibi farklı mesleklerden, şehirlerden kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeciler, modern toplumların sınıf temelli toplumsal tabakalaşma modeline göre orta sınıf¹⁵ kategorisine girmektedir. Dolayısıyla bu araştırma orta sınıf bireylerin

¹⁵ Orta Sınıf: Sahip olunan işler sayesinde gelir, prestij ve statü edinmiş olan kesimi kapsamaktadır (İnce, 2017).

sosyal medya kullanım pratiklerini ölçmektedir. Araştırmaya katılan görüşmecilerin demografik özellikleri şu şekildedir:

K1, 41 yaşında, evli ve 1 çocuk annesidir. Balıkesir/Bandırma’da yaşamakta ve özel bir okulda Edebiyat Öğretmeni olarak çalışmaktadır.

K2, 36 yaşındadır, Samsun’da yaşamaktadır. Özel bir hastanenin Hasta Hakları Sorumlusu’dur. Gazetecilik mezunu olan K2 bekaardır.

K3, 37 yaşındadır; Giresun’da yalnız yaşamakta; bir devlet üniversitesinde sosyal psikoloji alanında akademik çalışmalar yürütmekte hem de akademisyen olarak çalışmaktadır. Daha önce evlenip boşanmıştır.

K4, aslen Yozgatlı olmakla birlikte bir süredir Adana’da ikamet etmektedir. Bir okulda Bilgisayar Teknisyenliği yapmaktadır. 33 yaşında ve bekaardır.

K5, 34 yaşında, bekaardır ve İstanbul’da ailesiyle yaşamaktadır. Özel bir üniversitede akademisyendir.

K6, 39 yaşında, İstanbul’da yalnız yaşamakta olup bir şirketin İnsan Kaynakları Uzmanı olarak çalışmaktadır. Uzun süredir devam eden bir ilişkisi vardır.

K7, İstanbul’da yaşamakta ve bir şirkette Dijital Pazarlama Yöneticisi olarak çalışmaktadır. 30 yaşında ve bekaardır.

K8, 36 yaşındadır. İzmir’de ailesiyle birlikte yaşamaktadır. Bir şirkette finans uzmanı olarak çalışmaktadır. Uzun süredir devam eden bir ilişkisi vardır.

K9, 26 yaşındadır, oyunculuk yapmaktadır. İstanbul’da ailesiyle yaşamaktadır.

K10, 38 yaşında, Balıkesir/Gönen’de yaşamaktadır ve bu araştırmanın katılımcılarından K11 ile evlidir. Özel bir okulda öğretmendir.

K11, 33 yaşındadır, evlidir. Balıkesir/Gönen’de yaşamakta olup şu anda çalışmamaktadır.

K12, İstanbul’da ailesiyle yaşamaktadır. 29 yaşındadır. Doktora mezunudur ancak çalışmamaktadır.

K13, Kastamonu’da yaşamaktadır, 42 yaşındadır. Spor eğitmenidir. Ayrıca bir üniversitede spor bilimleri alanında akademisyen olarak çalışmaktadır.

K14, Adana’da yaşamaktadır. 32 yaşında ve bekardır. Bir okulda müdür yardımcısı olarak çalışmakta olan bir öğretmendir.

K15, 33 yaşındadır ve oyunculuk okumakta aynı zamanda bu mesleği icra etmektedir. Uzun süredir devam eden bir ilişkisi vardır. İstanbul’da yalnız yaşamaktadır.

K16, 32 yaşında, evli ve 2 çocuk babasıdır. Ankara’da yaşamakta ve bir hastanede hemşirelik yapmaktadır. Ayrıca bu alanda akademik çalışmalarına da devam etmektedir.

K17, Balıkesir/Bandırma’da Coğrafya Öğretmeni olarak çalışmaktadır. 27 yaşında ve bekardır.

K18, 32 yaşındadır, İstanbul’da yaşamaktadır. Bir üniversitede öğretim görevlisidir. Bekardır.

K19, 38 yaşındadır, Balıkesir/Erdek’te yaşamaktadır. Özel bir okulda biyoloji öğretmeni olarak çalışmakta olup bir süredir beraber olduğu bir erkek arkadaşı vardır.

K20, İstanbul’da yalnız yaşamaktadır, 33 yaşındadır. Bir ajansta dijital pazarlama uzmanı olarak çalışmaktadır.

K21, evli ve 2 çocuk annesidir. Ankara’da yaşamaktadır ve herhangi bir yerde çalışmamaktadır. Instagram’da yüksek takipçili bir hesaba sahiptir ve ev hallerini bu instagram hesabından paylaşmaktadır.

K22, 26 yaşındadır, aslen Trabzonludur ancak yüksek lisans yapmak için gittiği Londra’da yaşamaya devam etmektedir. Londra’da klinik psikolog olarak çalışmaktadır. Uzun süredir devam eden bir ilişkisi vardır.

K23, 36 yaşındadır, Balıkesir/Bandırma’da ailesiyle yaşamaktadır. İngilizce Öğretmeni’dir, bekardır.

K24, Balıkesir/Erdek’te yaşamaktadır, 36 yaşındadır, evli ve 1 çocuk annesidir. Çalışmamaktadır.

Araştırmaya dahil olan katılımcılar, isimlerinin tamamen saklı tutulması koşuluyla araştırmaya katılmayı ve görüşmenin kayıt altına alınmasını kabul etmişlerdir. Dolayısıyla çalışma boyunca katılımcıların isimleri kullanılmamış, kodlanarak verilmiştir. Kadın ve erkek katılımcıların listesi aşağıdaki tablolarda da ayrı ayrı verilmiştir.



	İsim	Yaş	Yaşadığı Yer	Eğitim Durumu	Medeni Durum	Mesleği	Çocuk Sayısı
1	K1	41	Balıkesir/Bandırma	Lisans	Evli	Edebiyat Öğretmeni	1
2	K3	37	Giresun	Yüksek Lisans	Bekar/Evlenip boşanmış/İlişkisi yok	Akademisyen /Sosyal psikolog	-
3	K5	34	İstanbul/Kartal	Doktora	Bekar/İlişkisi yok	Akademisyen	-
4	K7	30	İstanbul/Güngören	Lisans	Bekar/Flörtü var.	Dijital Pazarlama Yöneticisi	-
5	K9	26	İstanbul/Üsküdar	Lisans	Bekar/İlişkisi yok	Oyuncu	-
6	K11	33	Balıkesir/Gönen	Lisans	Evli	Çalışmıyor	-
7	K13	42	Kastamonu	Doktora	Bekar/İlişkisi var	Akademisyen /Spor Eğitmeni	-
8	K15	33	İstanbul	Yüksek Lisans	Bekar/İlişkisi var	Öğrenci /Oyuncu	-
9	K17	27	Balıkesir/Bandırma	Lisans	Bekar/İlişkisi yok	Coğrafya Öğretmeni	-
10	K19	38	Balıkesir/Erdek	Lisans	Bekar/İlişkisi var	Biyoloji Öğretmeni	-
11	K21	38	Ankara	Lisans	Evli	Çalışmıyor	2
12	K23	36	Balıkesir/Bandırma	Lisans	Bekar/İlişkisi yok	İngilizce Öğretmeni	-
13	K24	36	Balıkesir/Erdek	Lise	Evli	Çalışmıyor	1

Tablo1: Kadın Katılımcı Listesi

	İsim	Yaş	Yaşadığı Yer	Eğitim Durumu	Medeni Durum	Mesleği	Çocuk Sayısı
1	K2	36	Samsun	Lisans	Bekar/İlişkisi yok.	Gazeteci/Hasta Hakları Sorumlusu	-
2	K4	33	Adana	Lisans	Bekar/Flörtü var.	Bilgisayar Teknisyeni	-
3	K6	39	İstanbul/Beşiktaş	Lisans	Bekar/İlişkisi var	İnsan Kaynakları Uzmanı	-
4	K8	36	İzmir	Lisans	Bekar/İlişkisi var	Finans Uzmanı	-
5	K10	38	Balıkesir/Gönen	Lisans	Evli	Öğretmen	-
6	K12	29	İstanbul/Küçükçekmece	Doktora	Bekar/İlişkisi yok	Çalışmıyor	-
7	K14	32	Adana	Yüksek Lisans	Bekar/İlişkisi yok	Öğretmen	-
8	K16	32	Ankara	Yüksek Lisans	Evli	Hemşire	2
9	K18	32	İstanbul/Kadıköy	Yüksek Lisans	Bekar/İlişkisi yok	Öğretim Görevlisi	-
10	K20	33	İstanbul/Ataşehir	Lisans	Bekar/İlişkisi yok	Dijital Pazarlama Uzmanı	-
11	K22	26	İngiltere/Londra	Yüksek Lisans	Bekar/İlişkisi var	Psikolog	-

Tablo2: Erkek Katılımcı Listesi

Öncelikle yapılacak araştırma, araştırmanın da nesnesi olan sosyal medyadan duyurulmuştur. Araştırmaya katılmayı kabul eden ilk katılımcıdan sonra kartopu örneklem yöntemiyle devam edilmiştir. Görüşme yapılmadan önce hiçbir görüşmecinin cinsiyet kimliği ve cinsel yönelimi hakkında bir bilgi sahibi olunmamıştır. Bu da özellikle tercih edilmiştir. Hem araştırmacı olarak her görüşmeciye eşit mesafede durabilmek hem de LGBTİ bireylerin görüşme esnasında kendilerini özgürce ifade edebilmelerine ve tamamen tüm katılımcılara aynı mesafeden yaklaşıp görüşme esnasında hiçbir katılımcıda ‘öteki’ hissini yaratacak herhangi bir tutuma mahal vermemek için yapılmıştır. Ayrıca katılımcının istediği takdirde cinsiyet kimliğini ve yönelimini açıklamasının, araştırmanın amacına da daha uygun olacağı düşünülmüştür.

Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler, araştırmanın amacına en uygun verilerin elde edilebilmesi için gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler boyunca, katılımcıların sosyal medyayla nasıl bir ilişki kurdukları, erkeklik ve kadınlık temsillerini nasıl gerçekleştirdikleri ve geleneksel kamusal alanda kendine yer bulamayan bireylerin sosyal medya kamusal alanında nasıl var olduğu, sosyal medyanın mevcut toplumsal cinsiyet kalıplarını dönüştürmede nasıl bir rol oynadığı anlaşılmaya çalışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerde elde edilen bulgulara yer verilecektir.

3.2.1. Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Sosyal Medya Kullanım Pratiklerine İlişkin Bulgular

Çalışma boyunca toplumsal cinsiyet bağlamında sosyal medya kullanım pratikleri dört ayrı kategoride değerlendirilmiştir. Görüşme soruları oluşturulurken bu kategoriler dikkate alınmıştır.

1. Sosyal Medyanın Kullanım Sıklığına Göre
2. Paylaşılan İçeriğe Göre

3. Takip Edilen Hesaba Göre
4. Sosyal Medyayı Kullanım Amacına Göre

Bu kategorisel ayrımın her biri kendi içinde değerlendirmeye tabii tutulmuştur. Her bir kategoriye ait farklı görüşme soruları oluşturulmuş ve çalışmanın derinlikli incelemesi yapılırken bu kategoriler gözetilmiştir. Çalışma boyunca sosyal medya sürekli olarak gözlemlenmeye devam edilmiştir. Araştırmaya hizmet edeceği düşünülen kuramsal yaklaşımlar, araştırmalar ve kişisel gözlemlerin ışığında bütünlüklü bir bakış açısıyla belirlenmiştir.

3.2.1.1.Sosyal Medya Platformlarının Kullanım Sıklığına İlişkin Bulgular

Sosyal medya kullanımı ile ilgili araştırma yapmak, hem kullanıcı grupları arasındaki kullanım farklılıklarını hesaba katmayı hem de farklı kullanıcı gruplarının çevrim dışı sosyal bağlamlarına yakından bakmayı gerektirmektedir. Sosyal medya aracılığıyla toplumsal cinsiyet ve cinselliğin ifadesi çeşitli şekillerde gerçekleşmektedir. Öznel bir deneyim olarak ele alınan yanı sıra sosyal medya kullanım pratiklerinin her bir kullanıcının sosyal bağlamından etkilendiğini göz ardı etmemek önemlidir.

We Are Social'ın 2023 Ocak ayında yayınladığı rapora göre Türkiye'de sosyal medya kullanıcılarının %59,6'sı erkeklerden, %40,4'ü kadınlardan oluşmaktadır. Türkiye'de en sık kullanılan sosyal medya platformları sırasıyla Instagram, WhatsApp, Facebook ve Twitter'dır. En sevilen sosyal medya hesapları ise Instagram, WhatsApp, Twitter, TikTok ve Facebook'tur. Dünya genelinde de Instagram'ı en çok kullanan ülke Türkiye olmuştur. Erkeklerin sosyal medyayı iş için kullanma oranları daha yüksektir. Sosyal medyada genellikle aile üyeleri, arkadaşlar ve yakın çevreden insanlar takip edilmektedir. Sosyal medya genellikle anlık haberleri okumak, arkadaşlarla ve aile üyeleriyle bağlantıda kalmak ve boş zaman geçirmek için kullanılmaktadır.

Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya platformu Instagram'dır. Dünya genelinde de Instagram'ı en fazla kullanan ülkeler sıralamasında Türkiye ilk

sıradadır(We Are Social, 2023). Bu sıralama, araştırma bulgularını desteklemektedir. Çünkü bu araştırmaya katılanlardan da hemen herkesin bir Instagram hesabı vardır ve en sık kullandıkları sosyal medya platformunun Instagram olduğunu belirtmişlerdir. Instagram'ı ise Twitter takip etmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya hesapları, Instagram ve Twitter'dır. Bir kişi hariç (K21, sadece Instagram kullanmaktadır) herkes hem Instagram hem de Twitter kullanıcısıdır. Yalnızca 3 kişi bir YouTube sayfasına sahiptir ve sadece 1 katılımcının (K5) TikTok hesabı ve 3 katılımcının LinkedIn hesabı vardır. Katılımcıların yarısından fazlası (17 kişi) en çok Instagram'da vakit geçirmektedir. Instagram'ı takiben en çok Twitter kullanılmaktadır. 6 katılımcının en sık kullandığı platform Twitter'dır. Katılımcılardan sadece 1'i (K16) en çok Facebook'ta vakit geçirmektedir onun da Facebook'u tercih etmesinin sebebi oyun videoları üretip yayınlamaktır. Katılımcıların 7'sinin Facebook hesabı vardır. Ancak sadece 1 kişi (K16) Facebook'u aktif kullandığını söylemiştir.

"Sosyal medyada zaman harcıyorum tabii ki işte alışkanlık boşluğa düştük mü hemen elimizde instagram yani." K21'in, kullandığı tek sosyal medya platformu Instagram'dır. Bunun nedenini de şöyle açıklamaktadır: *"Twitter'im yok. Facebook da kullanmıyorum. Bir şey gerçekten çok tweet alıyorsa instagrama da düşüyor o zaten orada da görüyorum yani."*

K21'in sosyal medyada 23bin takipçisi vardır. Eşi Instagram'ı boş vakit aracı olarak görmekte ve K21'in kullanım sıklığını eleştirmektedir. *"Eşim sanal alem falan diyor çok hoşlaşmıyor ama ben seviyorum. Boş vakit olarak görüyor eşim, bir kazancın yok boşuna vaktini harcıyorsun ona yapacağına git kitap oku falan modunda o."* (K21).

(K15), Instagram dışında başka sosyal medya hesaplarına da sahiptir ancak çok vakit geçirdiği yer Instagram'dır. *"Facebook'um var, Instagram'im var ve Twitter'im var fakat Facebook'u sadece telefonumda bile yok uygulaması öyle arada bakıyorum. En çok kullandığım yani şey instagram oluyor kendimle ilgili en çok vakit geçirdiğim yer orası."* (K15).

K19, Twitter'da gezinmek için daha fazla zamana ihtiyaç olduğunu düşünmekte ve Instagram'da istediği içeriklere daha kısa sürede ulaşabildiği için

Instagram'ı daha sık kullanmaktadır. *“En çok kalben Twitter’da vakit geçirmek isterim ama yoğunluk buna müsaade etmiyor daha çok instagram. Twitter’da da o aradığım içeriklere yakın videolar buluyorum Instagram’da bu videolar daha kısa sürede sevdiğim şeyleri öğrenmeme, izlememe ve okumama müsaade ettiği için instagram.”*

Katılımcıların çoğu (hem erkekler hem de kadınlar), kadınların sosyal medyayı erkeklere kıyasla daha fazla kullandığını düşünmektedir. *“Bence kadınlar sosyal medyayı çok daha sık kullanıyor. Bence görsellikle alakalı kadınların bence biraz daha dikkat düzeyleri yüksek. Kadınlar daha detaylı inceliyor diye düşünüyorum erkek için biraz daha izleyip geçiyor diye düşünüyorum”* (K4)

Bazı katılımcılar kadınların -yaşı farketmeksizin- sosyal medyaya erkeklerden daha ilgili olduğunu düşünmektedir. *“Kimi erkekler daha habersiz. Ama mesela benim anneannemin bile instagramı var.”* (K21). Bunun nedeni olarak da katılımcılardan (K17), kadınların erkeklere göre gündelik hayatta daha sosyal olduğunu düşünmekte ve bu sebeple sosyal medyayı da daha fazla kullandığını savunmaktadır. *“Biz kadınlar daha sosyaliz daha insancılız galiba hoşlanıyoruz açıkçası giyinmekten, kuşanmaktan, süslenmekten, görmekten, gezmekten ama onlar bize göre biraz daha düz varlıklar olduğunu düşünüyorum. Göstermeyi seviyoruz biz”* (K17).

“5 cümleyle günü kapatan bir insan var ama 5000 cümleyle günü kapatan kadınlar var aynı durumun sosyal medyaya da yansıdığını düşünüyorum ben” (K17). Kadınların erkeklere nazaran sosyal medyayı daha fazla kullandığını düşünen (K17)’nin erkekleri kastederken *insan* sözcüğünü ama kadınları ifade ederken *kadın* sözcüğünü kullanması Simone De Beauvoir’ın ikinci cinsiyet kuramında bahsettiği gibi içselleştirilmiş bir ikinci cinsiyete indirgenmeyi kabul etme haliyle bağlantılı olabilir.

(K6), erkeklerin Instagram gibi görsellik içeren sosyal medya platformlarına ilgisinin kadınlara göre daha düşük olduğunu belirtmektedir. *“Erkeklerin sosyal medyaya ilgisi instagram gibi görsel sosyal medyaya ilgisi bence bir tık daha düşük. Bence kullanım sıklıkları çok farklı yani ilgileri de farklı yani ilgisi yok bence çoğunlukla hani diyim yine straight erkeklerin.”* Ancak bu araştırmaya katılan erkeklerin çoğunun en sık kullandığı platform Instagram’dır.

Kadınlar da erkekler de kadınların sosyal medyayı daha sık kullandıklarını düşünmektedir. Katılımcılar bunu; kadınların günlük hayatta daha aktif, daha yaratıcı

olmalarıyla ve erkeklere kıyasla göstermeyi/gösterişi daha çok sevmeleri ile ilişkilendirmektedir.

Digg, 4chan ve Reddit gibi platformlar daha çok erkekler tarafından kullanılırken, sosyal ağ sitelerinin kadın kullanıcı oranı erkek kullanıcı oranına yaklaşıp da hala daha geridedir. Ancak kullanım eşitliği sağlansa bile, bu kamusal katılımıda eşitliği göstermez. Örneğin Wikipedia ile ilgili yapılan bir araştırma gösteriyor ki hem erkekler hem de kadınlar Wikipedia'yı kullanırken, Wikipedia'ya katkıda bulunanların %87'si kendini erkek olarak tanımlamaktadır. Erkek öğrencilerin YouTube veya Facebook üzerinden dijital video oluşturma, düzenleme ve dağıtma olasılığı kız öğrencilere göre daha fazladır (Vedantham, 2011). Dolayısıyla kullanım sıklığı, üretilen içeriğin hangi sosyal medya platformunda, kim tarafından üretildiğinden daha önemli bir gösterge olmayabilir.

Bu araştırmadaki katılımcıların sahip olduğu sosyal medya hesaplarından yola çıkarak, orta sınıfın TikTok kullanmadığı söylenebilir. Ancak bu savın, daha yüksek sayıda katılımcıyla yapılacak olan başka araştırmalarla desteklenmeye ihtiyaç duyduğunu belirtmek gerekmektedir.

Katılımcıların birçoğu birer Facebook hesabına sahip olsa da aktif kullanmadığını belirtmektedir. Facebook'un artık çok tercih edilmediği ortadadır. Dünyada hala çok popüler iken Türkiye'de eskisi kadar tercih edilmemesi düşündürücüdür. Bunun birçok sebebi olabilir. Ancak araştırmanın kapsamı dahilinde olmadığı için bu sebeplere değinilmeyecektir. *“Facebook’um da var ama artık o çok aktif olduğum bir mecra değil. Artık kullanılmıyor sadece oradan da herhangi bir kişinin doğum günü ya da ölümler, özel kutlamalar gibi... Genellikle 60 yaş üzerinin daha aktif kullandığını düşünüyorum. Facebook artık EYT gibi, emekli lokali gibi...”* (K17).

3.2.1.2. Sosyal Medyada Paylaşılan İçeriklere İlişkin Bulgular

Sosyal medyada paylaşılan içeriklerden yola çıkarak, Bourdieu perspektifinden sosyal medyanın nasıl eril tahakkümün bir aracı olduğu açıklanmaya çalışılacaktır. Eril tahakkümün aracı olarak sosyal medyada var olan sansür mekanizmalarından, eril tahakkümün birincil sebeplerinden olan içselleştirilmiş patriyarkadan, kullanıcıların

sosyal medyada sundukları beden imajından, filtre kullanımı ve sebeplerinden, LGBTİ kimliklerin sosyal medyada yaşadığı sorunlardan bahsedilecektir.

Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik genellikle cinsiyete göre kümelenmektedir. Araştırmacılar, benzer sayıda erkek ve kadının bir blog tuttuğunu, bunun da internet kullanıcılarının yaklaşık %14'ünü oluşturduğunu göstermiştir (Lenhart vd., 2010). Erkek ve kadın blogcuların sayısı aşağı yukarı aynı olsa da, farklı şeyler hakkında blog yazma eğiliminde oldukları ortaya çıkmıştır. Belirli yemek, moda, ebeveynlik konusundaki belirli blog türleri kadınlar tarafından yazılmakta ve okunmaktayken; teknoloji, politika gibi konulardaki bloglar erkekler tarafından yazılmakta ve yönetilmektedir (Chittenden, 2010; Hindman, 2009). Teknolojiler aynı olsa da, onları kullananların normları ve kullanım amaçları farklıdır.

Bloglar popülerlik kazanmaya başladığında, Herring ve arkadaşları, kadınların yazdığı blogların daha çok “günlük tutma” olarak algılandığını savunmaktadır. “Blog” eril bir bağlama sahiptir. Siyaset, sivil katılım ve gazetecilikle ilişkili olduğu düşünülmektedir. “Günlük” veya “dergi” yazmanın kişisel ve genellikle anlamsız olduğu düşünüldüğünden, bu bölünme sistematik olarak çevrim içi kadın içerik üretiminin değerini düşürmektedir (Herring, 2004).

“Erkekler ne paylaşıyor genelde. Daha az paylaşım yapıyorlar genelde hikaye olarak benim takipçilerimi düşündüğüm zaman belki spordan, spor temalı gerçekten kendi gittiği spor salonundan da olabilir o esnada hani bilardo oynuyorsa hani futbol maçına gittiyse bu tarz şeyler görüyorum” (K3).

Erkekler genellikle gücü simgeleyen nesnelerle birlikte fotoğraf paylaşmaktadır. *“Erkek profilde en fazla araba falan görmüşümdür Lamborghini işte Porsche şeyi filan” (K5).* Ayrıca korumacı özelliklerini öne çıkaran paylaşımlara daha çok yer vermektedir. *“...erkekler genel olarak sosyal medyayı böyle para güç olarak kullanıyor mesela direksiyonda story atan erkekler araba kullanırken işte arabam var ya da işte cüzdan sigara telefon param var arabam var gör beni bende güç var para=güç gibi şeyler oluyor (K22).*

Bazı katılımcılar kadınların bikinili fotoğraf paylaşmasını cinsellikle ilişkilendirmektedir. Bu sebeple tasvip etmemektedir. Ayrıca erkeklerin çoğunlukla bu

tarz fotoğraflara daha ilgili davrandığını daha çok yorum yaptığını da iddia etmektedir. Bikinili fotoğraf paylaşan kadınların, erkekler tarafından daha çok takip edildiğini ileri sürmektedir. *“Kadınlar işte daha çok popolarını çıkartarak pozlar veriyor”* (K9). Kadınların daha fazla takipçi kazanmak için cinselliklerini kullandığı düşünülmektedir. *“Beğenilere baktığında erkekler daha çok bunun altında yorumlarıydı, beğenileriydi veyahutta takibiydi ki kadınlar da bu durumu biraz kullanarak fotoğraflardan fazlasını veyahutta benzerlerini kendi gönderilerinde daha sık paylaşarak takipçilerini artırdığını düşünüyorum.”*(K4). Sosyal medya, kadınları eril bakışın onayına sunarak kadın bedeninin metalaşmasına yol açabilir. Bu da sosyal medyayı kadınlar üzerindeki bir baskı aracına dönüştürebilir. Kadınların bedenlerini paylaşmalarını tasvip etmeyen (K4), erkeklerin kaslı fotoğraflarını paylaşmalarını rahatsız edici bulmamaktadır. *“Kaslı erkek paylaşımları beni olumlu olarak etkiliyor. Sonuçta çalışarak bir ürün ortaya koymuş kendi vücudunu şekillendirmiş neden olmasın diye düşünebiliyor insan.”*

Kadınlar doğa fotoğrafları, psikoloji ile ilgili içerikler, edebiyat, kadın hakları, hayvan hakları, sanat içeriklerini daha çok paylaşmaktadır. *“Çok hoşlandığım bir yazıyı paylaşabilirim psikolojiyle alakalı bazı makaleler yazılar paylaşabiliyorum. Doğa, beğendiğim bir manzara”* (K24). *“Genellikle eğlenceli şeyler ya da bir fotoğraf çekmek, bir doğayı çekmek vs.”* (K17).

Ayrıca kadın hakları konusunda paylaşım yapanlar sadece kadınlardır. *“İnsan ilişkileri üzerine psikoloji ile ilgili, kadın haklarıyla ilgili olan gruplar da çok içinde olmak üzere bu konuları içeren gelişmeleri okumayı seviyorum”*(K19). *“Kendimle ilgili çok nadir paylaşım yapıyorum aslında yuva arayan bir hayvan olur kadınlarla ilgili bir haber olur onları paylaşıyorum”* (K15).

Erkekler genellikle dışarıda arkadaşlarıyla ya da gittikleri bir yerde fotoğraf çekip paylaşmayı tercih ederken; kadınlar evlerinde çektikleri fotoğrafları paylaşmayı tercih etmektedir. *“Paylaşımlarım hep ev içinde.”* (K21). *“...biraz daha ev ortamı gibi. İç mekan yoğunlukta fotoğraflar.”* (K19). Bu durum kadınların evle, yuvayla, özel alanla ilişkilendirilmesiyle açıklanabilir. *“Ben evimi paylaştığım zaman daha samimi geliyor çünkü tamamıyla bana ait bir alan ve ben bunu takipçilerimle paylaşıyorum beni takip etmeyi tercih eden insanlara bunu gösteriyorum bu daha samimi daha böyle karşılıklı iletişim şeklindeymiş gibi geliyor ama dışarıda paylaştığım fotoğraflar daha böyle tek taraflı bir iletişimiş gibi geliyor.”* (K9).

Erkekler duygulara hitap etmekten ziyade daha çok zihinsel içerikler paylaşmayı tercih etmektedir. *Ben de duygudan çok daha hani zihinsel şeyler paylaşan bir tip olmuşumdur pek bir yerde bir şey koyduğum çok görülmez. O yüzden daha çok böyle fikir okumayı da seviyorum duyguya nazaran paylaşmayı da o tür şeyleri daha çok seviyorum.*"(K6). Ayrıca bir katılımcı kadınlar ve erkekler arasında sosyal medya paylaşımları ile ilgili belirgin bir fark olmadığını söylemesine karşın, kedili videoları en çok kadınlarda gördüğünü eklemiştir. *"...kadınlarda biraz daha kedili video ve paylaşımlar fazla."*(K8).

Araştırmaya katılan evli çift, sosyal medyada evli olduklarının anlaşılmasının önemli olduğunu söylemektedir. (K11), sosyal medyasında daha çok eşiyle olduğu fotoğraflarını paylaşmaktadır. *"Bio 'mda evi olduğum yazmıyor. Evli olduğum anlaşılır. En son paylaştığım fotoğraf yine eşimle paylaştığım fotoğraf. Hatta ben şeye dikkat ederim fotoğraf paylaştıym falan gibi böyle şey var"* (K11).

Erkek kullanıcılar çoğunlukla anlık paylaşım yapmaktadır. Kadınlardaki gibi bakımsız, pijamalı, ev halini paylaşmaktan imtina etme durumu erkeklerde genelde geri plandadır. *"...genelde kendi fotoğrafım var instagramda. İyi göründüğümü düşündüğüm fotoğraflarımı koyarım herkes gibi. Ya şöyle eşofmanlı halimi ev halimi falan da koyarım yani."* (K14).

Pierre Bourdieu, *Eril Tahakküm* kitabında (2015) toplumsal cinsiyet eşitsizliğini teorileştirmeye ve araştırmaya yeni bir yaklaşım çağrısında bulunmaktadır. "Doxa paradoksu" olarak ifade ettiği üzere, dünyanın sembolik düzenine, en dezavantajlı durumda olanlar bile neden saygı duymaktadır? Toplumsal cinsiyet eşitsizliği, bu paradoksun bir örneğini sunmaktadır. Neden erkekler ve kadınlar, toplumsal cinsiyet farklılıklarını doğal ve ebedi kılan, böylece erkeklerin kadınlar üzerindeki tahakkümünü meşrulaştıran sembolik bir düzeni genellikle kabul etmektedir?

Toplumsal cinsiyet farklılıklarının görünüşteki evrenselliğini açıklamak için Bourdieu, sosyal bilimcilerin cinsel farklılığın "tarihsizleştirilmesini" ve "ebedileştirilmesini" başaran tarihsel mekanizmaları belirleme çalışmalarına yönelmeleri gerektiğini öne sürmektedir. Bourdieu (2015) özellikle toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden üretmede, kurumların rolünün daha iyi anlaşılması gerektiğini

savunmaktadır. Ailenin cinsiyet asimetrilerini yeniden üretmedeki rolü üzerine önemli çalışmalar yapılmış olsa da, kurumsal analiz dinin, eğitimin ve devletin eril tahakkümün yeniden üretilmesindeki rolünü açıklayacak şekilde genişletilmelidir.

Bourdieu (2015), "erkek merkezli" olarak nitelediği Kabyle'de cinsiyetler arası bölünme ve eşitsizliğin tamamen doğal görüldüğünü, kanıksandığını ve toplumu düzenleyici bir ilke olarak hizmet ettiğini ifade etmektedir. Hem nesnel bir durumda hem de somutlaşmış bir durumda kadın ve erkeklerin bedenlerinde, cinsiyetlendirilmiş habitus biçiminde mevcudiyetini korumaktadır. Cinsel bölünmenin bu iki yönü arasındaki uyum - fiziksel ve toplumsal düzende nesnelleşmesi ve toplumsal cinsiyete dayalı yatkinlıklarda somutlaşması - hem doğal hem de ebedi olarak cinsiyet farklılığı ve eşitsizliği fikrini meşrulaştırıyor olabilir.

Bourdieu (2015), aynı "döngüsel nedenselliğin" modernleşmiş toplumlarda iş başında olduğunu öne sürmektedir. Toplumsal uzamın nesnel yapıları, bireysel eğilimleri şekillendirmekte ve bu eğilimlere göre hareket eden ve seçim yapan insanlar, karşılığında toplumsal cinsiyetli toplumsal düzeni pekiştirebilir. Cinsiyet farkı ve eşitsizliğine ilişkin bu açıklama, cinsiyet baskısını bilinçli bir güç oyunu olarak açıklayan veya cinsiyet farklılıklarını stratejik, performatif faaliyetin ürünü olarak gören yaklaşımlardan önemli ölçüde farklıdır. Bourdieu, Butler'dan tam da bu noktada ayrışmaktadır.

Bourdieu, ikinci dalga feminizmin ardından önemli bir değişimin meydana geldiğini kabul etmektedir. Modernleşmiş toplumlarda eril tahakküm şeffaf, doğal karşılanan niteliğini yitirmiştir. Bourdieu, bu değişime katkıda bulunan en önemli faktörlerin eğitim sistemindeki ve aile yapısındaki değişiklikler olduğunu savunmaktadır. Buna karşın, kadınların bazı alanlarda görünüşteki ilerlemesinin, erkeklerin ve kadınların konumlarındaki göreceli eşitsizliğin ısrarını gizlediği yönündedir.

Bourdieu (2015), "eril tahakküm"den kurtulmanın tek yolunun aşk alanında bulunduğunu öne sürmektedir. Sevgi dolu karşılıklılık, karşılıklı tanınma ve çıkar gözetmeme ilişkileri aracılığıyla eril tahakkümün sembolik şiddetinden

kaçılabileceğine inanmaktadır. Bu noktada, Bourdieu'ya katılmak zordur çünkü eril tahakkümün heteroseksüel romantik ilişkilerden tamamen silinebileceği konusu tartışmaya açıktır.

Erkekler ve kadınlar arasındaki ilişkilerin eril tahakküme bağlı olduğunu, bu eril tahakkümün ya da habitusun erkeklere ve kadınlara toplumda belirli roller dayattığını öne sürmekteyken, Bourdieu'nun aşkın bu tahakkümü yok edebileceğine olan inancı uzak bir idealden öteye gidemeyebilir.

Bourdieu'nün çalışmaları genellikle feministler arasında bölünmelere neden olmaktadır. Birçoğu, çalışmalarında toplumsal cinsiyet ilişkilerini keşfetmesine rağmen, feminist teoriye çok az ilgi gösterdiğini, bunun yerine bedenin cinsiyetleştirilmesine veya yapılandırılmış cinsel iş bölümünün dünyaya cinsel olarak farklılaştırılmış bir bakış açısı ürettiğine odaklandığını iddia etmektedir. Bununla birlikte, diğerleri, katkısının feministler tarafından pek tanınmadığı konusunda ısrar ederek buna itiraz etmektedir. Bourdieu'nün en önemli içgörülerinden birinin cinsiyetin tüm sosyal ilişkilerde mevcut olduğunu ifade etmesidir. Katılımcılardan biri, cinsiyete dayalı davranış mekanizmalarının sosyal medyadaki tezahürünü örnekleyerek açıklamaktadır. *“...toplumsal cinsiyetin yeniden üretilmesi bu daha sık yaşanıyor; mizah içerecek şekilde ki o bunları çok kuvvetlendiriyor zaten kadınlar için kullanılan en sık nedir ‘kızlar kocanız elinizden almam 3 sn sürer’ işte bilmem ne kızlar size ekmek vermez falan bu mesela kadınlık rolünün altının kadınlar tarafından sıklıkla çizildiği ve binlerce örneği olan bir şey bu; hani erkek rolleri için de şey oraya bir tane hani zenne koyarsın ve şey yazarsın evde temizlik yapan erkek, hesabı bölüşelim diyen erkek yani anladın mı hani bunlar komik mi komik hani ben de gülüyorum. Bunlar erkeklik rolü için de kadınlık rolü için de sürekli sürekli olarak cinsiyetçi rolleri sürekli yeniden üreten paylaşımlar.”* Bourdieu'nün çalışması feminist yaklaşımlar için değerlidir çünkü toplumsal cinsiyet eşitsizliği toplumsal ilişkilere gömülüdür.

Davranışlar/tavırlar bir yapı veya alan içinde sembolik anlam taşıyabilir ve böylece kabul görmüş davranış veya eylemlerden oluşan bir model yaratılabilir. Bunlar somutlaşmakta ve bir kişinin belirli bir alanda nasıl davranacağını belirlemektedir (Bourdieu, 2015: 69-70).

Bourdieu dayanıklı ve yeniden üretilmiş olana odaklanırken; Judith Butler (Lovell, 2000: 12) akışkan ve istikrarsız olana odaklanmaktadır. Bourdieu, kimliğin "yapıcılığı" Butler'ın (2008) gibi postmodernist teorilerden daha somut bir şekilde ifade edebilmektedir. Sembolik determinizmin tehlikelerinin farkında olunması gerekse de bu, kimlik siyasetine dönüş değil, kimlik oluşumundaki yapısal sınırların farkında olmak anlamına gelmektedir. Cinsiyetten etkilenen sosyal sermaye biçimleri ile erkek olmanın doğasında var olan avantajı birbirinden ayırmak gerekebilir.

Yapılan bir araştırmaya göre; Türkiye'nin de aralarında bulunduğu bazı ülkelerde sosyal medya akışı siyasi erk tarafından takip edilmekte ve tehdit edici unsur içeren web siteleri veya sosyal medya paylaşımları bloke edilmektedir (Murdoch ve Anderson, 2008: 48). Kamusal alan olduğu varsayılan sosyal medyada var olan bu tür sansür mekanizmalarının göz önünde bulundurulması sosyal medyanın kamusal alan temsiliyeti açısından önemli olabilir. Sansür mekanizmaları, sosyal medyanın çoğulculuğu, özgürlüğü ve eşitliği sağlayan bir alan yarattığı varsayımını çürütebilir. Bir alanın "kamusal" olarak değerlendirilebilmesi için demokratik bir yapıya sahip olması ve bireylerin hak ve özgürlüklerinin gözetilmesi gerekmektedir. Kamusal alan, sansürden ve herhangi bir otoriter baskıdan, hegemonyadan bağımsız bir yapıda olursa kamusal olma niteliği kazanabilir (Gümüş, 2021).

Ceza ve gözetim ilkelerine dayanan ve siyasi erkin güç simgesi olarak kullandığı sansür mekanizmaları; içselleştirilerek kimliğe de yansımakta ve zamanla otosansürün devreye girmesine sebep olmaktadır (Foucault, 2019: 199). Sosyal medya kadınların kendilerine otosansür uygulamak zorunda kaldığı bir alan olarak işlev görebilir. Bu çalışmada yer alan katılımlı kadınların hemen hepsi sosyal medya paylaşımlarında çeşitli nedenlerle otosansür uygulamak zorunda olduklarını ifade etmişlerdir. Kadınlar sosyal medya kamusal alanında var olabilmek için çoğu paylaşımlarında otosansür mekanizmasını devreye sokmak zorunda kalabilir.

Otosansür, demokrasi için büyük bir tehdit olarak algılanabilir çünkü insanların kendilerine otosansür uygulaması bilgi akışını engelleyerek farklı görüşleri kısıtlamaktadır. Otosansür gönüllü bir eylem olarak kabul edilir, ancak genellikle bu

araştırmada da görüldüğü üzere korku veya baskı nedeniyle uygulanmaktadır. Sosyal medyada otosansür, genellikle birinin bir şeyi paylaşmak isteyip de korku veya baskı nedeniyle paylaşmamaya karar vermesidir.

Eşcinsel olduğunu söyleyen bir katılımcı, toplumsal cinsiyetçi baskılardan ötürü istediği her şeyi paylaşmadığını söylemekte ve birçok konuda kendine otosansür uygulamak zorunda kaldığını belirtmektedir. Bu katılımcının deneyiminde ‘din’ ve ‘aile’ bir tahakküm aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. *“Çekindiğim çok fazla konu var tabii ki. Her şeyimi paylaşamıyorum. Yakın arkadaşlar profili de var neyse ki. Çok fazla kullandım bunu. İçkili şeylerimi hep orada paylaşıyorum mesela. Ailem de var instagramımda çünkü. 35 yaşından sonra içmeye başlayınca böyle oluyor”* (K2). Başka bir katılımcı da ailesinden çekindiği için bazı şeyleri paylaşmadığının altını çizmektedir. *“Alkol paylaşamam isterim ama yapamam çünkü ailemden dolayı alkol kullandığımı bilmiyorlar”* (K7). Dini değerler ile toplumsal normları eş tutan bir katılımcı bazı fotoğrafların paylaşılmasından yana değildir. *“Mesela öğrencinin elinde bir içki şişesi gördüğüm zaman, sigara gördüğüm zaman, aşırı derecede makyaj gördüğüm zaman, o dudaklar büyüyor gözler büyüyor ne biliyim aşırı derecede açık giyinildiği zaman evet özgür bir ülkede yaşıyoruz eyvallah ona diyecek hiçbir şeyim yok ama bu özgürlük beden çıplaklığı artık yani seksilik çok affedersiniz”*

Katılımcılar genellikle istediği gibi paylaşım yapamamalarını ifade etmektedir. *“Benim de çok isyan ettiğim nokta var. Bazen de şurana kadar geliyor ama yine de tutuyorsun yani paylaşmıyorsun.”*(K2). Bazı konulardaki fikirlerini sosyal medyada paylaşamayacaklarını söylemektedir. *“Tam anlamıyla sosyal medyada da yapamıyorum, kelimelerimi çok seçerek kullanıyorum yani ramazanda içilir size ne falan diyemiyorsun yani.”*(K15). Katılımcılar sosyal medya kullanırken aile üyelerinin baskısından dolayı kendilerine otosansür uygulamak zorunda kalabilmektedir. *“Aile üyelerimin beni takip ediyor olması zaman zaman kısıtladı Biz bikini giyersek ya da kolumuz bacağımız saçımız açık olursa onlar şu gibi düşüncelere kapılıyorlar işte bu kadın hayır bunu yapmaması gerekiyor gibi dolayısıyla alkol kullanımında ya da mini giyimlerde bikini giymede böyle bir baskı söz konusu.”* (K17). Bu örnekten de görüleceği üzere sosyal medya kadınlar üzerinde bir tür eril tahakküm aracı olarak hizmet ediyor olabilir. Patriyarkaya dayalı sansür, eril tahakkümün bir aracı olarak sosyal medyada da karşımıza çıkmaktadır. *“...biri çok seksiydi kırmızı bir elbise giyiyordum yırtmacım çok derindi ondan sonra silmeyeceğim dedim*

silmedim sonra kaldırdım ama. Şunu yaptım ama o kırmızı elbiseyle post attım ama post attığımda daha kapalı yırtmacı seçtim atarken.” (K7).

Bazı kadın katılımcılar günlük hayatta küfür kullandığını ama sosyal medyada bu konuda kendine sansür uyguladığını söylemektedir. *“Küfür normalde ediyorum kullanıyorum ama sosyal medyada bunu daha az yapmaya çalışıyorum ya da hiç.”(K9).* *“...küfür paylaşmam, çok açık saçık işte bikinili fotoğrafımı paylaşmam” (K11).* Evli çiftlerde sosyal medya kullanımı konusunda eşler birbirlerine baskı yapabilmektedir ve bu sebeple çiftler sosyal medya paylaşımlarında otosansür uygulamak zorunda kalabilmektedir. *“Genelde kardeşim benim o fotoğrafımı paylaşmışsın kaldır onu çabuk der. Onun eşi çok kıskanç çünkü ben de onu paylaştığım oldu öyle olunca o bana kızıyor.” (K21).*

Bir katılımcı yaşadığı olumsuz deneyimden ötürü kendini kamusal alanda güvende hissetmemektedir. Yaşadığı bu olayı Twitter’da paylaşmak istemiştir ancak sonradan, paylaştığı tweeti silmiştir. Alacağı tepkilerden korktuğu için kendini sansürlemiş ve paylaştığı tweeti silmeye kendini mecbur hissetmiştir. Katılımcının bu deneyimi, sosyal medyanın karşıt kamusal alan yaratma gücünü yeniden düşünmemiz gerektiğini göstermektedir. *“Gündüz vakti metrobüse binmişim, bir Suriyelinin tacizine uğradım. Öfkemi atamayınca Twitter’a yazdım, böyle öfke dolu bir tweetti. Sonra o tweeti sildim. Onun orada durmasından rahatsız oldum.”*

Gündelik hayatta, insanlar sosyal normlara uymak için kendini sansürlemektedir. Birisi popüler olmayan bir görüşe sahipse, bunları güvenmedikleri kişilerle paylaşma olasılığı düşüktür. Ancak 'otosansür' ile kastedilen, bu araştırmada da katılımcıların paylaşımlarını belli kişilere açıp belli kişilere kapatmasında da görünen ‘sosyal filtreleme’dir. Bu 'sosyal filtre'ler arttıkça otosansür de artmakta ve kamusal tartışmalar giderek azalarak yerini kişisel meselelere bırakmaktadır. İronik bir şekilde, sosyal medya platformlarının çoğalması aslında otosansürün artmasına sebep olabilir. Bireyler ailelerinden, arkadaşlarından veya meslektaşlarından farklı olduklarını düşündüklerinde kendi görüşlerini bastırabilir ve “suskunluk sarmalı”nın¹⁶

¹⁶ Suskunluk Sarmalı: Elisabeth Noelle-Neumann tarafından ortaya atılan bir kitle iletişim teorisidir. Bu teoriye göre insanlar toplumdan dışlanmaktan kaçınmak için, tartışmalı konulardaki görüşlerini kamuya açıklamaktan kaçınma eğilimindedirler. Kamuoyunun genel geçer kabul ettiği yargıları doğru kabul ederek kendi düşüncelerini açıklamazlar. Suskunluk sarmalı tam da bu noktada tezahür eder. Ayrıca bunun tam tersine, fikirlerinin onaylanacağını hissedenler, fikirlerini korkusuzca ve bazen yüksek sesle dile getirme eğilimindedir.

içine girebilir. Bu şekilde ortaya çıkan otosansür demokrasiye zarar verebilir. Bu aynı zamanda sosyal medyanın kamusal alan olma özelliğini kaybetme riskini de beraberinde getirebilir. Baskı mekanizmalarıyla çevrelenmiş bir platformun kamusal alan olmaktan uzaklaştığı söylenebilir. Araştırmaya dahil olan çoğu katılımcı aile üyelerinin onları takip etmesinden rahatsız olmaktadır. “...bazen paylaşımlarımı yaptığımda çevremden akrabalarım vs altına yorumlar yazabiliyor maalesef.” (K4). Instagram’da attığı story’leri kimin göreceğini seçerek paylaşmakta, genellikle aile üyelerinin görmeyeceği şekilde ayarlamaktadır. “Kardeşim twitterda takip ediyor beni instagramımda bütün aile var. İstediğim gibi paylaşımda bulunuyorum ama artık orada da aa sen bunu mu koydun sorusu gelmesin istiyorum.” (K8). Aile filtresi ve yakın arkadaşlar filtresini sıklıkla kullandıklarını ifade etmektedir. Çünkü oluşturdukları yakın arkadaş kategorisine göre yapacakları paylaşımların da değiştiğini söylemektedir. Aile üyeleriyle ortak bir dil geliştiremediğini söyleyen bir katılımcı, sosyal medyada paylaştığı şeyleri onların görmesini engellemektedir. “Aile üyelerim yok sosyal medyamda. Çünkü şimdi mesela toplumsal cinsiyet problemlerine atıfta bulunacak paylaşımlarımı aile üyelerimin görmesini istemiyorum çünkü onlarla ortak bir dil geliştiremeyiz” (K13). Herkesin her paylaştıklarını görmesini tercih etmemektedirler. Instagram’ı özelleştirerek kullanmaktadırlar. “Ailemle olan ilişkim çerçevesinde işte instagram storylerimde yoklar. Benim oradaki kural setim yargılamayacak insanlar dolayısıyla o çok daha geniş bir kitle çok yakın olmamıza hiç gerek yok fakat o kitlemi belirleyebilmek için bir liste o.” (K6). Bu araştırmada katılımcıların verdiği cevaplara göre, aile faktöründen ötürü, sosyal medyada otosansür uygulamak bir zorunluluk haline gelmiştir. “Bir arkadaşım var, onun ailesi bayağı bir tutucu ve gay. Bir ilişkisi var şu anda. Kendini sosyal medyadan uzak tutuyor hiçbir şey paylaşmıyor, hayatında bir engelleyicidir o yani kendince önemli gördüğü noktaları bile kendi doğum gününde bile bir paylaşım yapamamıştı mesela.” Katılımcıların çoğu, aile üyelerinin onlara dair her şeyi bilmelerini istememelerinden ve öğrenmeleri halinde sorunlara yol açabileceğini düşündüklerinden sosyal medyayı otosansür uygulayarak ya da yakın arkadaş filtresi kullanarak kullanmaktadır.

Kamusal alanda cinsiyet eşitliği idealine zaman zaman yaklaşıyoruz zaman zaman uzaklaşıyoruz ancak içimizdeki partiyarka ile ne kadar mücadele edebiliyoruz? İçselleştirilmiş patriyarka ve içselleştirilmiş cinsiyetçiliğin kadınların sosyal medya

kamusal alanındaki davranışlarında ne kadar etkili olduğunu yaptıkları paylaşımlar üzerinden tartışmaya açmak önemli olabilir. Çünkü katılımcıların verdikleri cevapların içselleştirilmiş patriyarkayla ilişkili olduğu söylenebilir. Görüşmecilerin verdiği cevapları yorumlamadan önce patriyarka (ataerkillik) ve cinsiyetçilik kavramlarına kısaca değinilecektir.

Patriyarka, erkeklerin birincil güce sahip olduğu ve siyasi otorite rollerinde baskın olduğu bir sosyal sistemdir. Hem kişinin özel hayatında hem de kamusal alanda ortaya çıkmaktadır. Cinsiyetçilik, cinsiyete dayalı önyargı veya ayrımcılıktır; genellikle kadınlara yöneliktir. Mizahi bir dil kullanılarak yapılması dışında, kadınların eğitim veya istihdamda eşit fırsatlardan mahrum bırakılması gibi daha açık ayrımcılık biçimleriyle de kendini gösterebilir.

Patriyarka ve cinsiyetçilik bir araya geldiğinde, kadınların hem sosyal hem de ekonomik olarak baskı altına alındığı bir sistem yaratılmaktadır. Patriyarka, cinsiyetçi tutum ve inançları güçlendirerek erkeklere buna göre hareket etme konforu sağlamaktadır. Bu, kadınların eşit hak ve fırsatlardan mahrum bırakılmasına veya şiddet ve istismara maruz kalmasına neden olabilir. Cinsiyetçilik tek başına da ayrımcılığa ve baskıya yol açabilmektedir. Örneğin, kadınlara aynı işi yaptıkları için erkeklerden daha az ücret ödenebilmekte ya da cinsiyetleri nedeniyle terfilerde ikinci plana atılabilmektedir (Lerner, 1986).

Patriyarkanın erken bir tanımı, onu erkeklerin kadınlara hükmettiği, ezdiği ve sömürdüğü toplumsal yapılar ve uygulamalar sistemi olarak ele almaktadır (Walby, 1989: 214; Beechey, 1979; Millett, 1969). Benzer şekilde, patriyarka kavramı, kadınları ve erkekleri, kızları ve erkek çocukları farklı ve eşitsiz kategorilerde konumlandıran, belirli erkeklik biçimlerine ayrıcalık tanıyan sistemler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Toplumsal düzenlemelerin, patriyarkal sistemin yani ataerkilliğin üzerine kurulması toplumda erkeklerin çoğunun kadın üzerinde kontrol sahibi olabilmesini sağlamaktadır (Enloe, 2017: 49).

Bu nedenle, erkekler ile kadınlar arasında eşitsiz veya adaletsiz bir güç ve statü dağılımına, çeşitli alanlarda (örneğin aile, toplum, ekonomi ve siyaset) bir tahakküm

ve boyun eğme ilişkisine dayanan patriyarka kavramı, toplumsal cinsiyet eşitliği ilkesiyle doğrudan çelişmektedir.

Birçok resmi kural ve düzenleme toplumsal cinsiyet eşitliği ilkesine dayanmakla birlikte, ataerkil anlayış, değer ve normların Türkiye’de sosyo-politik yaşamda hala yaygın ve etkili olduğu söylenebilir. Örneğin, Dünya Ekonomik Forumu’nun Küresel Cinsiyet Uçurumu Raporu’na¹⁷ göre Türkiye 2022’de 146 ülke arasında 124. sırada yer almıştır (Global Gender Gap Report, 2022). Bu dünya ortalamasının altındadır. Türkiye’nin toplumsal cinsiyet eşitliği açısından düşük performansı, ataerkilliğin mikro veya makro düzeyde incelenmeye devam edilmesi gerekliliğini bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu zamana kadar da çeşitli disiplinlerden (sosyoloji, iletişim, antropoloji, siyaset bilimi ve iktisat gibi) pek çok akademisyen, toplumsal cinsiyetle ilgili farklı konularda aydınlatıcı ve değerli çalışmalar üretmiştir.

Türkiye’de yapılan birçok araştırma İslam ile ataerkillik arasındaki bağı vurgulamaktadır (Acar ve Altunok, 2013; Arat, 2010; Coşar ve Yeğenoğlu, 2011; Engin ve Pals, 2018; Erman, 2001). Gerçek hayata gömülü bir ideoloji ve pratikler olarak radikal İslami hareket, kadınları özel alanla ilişkili olarak tanımlayarak, kadınların geleneksel anne ve eş rollerini vurgulamakta ve kadınların kendilerine boyun eğmelerini isteyerek ataerkil ideolojiyi yeniden üretmeye çalışmaktadır (Erman, 2001: 131). Erman (2001), bu ideolojinin aile kurumunda devamını sağlayan baş aktörlerin de babalar/kocalar olduğunu belirtmektedir. Birçok çalışma dinin ataerkil anlayışlar açısından önemli olduğunu öne sürmektedir. Walby’ye göre (1989: 227), dinler tarihsel olarak erkekler ve kadınlar için doğru davranış biçimleri belirleyen ataerkil söylemler içermektedir.

Özellikle modernleşme perspektifini benimseyen araştırmalar, sosyo-ekonomik statünün ataerkil tutumları ve yönelimleri şekillendirmesinin muhtemel olduğunu öne sürmektedir (Inglehart ve Norris, 2003). Daha spesifik olarak, daha iyi eğitilmiş ve daha yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin erkek egemenliği ve kadının

¹⁷ Bkz. https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2022.pdf

ikincil konumu konusunda daha bilinçli olması beklenmektedir. Başka bir deyişle, daha iyi sosyo-ekonomik statüye sahip bireylerin daha eşitlikçi normlar ve değerler içinde sosyalleşmesi muhtemeldir; ayrıca geleneksel ataerkil toplumsal cinsiyet rollerini sorgulama ve reddetme olasılıkları da daha yüksektir (Alexander ve Welzel, 2011; Engin ve Pals, 2018; Goldscheider vd., 2014; Inglehart ve Norris, 2003; Inglehart ve Welzel, 2005). Artan sosyo-ekonomik statü, daha eşitlikçi tutum ve yönelimlerin gelişimini kolaylaştırıp ve ataerkil eğilimleri baltalayabilir. Artan eğitim ve gelir seviyesi de ataerkil değerleri zayıflatır. Son dönemde yapılan bir araştırma, sosyo-ekonomik gelişmenin ataerkil değerleri ve anlayışları baltalama veya zayıflatma olasılığının yüksek olduğunu göstermektedir (Özdemir-Sarıgil ve Sarıgil, 2021). Bu araştırmaya katılan bireylerin orta sınıf olduğu dikkate alındığında görüşme sorularına verilen cevapların patriyarka ile ilişkisi, yukarıda bahsedilen araştırmaların sonuçlarıyla uyumludur.

Genellikle meslek ve cinsiyet birbiriyle bağlantılı olabilmektedir. Kadınların mühendisliğin bir çok dalında, madencilik, yazılım, teknik işler vb. gibi meslekleri tercih etmedikleri görülebilir. Erkeğe atfedilen mesleklerde kadınların erkeklere oranı düşüktür. Aynı şey erkekler için de geçerlidir. Öğretmenlik, moda tasarımı veya hemşirelik gibi mesleklerde erkek oranı düşüktür ve bu meslekler gibi kadına atfedilen mesleklerde çalışan erkekler herhangi bir mühendisle eşit olduğunu kanıtlamak için mücadele etmek zorunda kalabilmektedir. Örneğin bir erkek katılımcı hemşire olmadan önce bu mesleğe bakış açısını şu şekilde ifade etmiştir: *“Ben aslında mühendislik isteyen bir kişiydim. Eşimin ablası hemşirelik diye bir meslek var aslında siz de gidebilirsiniz işte güzel meslek garanti meslek falan ben orada hemen böyle geriye doğru çıktım ayağa kalktım ya dedim erkekten hemşire mi olur!”* (K16). Kadınları kötü sürücüler ve erkekleri yemek pişirmeye uygun olmayanlar olarak tasvir eden göndermeler sosyal medyada da gündelik hayatta da yaygındır. Buna o kadar alışılmıştır ki, insanlar günlük hayattaki seçimlerinde var olan önyargıları otomatik olarak görmezden gelebilmektedir.

Patriyarkada, eşlik ve annelik rolleri görünüşte kamusal alandan kopuktur. Özden arındırılarak, özel/mahrem alanla ilgili bireysel tercih meseleleri olarak kabul edilirler. Burada, özden arındırma yoluyla, bu rollerin kadınların kamusal alandaki

varlığını kesintiye uğratmayacağı varsayılmaktadır. Bu, sosyo-politik bağlamda süregiden ataerkil rejimlerin varlığının ortaya koyduğu yanlış bir varsayımdır (Eisenstein, 1981). Evli ve bir çocuk annesi (K24), tanımadığı birinden mesaj almaktan çekinmektedir. Bu durumun evliliğine zarar vermesinden korkmaktadır. Nitekim tam da bu sebeple bu tür mesajlar aldığını eşinden gizli tutmaktadır. Mesajlaştığı bazı kişilerle yüz yüze de görüştüğünü ve bunun aldatmaya girmediğini çünkü sadece arkadaşlık kurduğunu ifade etmektedir. (K24)'ün ilk aklına gelenin aldatma olması önemlidir. Böyle bir soru sorulmamasına karşın kendini bunu açıklamaya mecbur hissetmiştir. *“Tanımadığım birinin bana mesaj atmasından çekinirim. Evliliğime zarar vermeyecek şekilde birkaç kez görüştüğüm arkadaşlarım oldu onu da eşime bahsetmedim. Ben aldatılmanın bedenen yapılan bir şey olduğunu düşünmüyorum zihinle de aldatılabilir insan; benim de zihnimden geçen hiçbir zaman öyle bir şey olmadığı için ailemi o tedirginliğe sürüklemek istemedim.”* (K24). Türkiye’de kadınlar, cumhuriyet bağlamında elde ettikleri hakların elde edilmesinde ve kullanılmasında, kendilerini her şeyden önce (potansiyel) eşler ve/veya anneler olarak algılayan cumhuriyet ahlakına sadakat yoluyla 'ataerkillikle pazarlık etmek' (Kandiyoti, 1988) zorunda kalmıştır. Cumhuriyet bağlamında anneliğin sembolik bir anlamı vardır. Bir katılımcı sosyal medyanın Türk aile yapısının bazı değerlerini yok ettiğine, Türk kültürünü yozlaştırdığına inanmaktadır. *“Asla bikinili fotoğraf paylaşmam o benim özelim. Her şey ortaya dökülmemeli yani Türk aile yapısı olarak biz böyle büyümedik.”* (K1)

İçselleştirilmiş patriyarka özellikle kadınlara giyinme/örtünme kuralları dayatabilmektedir. Bunu önemseyen kadınlar sosyal medyada da patriyarkaya uygun davranış gösterebilir. *“Ben açık bir şey paylaşmam işte kalçama dikkat ederim, göğsüme dikkat ederim yani çünkü bir konumum var, bir ailem var en önemli şey benim kendime saygım var. Diyelim ki deniz kenarındayım bikinili de bir resmim var, kesinlikle alt kısmımı paylaşmam sosyal medyada çok farklı algılanabiliyor.”* (K23). Araştırmaya katılan kadınların hemen hepsi sosyal medyada bikinili fotoğraf paylaşmamayı tercih etmektedir. *“Yani şunu düşünüyorum tabii ki toplum kuralları var sosyal medyada bikinili bir fotoğraf paylaşmak, kumsalda tek başına bikini giymek gibi hissettirebilir insana. Sosyal medyada böyle bir şey paylaşılmaz diye düşündüğüm için paylaşmıyorum.”* (K19). Sosyal medyada kadınların kendilerine çeki düzen verme zorunluluğu hissetmesi içselleştirilmiş patriyarkayla ilişkili olabilir. *“En son kuzenimin nişanı vardı biraz dekolteli*

mesela onu bile paylaşmak açıkçası beni rahatsız etti yani ama paylaştım ama mesela belki bir gün onu kaldırıabilirim. Evde pijamalı halimi filan paylaşmam.” (K3). Görünür olmayan patriyarkayı çözümlemek toplumsal cinsiyet eşitliğine giden yolu da kısaltabilir.

Bir kadın katılımcı, Ekşi Sözlük’te yazdığı bir metin üzerinden erkek olarak algılandığını ve bundan rahatsız olduğunu ifade etmiştir. *“Bir tane başlık vardı en unutulmaz basketbol maçları gibi bir başlık ben oraya bunu uzun uzun bayağı detaylı yazmıştım. O kadar detaylı bir basketbol maçı entrysi yazan kişiyi erkek sandılar.”* Katılımcının deneyiminde de görüldüğü üzere, sporun özellikle futbol, basketbol gibi popüler kültürün egemenliğindeki spor dallarının erkeklerle ilişkilendirilmesi; içselleştirilmiş cinsiyetçiliğin ve heteropatriyarkanın göstergelerinden biri olabilir.

İçselleştirilmiş patriyarka, içselleştirilmiş cinsiyetçiliği de beraberinde getirerek normlara uygun davranmayanlara karşı düşmanlık beslenmesine yani mizojiniye sebep olabilir. Açık cinsiyetçilik biçimleri daha tanımlanabilir olsa da, içselleştirilmiş cinsiyetçiliğin işaret edilmesi ve düzeltilmesi daha zordur. Basit bir ifadeyle mizojini, kadınların kendilerine ve diğer kadınlara karşı takındıkları cinsiyetçi tavrıdır. Ezilen kişi zulmü içselleştirdiği için, zulmün ezenin yokluğunda devam etmesine yardımcı olan içselleştirilmiş baskının daha geniş biçimidir. İçselleştirilmiş cinsiyetçilik veya kadın düşmanlığı, kadınları cinsiyetçi mitlerin ve klişelerin gerçekten doğru olduğuna inanmaya yönlendirmektedir. *“Bilmiyorum yani sanat var, bilim var, akıl var, fikir var yine küçümsüyor gibiyim böyle bir insan değilim aslında ama yapılacak bir sürü şey var, yemek yapabilirsin mesela oje sürebilirsin, makyaj yapabilirsin; sadece bedenle giydiğin kıyafeti paylaşıyorsan ve profesyonel manken değilsen onu eleştiriyorum.” (K7).*

Kadınların hayatları boyunca duydukları “kadınlar arabayı iyi kullanamaz”, “kadınlar duygusal olarak zayıftır”, “kadınların liderlik kapasitesi yoktur” gibi mesajlar içlerinde yankılanmaya devam ederek onlarda kendinden şüphe etmelerine ve aşağılık duygusuna kapılmalarına neden olabilir. Kadınların birbirine karşı uyguladığı ahlaki denetim de içselleştirilmiş cinsiyetçiliğin bir örneğidir. *“...bir kızın elini beline koyup ya da bikinisizle fotoğraf paylaştığında, el beldeyse böyle bikinim bikinim bembeyaz bikinim ipimi de gör falan maalesef diyorum cinsel olarak arzulanmak için yapıyor*

diye. Bu arada erkekler buna düşüyor diye kadınlar böyle paylaşımlar yapıyor.”(K7). Bağımsız ve iddialı kadınların ataerkil cinsiyet rollerine uyan kadınlar tarafından “çok hırslı” veya “fazla kontrolcü” şeklinde etiketlenmesi, toplumdaki cinsiyetçi tutumları pekiştirebilir.

Mizojini, bir kadının başka bir kadının vücudunu utandırması kadar, bir kadının kendisi hakkında kendini küçümseyen şakalar yapmasıyla da ilgilidir. “Bazen şey oluyor mesela bir arada resim paylaşmışız hani kadınlar arkadaşını yermeye bayılır ya böyle ay sen çok kilolu çıkmışsın falan bunu paylaşma bence falan yaptığım oluyor”(K21). Sürekli olarak diğer kadınlarla kendi arasında olumsuz sosyal karşılaştırmalar yapmak ve diğer kadınları erkek onayı için rakip olarak görmek, içselleştirilmiş cinsiyetçiliğin ataerkilliği sürdürmek için istenen etkileri elde etmesinin yollarından biri olabilir. “Bazı erkekler oluyor eskortları takip ediyorlar tamam mı ya da işte böyle tamamen iç çamaşırılı poz veren hesapları takip ediyorlar bana göre öyle bir insan kalitesini belli ediyor açıkçası öyle bir erkek.” (K5).

Mizojininin ve buna sebep olan patriyarkal sistemin farkında olmak toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında önemli bir yapı taşıdır. Ancak bu araştırmada verilen cevaplar gösteriyor ki sosyal medya dayanışmayı artırdığı kadar, mizojiniyi de daha görünür kılmaktadır. “Kıskanıyorum da güzel kadınları bazen çünkü eski sevgilim takip ettiği zaman mesela öyle bir kadını çok rahatsız oluyorum. Bu yüzden ayrıldık. Çok da aşırı teşhirci geldi o*pu dedim ben bu kadına, içimden küfürler ettim.” (K7).

Güzel olma ve iyi görünme kaygısı kadınların kendilerini baskı altında hissetmelerine sebep olabilir. Araştırmaya katılanlardan sadece kadın katılımcılarda güzel olma/görünme kaygısının olması, bunun kadınlara dayatılan bir eril tahakküm mekanizması olduğunu gösterir niteliktedir.

Feminist teorisyenler, güzellik zorunluluklarının kadınlara yüklediği yükü uzun süredir eleştirmektedir. Önemli bir eleştiri, feminizmin “ikinci dalgasından” sonra, kadınların üzerinde güzelliğin peşinden koşmaları için uygulanan baskının dramatik bir şekilde arttığını belirten Naomi Wolf’tan gelmiştir. Wolf (akt. Long, 1992), bu baskının kadınların ilerlemesine ve kadınların iş hayatında daha aktif olmasına karşı bir tepki olarak arttığını iddia etmektedir.

Kadınların değerlerinin güzellikleri tarafından belirlendiğine dair inançlarının, kendilerini metalaştırmaya hizmet ettiği, kadınları ve toplumsal cinsiyet eşitliğini olumsuz etkilediği söylenebilir. Kadınların kendini nesneleştirmesinin; cinsiyet eşitliği konusunda azalan siyasi aktivist eğilim, cinsiyetler arası etkileşimlerde daha az girişkenlik ve matematiksel işlemlerde daha düşük performans ile ilişkili olduğu bulunmuştur. Kadınlar nesneleştirildiğinde (örneğin, dış görünüşlerine göre değerlendirildiğinde), iş hayatında erkeklere göre daha yetersiz olarak algılanmaktadır (Ramati-Ziber vd., 2019).

Sosyal koşullar ve cinsiyet rolleri değiştikçe güzellik hakkındaki fikirler de değişmektedir. 1960'larda ve 70'lerde, kadınlar için güzellik ideali, Marilyn Monroe gibi dolgun, düzgün vücuda sahip olmak iken; 80lerden sonra bu, Twiggy veya Kate Moss gibi süper modellerin temsil ettiği incecik, düz göğüslü figürler gibi görünmek idealize edilmeye başlanmıştır. Kadınlar eğitim, istihdam ve siyaset alanlarında kazanımlar elde ettikçe bedenleri daha zayıf görünmeye başlamıştır. Wolf'a (akt. Long, 1992) göre bu tesadüf değildir; kadınlar özgürlük ve güç kazandıkça bu kez bedenleriyle yetersiz hissettirilmektedir. Kadınlar ideal bedenlere kavuşmak için diyet ve egzersiz yoluyla vücutlarını disipline etmeye çabalayarak yaşamaya başlamıştır.

Bu standartların sürekli yeniden üretildiği mecralardan biri olan sosyal medyanın kadınların ideal bedene sahip olmasını zorunlu kıldığı söylenebilir. Zira, araştırmaya katılan kadınlarda bu kaygıya rastlanmakta, kendilerini kilolu hissettikleri dönemlerde ya paylaşım yapmamakta ya da kendilerini aplikasyonlar aracılığıyla zayıflatarak paylaşmaktadır. *“Son 1 yıl belki benim fazla kilo aldığım bir dönem oldu onun da üzerimde yarattığı bir huzursuzluk ve şey hali kendini daha az beğenme hali oldu açık konuşmak gerekirse. Kendimi beğenmediğim zaman tabii ki paylaşmıyorum.”* (K3). Kadınları incelten ve bedenlerindeki pürüzleri ortadan kaldıran aplikasyonların olması da kadınların üzerindeki güzellik dayatmasının bir ürünüdür. *“Mesela fotoğrafta kilolu mu çıktım bir yerimden kilo taşımış onu ben hemen programla düzeltiyorum yani o kiloyu şeyi o fazlalığı oradan yok ediyorum öyle bir şablon yaratmak en azından hedeflemek o görüntüyü bana motivasyon sağlıyor.”* (K5). Dolayısıyla öncelikle bu baskının ortadan kaldırılması için çaba gösterilmesi önemlidir. Kadınların özgürlüklerini kısıtlayıcı nitelikte olan bu baskının sosyal medyada da sıklıkla tezahür etmesi, sosyal medyanın toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden üretmekte olduğunun da bir göstergesi olabilir.

(K7), için sosyal medya daha güzel olmanın öğrenildiği yerdir. Ayrıca vücudunu beğendiği takdirde tayt gibi vücut hatlarını ortaya çıkarak şeyleri paylaşabileceğini de ifade etmektedir. *“Çok faydası oldu bana instagramın. Çok güzel makyaj yapabiliyorum artık eyelinerımı çok güzel sürüyorum artık. Çok kolaymış. Vücudumu beğeniyorsam tayt spor kombinlerimi, daha şık olduğum bir şeyi de paylaşırım tabii ki.”*

Kadınlara dayatılan zayıf olma algısından rahatsızlık duyan ve sağlıklı olmanın daha önemli olduğunu savunan katılımcılar, sosyal medyanın özellikle genç kadınları hedef aldığını ve erken yaşta makyaja alıştırtıp aynı zamanda onları marka bağımlısı yaptığını söylemektedir. Bu konuda influencerların gençleri kötü etkilediğini düşünmektedir. *“Maalesef ki kadınların üzerine yapışan bir şey var ya aşırı zayıf olmak zorunda herkes 34 ya da 36 beden olmak zorunda, genç kızlarımız gerçekten ciddi anlamda çok etkileniyor. Zayıf kalmam gerekiyor 34 bedeni aşmamam gerekiyor ne biliyim 1-2 kg aşınca böyle çok mutsuz oluyorlar. Makyaj videoları çok etkiliyor ya gençleri, influencerlar çok etkiliyor. Yani sırf bunun için 2 ay harçlığını biriktirip o marka malzemelerden makyaj malzemelerinden alanları biliyorum.”*(K1). İdeal bedene sahip kadınların bir pazarlama aracı olarak nasıl kullanıldığını ve bunun kadınları nasıl etkilediğini bir katılımcı şöyle açıklamaktadır: *“Bir bikiniyi pazarlayacağın zaman o bikiinin ideal bedeninin üzerinde durması var bir de işte bu overweight insanların üzerinde durması var insanlar genel olarak alacakları zaman da bikiinin o ideal beden üstündeki kişiler gibi duracağını düşünüyor o yüzden onu tercih ediyorlar.”* (K22).

Katılımcılardan bazıları, kadın bedeninin göze hitap ettiğini, erkek bedeninin ise rahatsızlık verdiğini ifade etmektedir. Kadınların body shaming de olmak üzere farklı şekillerde şiddete uğradığını kabul etmekte ve erkeklere body shaming yapılsa bile bir erkeğin bunu anlayamayacağını söylemektedir. Çünkü zaten erkeğin bedeni eleştiriye açıktır. Ataerkil kültüre sahip toplumlarda erkek bedeni, kadın bedeni gibi izlenilecek bir nesne değildir. Dolayısıyla erkek bedeninin nasıl görüldüğüyle kimse ilgilenmemektedir. Ancak kadın bedeni toplumsal normlara uygun değilse eleştirilebilir ve body shaming’e maruz kalabilir. *“Fiziğine ciddi bir emek verirsın çok sağlam fiziğin olur paylaşırsın onu anlarım çünkü çok ciddi bir emek var ortada ama kıllı göbekli dayılara da noluyor yani ben bunu anlamıyorum. Erkeğe body shaming yapmak çok kolay. Hakikaten shame olacak bir body yani bunu niye bizimle paylaşıyorsun. Kalkıp da bana*

body shaming yapıyorsun demek de aklına gelmeyebilir. Erkeğin vücudu biraz daha tiksindirici ya.” (K18).

Sosyal medyada güzel görünme kaygısıyla alakalı olarak birçok araştırma, dijital güzellik filtrelerinin ruh sağlığı üzerinde olumsuz bir etki yaratabileceğini ortaya koymaktadır. Güzellik filtreleri, fotoğraflardaki yüz özelliklerini değiştirmek için yapay zeka kullanan özel fotoğraf düzenleme araçlarıdır. En sık kullanılan filtreler, TikTok'ta kişiyi olduğundan daha ince gösteren filtreler ve Instagram'da yüz hatlarını ideal bir orana göre ayarlayan yüz filtreleridir. Rosalind Gill'in 2020 yılında yaptığı araştırmada güzellik filtrelerinin sosyal medyada giderek daha popüler hale geldiğini ortaya koymuştur. Ayrıca yaş ortalaması 20 olan genç kadınların % 90'ı filtre kullandığını veya fotoğraflarını düzenlediğini söylemiştir (Gill, 2020).

Bu araştırmada en çok ne tür filtre kullandıkları sorulduğunda, katılımcılar en çok kullandıkları filtrelerin cilt tonunu eşitlemek, cildi aydınlatmak, dişleri beyazlatmak, cildi bronzlaştırmak ve daha zayıf görünmek için kullanılan filtreler olduğunu söylemiştir. *“Mesela gülerken dişlerim daha beyaz çıksın ya da işte göz altımdaki kırışıklıklarım çıkmasın ya da lekelerim çıkmasın daha genç daha fresh bir görünüm kazanmak için diyebilirim.” (K5).* Katılımcılar ayrıca çenelerini veya burunlarını yeniden şekillendirmek, dudaklarını dolgunlaştırmak ve gözlerini daha büyük göstermek için sosyal medyadaki filtreleri kullandıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıları bu filtreleri güzel görünme konusunda yoğun bir baskı hissettikleri için kullandıklarını ifade etmiştir. *“Yüzüm güzel çıksın gözümün altı mor çıkmasın her kadın gibi işte ufak dokunuşlar yaptım.” (K1).*

Bu araştırmaya katılan kadınların pek azı görünümünü değiştiren filtreleri kullandığını belirtmiştir. Ancak yine de hemen hepsi ufak dokunuşlar yaptığını söylemiştir. Gerçek hayattaki görüntülerini değiştirmeyen ama daha güzel görünmelerini sağlayan filtreleri kullandıklarını ifade etmişlerdir. Kadın katılımcılar yüzlerine renk veren, pürüzleri ortadan kaldıran filtreleri, filtre olarak görmemekte zaten bu gibi ufak değişimleri herkesin yaptığını düşünmektedir. *“Ben güzelleştiren filtreleri çok sevmiyorum aslında ama ufak dokunuşlar yapmadan da paylaşıyorum. Daha pürüzsüz kontrastı yükselterek paylaştığım fotoğraflar...” (K9).*

Dove Self-Esteem Project¹⁸ tarafından 2020'de yürütülen araştırmaya göre, genç kadınların % 80'i fotoğraflarda görünüşlerini değiştirmek için en az bir filtre indirmekte veya en az bir uygulama kullanmaktadır. Tiggemann ve arkadaşlarının yaptığı araştırmada (2020), benlik saygısı düşük ve beden imajı olumsuz olan genç kadınların, görünüşlerinin yeterince iyi olmadığına dair kötümser inancı daha da güçlendirebilecek filtreler kullanma olasılıklarının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Kadınlar, görünüşlerini yalnızca ünlülerin ve akranlarının görüntüleriyle karşılaştırmakla kalmamakta, aynı zamanda kendilerini filtrelenmiş fotoğraflarına göre de yargılamaktadır. Bu sürekli karşılaştırma, büyük bir yıkımın kaynağı olabilir ve kişinin olumlu beden imajını ve özgüvenini aşındırabilir. *“Toplum tarafından kabul görmüş insanlar ne biliyim bu Kylie Jennerlar falan hepsi aynı şeyi yapıyor, Hollywood yanağı mıydı herkes işte şuralarını kaldırıyor herkesin kaşları aynı herkes işte yanak aldırıyor falan gibi şeyler oluyor. İnsanlar genel olarak çünkü o tanrılaştırılmış bedene sahip olmak istiyor bu bedene de en kolay şekilde sana imkan sağlamışlar tak çekiyorsun”* (K22). Sosyal karşılaştırma ve güzellik filtreleri, kullanıcıların gerçekçi olmayan güzellik standartları için çabalamasına neden olabilir. Sonuç olarak, küçük yaştan itibaren kadınlar gerçekte nasıl göründükleri ile sanal dünyalarında paylaştıkları düzenlenmiş görüntüler arasında bir kopukluk yaşamaktadır. Bu, beden dismorfik bozukluğu gibi ciddi hastalıklara bile yol açabilecek düzeyde bir tür kendini nesneleştirme olarak görülebilir. *“Bu filtreler estetiğe de özendiriyor zaten. Nasıl olurum burnum böyle olsa güzel olurmuş gibi yaptırıyorlar zaten herkes botokslu geziyor yani.”* (K21). Erkek katılımcılar filtre kullansa da bunu eğlence amaçlı yapmaktadır. *“Ben filtrelerin komik olduğunu düşünüyorum ben de espri amaçlı bir sürü var albümüme baksan o filtrelerin her birini ayrı ayrı denemişliğim falan da var arkadaşlarıma atmışım onlarla gif ya da etiket yapmışlığım falan var ama yani paylaşım olarak kullanmadım”* (K20). Güzellik filtreleri yerine hayvan figürleri olan filtreleri mizahi amaçlı kullanmakta ve çoğunlukla paylaşmak için değil sadece denemek maksatlı bu filtrelerden faydalanmaktadır. *“Eğlence filtrelerini eğlenmek için kullanırım yani enteresan bir şey görürsem bir etkileşim yaratacak komik bir şey görüyorsam kullanırım hatta birinde görsem hemen try ederim (denerim) ve kullanırım. Eğlenmek eğlendirmek*

¹⁸ <https://www.dove.com/us/en/dove-self-esteem-project.html>

için” (K6). Ayrıca erkek katılımcılar kadınların güzelleştiren filtreleri kullanmasını “doğası gereği” normal karşılamaktadır. *“Filtre kullananlar da zaten genelde kadınlar. Zaten kadınların güzelleşmek istemesi normal bir çaba ben sorun görmüyorum açıkçası”* (K14).

Instagram’ın, TikTok’un ve diğer filtre uygulamalarının kadınlar için tasarlandığını söylemek mümkün olabilir. Filtrelerin eril bir teknoloji ürünü olduğu söylenebilir. Bu araştırmada katılımcıların verdiği cevaplara göre, eril bakışın kadınları standardize etmesini kolaylaştıran bu filtreler, kadınlar üzerinde bir tahakküm mekanizması olarak işlerlik kazanmakta, sosyal medya da bu tahakkümü kolaylaştırmakta ve toplumsal cinsiyet rollerini yeniden üretmektedir.

“...arkadaşımın başına geldi yani bütün fotoğrafları böyle çok güzel bir kadın alımlı bir kadın olarak gösteriyor. Date’de yani bir buluşma yaptıklarında fotoğraflarla hiç alakası yokmuş. Kadınlar bence daha fazla kullanıyor filtreyi. Bir nevi dolandırıcılık aslında.” (K4). Bazı erkek katılımcılar filtre kullanımını dolandırıcılıkla eş tutmaktadır. *“Bence bu nitelikli dolandırıcılıktır bunun kanuni bir maddesi var bu kanunen yasaktır ben kendim kullanmıyorum. Filtre kullananlara mesafe almıyorum ama bende bir dalga konusu oluyor.”*(K8).

John Berger’in (2017) Görme Biçimleri adlı eserinde de belirttiği üzere; erkekler hareket eder ve kadınlar ortaya çıkar. Erkekler kadınlara bakar. Kadınlar kendilerine bakılmasını izlerler. Bu sadece erkekler ve kadınlar arasındaki ilişkilerin çoğunu değil, aynı zamanda kadınların kendileriyle olan ilişkilerini de belirlemektedir. Kadının kendi içindeki, kendi özünü belirleyici unsur erkektir. Böylece kendini bir nesneye, özellikle de bir görüş nesnesine, bir görüşe ve görünüşe dönüştürmektedir.

Berger (2017), erkek ve kadın varlığı arasındaki farkı tartışmaktadır. Argümanı temel olarak şudur: Erkekler için güç dışsaldır (bedenlerinin/zihinlerinin dışındaki ve ötesindeki bazı nesneler tarafından tanımlanır), kadınlar için ise güç içseldir (kendi bedenlerine/zihinlerine ilişkin kavramlarına dayanır).

Katılımcılar, kendi sosyal medya kullanım pratiklerinden de yola çıkarak, insanların genelde dışarıya göstermek istedikleri şeyleri paylaştığına inanmaktadır.

“Kendim olsam ben daha komik olurdu belki daha hem zaman zaman daha komik olurdu zaman zaman daha sövdüğüm bir yer olurdu şu anda değil yani çok dikkat ediyorum oradaki yansıttığım şeye” (K15). Sosyal medyanın, çoğunlukla mutlu anların paylaşıldığı bir dünya olduğunu düşünülmektedir. *“Kendi yetersizliklerinin üzerini kapatıp görünmek istedikleri bir kimlikle karşı tarafa yansıtıyorlar. İstedikleri gibi manipüle ediyorlar sabah kahvemi içiyorum çok mutluyum bu bile aslında yalan fake mutlu değilsin belki de o gün.”*(K7). (K2), bir yeri, nesneyi ya da kendini olduğundan farklıymış gibi gösterenlerin çoğunlukla kadın olduğunu savunmaktadır. *“...orada çok muhteşem bir hayatı sergiler gibi sergiliyoruz hepimiz hayatımızı. Bu tarz paylaşımları yapanlar genelde kadınlar.”* (K2).

Erkek çıkarlarının korunduğu patriyarkal sistemde kadın sürekli denetlenmektedir. Ancak bu sistemden zarar gören salt kadınlar değildir. Patriyarka erkeklere de belirli roller biçmekte ve erkekliğini kanıtlamak için kadına karşı tahakküm mekanizmalarını devreye sokmasını beklemektedir. Toplumsal erkekliğin var olabilmesi için kadına tahakküm uygulamak gerekebilir. Patriyarkal anlayışa göre, kadın erkeğin, eril olanın denetiminde olmalıdır. Tayfun Atay’ın (2012) da belirttiği üzere toplumsal erkeklik; bir erkeğin toplumsal yaşamını denetleyerek, nerede, nasıl davranması ve nasıl düşünmesi gerektiğini belirleyen kuralları içermektedir. Erkek olarak dünyaya gelmesinden ötürü uygulaması gereken davranış kalıpları ve rollerin dahil olduğu pratiklerin tümüdür. Toplumsal erkeklik pratiğini, kadınlık pratiğinden ayıran şey erkekliğin bir iktidar mekanizması olarak oluşmasıdır.

Fatmagül Berktaş’ın (1998) ifadesiyle bir iktidar pratiği olarak varlık gösteren erkekliğin, salt üreme fonksiyonuyla sınırlandırılmış kadına karşı duyduğu korkunun somutlaşmış halidir. Berktaş’a göre bu korku; erkek denetiminden kendini azad eden kadının, erkek hegemonyasına verebileceği zarardan ve erkek egemenliğinin yıkılmasından duyulan korkudur. *“Pek böyle kocişimli paylaşım görmüyorum ama gördüğümde de biraz takılıyorum. Biraz yazıyorum yani açıkçası var, evli arkadaşlarım listemde de var. Takılıyorum o durumlarda biraz. Yani “kardeş hani soğan erkeği değildin” falan gibisinden paylaşıyoruz öyle”* (K4).

(K22) memleketi olan Trabzon’da toplumsal erkeklik kalıplarına göre yaşadığını söylemektedir. Toplumsal erkeklik kalıplarını büyüdüğü kültürde çok fazla

hissettiğini ve tüm davranışlarını yaşadığı yerin kurallarına göre düzenlediğini belirtmektedir. Eğer toplumsal erkeklik normlarına uygun davranmaz ise fiziksel şiddete maruz kalabileceğini öngörmektedir. Sosyal medyada paylaşım yaparken de kendi sosyal çevresini düşünerek ona göre paylaşım yapmak zorunda hissetmektedir. *“Trabzon çevresini örnek verebilirim. Çevremdeki erkek profili arkadaş grubunun etkisinde kaldım. Mesela ben pembe bir tayt giyerek Trabzon sokaklarında dolaşırsam büyük ihtimal biri benim topuğuma bile sıkabilir.”* Bir kadın katılımcıya göre sosyal medyayı kadına kıyasla daha az kullanmak tipik bir erkek davranışıdır. Sürekli Instagram’da aktif olup çok paylaşım yapmak erkeklik normları ile örtüşmemektedir. Ayrıca bir erkeğin sürekli kendini paylaşması o erkeği daha feminen yapmaktadır. Çünkü ona göre kendini sergilemek ve sürekli paylaşım yapmak erkeğe değil kadına yakışmaktadır. *“Instagram’da çok aktif olan bir erkek bana çok itici geliyor mesela. Yani hani bunu biraz feminenlik olarak görüyorum. Bir erkeğin sürekli instagramda paylaşım yapması sürekli aktif olması sürekli her gittiği şeyi paylaşması itici geliyor; belki bilmiyorum kadınlarda görmeye alıştığımız için bunu.”* (K5).

Bir katılımcı kırılğan erkekliğin erkeklere de zarar verdiğini düşünmektedir. Bir erkek olarak bu anlayışın artık yıkılması gerektiğini savunmaktadır. *“Türkiye’de şey var erkek adam ağlamaz erkeklere odun sopası gibi bir anlayış bunun artık yıkılması gerekiyor ve zannediyorum literatüre de kırılğan erkeklik diye geçiyor. Aslında duygularını ifade etmek bir erkeğin maskülenliğine ya da bir kadının feminenliğine şey yapmıyor zedeleyici unsurlar değil böyle bakmak gerekiyor bence”* (K12).

Bir erkek katılımcı, erkeklerin ev işi yaparken fotoğraflarının paylaşılmasını hoş karşılamamaktadır. Eğer paylaşılacaksa da yemek yaparken paylaşılmasını tercih etmektedir. (K18), toplumsal cinsiyete dayalı ev işi hiyerarşisine göre kendine temizlik yapmayı yakıştırmamaktadır. Ona göre; yemek yapmak diğer ev işlerine göre daha değerli bir iştir ve diğer işler erkeğin değil kadının görevidir. *“Bir erkeğin ev işi yaparken paylaştığı fotoğrafın estetik olup olmadığına bakarım. Bence çok çirkin estetik olarak çok çirkin ben böyle süpürgeyle elimde böyle saçma sapan ama yemek yaparken tercih ederim. Yer silerken bilmiyorum öyle beni görmek ister misiniz?”* (K18).

Sosyal medya, LGBTİ bireylere çok fazla fırsat sunarken aynı zamanda nefret söylemini yaygınlaşmasını kolaylaştırmakta ve ayrımcılığı artırmaya hizmet edebilmektedir. Araştırmaya katılan katılımcılardan kendini eşcinsel olarak

tanımlayan 4 kişi vardır. Bunlardan biri lezbiyen diğeri 3'ü ise gay olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların ortak noktası; kendilerini gerçekleştirme yolunda sosyal medyanın çok bir etkisinin olmadığını ifade etmeleridir. Instagram'ın story özelliğinde yer alan 'yakın arkadaşları filtreleme' seçeneğini kendilerini özgürce paylaşabilmelerine alan açmakta olduğundan ve sosyal medyayı kullanım kolaylığı sağladığından bu özelliği sıklıkla tercih ettiklerini söylemişlerdir. Eşcinsel katılımcılardan biri, sosyal medyada özgürce paylaşım yapan eşcinsel çiftleri gördükçe mutlu olduğunu ve yalnız hissetmediğini belirtmiştir. Ancak kendisinde henüz bu cesareti göremediğini de eklemiştir. "...bir çift vardı işte gay çift. Duygusal ilişkiyi yaşama tarzları beni çok etkiledi yani o karedeki poz aslında beni kendilerine çekti" (K2). Bu katılımcı, eşcinsel kimliğini gizleyerek yaşamayı tercih etmektedir. Gündelik hayatta yaşayamadığı bir şeyi sosyal medyada da yaşayamayacağını söylemektedir. Aile üyelerinin ve iş arkadaşlarının tepkisinden de çekinmektedir. Arkadaşlarıyla fotoğraflarını paylaşırken bile imtina ettiğini söylemektedir. İş arkadaşıyla yaşadığı bir olumsuzluğu da anlatan (K2), eşcinsel olduğunun bilinmemesine rağmen özellikle iş çevresinde ayrımcılığa maruz kaldığını ifade etmektedir. "...topluma açık bir şekilde yaşamayı tercih etmiyorum zaten. Gündelik hayatta yaşayamadığım bir şeyi sosyal medyada nasıl yaşayabilirim ki. Aile üyeleri de var. Bu toplumda hadi gel yap bunu. Cinsel yönelim ya da kimliğimi kimsenin bilmemesine rağmen bir erkek arkadaşım yani böyle fotoğraf çekeceksen şu kaygıyı yaşadı, bizim çalıştığımız kurum zaten şöyle yanlış anlamasınlar gibisinden bir tepki verdi mesela." (K2).

(K13) de cinsiyet kimliğini gizli yaşamayı tercih etmekte olsa da birilerinin bunu öğrenmesinden çekince duymadığını ifade etmektedir. Sosyal medyada nasıl istiyorsa o şekilde paylaşım yaptığını rahatsız olan biri varsa da çıkıp gidebileceğini ve bu durumu artık kafaya takmadığını belirtmektedir. "...benim kimliğim net bir şekilde sentezlenip analiz edildiğinde tahmin yürütülebilir bir hale geliyor ve bundan gocunmuyorum açık söylemek gerekirse çünkü savunduğum şeyin doğruluğu zaten yaşamımın içinde kabul ettiğim doğrularla paralel seyrettiği için artık problem yok rahatsız olan çıkar kafasıyla bence kendimi şey yapıyorum ben" (K13). Başka bir eşcinsel katılımcı, cinsiyet kimliğinin diğer tüm hayatının önüne geçmesini istememekte ve bu sebeple sosyal çevresini filtreleyerek paylaşım yapmayı tercih etmektedir. Araştırmaya katılan tüm LGBTİ bireylerin ortak noktası cinsiyet kimlikleriyle anılmak istememeleridir. "...iş

hayatınızda kimliğinizin sadece tek bir şeyle anıldığı bir şeye doğru gider vs olur bu konuşulacağına başka şey konuşulsun bunun için paylaşmıyorum herkesle. Benim kimle olduğum kimle yaşadığım vs konusu herkese açık olabilir ama bunu kendi aralarında her gün konuşacakları bir malzeme vermek ister miyim istemem” (K6). Nasıl ki heteroseksüel bir erkeğin cinsiyet kimliği onun önüne geçmiyorsa, kadınlar ve LGBTİ bireyler için de bunun geçerli olması gerektiği düşünülmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitliği bunun için gereklidir. (K2), sosyal medyada cinsiyet kimliğiyle öne çıkan ünlü eşcinsel bireyleri örnek vererek, bazılarının cinsiyet kimliğini popüler kültüre hizmet eden bir araç olarak kullandığını ve bunun LGBTİ bireylere daha çok zarar verdiğini ifade etmektedir. “...Orada kendi kişisel arzularını cinsel kimliklerine yıkıyorlar. Çünkü yine bak diyorum ya sana bir yanda Ayta Sözeri’yi koy bir tarafa Selin Ciğerci’yi koy. İş insanlığından ziyade magazinle gündemle kendisini var etmeye çalışıp ve bununla beraber cinsel kimliğini de ortaya seriyor. Var olma çabasını yanlış yerde arıyorlar işte. Kimliklerini kullanıyorlar orada. Aslında ötekileştirmeye hizmet ediyorlar. Yani aslında isyan ettikleri o sistemin çarklarını çok güzel kendileri de çeviriyor yani. Huysuz Virjin yani Seyfi Dursunoğlu onu yapmadı sizi ilgilendirmez dedi yani tamamen mesleğiyle var oldu” (K2).

Sosyal medya, LGBTİ topluluklarına organize olup örgütlenmeleri için alan açmaktadır. Ayrıca LGBTİ kimliklerin bilinirliğinin artmasına ve farkındalığın çoğalmasına katkı yapmaktadır. Çünkü anlaşıldığını bilmek, görünür olmanın ilk adımındır. LGBTİ bireylerin sosyal çevrelerde daha fazla var olabilmesi, sosyal medyanın gücüyle sağlanabilir. İnsanlar bu çeşitliliğe sahip yaşamaya alıştıklarında kabul LGBTİ bireyler de kendilerini saklamak zorunda hissetmeden daha güvenli bir ortamda yaşamaya başlayabilirler.

Çoğu insan LGBTİ kimlikler hakkında fazla bir şey bilmediğinden, yanlış yargılara ve olumsuz düşüncelere sahip olabilmektedir. Sosyal medya bu yargıların ortadan kalkması anlamında önemli bir etkiye sahiptir. Sosyal medyayı doğru kullanmak bu nedenle oldukça önemlidir. Sosyal medya, nefretten korunmak için bir sığınak olabilir ama bunun yanı sıra nefretin yaratıcısı da yine sosyal medyadır. Sosyal medya, kadınlarda olduğu gibi, homofobik saldırıların ve nefret söylemlerinin kurbanları için ya da sokaklarda fiziksel olarak şiddete maruz kalan tüm bireyler için adalet aramanın bir yolu olarak kullanılmaktadır. Mağdurlar ayrıca birbirlerine destek vermek, bilgi toplamak ve seslerini duyurmak için de sosyal medyayı kullanmaktadır.

Bununla birlikte, sosyal medya LGBTİ kimlikleri izole edebilir. İnsanları toplumsal normlara uygun olan cinsiyet kimliklerini kabul etmeye zorlayabilir. Facebook da dahil olmak üzere birçok sosyal medya platformu, kullanıcıların cinsiyet kimliklerini belirlemeye zorlanmış hissetmelerine neden olabilmektedir. Bu platformların çoğu cinsiyet belirtmeme seçeneği sunsa da, yanıtlanması mecburi bir soru olmasından ötürü, insanları toplumsal cinsiyet normlarına uyum sağlamak zorunda hissettirebilir.

Bir katılımcının kendini LGBTİ bireylerle kıyaslaması ve heteroseksüel olduğu için kendini iyi hissetmesi bir kadın olarak maruz kaldığı baskıları da görmezden gelmesine sebep olabilir. “...ben heteroseksüel olduğum için rahatım. Neden rahatım çünkü toplumun tırnak içerisinde kabul gördüğü normal olarak kabul ettiği sınırlar içerisindeyim. Ama düşünüyorum yani eğer ben bir biseksüel olsaydım ya da lezbiyen olsaydım bu kadar kolay olmayabilirdi tabii ki. Kendimi bu kadar kolay ifade edemeyebilirdim. Gündelik hayatta da sosyal medyada da aynı şekilde.” LGBTİ haklarını savunmak salt onlar için değil eril bakışın nesnesi olan herkes için önemlidir.

3.2.1.3. Sosyal Medyada Takip Edilen Hesaplara İlişkin Bulgular

“Erkekler o konuda biraz daha şeyler hepsi kadın takip ediyor benim abilerim hariç yengelerim kızlar diye onlar da. Çok kadın takip ediyorlar; butik takip eden bir erkeğe denk gelmedim mesela ya da güzellikle alakalı bir şey takip eden bir erkeğe denk gelmedim. Genelde spor, futbolcular, ünlüler, güzel kadınlar, Şeyma Subaşılar” (K7).

Araştırmaya katılan kadın katılımcıların çoğu, erkeklerin sosyal medyada daha çok kadınları takip ettiğini düşünmektedir. “Bazı erkekler oluyor eskortları takip ediyorlar tamam mı ya da işte böyle tamamen iç çamaşır poz veren hesapları takip ediyorlar. ” (K5). “Erkekler kadınları daha çok takip ediyor. Kadınlar erkekleri daha çok takip ediyor gibi bir şey diyemem çünkü kadınlar eşit dağılımlı kullanıyor bence ama erkekler kadınları daha çok takip ediyorlar.” (K9). Kadınların daha çok alışveriş, bakım, sağlıklı yaşam, astroloji, moda, sanat, psikoloji ve kişisel gelişim ile ilgili içerikler ilgisini çekmektedir. “Ben sanatsal içerikleri daha çok takip ediyorum astrolojiyle alakalı şeyleri takip ediyorum psikolojiyle alakalı şeyleri de çok takip ediyorum onun dışında bazı beğendiğim böyle kıyafet içerikleri satan yerleri takip ediyorum” (K24). “Eğitim içerikleri, psikososyal destek,

yardımlaşma vakıfları, sanat dayanışma vakıfları ya da böyle çok kısa güzel tercüme edilmiş videolar hayatla ilgili doğal yaşamla ilgili canlıların hayatıyla ilgili” (K19). “İşte klasik müzik çok severim psikolojiye karşı çok fazla ilgim vardır psikolojiyle ilgili işte edebiyatı çok severim sanatı bu tarz şeyleri takip ediyorum.” (K23).

Kadın katılımcıların hemen hepsi, makyaj videoları paylaşan ve moda ile ilgili bilgi edinebilecekleri hesapları takip etme eğilimindedir. *“Çocuklar için takip ettiğim anneler var. Makyaj videolarına bakarım bir kombin önerisi olsun onlara bakıyorum. Benim en büyük sorunum eyelineri hala doğru düzgün çekemediğim için hep bakıyorum öyle videolara. Örneğin saç videoları gibi saç nasıl yapılır gibi onları kaydetmişliğim var.” (K17). Takip edilen hesapların daha çok güzellik ve dış görünüş ile ilişkili olması, sosyal medyada kadınların paylaşım yaparken güzel görünmeye dikkat etmeleriyle paralellik göstermektedir. “Hobime yönelik özellikle yemek sayfaları ondan sonra DIY projeleri paylaşan kimseler onları severek takip ediyorum. Shopping sayfaları da çok var.” (K21). “Parfüme yönelik sayfaları bir de alışveriş sayfaları var onları takip ediyorum” (K5).*

Erkek katılımcıların, kadınların sosyal medyada takip ettiği hesaplara ilişkin düşünceleriyle, kadınların takip etmeyi tercih ettiği hesaplar birbiriyle uyumludur. *“Kadınların çok yatırımla ilgilendiğini zannetmiyorum. Daha çok kendi hayat görüşleriyle ilgili hesaplar. Kişisel bakım şudur budur kadınlar için bu tip bilgiler estetik bilgiler edindikleri şeyler önemli yani hayatla ilgili ilişkilerle ilgili hesaplar psikolojiyle ilgili hesaplar bunları daha sık görüyorum.” (K18).*

Bir erkek katılımcı eşinin takip ettiği hesaplardan dolayı evli biri olduğunun anlaşıldığını söylemektedir. Kadınların takip ettiği hesapların toplumsal cinsiyet rolleriyle uyumlu olduğunu söylemek mümkündür. *“Eşimin takip ettiği sayfalardan evli olduğunu anlayabilirsiniz. Ev yemekleri ev lezzetleri tarzında mesela güzel sanatlar gibi böyle el işi teknikleri gibi böyle bu sayfalardan belki en azından hayat tarzını gözlemleyebilirsiniz.” (K16). Bir kadın katılımcı ise eşiyile kendini kıyasladığında ikisinin ilgi alanlarının farklı olduğunu ve sosyal medyada takip ettikleri sayfaların da buna paralel olarak farklılaştığını söylemektedir. Eşinin ağır spor dallarıyla ve oyunlarla alakalı içerikleri takip ettiğini belirtmiştir. Tek ortak noktaları ise sinemadır. “Mesela eşim sporla ilgileniyor ağır spor dallarını takip eder ben etmiyorum mesela onları. Eşim mesela çok oyun oynamayı sever sosyal medyada onları çok şey yapar ben onları da sevmiyorum mesela. Çok ortak takip ettiğimiz yok aslında belli birkaç film sitesi var onları takip ediyoruz ortak.” (K1).*

Araştırmaya katılan erkekler çoğunlukla bilim, teknoloji, spor, siyasi figürler, gastronomi ağırlıklı hesapları takip etmektedir. *“Eşim sevdiği siyasi karakterler deyim onları merak ettiği için kullanıyor.”* Zübeyd *“Teknoloji hesapları, spor hesapları, sanat, yatırım araçları hepsini takip ediyorum.”* (K18). *“Sosyal medyada bilgisayar teknolojileri üzerine olan forumları çok ziyaret eder takip ederim.”* (K16). *“Ben genelde gastronomik şeyleri takip ediyorum ya da böyle seyahat sayfaları takip ederim”* (K22).

Takip edilen hesaplar ile paylaşılan içeriklerin ikili cinsiyet yapılanmasına ve toplumsal cinsiyete paralel olduğu ayrıca katılımcıların paylaştıkları içerikler ile takip ettikleri hesapların paylaştıkları içeriklerin birbiriyle uyumlu olduğu söylenebilir.

3.2.1.4. Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Bulgular

Birçok katılımcı genellikle Instagram ve Twitter’ı daha sık kullandığını belirtmiştir. Twitter genellikle gündemden haber alma, instagram ise arkadaş ve yakın çevreden haber alma aracı olarak işlev görmektedir. *“Twitter haber alma mesela doğal afetlerde bir toplanma haber alma yeri orası. Instagram biraz daha magazin tamamen magazin.”* (K2). Twitter’ı gündemden haberdar olmak amacıyla kullandığını belirten bazı katılımcılar Twitter’ın siyasetin alanı olduğunu vurgulamıştır. *“Twitter daha siyasi aslında bence çok daha siyasi şeylerin paylaşıldığı ve insanların daha özgür olduğu o anlamda bir platform. Instagram ise daha çok böyle aile ortamlarının ve kim ne yapmış bunların merak edildiği bir yer bence.”* Genellikle daha ciddi konular için Twitter tercih edilmekte, sosyal çevreyle iletişim kurmak için ise Instagram kullanılmaktadır. *“... ikisinin amacı çok farklı gibi geliyor daha ciddi bir konu için twitteri daha önemseydiğim özellikle toplumsal politik konular için twitteri kullanırken; kişisel hayatım için instagrama yöneliyorum gibi bir şey yani o tarz paylaşımlar yapıyorum.”*

Bazı katılımcılar sosyal medyayı daha çok bilgi edinmek için kullanmaktadır. *“Bilgilenmek için. Hem insanlar hem de çevrem hakkında”* (K18). *“Sosyal medyayı yeni bilgiler edinmek için kullanıyorum; bilgi edinmek, eğlenmek, haber sahibi olmak sosyal medyayı kullanma amaçlarım.”* (K8).

Diğer katılımcılardan farklı olarak (K5), kafa dağıtmak için TikTok’u kullandığını belirtmiştir. *“TikTok’a bakıyorum kafa dağıtmama gerçekten çok yardımcı oluyor.”* Bazı erkek katılımcılar, sosyal medyayı flört etmek amaçlı kullandığını ve erkeklerin sosyal medyayı flört etmenin bir yolu olarak gördüğünü söylemektedir. *“Tamamen erkeklerin kullanım amacının flört etmek olduğunu düşünmüyorum. Karşı cinsten*

birisiyle flört etmek anlamında kullanılıyor. Benim de o şekilde kullandığım olmuştur” (K14). (K18), sadece erkeklerin değil kadınların da flört etmek için kullandığını ifade etmiştir. Çünkü zaten Instagram’ın buna hizmet ettiğini düşünmektedir. “Kadınlar ilişkisel anlamda daha ağırlıklı olarak kullanıyorlar diye düşünüyorum. İçeriği bence buna göre belirliyorlar. Flört etmek için kullanan erkekleri de ben biliyorum. Ama bu Instagram için. Çünkü Instagram zaten böyle bir ortama dönüşmüş durumda” (K18). Erkek katılımcıların sosyal medyayı flört etmek amaçlı da kullanıyor olması; kadın katılımcıların, erkeklerin sosyal medyada daha çok kadınları takip ettiğini düşünmesiyle uyumlu bir bulgudur.

“Vakit çok geçiriyorum ama şu an amaçlarım hayvanlar konusunda, kadınlar konusunda politik yani insanlar bilgi edinsin diye bilmiyorum fikrimi söyleme ihtiyacı hissediyorum öyle bir misyonum da yok da fikrimi söylemek için kullanıyorum diyebilirim”(K15). Bazı katılımcılar, başkalarına yardım edebilmenin bir yolu olarak gördüğü sosyal medyada yardım amaçlı ve kadın hakları, hayvan hakları, insan hakları konusunda farkındalık yaratacak paylaşımları yapabilmek için sosyal medyayı kullandığının altını çizmektedir. “Bakıyorum hadi bugün yapacak bir şey var mı bir paylaşım birinin yardıma ihtiyacı var mı en azından bir paylaşım yapabilirim instagramda falan kafası var aslında depremden bu yana özellikle” (K13).

Dijital pazarlama yöneticisi olan (K7). işiyle alakalı içerikleri okumak için LinkedIn kullandığını söylemiştir. LinkedIn ona göre profesyonel ve ciddi bir yerdir. Orada paylaşılan bazı içeriklerin o platforma uygun olmadığını belirtmektedir. LinkedIn’i sadece iş amaçlı kullanmanın daha doğru olduğunu savunmaktadır. *“Sürekli öğrenmeyi sevdiğim için Linkedini tercih ediyorum işim için de kullanıyorum yeni bir şey okuyorum işle alakalı.”*

Meslek gruplarına göre sosyal medyaya yüklenen anlam ve kullanılan platform temelde değişmektedir. *“Şöyle bir oyuncu olarak zaten Instagram’ı kullanmam gerekiyor yani mesleki açıdan da yani mesleğimi destekleyen desteklemekle de kalmayıp günümüzde artık çok çok gerekli olan bir şey. Oyuncuların hesaplarına bakılıyor takipçi sayılarına bakılıyor ve oyuncu seçimlerinde bu çok önemli bir kriter.” (K9). “Benim aslında esasında bana söylenen sosyal medyada yapmam gereken oyuncuysam eğer ben benim güzel fotoğraflarımı paylaşmam gerekiyor kendimi paylaşmam gerekiyor.” (K15). Bir başka katılımcı da işiyle ilgili Instagram’ı tercih etmektedir. “İşimle alakalı bu aslında sürekli*

takip ettiğim paylaşımlar olmak zorunda işte onların durumunu takip etmek durumundayım sürekli o yüzden elimde instagram açık.” (K20). Doktora öğrencisi olan K12 ise iş bağlantıları için Twitter’ı kullanmaktadır. “Twitter’ı biraz daha profesyonel anlamda işte alanımda ve benzer alanlarda dünyada ve TR.deki akademisyenleri takip etmek amacıyla kullanıyorum”(K12). Sosyal medya kullanım amacı mesleklere göre şekillenebilmektedir, tercih edilen sosyal medya platformları da bu sebeple farklılık gösterebilmektedir.

İngiltere’de yaşayan (K22), Türkiye’deki iş bağlantılarını sağlamak için LinkedIn’i kullandığını belirtmiştir. Ayrıca sosyal medyayı kendi ülkesindeki insanlara ulaşmanın bir aracı olarak kullanmaktadır. Instagram’ı gülmek, Twitter’ı ise Türkiye’den haberdar olabilmek için tercih etmektedir. *“LinkedIn şu an hani Türkiye ile bağlantılarımı artırmayı hedefliyorum biraz daha kariyer odaklı. Instagramda da aslında insanın gülmeye saçma videolar izlemeye ihtiyacı oluyor bunu yapmayı hedefliyorum o yüzden, twitter genelde burada olduğum için Türkiye gündemini farklı görüşlerden okuyabilmek bilinçlenebilmek amaçlı yapıyorum.”* İş için sosyal medyayı kullananların oranı birbirine yakın olmakla birlikte erkeklerde bu eğilim daha fazla görülmektedir (We Are Social, 2023). İş alanının erkeklerle bağdaştırıldığı patriyarkal düzende bu şaşırtıcı değildir.

“...muhabbet edebileceğimiz ortamlar komedi anlamında arkadaşlarla birbirimize gönderiyoruz diyelim bazı şeyleri o şekilde daha kaliteli vakit geçirebiliyorum twitterda diğer sosyal medya platformlarına göre” (K14). Erkek katılımcıların komik video izlemek için sosyal medyayı tercih ettiklerini söylemek mümkündür. “Sosyal medyayı eğlence amaçlı kullanıyorum genelde. Bu amaçla kullanıyorum komik videoları her bulduğumda böyle zaten bir şey görüyorum paylaşıyorum.” (K4), komik videoları Instagram’dan “Instagram’da bir de hani komik olarak paylaşım veyahut reels videolar falan. Onlarda da gülme için veya vakit geçirme için kullanabiliyorum” (K14) ise Twitter üzerinden izlemektedir. (K6), genel olarak sosyal medyayı kendini eğlendirmek için kullandığını ifade etmiştir. “Birinin beni eğlendirmesinden daha çok muhtemelen orada eğleniyor olabilirim muhtemelen. Bireysel eğleniyorum diyelim. Dolayısıyla bilgilenmek, eğlenmek bunlar kullanım amaçlarım” (K6).

Bir katılımcı eşyle kendisinin sosyal medya kullanım pratiklerini kıyaslamakta ve onun çoğunlukla komik videolar reelslar izlediğini ifade etmektedir. Çünkü

algoritma onun keşfetinde önüne tabak, bardak, kahve reelslarını çıkarırken eşine komik videoları düşürmektedir. Algoritmik cinsiyet yanlılığına güzel bir örnek olarak burada (K21)'e sürekli mutfakla alakalı videoların çıkması (K21)'in o çemberin içinde kalmasına da sebep olabilir. Kendisi gibi başka kadınların da ilgi alanlarının mutfak vd. ev eşyaları olduğunu görmesi kendisinin de normlara uygun davrandığının bir kanıtı gibidir. Bu ait olma hissi kadınların bir kısır döngünün içinde kalmasına sebep olarak toplumsal cinsiyetçi rolleri yeniden üretebilir. *“Benim eşim de mesela oturuyor mesela diyelim ki yapacak bir şey yok izliyor gültüyor kıkır kıkır. Onun önüne devamlı ya mizahi şeyler ya da motor şeyleri çıkıyor. Benim gibi tabak çanak kahve çıkmıyor.”*

Bazı katılımcılar sosyal medyasız yaşayamayacağını ve bir an bile olsa gündemden uzak kalmak istemediklerini ifade etmektedir. *“Şu an sosyal medyasız bir şey düşünemiyorum açıkçası benim kendimi soyutlayabileceğim bir şeymiş gibi gelmiyor artık bakmamaya karar versem olmaz mı olmaz.”* (K6). Bu araştırmaya katılan erkeklerde de kadınlar da sosyal medya bir alışkanlık haline gelmiştir. *“Sanırım alışkanlık var sosyal medyasız yapamam diyemem ama alışkanlık var illa bir girme isteği gereksinimi duyuyorum”* (K17). Sosyal medya hemen herkes tarafından öncelikle haber almak amacıyla kullanılmaktadır. *“Sosyal medya şu an benim için sigara gibi yani el alışkanlığı. Girip bakıyorum ama bence ya haber almak açısından”* (K15). *“Sosyal medyada olmamak eksik kalmak”* (K18). Bazı katılımcılar sosyalleşmek için kullandığını belirtirken; *“Aslında “sosyal medya” hani adı üstünde sosyalleşmek için var. Bence hayatımızı kolaylaştırdı sosyal medya o yüzden şey diyebilirim olmasaydı zor olurdu”* (K22). bazıları sosyal medyanın sosyalleşmeyi yok ettiğini düşünmektedir. *“Herhalde okumaya ve gerçek anlamda sosyalleşmeye daha çok vakit bulurdum. Aslında sosyal medya bize biraz vakit geçirmeyi değil de öldürmeyi öğretti sanki”* (K12).

YouTube ve Facebook'ta içerik üreticisi olan (K16), Facebook'u aktif kullanan tek erkek katılımcıdır. Onun da Facebook'u oyun içerikleri için tercih ettiği görülmektedir. Videoları başka bir şeyle uğraşırken dinlemeyi seven (K16), Facebook ve YouTube'u içerik üretip paylaşmak dışında daha çok anına eşlik eden bir radyo gibi kullanmaktadır. *“Şöyle ben hem üretici hem de tüketici noktasında YouTube'u çok kullanırım. Hem kendim içerik üretirim. Onun dışında hobi amaçlı oyun oynamayı çok sevdiğim için oyun içeriklerini Facebook üzerinden çok izlerim. Ders çalışırken boş zamanlarımda ya da bir şeyler uğraşırken uzaktan dinlemeyi severim.”*

(K16), hemşire olarak çalıştığı hastanede bazı hastaların özellikle kadınların sosyal medyayı ilgi uyandırmak için kullandığını düşünmektedir. “...yakınlarından ilgi çekiyor bazı işte yalnızlık o ne derler ona o duygusunu o şekilde şefkat duygusu insanlarda acıma duygusu olabilir kimisi bağış toplamak amacıyla o şeyi kullanıyor. Yani % 90 itibarıyla bu tür içerikleri paylaşıyorlar kadınlar. Erkekleri de paylaşıyorların da kadınlar olduğunu gözlemledim ben.”

Hem kadınlar hem de erkekler Twitter’ı bir kamusal alana dahil olmak, başka insanlarla bir araya gelip fikirlerini paylaşmak ve onların ne düşündüğünü öğrenmek için kullanmaktadır. Katılımcılar Instagram’ı özel alanlarını başkalarına açmak için kullanmakta iken Twitter’ı daha çok genel gündemden haberdar olmak için kullanmaktadır.

3.2.2. Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Sosyal Medyanın Kamusal Alan Olma İşlevine İlişkin Bulgular

Bu bölümde katılımcılara, sosyal medyanın kamusal alan olma işlevini nasıl algıladıkları üzerine sorular yöneltilmiştir.

3.2.2.1. Sosyal Medyanın Kamusal Alan/Özel Alan Olarak Kullanımına İlişkin Bulgular

Habermas’a göre insanların salt bir araya gelmesi kamusal alanı oluşturmaya yetmez. İnsanlar; ortak çıkar gözeterek örgütlenebilmeli, düşünceler üretebilmeli, sorunlara çözümler getirebilmeli ve kamusal alanda üretilen fikirlerin yayılmasını sağlayabilmelidir. Bunun için de ifade özgürlükleri kısıtlanmamalı ve hatta garanti altına alınmış olmalıdır (Habermas, 2015: 95). Bu araştırmada verilen cevaplara göre, önemli toplumsal olaylarda Twitter’da kamusal alan oluşturulabildiğine inanılmaktadır. “...bazen hani haber alma yeri orası biraz daha o sebeple bakıyorsun. Instagram biraz daha magazin tamamen magazin yani. Ama twitter’da hani altı boş olan şeylerden ziyade ete dişe dokunur olan şeylerde evet insanlar çok güzel kenetlenip ortak bir şekilde paylaşımlar yapıp toplanabiliyor yani.” (K2).

Söylemsel pratiklerin etkileşimlerine dayanan Habermascı kamusal alan, söylemlerin dolaşımını sağlayan internet ve sosyal medya aracılığıyla dijital ortama

taşınabilmektedir. Hatta internet ve özellikle sosyal medya, bu dolaşımın çok rahat gerçekleştirilmesi ve söylemsel etkileşimlere izin vermesi sebebiyle çevrim içi kamusal alan olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Sosyal medya üzerinden insanlar düşüncelerini ifade edebilmekte, bir mesele hakkında yorum yapabilmekte, fikir üretebilmekte ve başkalarıyla etkileşime geçebilmektedir. Herkesin eşit olarak erişimine açık alanlardır. Bu özellikleriyle sosyal medya, Habermas'ın kavramsallaştırdığı kamusal alan tanımına uygun niteliklere sahiptir. Ancak sosyal medyanın tüm bu özelliklerine rağmen yine araştırmaya katılan katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda, insanların ülkedeki yerleşik siyasi kültürden etkilenmekte olduğu ve bu sebeple söylemek istedikleri pek çok şeyi söylememeyi uygun buldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca sosyal medya üzerinde bir korku kültürü hakimdir. Örneğin, bir katılımcı, fikirlerin özgürce ifade edilebilmesi için sahte hesap açmak zorunda kalındığına vurgu yapmaktadır. *“...fake bir hesap açarsın yapıştırır geçersin millete nasılsa twitterdan senin bilgini de alamazlar gönder gitsin. Kendi kimliğimle fikirlerimi özgürce ifade edememek elbette rahatsız ediyor ama buna bir çözüm sunması sosyal medyanın hoşuma gidiyor.”* (K18).

Katılımcılar özellikle instagramı kamusal alan gibi değil daha çok kendi sosyal çevresiyle sınırlı bir özel alan gibi kullanmaktadır. Sosyal medya her şeye rağmen politik katılıma imkan vermektedir. Yurttaşlar özgürce kamusal alanda kendilerini ifade edebilirlerse ve başkalarıyla iletişime geçilebilirlerse bu sağlanabilir. Ancak katılımcılar sosyal medyada bir konu hakkında başkalarıyla tartışmaya girmekten kaçınmaktadır. *“...hayatımda yaptığım en büyük hatadır biriyle tartışmak sosyal medyada”* (K18). Katılımcılar sosyal medyayı kamusal alan olarak niteleseler de genellikle sosyal medyanın eleştirel bir tartışma ortamı sunmadığını düşünmektedir. *“Sosyal medya eleştirel bir tartışma ortamı asla sunmuyor. Yani ben bir şeyi eleştirebileceğim bir paylaşım maalesef yapamıyorum; yapmak ister miydim çok isterdim”* (K24).

Kamusal alanın kaybının olumsuz sonuçlarından biri insanın artık insani özelliklerden uzaklaşması, gayri-insanileşmesi ve nesneleşmesidir. Çünkü bu durum insanın tamamen pasifleşmesine ve manipülasyona açık hale gelmesine sebep olmuştur. İnsani özelliklerinden yoksunlaşan bir insanı yönetebilmek artık çok daha kolaydır (Lewis ve Hincman, 1996: 120).

Bir katılımcı sosyal medyanın tüm olumsuzluklarına rağmen bilhassa Twitter’ın düşüncenin yayılmasına imkan verebileceğini inanmaktadır. “... ben belirli sınırlar çerçevesinde fikrimi paylaşabiliyorum. Olmasaydı benim herhangi bir konu hakkındaki görüşümü X iş arkadaşım nereden bilecekti.Yani twitter düşüncenin yayılmasına olanak sağlayabilir. Sosyal medya olmasaydı o zaman sınırlı kalacaktı yani.” (K5).

Arendt’e göre kamusal alan siyasi ve toplumsal faaliyetlerin gerçekleştirildiği, özel alan ise insani ilişkilerin, zaruri ihtiyaçların karşılandığı bir alandır. Arendt’e göre kamusal alan; insanın kendini bulacağı, var oluşunu gerçekleştireceği, mutluluğu tadacağı, kendi gerçekliğinden hareketle yaşadığı dünyanın da gerçekliğini kavrayabileceği bir alana tekabül etmektedir (Arendt, 1996).

(K16), sosyal medyayı kamusal alan olarak gördüğünü ve tanımadığı birçok insanla sohbet edebilmenin onu çok mutlu hissettirdiğini belirtmektedir. “O chat yani size bir kamusal alan oluyor çok doğru aslında hiç tanımadığınız görerseniz hoşlanmayabileceğiniz insanlarla özel bilgilerini paylaştığın zamanlar olabiliyor.”

İnsan haklarını savunabilmenin ve o haklar çerçevesinde yaşayabilmenin tek bir koşulu vardır, o da kamusal alanı yeniden canlandırmaktır. Kamusal alanın önemi insani yaşamın, insani temel hakların bilinciyle var olmanın tek koşulu, kamusal alanda yer alabilmektir. Arendt, çoğul yaşam olmadıkça birey olarak kimliğimizi yitireceğimizin altını çizmektedir ve kamusal alanın önemini bir kez daha gözler önüne sermektedir (Lewis ve Hincman, 1996: 119).

Kadınların siyaset alanının dışında bırakıldığı, özel alan ile ilişkilendirildiği, Antik Yunan’dan günümüze uzanan kadınlara yönelik bu eril bakış açısı; erkeklerin yüzyıllar boyu kadınlara kıyasla daha fazla iktidar ve otorite sahibi olmasını kolaylaştırmıştır (Bora, 2015: 688-690).

Sennett’e göre kamusal alan; yalnızca aile ve yakın arkadaş kesimlerinden farklı olan bir toplumsal yaşam bölgesi değil, görece çok çeşitli insanları içine alan, hem tanıdıkların hem de yabancıların oluşturduğu bir alan anlamına da gelmektedir (Sennett, 2019: 33)

Kamusal alanlar insanların birbirini gözetlediği yerler halini almıştır (Sennett'den akt. Özyurt, 2007: 118-119). Kamusal alanda görünür olmanın bedeli özel alan yitimidir (Habermas, 2009: 15).

“[...] toplumsallık denen alan cinsiyete dayalı ilişkiler tarafından baştan başa yeniden ve yeniden kurulur; bunun dışında, cinsiyetlendirilmiş -eril/dişil dikotomisi ile iktidarsızlandırılmış olmayan bir alan yoktur. Dolayısıyla, sosyal bilimlerin bütün disiplinleri kendi kavram ve yönteme dair araçlarını bu gözlükten bakarak yeniden ve yeniden test etmeli ve toplumsallığı, baştan sona cinsiyetlendirilmiş bir kurgu olarak –baştan sona sınıflara ayrıştırılmış bir kurgu olduğu gibi- yeniden kavramayı denemelidirler.” (Sancar, 2009)

Habermas, burjuva kamusal alanının çöküşünü hazırlayan olgunun, özel alan ile kamusal alanın birbirinden ayırt edilemez hale gelmesi olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre özel alan ile kamusal alan arasındaki sınırlar belirsizleştikçe kamusal alan da geçerliliğini yitirmeye başlamıştır (Habermas, 2009: 15).

Toplumsal cinsiyetin ve cinsel farklılığın kontrol altında tutulması, toplumsal yapıya uygun olmayanın dışlanması ve bastırılması kamusal/özel dikotomisiyle daha kolay gerçekleştirilmektedir. Politik ve mekânsal bağlamda patriyarkal düzenin devamını sağlayan kamusal alan/özel alan ayrımının kendisidir (Duncan, 1996: 128).

Toplum; kadın tarafından biyolojik ve kültürel olarak sürekli yeniden üretilir. Yuval Davis, Anthias ve Kandiyoti; bu yeniden üretimin kadına ait olduğunu altını çizerek, kadının toplumdaki manevi değerlerle birlikte anıldığını ve bu sebeple sürekli kontrol altında tutulduğunu ileri sürmektedir (Çakır, 2009). Bu kontrol mekanizması kadını özel alanda konumlandırmaktadır.

Sosyal medyada özel alanın kamusala taşınması demokratikleşmeyi sağladığı gibi özel alana müdahaleyi de kolaylaştırmış ve bunu meşru hale getirmiş olabilir. Örneğin; bir devlet hastanesinde doktor olarak çalışan Larin Kayataş, paylaşımları yüzünden çalıştığı hastaneden kovulmuş ve trans olması sebebiyle ayrımcılığa ve mobbinge maruz kalmıştır.

Ülkemizin tarihine baktığımızda; kadınların kamusal alanda yer alabilmesi çok uzun zaman almıştır, çok mücadele gerektirmiştir ve halen günümüzde mücadeleye devam edilmektedir. Çünkü kamusal alan hala erkeğin denetimindedir. Salt ülkemizde değil tüm dünyada aynı sorun yaşanmakta ve kadınlar örgütlü mücadeleye eskisinden daha fazla gereksinim duymaktadır. Çakır (2009), Osmanlı Dönemi'nde kadının hane dışında bir yere gitmesinin belli kurallara tabii olduğunu belirtir. Hane dışı kamusal, hane içi özel olduğundan; bir kadının hane dışına yani kamusal alana çıktığında nereye gideceği, ne yapacağı, ne giyeceği gibi kamusal tüm davranışları sistematik biçimde düzenlenmiştir (Çakır, 2009). Önceki bölümlerde bahsedilen, paylaşım yaparken kadınların kendilerini kontrol etmek durumunda kalmaları, sosyal medya kamusal alanında da bu sistematik davranış kalıplarının devam ettiğini gösterir niteliktedir. *“Instagramda ben de tabii ki böyle çok açık dekolteli fotoğraflar paylaşmamaya özen gösteriyorum, dikkat ediyorum, alkol paylaşmıyorum.”* (K5).

Türkiye’de kadın ve erkeğin eşit olarak kamusal yaşamda yer alması modernleşmenin de temeli sayılmaktadır. Cumhuriyet dönemiyle birlikte Türkiye’de kadınlar; modern toplumun, uygarlaşmanın, Batı’ya yüzünü dönmüş olmanın simgesi olarak görülmeye başlanmıştır. Kadınlara modern toplumun ve medeniyetin taşıyıcısı rolü yüklenmiştir. Bu konu akademik olarak da ilgi görmüş ve Türk modernleşmesi bağlamında kadının konumu en çok çalışılan alanlardan biri olmuştur. Yıllar yılı değişerek, dönüşerek; yeni toplumsal yapıların yarattığı ilerleme ya da gerilemeyi dikkate alarak kadının kamusal alanda var olma biçimleri ve toplumdaki yeri üzerine çalışmalar yapılmaya devam edilmektedir (Tekeli, 1982; Özbay, 1995; Kandiyoti, 1982; Arat, 1989; Göle, 1991; Saktanber, 1995).

Habermas, Arendt ve Sennett’in çalışmalarının ortak yönlerini baz alan Dacheux’a (2012) göre kamusal alan;

1) Politikanın meşrulaştırıldığı yerdir. Bir ülkenin vatandaşı olan herkes tartışabilmek, fikirlerini beyan edebilmek ve diğerlerini dinlemek, iktidarı belirlemek ve politik enformasyondan haberdar olabilmek için kamusal alanda yer alırlar. Kamusal alan bireyleri, yasaya tabii yaşayan vatandaş sıfatından kurtararak, onlara yasalar hakkında söz sahibi olduklarını hissettirir.

2. Politik cemaatin temeli olarak görülmektedir. Kamusal alan, farklı etnik kimliklerin bir aradalığını sağlayan ve onların topluluk halinde yaşamalarına olanak tanıyan simgesel bir alandır.

3. Kamusal alan, politik olanın işlevsellik kazandığı ve kamusal sorunların ortaya çıktığı bir sahnedir (Dacheux, 2012: 20-21).

Dacheux'un özetlediği kamusal alan tanımlamasında bütün oklar 'politik olan'a işaret etmektedir. Akla ilk gelen kamusal alanlar; insanların kalabalık halde toplandığı meydanlar, sokaklar, günümüzde AVM'ler, parklar, bahçeler, okullardır. Ancak asla ailenin yaşam alanı olan yuva/ev akla gelmez. Peki bunun tam tersi mümkün değil midir? Yani ev kamusal olamaz mı? Evi/yuvayı kamusal yapan nedir? Eğer 'politik olan' kamusal alana aitse evin, ev içi ilişkilerin politik olmadığını söylemek mümkün müdür? Kadının ev içinde psikolojik ve fiziksel şiddet görmesi ve kadının ev ile ilişkilendirilerek eve kapatılması politik değil midir?

Bu soruların cevabı politik olana yakındır. Kısacası ev/yuva alanı da kimi zaman korunaklı bir sığınak olmaktan çıkıp sömürünün alanı olarak daha aşkın bir anlama sahip olabilmektedir. Özel alan doğal ve dış müdahaleye kapalı, iyi, güzel ve güvenli yaşamın olduğu yer olarak idealize edilmekte ve mahremiyet, üreme, kişisel bakım, çocuk bakımı, cinsellik, mülkiyet gibi kavramlar üzerinden tanımlanmaktadır. Kamusal alan ise sahihsizdir, özel alana kıyasla soyuttur. Rasyonel aklın olduğu yerdir (Duncan, 2005). *"Instagram hesabım gizli. Instagram kapalı her zaman kapalı tutuyorum onu yani çünkü bir sürü fotoğrafı var dışarıdan insanların görmesini istemiyorum açıkçası orası benim kendime ait dünyam. Twitter'ı bir anlamda da çevre edinme sosyal çevre edinme yani network gibi düşünebiliriz."* (K5).

İnsanlar kendilerini ifade edemedikleri yabancı bir ortamdan uzaklaşıp mahrem ilişkiler alanında mahrum edildikleri şeyleri aramaktadırlar (Sennett, 2019: 30). İnsanın kendini ifade etme alanı bulamadığı her ortamı birer "ölü kamusal alan" (2019: 26) olarak varsayarsak; mahremiyetin sosyal medyada neden azaldığını daha iyi anlayabiliriz. Çünkü dijital sosyalizasyonun gerçekleştirildiği sosyal medyada, mahremiyet sosyalleşmenin önüne geçen bir engel olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda mahrem olan ne kadar az ise kamusal olan o kadar fazladır. Kısaca sosyal medyada mahremiyetin yok olması kamusalılığı doğurmuştur. Sosyal medyayı salt

kamusal alan olarak ele alacaksak; onun dijital çağın kamusal alanı olması, özel alanın dijital olanın dışında aranması zorunluluğunu da beraberinde getirecektir.

“Twitter’ım kamusal alan ama instagramı bölebiliriz uygulama içinde yani şeyde daha kamusal alan profilimin grid kısmı instagram için daha kamusal alan, storylerde giderek evet mahremiyete girdiğim yer storyler ve hatta close friendse doğru mahremiyeti artırıyorum diyim” (K6). Twitter, araştırmaya katılan katılımcıların hemen hepsi tarafından kamusal alan olarak nitelendirilirken Instagram’ın özel alan olabileceği yönünde görüş belirtilmiştir. *“Sosyal medya hesapları kişinin mahremi. Instagram daha mahrem alan. Instagram özel alan, Twitter daha kamusal alan. Instagram da bazen kamusal alan oluyor ama Twitter kadar değil bence”* (K3).

Instagram’ın özel alan olarak görülmesi sebebiyle kadın katılımcıların çoğu ve erkek katılımcılardan bazıları instagram hesabını dışarıya kapalı tutmakta; Twitter’ı da araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu dışarıya açık kullanmaktadır. *“Twitter biraz daha kamusal bir alan hep böyle geldi bana instagram da biraz daha özel alan hesabını gizli tutmak vs. Instagram hesabım gizli ama twitter hesabım açık”* (K12).

Bazı katılımcılar sosyal medya üzerinden tanışıp günlük hayatta da arkadaşlık kurduğu insanlar olduğunu belirtmektedir. Bir katılımcı sosyal medyada taraftarı olduğu spor kulübünün diğer taraftarlarıyla bir araya gelebilmenin ona çok katkı sağladığını söylemektedir. *“Sosyal medyada tanışıp arkadaş olduğum çok oldu taraftar grubu olarak organize olduk işte bir sürü şey o taraftar grubu çatısı altında beraber hareket ettik.”* (K3). Ayrıca bir katılımcı küçük bir şehirde ailesinden uzakta yaşadığı için sosyal medyada daha çok sosyalleşebildiğini, yakınlarıyla daha çok irtibatla kalabildiğini ifade etmektedir. Sosyal medya onun için aileye ve sevdiklerine yakınlaşma alanı olarak hizmet etmektedir. *“Ailemin benim paylaştığım şeyleri gördüğünde benden haberdar olup mutlu olduğunu düşünüyorum o şekilde bir şey gelmiyor aklıma çünkü farklı şehirlerde yaşıyoruz onları görmek beni mutlu ettiği için beni görmenin de onları mutlu ettiğini düşünüyorum”* (K24). Yurtdışında yaşayan katılımcı, aşına olduğu kültürü hissetmek için sosyal medyada belli içerikleri takip etmektedir. *“Mesela şu an Ramazan ve yaşadığım yer aslında Hristiyan dinine mensup insanların çoğunlukta olduğu bir yer bu yüzden hani şey olunca Türkiye’de mesela şu an Ramazan ve o kültürü de Instagramdaki Türk sayfalarından mesela yakalayabiliyorum. Elinle dokunamasan da en azından görüyorsun ve hissediyorsun. Dokunamıyorsun ama yine de iyi hissediyorsun”* (K22). Bu bağlamda sosyal

medyanın bireysel hayatı kolaylaştırarak etkili bir iletişim aracı işlevi gördüğü söylenebilir.

Katılımcıların verdiği cevaplardan da yola çıkarak, kadınlar Instagram hesaplarını fotoğraflarının tanımadıkları insanlar tarafından görünmesini istemedikleri için kapalı tutmaktadır. Sadece kendi seçtiği insanları Instagram'larına dahil etmektedir. Katılımcılardan özellikle kadınlar Instagram'ı özel alanlarının bir parçası olarak görmektedir. Ancak kadınlar da erkekler de Twitter söz konusu olduğunda daha rahat davranmaktadır. Twitter hesapları eğer siyasi olarak kendilerini risk altında hissetmiyorlarsa herkese açık olarak kullanılmaktadır.

Habermas, tek bir kamusal alan anlayışıyla hareket etmektedir. Bu durumda sosyal medyanın bütününe mi kamusal alan demeliyiz yoksa her bir mecrayı kendi içinde kendi kamusal alanları dahilinde mi değerlendirmeliyiz? Bu araştırmaya katılan katılımcıların deneyimlerine istinaden, her bir sosyal medya platformunun kendine özgü kamusal alanlar yarattığını; Twitter'ın Instagram'a göre kamusal alan özelliklerini daha fazla taşıdığını ve Instagram'ın kendi yankı odalarını yaratmada daha etkili olduğunu söylemek mümkün olabilir.

3.2.2.2. Katılımcıların Geleneksel Kamusal Alan ve Sosyal Medya Kamusal Alanında Var Olma Deneyimine İlişkin Bulgular

“Türkiye’de kadın olarak baskı hissetmemek zaten çok kolay bir şey değil bence günlük hayatta da yani. Çalıştığım ortamda da sırf kadın olduğum için belki bana daha farklı davranıldığı zamanlar oluyor” (K3).

Hampton ve arkadaşlarının 2014 yılında yaptığı araştırmada da benzer sonuçlara rastlanmıştır. Araştırmacılar sosyal medya kullanımının gerçek hayattaki sohbetler üzerinde de zincirleme bir etkisi olduğunu keşfetmiştir. Facebook ve Twitter kullanıcılarının, çevrim içi arkadaşlarının ne düşündüğünü hissettiklerinde yüz yüze tartışmalarda bile fikirlerini paylaşma olasılıklarının daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Sosyal medyanın Neumann’ın teorileştirdiği “suskunluk sarmalı” nı genişleterek yaydığı ve beslediği ileri sürülmektedir (2014). *“Gündelik hayatta fikir tartışmasına daha rahat bir şekilde girerim sosyal medyaya kıyasla.” (K3).*

Sosyal medya kamusal alan yaratma gücüne sahip olsa da çoğu kullanıcı kendini sosyal medyanın özelleştirilmiş/kişiselleştirilmiş kısımlarında daha özgür hissetmektedir. *“Erkek arkadaşımın mesela samimi bir görüntümü paylaşmıyorum. Aile üyelerinden ötürü bir de sonra silmesi de zor oluyor. Sosyal medya özgür olduğum bir yer değil kesinlikle değil. Kapalıyken daha güvende hissediyordum daha özgür takılıyordum.”*(K15). Hesabını herkese açık kullanan kadın katılımcılar kısıtlandığını hissederek özgürce paylaşım yapamadıklarını belirtmektedir. *“Kadın kimliğimi özgürce ifade edebildiğime inanmıyorum ama ben de buna cesaret etmedim işte onu da düşünüyorum ben kendim de kıyafet istediğim kıyafeti giyip giymiyorum bile nasıl paylaşayım ki”* (K15).

Kullanıcılar, herkesin görebileceği paylaşımlarda kendilerine sansür uygularken, DM’ler aracılığıyla kurulan iletişimde daha özgür davranabilmektedir. *“Daha çok kendim olabiliyorum sosyal medyada. Mesajlaşırken hissedebiliyorum ama bunu özelde yine yani sosyal medyanın özel tarafında. Birebir olan iletişimimde daha özgürüm”*(K7). Sosyal medyanın kamusal alan olarak nitelendirilebileceğimiz herkese açık bir şekilde kullanılabilmesinin yarattığı kamusal alan temsiliyetinin sorunlu olduğunu; kullanıcıları sosyal medyada da özel alan olarak belirlediği sınırlar içerisinde davranmaya zorladığını söylemek mümkün olabilir. *“Sokakta bile yürüdüğümüzde elbise giydiğimiz zaman yani dönüp bakılıyor bakılacak hiçbir şey yokken bu sosyal medyada da bence aynı şekilde devam ediyor ne yazık ki.”*(K23).

“Ben özgürleştirdiğini kısmen düşünüyorum çünkü ben önceden muhafazakar bir ailede doğdum sosyal medyada gördüğüm şeyler örnekler bana çok iyi gelebiliyor benim gibi olup da değişen insanları gördükçe çıtama bir tık daha yükseğe çıkarabiliyorum, adım atıyorum.”(K7). Sosyal medya gündelik hayatta baskı hisseden insanlar için kendini ortaya koyabilme aracı olarak da işlev görebilmektedir. Sosyal medyanın sağladığı imkanlar kamusal alanda var olabilmeyi kolaylaştırabilir. *“Birçok insan evleniyor, boşanıyor, şiddet görüyor, cinsel tercihleri farklı olabiliyor ama insanlar orada kendi iç kaynaklarını bulabilir kendi hayatını bir şekilde devam ettirebilir; cinsel tercihleri farklı olan biri toplum tarafından çok fazla baskı altında olduğu için açıklayamaz kendini ve sosyal medyada kendini özgürleştirmek isteyebilir.”* (K23).

Bazı katılımcılar, aile gruplarında kendilerini olduğu gibi yansıtamazken; aynı düşünceye sahip olduğu arkadaş gruplarında çok daha rahat olduklarını belirtmektedir. Dolayısıyla sosyal medyanın farklı kamusal alanlar yarattığını ve bu kamusal alanların

da kişide farklı personalara sebep olduğunu söylemek mümkün olabilir. *“Cinsiyet kimliğimi özgürce ifade ettiğimi düşünmüyorum. Sosyal medyada bir şeyler kısmen oluyor aslında ama bunu oturup da mesela çok yakınım olan cinsel kimliğiyle ilgili rahatlıkla konuşabileceğim bir arkadaşım ile konuştuğum detayları heteroseksüel birisiyle konuşamıyorum.”* (K13). Bazen sosyal medyada yaratılan gerçeklikle sokaklardaki gerçeklik birbiriyle örtüşmeyebilir. *“LGBTİ bireylerin HDP ile çok yakın olması şimdi bu sosyal medyadaki biri için gerçeklik bu yakınlığı çok ciddi görebiliyorsun, aralarında hiçbir problem olamaz bu grupla o grubun derim. Ama dün izliyorsun nevrüz, herkesin de kutladığı bir şey o bölgede ve orada çılgın gibi LGBTİ bayrağı yırtıyorlar.”* (K6).

Sosyal medyanın kamuoyu yaratma gücünün çok etkili olduğunu ancak bazı durumlarda kadınlar üzerinde bir baskı aracı olarak işlev görebileceği söylenebilir. *“Sosyal medya bence özgürleştiriyor, kısıtladığı şey bizimle ilgilenmeleri; yani bizim giyimimiz, bizim kuşamımız, bizim yediğimiz, bizim içtiğimiz bu bizi kısıtlayan.”* (K17). Sosyal medyada paylaşılan bir şeye erkeklerin vereceği tepkiden çekindiğini belirten bazı kadın katılımcılar, paylaşımlarına bu sebeple kısıtlama getirmek zorunda kaldığını söylemektedir. *“...erkeklerin vermiş olduğu tepkilerden dolayı kadınlar kendini bastırıyorlar. Yani ne kadar kadın ve erkek toplumda eşit gibi gözükse de kanunlar önünde daha doğrusu eşit gibi gözükse de eşit değiliz Bir resim koyarken ben düşünüyorsam bence birtakım şeyler de beni kısıtlıyor.”* (K23).

Bir katılımcı geleneksel kamusal alanda eskiden olduğu gibi örgütlenilemediği için sosyal medyanın özellikle Twitter’ın bunu sağlayabildiğini bu nedenle de sosyal medyanın kamusal alan olarak nitelendirilebileceğini savunmaktadır. *“Aslında hayatta var olmanın bir yolu da sosyal medyada var olmaktan geçiyor gibi bir şey, twitterda onu daha çok hissediyorum herhangi bir konuya dikkat çekmek eleştirmek, farkındalık sağlamak anlamında da paylaşım yaptığım zamanlar çok oluyor twitterda.”* (K3). Sosyal medyadaki birliktelik hissini sevdiğini söylemektedir. Öte yandan sosyal medyanın insanları pasifize ettiğini düşünmektedir. *“...sosyal medya çok da kamusal alan olmalı mı bilemiyorum aslında biraz da pasifleştiriyor hani örgütlendiğimizi zannettiğimiz ortamlar bir nevi tatmin sağlıyor bir şeyler yapıyormuşuz hissiyatını belki veriyor ama temelde daha da belki pasifleştiriyor daha fazla klavyeye mahkum hale getiriyor.”* (K3).

Araştırmaya katılan kadın katılımcılar hem sosyal medya kamusal alanında hem de gündelik hayatta içinde bulundukları kamusal alanlarda, giydikleri kıyafetten

söyledikleri söze kadar baskıya maruz kaldıklarını belirtmektedir. Ayrıca çoğu katılımcı gündelik hayatta sosyal medyaya kıyasla kendilerini ifade etmede daha özgür olduklarını düşünmektedir.

Bazı katılımcılar ise sosyal medyanın gündelik hayata kıyasla daha özgür bir ortam yarattığını savunsa da sosyal medya kamusal alanında bir kadın olarak geleneksel kamusal alana göre daha özgür hissetmediklerini ifade etmiştir. *“...belki gerçekten kamusal alana çıksak daha büyük bir etki uyandıracak dijital alanda söylediğimizde sadece söylemiş oluyoruz ve kendi aramızda söylüyoruz ama kamusal alana çıksak aslında hepimiz birbirimize söyleyip duracağız. Herkes bir şeyleri duyacak gerçekten duyacak”* (K19).

Tüm toplumu ilgilendiren bir olay yaşandığında sosyal medya kamusal alanında da gündem o konu üzerinden devam etmekte ve ciddi anlamda kamuoyu yaratılabilmektedir. Deprem gibi herkesi ilgilendiren ciddi meselelerde insanların sokaklarda bir araya gelerek yardım kampanyaları düzenlenmesini olanaklı hale getirmektedir. Sosyal medya insanların örgütlü bir şekilde kamusal alanlar yaratabilmesine yardımcı olmuştur. Sosyal medya kamusal alanı ve sokaklar böylesine önemli konularda eş zamanlı hareket edebilmektedir. Geleneksel kamusal alanda olan biten her şey sosyal medya kamusal alanına da aktarılmakta ve birbirini güçlendirmektedir. *“Birileri için dönüşümü sağlıyordur belki. Sıralı olduğunu düşünmüyorum, her yerin aynı anda işlemesi gerektiğini düşünüyorum ben, birinden diğerine akar gibi düşünmüyorum; birine görünürlük sağlaması gereken gruplar, insanlar, fikirler diyim sosyal medyada full kendileri gibi olmalı tek başına yetmiyor; sokakta karşılığı olması için sokakta da olmalı, aynı anda olmalı bunlar diyim”* (K6).

Sosyal medyanın bu işlevi tersine de çalışmaktadır. Sosyal medya kamusal alanı, ötekileştirmeyi ve ayrımcılığı çoğaltarak gündelik hayat pratiklerine de tesir edecek şekilde eş zamanlı olarak artırabilmektedir. Sosyal medya çoğu zaman –Maraş depremi döneminde görüldüğü üzere- bir tür duyuru panosu işlevi görmektedir. İnsanların salt sosyal medyada olmaları yeterli gelmemiştir hemen herkes sokakta da elini taşın altına koymaya çalışmıştır. Sosyal medya tüm toplumu ilgilendiren mevzularda, gündelik hayattaki kamusal alanlarda olmanın bir aracı haline gelmektedir. Tam da bu sebeple; sosyal medyanın bu gücüne odaklanıp, onu toplumsal

cinsiyet eşitsizliğini artıracak bir araç olmaktan çıkarıp, eşitsizliği ortadan kaldırmaya yardımcı olacak bir araç haline getirmenin yollarını araştırmak önemlidir.

3.2.2.3. Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanmasında Kamusal Alan Olarak Geleneksel Medya ve Sosyal Medya Karşılaştırmasına İlişkin Bulgular

Yeni medyanın geleneksel medyaya kıyasla çok daha geniş kitlelere ulaşabilmesini ve medyada özgürce yer alabilmesini sağlaması, daha eşitlikçi bir katılıma olanak yaratması üzerine sayısız çalışma gerçekleştirilmiştir. Jeffrey Abramson ve arkadaşları (1988) yeni iletişim teknolojilerinin seçme özgürlüğü sunmasının, kullanıcılara geleneksel medyaya göre çok önemli getirileri olduğunu ileri sürmektedir.

Kitle iletişim araçlarının izleyicilerine yaptığı aksine sosyal medya, kullanıcılara kontrolü bırakıp seçenekler sunuyor olabilir ancak kısıtlama yaratmanın başka bir yolu olarak görülebilir. Özetle, sosyal medya platformlarının arkasındaki ekonomi politik ilişkiler, klasik medya ilişkilerinden tamamen farklı değildir.

Araştırmaya katılan katılımcıların çoğu; kitle iletişim araçlarının sosyal medyadan daha etkili olduğunu savunmakta ve eğer toplumsal cinsiyet eşitliği sağlanacaksa bunun ilk önce kitle iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleştirilmesi gerektiğine inanmaktadır. “...TV.de ya da filmlerde dizilerde görüyorsak, biz bu dönüşümü orada başlatmalıyız yani işte kadına şiddete dur de işte asla yalnız yürümeyeceksin hani benim bildiğim kampanyalar bunlar bunlar sosyal medyada. Bu algıyı yıkan şey sosyal medya değil bu algıyı yıkan şey yarışma programları oldu bizim bunu yapmamız gerekiyor aslında artık” (K12).

Özellikle 50 yaş ve üstü bireylerin sosyal medyadan ziyade enformasyonu halen kitle iletişim araçları yoluyla edindiği düşünülmektedir. Evde televizyon izleyenlerden bahsedilirken katılımcılar genelde kadınları işaret etmektedir. Televizyon eve bağlayan şeydir ev de kadının ait olduğu yerdir. Katılımcıların toplumsal cinsiyetçi rol ve tutumları içselleştirmiş olduğu da söylenebilir. “Zaten sosyal medyayı evdeki annelerimiz, ananelerimiz takip edemiyor. TVlerde takip edilen belli kanallar

var herkesin evinde açık olan belli kanallar var ve buralarda özellikle belli davranışlar, roller öne çıkartılıyor yani sosyal medyadan takip edenler gençler.” (K1). Bu aynı zamanda belli yaş grubundaki kadınların sosyal medyaya dolayısıyla teknolojiye erişiminin de kısıtlı olabileceğini gösterebilir.

Bazı katılımcılar hem televizyonda hem de sosyal medyada eşcinsellerin, olması gerektiği gibi temsil edilemediğini düşünmektedir. Geleneksel medyanın sosyal medyadan daha güçlü olduğu çünkü insanların geleneksel medyanın gerçekliğine daha çok inandığı düşünülmektedir. Bu çalışma salt kişilerin sosyal medya deneyimlerine odaklandığından katılımcıların bu söyleminin ne kadar geçerli olduğu hakkında kesin bir yargıya varmak mümkün değildir. Ancak araştırmaya katılan birçok katılımcının aynı şeyi düşünmesi bu alanda çalışma yapmanın gerekliliğini göstermektedir. *“...artık evet translar da var eşcinseller var biz varız yani bunu da herkes daha rahat görebiliyor yani tvlerde olduğu gibi gizlenemiyor ama geleneksel medyada bir şeyler değişmedikçe çok da topluma yansımıyor bence” (K20). Çünkü katılımcıların çoğu geleneksel medyanın sosyal medyaya nazaran daha etkin ve güçlü olduğunu ve sosyal medyanın gerçeği yansıtmadığını düşünmektedir. “...bence biz gerçek karakterlere filtre uygulayarak onları yayınlıyoruz. Gerçek bir eşcinsel temsili yok. Geleneksel medya sosyal medyadan daha etkili çünkü insanlar onun gerçekliğine daha çok inanıyorlar” (K2).*

Katılımcılardan bazıları, televizyonun daha fazla kitleye ulaşmanın bir aracı olduğunu düşünmekte ve enformasyon edinmek için sosyal medyadan daha fazla televizyona başvurulduğunu iddia etmektedir. *“Sosyal medya mı televizyon mu bence televizyon. Ben ana akım medyanın daha güçlü olduğunu düşünüyorum şahsen” (K17). Ayrıca eskiden yayınlanan dizilerin toplumsal cinsiyet eşitliğini önemseydiği ancak son dönemde yayınlanan dizilerin toplumsal cinsiyeti yeniden ürettiği düşünülmektedir. “Eski dizilere bakıyoruz biz gülebiliyormuşuz kadın erkek ne olursa olsun eşit mesela diyor ki 2007’de 2005’te bayan değil kadın ama şu an hala bunu söyleyebiliyor muyuz hayır çünkü diziler hala bayan diyor diziler hala bizde ötekileştiriyor. Çocuk doğuran ne biliyim işe de gitmeyen evinde duran bir şey gibi.” (K17).*

Bir katılımcı sosyal medyanın geleneksel medyaya nazaran daha etkisiz olduğunu bunu da kısa videoların akışının çok hızlı olmasına ve kişilerin bu içerikleri çok hızlı bir şekilde tüketmesine bağlamaktadır. *“... sosyal medya gibi anlık sn.lik*

içeriklerle işte en fazla 1.30 dk.lık videolar oradaki. Aman benim işime gelmiyor diyip kaydırıyor burada yapmamız gereken bence bir noktada burada gelenekselin de önemi tekrar ortaya çıkıyor, bizim biraz daha uzun süreli bir şeye ihtiyacımız var gibi” (K12). Bazı katılımcılar ise sosyal medyanın kamuoyu yaratma gücünün geleneksel medyaya kıyasla çok daha etkili olduğunu savunmaktadır. “Sosyal medyanın gücünü yadsımamak gerekiyor. Sonuçta ana akım medyada yer verilmeyen bazı haberler kadına şiddet haberleri görülmeyen yastık arkasına itilen haberler sosyal medyada daha fazla ses getirebiliyor.” (K5).

“...hashtag paylaşıyoruz belki hani ana akımın gündemine düşsün diye” (K6). Sosyal medyanın kamuoyu yaratma gücünü hashtag’lerin sağladığı düşünülmektedir. “...hashtag denen bir mekanizma var bir sürü kişiye ulaşıyor o yapılan eylemi TVlerde izlemiyoruz kimsenin haberi olmuyor ama öyle bir eylemi böyle bir problem olduğunu sosyal medyada öğrenmiş oluyor insanlar” (K15).

3.2.2.4 Katılımcıların Hashtag’ler Dolayısıyla Oluşturulan Karşıt Kamusal Alan Deneyimlerine İlişkin Bulgular

Kamusal alanda kendini var edemeyen, ayrımcılığa uğrayan bireylerin sosyal medya üzerinden oluşturdukları dayanışma platformları, hashtag kampanyaları ve buna bağlı olarak açılan kullanıcı hesapları karşıt kamusal alanın çağımızdaki örneklerini oluşturmaktadır. Sesleri duyulmayan madunların sesi olma işlevi gören bu karşıt kamusal oluşumlar aynı zamanda bir mücadele alanıdır. Sesi duyulmayanlara, yok sayılanlara bir direniş imkânı sağlamaktadır. Ama aynı zamanda bu direniş alanı; ideolojik olanın, iktidarın gözetiminde kalmaya devam etmektedir. Gayatri Chakravorty Spivak, bu ikilemi şöyle ifade etmektedir:

“Madun öznenin silinmiş güzergâhı içinde, cinsel farkın izi iki misli silinir. Buradaki sorun, kadınların ayaklanmaya katılımı sorunu ya da cinsel işbölümünün temel kuralları değildir; bunların her ikisi için de “kanıt” vardır. Sorun daha ziyade, toplumsal cinsiyetin ideolojik inşasının, hem sömürgeci tarihyazımının nesnesi olarak hem de isyanın öznesi olarak erkeği egemen tutmasıdır. Eğer, sömürgeci üretim bağlamında, madunun tarihi yoksa ve konuşamıyorsa, kadın olarak madun daha da derin bir biçimde gölgededir.” (Spivak, 2016: 57)

Hashtag feminizmi, birçok yönden, çeşitli feminizmlerden kadınların kendi deneyimlerini meşrulaştıran hashtag'ler oluşturmaya izin vermektedir. Ülkemizde hashtag feminizmi, geleneksel medya ve dijital kültürde sembolik olarak yok sayılanlar için bir ses imkanı yaratmaktadır. Adalet kavramının karşılık bulduğu bir kamusal alan olarak işlev görmektedir. Özellikle feminist bağlamda, kadın cinayetlerinde kamuoyu oluşturma işlevine sahip olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim #PınarGültekin, #ÖzgecanAslan, #ŞuleÇet, #CerenDamar, #EmineBulut gibi başka kadınların da katledilmesi sonrası hashtagler ana akım medyada da bir farkındalık yaratmıştır. Feminist hashtag'ler, feminist konuları vurgulamada ve aynı zamanda ana akım medyanın dikkatini çekmede önemli bir rol oynamaktadır. Sosyal medya ayrımcılığa uğrayan ötekileştirilen herkes için bir direniş alanı olarak kabul edilebilir. *“Hashtag desteği falan elimden geldiğince vermeye çalışıyorum denk geldikçe. Deprem bölgesindeki trans bireylerle ilgili problemler döndü ve sosyal medyada bunun yayılmasıyla orada birçok problemin çözüldüğünü duydum.”* (K15).

Hashtag feminizmi, belirli kadın gruplarının bir hashtag etrafında toplanmasına ve deneyimlerini, kültürel tarihlerini ve sosyal konumlarını paylaşan diğer kadınlarla samimi topluluklar oluşturmaya izin vermektedir. Hashtag'ler, özellikle geleneksel medyada söz sahibi olmayan kadınlara, önemli gördükleri konulara dikkat çekmeleri için kolay ve ucuz bir yol sunmakta ve onları konuşmalarını bastıracak kalıcı düzenleyici normlardan kurtarmaktadır (Butler, 1993).

Ancak araştırmanın önceki kısımlarında da görüldüğü üzere bu her zaman mümkün olamamaktadır. Bu bölümde kullanıcıların seslerini duyurmak istediklerinde sosyal medyanın buna yardımcı olup olmadığı sorgulanmıştır. Katılımcılar hem kendi deneyimlerinden hem de gözlemledikleri durumlardan yola çıkarak cevaplar vermiştir. *“Tacize uğradım ama bunu duyurmak istedim mi sosyal medyada bir çözüm olacağını düşünmediğim için yapmadım”* (K7). Katılımcıların çoğu madun öznelerin ki özellikle kadınların seslerini sosyal medyada duyuramadıklarına, seslerini duyurmak istediklerinde de engellerle karşılaştıklarına inanmaktadır. Bu çalışmada katılımcıların verdiği cevaplara göre sosyal medyanın güçlü bir karşıt kamusal alan yarattığını söylemek güçtür. *“...kadınlar da burada işte şiddete uğrayan kadınlar da ya da*

sesini duyurmak isteyen LGBT üyeleri de sosyal medyayla güçlerine güç katamazlar çünkü sosyal medya sadece bir figür olabilir” (K5).

Bir kadın katılımcı, metrobüste yolculuk yaparken başına gelen taciz olayından sonra sosyal medyada paylaşım yapmayı denemiş ancak sosyal medyada sesini duyuramamıştır. *“Beni esas sinirlendiren metrobüste hiç kimsenin umurunda olmayıştı. Taciz edilmemizi kanıksamışlar ve hiç tepki olmadı. Tweeti atma sebebim sesimi duyurmaktı aslında kesinlikle öyleydi. Sonradan duyduğum öfke de sesimin duyulmamasıyla alakalı olabilir çünkü hani belki beklediğim desteği göremedim Twitter’da da.” (K5).* Metrobüste kimsenin ona yardımcı olmamasını kadına yönelik tacizin normalleştirilmiş olmasıyla ilişkilendirmektedir.

Bazı katılımcılar sosyal medyada paylaşmadan önce olayın ciddiyetine bağlı olarak polise ya da savcılığa gidilmesinden yana olduklarını ifade etmektedir. *“...sosyal medyada paylaşıncı kötü niyetli insanlar tarafından kullanılabilir bu direkt sosyal medyaya düşmesinden ziyade bunu çözecek kurumlara başvurulmalı bence önce işte emniyet güçlerine bu bilgi verilmeli önce ya da savcılığa.” (K1).* Buna karşın katılımcılar genellikle tek başına emniyet güçlerinin işe yarayamayabileceğini sosyal medya desteğinin de alınması gerekliliğini dile getirmektedir. *“İlk sosyal medyaya mı gidilmeli hayır yani ne biliyim emniyete gitmek ya da işte diğer resmi kurumlarla ilerlemek makul olandır bence ama sonuç alınıyor mu alınmıyor. Bir ceza olmadığından dolayı insanlar evet sosyal medyada seslerini duyurmaya çalışıyorlar” (K11).* Bazı katılımcılar ise yakın çevrelerinden destek almanın daha doğru olduğunu ve sosyal medyanın etkili olamayacağını düşünmektedir. *“Tabii ki yakın çevrem olur. Bu kadın cinayetleri olması gereken yerler asla buralar değil zaten çok etkisi olduğunu da düşünmüyorum zaten paylaşım yapıyorlar evet ama çok bir anlam ifade ettiğini aslında düşünmüyorum” (K24).*

“...burada sesini duyurmak mı önemli olan yoksa bir yaptırım uygulatma mı işte o tacizciyi hapse sokabilmek mi önemli o noktada çok etkili değil bence” (K12). Katılımcılar toplumda var olan sorunların sosyal medyada konuşulduğunu ve bu sebeple kadın haklarının kadınlarla ilgili konuların sosyal medya gündemini daha çok meşgul ettiğini ifade etmektedir. *“Kadın erkek eşitliği adaleti hakları konusunda da daha çok kadınların olmak üzere yine yarısı var ki kadınlar sürekli bangır bangır kadın erkek eşitliği şeklinde paylaşımlarda bulunuyor bence.” (K9).* Sosyal medyada kadınların sesini duyurmasını olumlu bulsalar da çözüm odaklı sonuç alınabilmesi konusunda karamsardır. *“Kadın*

cinayetleri gibi platformlar bence o kadınların yaşadığı olumsuzlukları duyurabiliyor ama etkiyi orada göremiyoruz biz çözümsüzlük var.” (K19). Erkek katılımcılar kadınların uğradıkları tacizi ve tacizciyi ifşa etmesinin etkili bir yol olduğunu düşünmektedir. “...kadınlar yani çok fazla paylaşıyor hatta burada bir arkadaşın yine bir taciz olayı olmuş, kız paylaşınca başka kız aynı mağduriyetini yaşadığı için o da paylaşıyor çocuk da cezai işlem olaraktan yönlendiriliyor yani.” (K4). Buna karşın bazı katılımcılar sosyal medyada başına gelen bir taciz olayını anlatan kadınlara mesafeli davranarak hemen inanmamayı tercih etmektedir. “...bunu kullananlar da oluyor hiç hoşlanmadığı bir erkek veya ayrılmak istediği bir erkekle ilgili kendisi ona ayıp etmiş olabiliyor. Acaba bu insan gerçekten mağdur mudur gibi düşünüyoruz” (K10). Sadece o ifşayı yapanı değil tacizi yaptığı söylenen kişiyi de dinlemek onunla da empati kurmak gerektiği düşünülmektedir.

Kate Manne (2019); itibarlarını, güçlerini veya statülerini koruma girişiminde “cinsel şiddet uygulayan erkek faillere bazen gösterilen aşırı sempati” yi ifade eden *himpati* (*himpathy*) kavramını ortaya atmıştır. Bu kavram kadınların beyanını şartlı olarak esas alan eril bakışı da anlamaya yardımcı olmaktadır. Salt erkekler değil kadınlar da sosyal medyada kendini ifşa eden kadınların doğruyu söyleyip söylemediğini sorgulamakta ve sadece yüksek statüde olan, imtiyaz sahibi ya da tanınmış kişilerle empati kurulabilmekte ve kadın haklıyken suçlanabilmektedir. “...artık sosyal medyanın kullanımıyla beraber insanlar gerçekliği olmayan şekilde, görünür olmak istedikleri için o kadar farklı şekilde kendilerini gösteriyorlar ki o yüzden bilemiyorsun” (K2). Kadınlar bu bakış açısı sebebiyle sosyal medyanın gücünden yararlanmaktan imtina edebilir. Kadının beyanının esas alınmadığı toplumlarda kadınların kendilerini özgürce ifade edememeleri olasıdır. “Bu konuda hep gördüğüm zaman düşündüğüm bir şey ve bilmiyorum yani çünkü o kadar negatif geri dönüşler olduğu oluyor ki mağdurlara sonuçta ne oluyor ki” (K15).

Sosyal medyanın, mevcut sosyal aktivist hareketleri tanıtip güçlendirebilse de, sivil siyasi söylemi teşvik etme ve dolayısıyla kamusal alanı canlandırmadaki rolü sınırlı kalmaktadır. Sivil olmayan sosyal medya söylemi, sivil söylem olasılığını da giderek azaltabilir. Bireyleri eyleme geçme konusunda atıllaştırabilir. Sosyal medyanın riskli olduğunu ve linç kültürüne hizmet ettiğini savunan katılımcılar, sosyal medyanın gerekmedikçe ciddi meselelerde kullanılmasını sakıncalı bulmaktadır.

Bunun kadınlar için daha da sorun yaratacağına inanılmaktadır. *“Bir hemşire arkadaşımız, sosyal medya üzerinden paylaşmayı kadın kendisi uygun bulmuyor çevrendeki insanları çalıştığım insanları ifşa etmek boyutunu artırmak istemiyor; çalıştığı çevrede baskı altında kalıp bir ötelenme veya kolay lokma anlatabiliyorumdur herhalde yani bu kadar söyleyim nemalanacak bir araç olarak görülebilecek potansiyel olabilir.”* (K16).

İngiltere’de yaşayan bir katılımcı, Londra’da kadına yönelik şiddet ya da taciz gibi konuların konuşulmadığını belirtmektedir. Bunu da İngiltere’deki yaptırımların gücüne dayandırmaktadır. *“Londra’da neredeyse böyle şeyler hiç konuşulmaz. Çünkü bir yaptırım var. Örn. Metroda bir taciz söz konusu olduğunda tacizi yapanın ulaşım hakları elinden alınır o yüzden kimse kolay kolay böyle bir şeye cesaret edemez.”* Anlamlı, derinlikli ve özgür fikir alışverişinde bulunmak yerine, kullanıcılar birçok konuda dürüst olmaktan çekinebilirler. Çevrim içi olarak taciz edilme ve siber zorbalığa maruz kalmaktan korkan bireyin sosyal medya üzerinden kurduğu iletişimi daha kaçınan olabilir. Gözetim; etkileme, kontrol etme, koruma veya yönlendirme amaçlı; kişisel konulara odaklanan, sistematik ve rutin bir dikkattir. Lyon (2007: 14), bireylerin gözetimin varlığından haberdar olduklarında davranışlarını değiştirdiklerini öne sürer. *“Bu şey algısı var ya işte klavye delikanlılığı falan hani yani bu biraz da yapılan işin değerini küçülten bir tabir aslında gerçekten önemli bir şey bunu paylaşmak için yapıyorsun bunu insanlara göstermek için yapıyorsun ama değerli görülüyor yani bilgisayar başında yapılmış şeyler”* (K20).

Sennett, bahsettiği bu durumun “kamusal yaşamın krizi” olduğunu ileri sürmektedir. Kamusal yaşamda ötekileştirildiğini, ezildiğini fark etmeyen bireyler; kamusal yaşamda var olabilmenin koşulunun kamusal alanda eylemde bulunmama ve pasif kalma olduğunu düşünmektedir (Sennett, 2019: 46). *“Yasal değişiklik gerekiyor bu yönde ellerinden geleni yapıyorlar ama o kadar da varmıyor gibi sanırım çünkü kadın cinayetleri ve şiddet her gün devam ediyor yani, yeterince ilgi gösterilmiyor bence insanlar başkalarının acılarından çok kendi çıkarlarıyla ilgileniyorlar dolayısıyla kadınlar yalnız kalıyor.”*(K18).

Verilen cevaplara bakıldığında görünüyor ki hashtag’lere katılmak için itici bir güç aranmaktadır. *“...twitterda hani fikrini belirtme eleştirini yapma haline dönüşüyor da ne kadar gerçekten aktif bir şey yapma hali ondan emin değilim.”* (K3). Çoğunlukla pasif izleyici konumu daha güvenli gelmekte ve gündemi salt takip etmekle yetinmek yeterli

bulunmaktadır. *“Bu kadın platformlarını olumlu buluyorum hayvan haklarıyla ilgili platformları olumlu buluyorum en azından bir farkındalık yaratıyorlar. Ama kökten çözüm mü hayır, bu kadınlarla ilgili olan şeyler yani köklü olarak çözülmeli yani bunlar bu kuruluşlar işte STKlar vs.ler bunlar destekler ama kökten çözüm getirmez bence.”* (K1). Sennett’in “açılma korkusu” şeklinde nitelediği durum baş göstermiş ve insanların kendi “mahrem” alanlarına sığınması ile birlikte dış dünyaya karşı bir korku duyulmaya başlanmıştır (Sennett, 2013). *“Ben kadınlarla ilgili örgütlenmeleri olumlu buluyorum. Tamam katılmıyorum biraz yani şey de buluyorum kendi açımdan riskli buluyorum ya da işte olumsuz bir şeyle karşılaşırım diye.”* (K11).

Katılımcılar çoğunlukla sosyal medyada örgütlenmenin bir çözüm olmadığını en fazla kamuoyu yaratacak kadar bir etkiye sahip olduğunu *“Sosyal medyada şahsen ben farklılıkların işe yaradığına inanmıyorum ama farklılıkları duyduğumuza inanıyorum. yani farklılıklarımız biz bunu görüyoruz biz bunu biliyoruz ama çözüm noktasında bir sonuca ulaştıramıyoruz”* (K17). ancak kamusal alan yaratma gücünün etkili kullanılmadığını düşünmektedir. *“...sosyal medyada bu ses çıkartılacak yerlerden bir tanesi ancak yeterli olduğunu düşünmüyorum bunların başka ortamlarla da desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum”* (K8).

Sosyal medyada hashtag desteği veren katılımcılar bunun gerçek bir çözüm olabileceği konusunda şüphe ettiklerini söylemektedir. *“... artık son yıllarda giderek daha zor benim için daha tehlikeli çünkü herkes için. Son birkaç senedir yapamıyorum ama hashtagin ne olduğuna göre değişir ama o hashtage katıldım diye de kendimi huzurlu da hissetmiyorum enough activism for today olsun da istemiyorum”* (K6). Bazı katılımcılar sosyal medyada örgütlenmenin işe yarayacağına inansa da destek vermekte çekingen bir tutum sergilemektedir. *“Bazı hashtag desteklerine katıldım birkaç tanesine katılmışımdır. Tamamen çözüme yönelik adımlar atıldığını düşünmüyorum ama işe yarayacağına çok eminim.”* (K7). Bu durum “ölü kamusal alan”ları ortaya çıkararak, kamusal alanın eski canlılığını kaybetmesine neden olabilir. *“...bazıları çok günü kurtarmak için bazıları çok popüler olmak için bazıları çok öne çıkmak için yapılanlar da var. Ama hiçbirisine destek vermedim”* (K1).

Bazı katılımcılar ise sosyal medyadaki hashtag kampanyalarının önemli ve etkili olduğunu savunmaktadır. *“Kadın cinayetlerini görüyoruz ve karşı tepki oluşturmamız gerekiyor. Sosyal medyada yaptığın zaman bunu belki tüm Türkiye’ye yayılabiliyor, sosyal*

medyada belki 50 farklı tweetle 50 farklı düşünceni insanlara yayabiliyorsun o anlamda biraz daha destek bulabilirsin” (K14). “...sosyal medya çok güçlü olur çok etkili olur. Gezi çok etkili bir örnek.” (K18). Hashtag kampanyaları, özellikle toplumsal gösterilerle birleştiği için, toplumsal farkındalığı artırarak ve egemen söylemlere meydan okuyarak kadın cinayetlerine karşı mücadeleye etkin bir şekilde hizmet etmektedir. Sosyal medyada doğru örgütlenilirse özellikle kadın hareketleri bağlamında sosyal medyanın işlevsel bir araç olarak kullanılabileceği düşünülmektedir. “Bence sosyal medya özellikle dezavantajlı grupları düşündüğümüzde kesinlikle etkili bir araç olabilir. LGBTİ yi mesela düşündüğümüzde şimdi orada özellikle onların böyle bir araya gelebileceği bir ortam hani deneyimlerini paylaşabileceği bir ortam sağlıyor.”(K3). Türkiye’deki kadın hareketinin sosyal medyada fark yarattığına inanılmaktadır. “Türkiye’deki hiçbir erkek grubu erkek ağırlıklı bir grup öyle korkusuzca bir duruş sergileyemez bir araya gelemeyen yani. Ayrılıkların en az olduğu şey kadın hareketi” (K3).

Kadına şiddet uygulayan hatta kadın cinayeti işleyen katillerin tutuklanması ve daha fazla ceza alması için sosyal medya üzerinden ciddi bir mücadele verilmektedir. Bunun en güzel örneği; Twitter’da 72.383¹⁹ takipçisi olan ‘Şule Çet Dayanışma Platformu’dur. 28 Mayıs 2018 tarihinde katledilen Şule Çet cinayetinin aydınlatılması hususunda seslerini duyurmak üzere merhumun arkadaşları ve akrabaları vasıtasıyla açılan kullanıcı hesabı, kadın dayanışma örgütleri ve vatandaşların da desteğiyle bir dayanışma platformu haline gelmiştir. Sosyal medya üzerinden yürütülen mücadele ile Şule Çet cinayetinin ortaya çıkarılması ve katillerin yakalanarak adalete teslim edilmesinin hemen ardından; katledilen diğer kadınların da cinayetlerinin aydınlatılması için halen çalışmaya devam eden platform, kadın cinayetlerinin önlenmesine yönelik en güçlü karşıt kamusal örgütlenmelerden biri olarak varlığını sürdürmektedir.

Sosyal medyada örgütlenen Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu #KadınCinayetleriniDurduracağız hashtag’i ile katledilen kadınların dava süreçlerini sosyal medyadan paylaşarak bu konuda kamuoyu oluşmasına yardımcı olmaktadır. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği instagram hesabı da toplumsal cinsiyet eşitliği hakkında içerikler paylaşmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliği ile mücadelede bu gibi sosyal

¹⁹ Şule Çet Dayanışma Platformu’nun 04.12.2020 tarihindeki takipçi sayısıdır.

medya platformlarının doğru ve nitelikli içerik paylaşması, gündemden herkesi haberdar etmesi ve hatta gündem oluşturmaları önemlidir. *“Toplumsal cinsiyet eşitliği diye instagramda bir sayfa var çok seviyorum. Sosyal medya olmasaydı ben birçok şeyi görmeyecektim çünkü yurtdışındayım ama yine bir farkındalık, bir bilinçlenme falan yine bir örgütlenme sosyal medyada cidden gerçekleşiyor”* (K22). Kaya (2018), geleneksel medyanın feminist aktivizmle sınırlı bir ilişkisi olduğunu belirterek kadınların feminist söylemlerinin ana akım medyada yer alabilmesinin genellikle yetersiz olduğunu belirtmektedir. Sosyal medyanın bu anlamda bir direniş imkanı yarattığını ve feminist aktivizm için önemli bir alan oluşturduğunu ileri sürmektedir. Ayrıca, kadınların sosyal medyayı seslerini duyurmak, bilgi paylaşımında bulunmak için kullandıklarının ve bunun da feminist bilinçlenmeye hizmet ettiğinin altını çizmektedir.

#MeToo hashtag’i, Türkiye’de #sendeanlat hashtag’i ile görünür olmuştur. Özgecan Aslan’ın katledilmesinden sonra ortaya çıkan bu hashtag başka kadınların da yaşadığı benzer sorunları paylaşmasına ve kadın cinayetlerine karşı dayanışmaya aracılık etmiştir. Geleneksel medyada bu hashtag son derece cinsiyetçi bir biçimde tezahür etmiştir. Hürriyet gazetesinde erotik bir kadın görseliyle haberleştirilen bu hashtag bu kez de geleneksel basına karşı direnişin bir sembolü haline gelmiştir. Geleneksel medyaya tepki sosyal medyadan gelmiştir.

Bir katılımcı sürekli paylaşılan içeriklerin bir süre sonra insanlar üzerinde normalleştirme etkisi yarattığını ifade etmektedir. Kadın cinayetlerinin de sıkça paylaşılmasının, kadına yönelik şiddeti normalleştirdiğine inanmaktadır. *“...buna dikkat çekilmesi gerekiyor kadın şiddetine kadın cinayetine ki bence sürekli paylaştığınız zaman bu da bir süre sonra normalleşiyor hani o etkisini kaybediyor o karşı tarafta o algıyı yaratması gereken o tetikleyici işaret harekete geçme şeyini bir süre sonra ortadan kayboluyor diye düşünüyorum ben”* (K12). Adaletin sosyal medya aranıyor olmasının normalleşmesi insanları gündelik hayatta pasifize edebilir. Sosyal medya bu anlamda daha risksizdir insanlar seslerini daha rahat haykırabilmektedir. *“Hashtag desteği verdiğim oldu. Toplumsal cinsiyetle alakalı. Sosyal medya üzerinden bir hashtagle hem öfkemi dile getirebiliyorsun hem de karşıdaki kişi en çok sana küfredebilir sonra n’aparsın delete basarsın oradan gider”* (K22).

İnternet teknolojileri, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet ayrımını, cinsiyet ikili sisteminde bir çöküşü veya ataerkil heteroseksizmin sonunu getirmemiştir. Bu dönüşüm, 1990'lardan bu yana internet teknolojilerinin ana akım haline gelmesi, sosyal medyanın “gerçek” bir çevrim içi kimliğin sürdürülmesine vurgu yapması ve cinsiyetçiliğin yapısal doğası dahil olmak üzere çeşitli faktörlerden kaynaklanmaktadır. Geleneksel kamusal alana sınırlı erişime sahip olanların sosyal medyada sesini duyurabileceğine ve kendi varlığını kabul ettireceğine olan inancı, bir taraftan geleneksel kamusal alanda yoksun bırakılmalarını da normalleştirebilir. Çünkü artık geleneksel kamusal alanda varlığını kabul ettirmek yerine sosyal medyada çevrim içi kalmak çok daha kolay ve güvenlidir. Ancak bu gerçekte var olan yoksunluğu ve erkek merkezli kamusal alan yapılanmasını dönüştürmeye yetmeyebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çevrim içi erişimde coğrafya, gelir ve cinsiyete dayalı kalıcı bir dijital bölünme olsa da sosyal medya, dünyanın her yerindeki insanlar için günlük yaşamın giderek daha önemli bir parçası haline gelmektedir. Bu araştırmada, sosyal medyanın toplumsal cinsiyet perspektifinden kamusal alan temsiliyeti ile toplumsal cinsiyet normlarını nasıl şekillendirdiği ve yeniden ürettiği kullanıcı deneyimleri üzerinden incelenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın katılımcıların toplumsal cinsiyet pratiklerinin incelendiği ilk bölümünde şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Katılımcılara ilk olarak sosyal medya platformlarını kullanım sıklıkları ile bunları hangi amaçlarla kullandıkları, ne tür paylaşımlar yaptıkları ve takip ettikleri hesaplar sorulmuştur. Katılımcıların verdiği cevaplar, We Are Social'ın 2023 raporuyla da uyumludur.

Kullanıcıların sosyal medya kullanım pratikleri incelendiğinde görülmüştür ki; en sık kullanılan sosyal medya platformu Instagram ve onu takiben Twitter'dır. Hem erkekler hem de kadınlar, sosyal medyayı kadınların daha sık kullandığını söylemektedir. Kadınların ve erkeklerin sosyal medya kullanım amaçlarında belirgin bir farklılık gözlenmese de genellikle kadınlar, erkeklerin flört etmek amaçlı sosyal medyayı kullandığını düşünmekte; erkekler ise kadınların kendilerini göstermeyi sevdikleri için sosyal medyada yer aldıklarını ifade etmektedir. Erkekler bakan, kadınlar bakılan konumuna indirgenmekte ve bu sürekli yeniden üretilmektedir.

Kadınların sosyal medyada daha fazla vakit geçirdiğini ve daha çok paylaşım yaptığını savunan erkek katılımcılar; kadınlara kıyasla bilim, teknoloji ve spor içeriklerine daha ilgilirken; kadınlar kişisel gelişim, bakım, güzellik, sanat, psikoloji ile ilgili içerikleri takip etmektedir. Bu, kadınların özellikle teknolojiden uzak durması ve teknolojiden erkekler kadar anlamadıkları yanılığının içselleştirilerek kabul edildiğinin bir göstergesi olabilir. Bu da teknolojinin erkek denetiminde kalmasını kolaylaştırmaktadır.

Araştırmaya katılan kadınlar, genelde erkeklerin kadınlara kıyasla sosyal medyada daha az paylaşım yaptığını ve spor içerikli hesaplara daha ilgili olduğunu düşünmektedir. Ayrıca erkeklerin kadınları daha çok takip ettiğini ve flört etmek için kullandığını söylemişlerdir. Erkek katılımcıların sosyal medya kullanım pratikleri ve deneyimleri, kadın katılımcıların erkekler hakkındaki düşünceleriyle uyumludur. Buradan da anlaşıyor ki sosyal medyada da kadına ve erkeğe atfedilen geleneksel toplumsal cinsiyet normlarının dışında bir davranış gözlenmemiştir. Sosyal medya kullanım pratiklerinde de toplumsal cinsiyet bölünmesine uygun davranış kalıpları söz konusudur. Ayrıca tam da bu şekilde olması varsayımıyla hareket edilmektedir. Görülüyor ki sosyal medya kullanım pratikleri, içselleştirilmiş toplumsal cinsiyetçi sistemi devam ettirmekte ve yeniden üreterek yaygınlaşmasına sebep olabilmektedir.

Kadınlar da erkekler de kadın bedeninin görüldüğü, çıplaklık içeren fotoğrafların paylaşılmasına sıcak bakmamaktadır. Buna karşın erkek katılımcılar eğer erkeğin iyi bir vücudu varsa bunu sergilemesinden yanadır. Kadın bedeninin izlenilen, bakılan bir nesneye indirgenerek metalaştırılması söz konusudur. Erkek bedeninin paylaşılmasında bir sakınca görülmezken kadın bedeninin sosyal medyadan uzak tutulması eril bakışı kuvvetlendirerek kadını eril bakışın nesnesi haline getiriyor olabilir. Sosyal medyanın bedenini özgürce paylaşan kadınların diğer kadınlardan daha değersiz olduğu anlayışını yeniden ürettiğini söylemek mümkündür. Mizojini yoluyla bu sürekli pekiştirildiği için kadınlar üzerinde baskı aracı haline gelmektedir.

Katılımcıların kullanım pratikleri nezdinde verdikleri cevaplara istinaden sosyal medyanın bir tahakküm aracı olarak işlev görebileceği söylenebilir. Buradan yola çıkarak Pierre Bourdieu'nun, eril tahakkümü üzerinden sosyal medyanın nasıl bir baskı aracı olarak tezahür ettiği açıklanmaya çalışılmıştır. Kadınlar da erkekler de sosyal medyada otosansür uygulamak zorunda hissetmektedir. Sosyal medya, Habermas'ın söylediği gibi fikirlerin özgürce ifade edilebildiği, tartışıldığı alan olan kamusal alanın en önemli işlevini yerine getirememektedir.

Kadınlar içselleştirilmiş patriyarka yoluyla kendilerine sansür uygulamaktadır. Örneğin kadın katılımcılar, bikinili fotoğrafın toplum kurallarına aykırı olduğu düşüncesiyle paylaşılmaması gerektiğine inanmaktadır. Ayrıca hem kadınlar hem de

erkekler alkollü ortamların fotoğraflarının da paylaşılmamasından yanadır. Alkol alırken çekilen fotoğraflar “yakın arkadaşlar” filtresi kullanılarak paylaşılmaktadır. Aile, din ve toplumsal statü hem erkeklerde hem de kadınlarda sansür mekanizmalarını devreye sokarak tahakkümü kolaylaştırabilir. Katılımcılar sosyal medyada gündelik hayata nazaran daha fazla sansür uygulama gereği duyduklarını ifade etmişlerdir. Sosyal medya tahakküm aracı olarak erkekleri fikirlerini dile getirme noktasında etkilerken; kadınlar geleneksel kamusal alanda karşılaştıkları yaptırımların bir uzantısı olarak sosyal medya kamusal alanından da kendilerini tecrit etmek durumunda kalabilmektedir. Ev içi fotoğrafları genellikle kadınların paylaştığı görülmekte ve kadınlar sosyal medya kamusal alanını özelleştirerek kullanmaktadır. LGBTİ bireyler de “yakın arkadaşlar” filtresini çok sık kullanmaktadır. Kendilerini riske atacak paylaşım yapmaktan imtina etmektedir. Özellikle aile üyeleri ve iş çevresinden ayrı sadece yakın çevrelerinin dahil olduğu küçük gruplar oluşturma eğilimi göstermektedir. Kadın katılımcıların çoğu Instagram hesaplarını gizli tutmakta, herkese açık tutmamaktadır. Tanımadıkları insanları sayfalarına dahil etmemeye çalışmaktadır. Sosyal medya eril tahakkümün hem aracı hem de tahakkümün sebebi olabilmektedir. Sosyal medyada eşinin, kızının ya da kız kardeşinin paylaştığı bir içeriği beğenmeyen erkek, kadının o fotoğrafı kaldırması için baskı kurmakta ve bu baskı gündelik hayatta da devam etmektedir.

Sosyal medyada güzel ve iyi görünme kaygısını sadece kadınlar yaşamaktadır. Bu da yine kadına dayatılan güzellik algısıyla ilişkilidir. İdeal bedene ve görüntüye sahip olmak için kadınlar çeşitli filtreler kullanabilmektedir. Güzelletiren filtreleri sadece kadınların kullandığının da altını çizmek gerekir. Sosyal medya, kadınlar üzerindeki güzellik baskısını artıran bir araç haline gelmiştir. Erkek katılımcılarda böyle bir kaygının olmadığı gözlenmiştir.

Bu araştırmanın sonuçlarına göre; erkekler salt siyasi içerikleri paylaşma konusunda kendilerini sansürlerken kadınlar sadece siyasi paylaşımları için değil toplum tarafından hoş karşılanmayacağını düşündükleri şeyleri de paylaşmama eğilimi göstermektedir. Hem toplum, hem aile üyeleri kadınların sosyal medyada özgürce hareket etmelerinin önünde bir engel olarak durmaktadır. Araştırmaya katılanların

verdiği cevaplar neticesinde otosansürün bir tahakküm mekanizması olarak işlerlik kazandığını söylemek mümkündür.

Sosyal medya, LGBTİ kimlikleri üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilere sahiptir. Araştırmaya katılan LGBTİ bireyler, sosyal medyanın farkındalığı artırmaya hizmet ettiğini belirtse de kendilerini izole ederek ve sınırlı çevreler oluşturarak sosyal medyada var olabildiklerini ifade etmişlerdir. Anlaşılacaklarına inandıkları insanları sosyal medya hesaplarından uzak tutmaktadırlar. LGBTİ bireyler, sosyal medyanın da insanları toplumsal normlara uygun olan cinsiyet kimliklerini kabul etmeye zorladığını düşünmektedir. Sosyal medyada cinsiyet eşitliğinin yaygınlaşabilmesi için nefret söyleminin azalması gerekmektedir. Sosyal medyada LGBTİ bireyler nefret söyleminden kaçınmak için kendilerini geleneksel kamusal alanda olduğu gibi sosyal medya kamusal alanından da uzaklaştırma gereksinimi duyabilmektedir. Kendilerine sosyal medya içerisinde özel alanlar oluşturmaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre, sosyal medya toplumsal cinsiyet normlarını hem şekillendirmekte hem de onlar tarafından şekillendirilmektedir. Sosyal medya kullanımı, belirli cinsiyetten insanların nasıl davranması beklendiğini tanımlayan ve genellikle eşitsizlikleri kadınların, kız çocuklarının ve farklı cinsiyet kimliklerine sahip insanların zararına yerleştiren toplumun gayri resmi kurallarından bağımsız değildir.

Butler'ın kavramsallaştırdığı üzere sosyal medyada sergilenen cinsiyet performansı bir diğer deyişle çevrim içi cinsiyet performansı; içselleştirilmiş ve normatif kurallara dayalı toplumsal cinsiyetten farksızdır. Katılımcıların verdiği cevaplardan yola çıkarak görülüyor ki sosyal medyada kadınlık ya da erkeklik performansı, diğer kadınların ve erkeklerin performanslarından etkileniyor olabilir. Ayrıca takip edilen hesaplar ile her bir kişinin sosyal medyasında inşa ettiği cinsiyet kimliğinin birbirine bağlı olduğunu söylemek de yanlış olmayabilir. Sosyal medya kamusal alanında varlık göstermenin bir ön koşulu olarak, normatif toplumsal cinsiyet kurallarına dayalı çevrim içi cinsiyet performansının sergilendiği ve sosyal medya kullanım pratiklerinin bu doğrultuda şekillendiği söylenebilir.

Araştırmalar, sosyal medyanın feminist aktivizm için gclendirici, dşnce ve davranışta dönüştürücü değişimleri katalize edebilen bir alan olabileceğini gösterse de bununla birlikte, sosyal medya "cinsiyet karşıtı" ve toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarını ve eşitlikçi toplumsal cinsiyet normlarını baltalamak amacıyla dezenformasyon da yayabilme potansiyeline sahiptir.

Katılımcılara sorulan sorulardan elde edilen verilere göre, sosyal medya platformunun insanların toplumsal cinsiyet eşitliğini öğrenmeleri için bir alan sağladığını ve bununla ilgili bir kamuoyu yarattığını söylemek mümkündür. Diğer bir deyişle sosyal medya, toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili konuları kamuoyunun gözüne sokmaktadır. Ayrıca kadın hakları konusunda halkın fikir alışverişinde bulunmasına olanak sağladığını için aynı veya benzer sesleri bir araya toplayarak direnişin bir aracı da olabilmektedir. Günümüzün sosyal medya platformu daha fazla fırsat sağlasa da, ataerkil toplumlarda kadına şiddetin her geçen gün artarak devam etmesi sosyal medyanın dönüştürü gücünü düşünmemize sebep olmaktadır. Sosyal medya her ülkede, her toplumsal yapıda aynı işlevi görememektedir. Sosyal medya gelişmeye devam etse de yarattığı etkiler göz ardı edilemez. Özellikle evrim içi hareketler aracılığıyla toplumsal cinsiyet eşitliğini gerçekleştirme potansiyeli vardır. Ancak bu, hkmetle STK'ların işbirliği içerisinde çalışmasını gerektirebilir.

Toplumsal cinsiyet hakkında güçlü bir bilgi ekosistemine ihtiyaç vardır ve toplumsal cinsiyet klişelerini tanımak ve bunlara meydan okumak da dahil olmak üzere eleştirel düşünmeyi geliştiren eğitimlerin tüm topluma uygulanması gerekmektedir. Kullanıcıları evrim içi cinsiyete dayalı şiddetin ne olduğunu anlamaları için eğitmek; zararlı ve taciz edici içeriğin yaygınlaşmasının önüne geçmek; sivil toplum ve çevrim içi taciz riski taşıyan grupların temsilcileri ile iştişare içinde 'topluluk standartları' geliştirerek içerik moderasyon süreçlerini gclendirmek; çevrim içi kadın düşmanlığına yanıt vermek için platformlar arası bir konsorsiyum oluşturmak ve çevrim içi nefret söylemine karşı daha güçlü yasal koruma sağlamak, sosyal medyanın toplumsal cinsiyet eşitliğini üreten bir tahakküm mekanizması olmasının önüne geçilebilecek önlemlerin başında gelmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcılara ikinci bölümde ise katılımcıların kamusal alan olarak sosyal medyayı nasıl deneyimledikleri üzerine sorular sorulmuştur. Buna göre katılımcıların çoğu Instagram'ı mahremiyetle ilişkilendirdikleri özel alan; Twitter'ı ise gündemden haberdar olmalarını sağladığı için kamusal alan olarak nitelemiştir. Katılımcılar Instagram'da kişisel fotoğraflarını, aile üyelerini, eşlerini, çocuklarını paylaştıkları için herkesin o platformda yer almamasına özen gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Twitter için bu geçerli değildir. Twitter'da tanımadıkları insanlarla da zaman zaman fikir alışverişinde bulunabildiklerini söylemişlerdir.

Katılımcılar sosyal medyanın özgürleştirmediğine aksine kısıtladığına inanmaktadır. Gündelik hayatta çok daha özgür olabildiklerini ifade eden katılımcılar, sosyal medya kamusal alanının denetim mekanizmalarının geleneksel kamusal alana göre daha kapsamlı olduğunun, bu sebeple istedikleri gibi paylaşım yapamadıklarının altını çizmişlerdir. Kadınlar geleneksel kamusal alanda giydiklerine, söylediklerine, davranışlarına dikkat etmek zorunda kaldıklarını ama sosyal medya kamusal alanında da aynı baskıyı hissettiklerini belirtmişlerdir. Sosyal medya kamusal alanı, geleneksel kamusal alandaki kısıtlamalara özgürlük getirmemiş; ikincil bir baskı aracı olarak kadınların sınırlara hapsolmasına sebep olmuş olabilir.

Geleneksel medyanın sosyal medyaya nazaran daha etkili bir araç olduğunu savunan katılımcılar; sosyal medyada kamusal alan yaratarak bir araya gelen örgütlenmelerin toplumsal cinsiyet eşitliğinde bir çözüme gidemeyeceğini, çözümün geleneksel medyada yer verilen toplumsal cinsiyetçi temsillerin dönüşüme uğramasıyla gerçekleştirilebileceğine inanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının sosyal medyadan daha etkili olduğu düşünülmektedir. Tam da bu sebeple, öncelikli dönüşümün kitle iletişim araçlarında gerçekleşmesi gerekebilir; akabinde sosyal medyada yaygınlaştırılarak toplumsal cinsiyet eşitliğinin ve eşitlikçi politikaların gündelik hayata eklemlenmesi sağlanabilir.

Sosyal medya toplumsal cinsiyet bağlamında kamusal alan yaratma gücüne ve potansiyeline sahiptir. Ancak katılımcıların da verdiği cevaplardan anlaşılıyor ki sosyal medyada oluşturulan kamusal alanların aynı hızda dağılacağına ve yok

olacağına inanılmaktadır. Sosyal medya kamusal alanının gerçekliği sorgulanmaktadır. Fikirlerin tartışılmadığı, insanların özgürce hareket edemediği, sansür mekanizmalarının devrede olduğu bir yerin kamusal alan olma ihtimali düşük bulunmaktadır. Kamusal alan, toplumun her kesimine alan açan, tartışmaların özgürce yapılabildiği, ayrımcılığın olmadığı yerlerde mümkündür. Bu araştırmaya göre, sosyal medyanın kamusal alan yaratmaktan ziyade kamuoyu yaratma gücüne sahip olduğunu söylemek daha doğru olabilir.

Nitekim katılımcılar sosyal medya kamusal alanına katılma konusunda pasif bir tutum izlemektedir. Hashtag kampanyalarını takip ettiklerini, haberdar olduklarını ve içsel olarak desteklediklerini söyleseler de bu kampanyalara hashtag desteği verme konusunda çekimser bir tutum izlenmektedir. Çünkü katılımcılar çoğunlukla bunun bir çözüm olmadığına inanmaktadır. Adaletin sosyal medyada aranmasını değil toplumsal cinsiyet eşitliği hususunda ve kadına yönelik şiddette daha etkili politikalar oluşturulmasını beklediklerini söylemektedir.

Katılımcılar; cinsel taciz, psikolojik ya da fiziksel şiddete maruz kalan kadınların seslerini sosyal medya kamusal alanında duyurabileceklerine inanmakta olsalar da kendilerinin başına böyle bir şey gelmesi halinde ilk başvuracakları yerin polis ya da savcılık olacağını söylemektedir. Kadınların çoğu böyle bir durumda başlarına gelen olayları paylaşma konusunda tedirgindir. Çünkü yanlış anlaşılmaktan ve başlarına gelen olayın kötüye kullanılmasından korkmaktadır. Ayrıca katılımcılar bu şekilde bir çözüme ulaşılabilmesi konusunda da kararsızdır.

Erkek katılımcılar kadınların sosyal medya üzerinden seslerini duyurmasının etkili bir yol olduğunu düşünmekle birlikte, her kadının söylediği söze inanmamak gerektiğini, ifşa edilen kişinin de bazen haklı olabileceğini savunmaktadır. Erkek katılımcılar himpati yaparak ifşa edilen erkeğin çok zor durumda kalabileceğine bu sebeple kadınların bazen acımasızca hareket ettiğine ve hatta yalan söylediğine inanmaktadır. Sosyal medya bu anlamda mizojinin yeniden üretilmesine de sebep olabilir. Kadının beyanının esas alınmasının ne kadar önemli olduğu buradan da anlaşılmaktadır.

Katılımcılar, sosyal medyada gerçek bir kamusal alan yaratılamadığına inanmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliğinin kısa vadeli çözümlerle değil uzun vadeli yaptırımlarla sağlanabileceği savunulmaktadır. Katılımcılar sosyal medya üzerinden pasif katılım sergilemektedir.

Özetle; bu araştırmaya göre sosyal medyanın toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden ürettiğini ve toplumsal cinsiyet bağlamında kamusal alan yaratsa da bunu en iyi ihtimalle şartlı olarak gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür. Sosyal medya kamusal alanı, bireyleri pasifize ederek geleneksel kamusal alandan uzaklaştırabilir.

Sosyal bilimler alanında çalışma yapmak, yalnızca içinde yaşadığımız dünyayı öğrenmek için araştırmadığı, onu değiştirmeye çabaladığı için aktivist bir duruş sergilemenin bir yolu olarak görülebilir. Ancak bu ifade, birçok akademisyenin mesafe ve nesnelliği vurgulayan bilimsel yöntem kavramlarına bağlı kaldığı bir akademik alan bağlamında tartışmalıdır. Diğer bir deyişle, akademi ve aktivizmin çok farklı iki dünya olduğuna dair yaygın bir inanç vardır. Ancak özünde kadın haklarını ve toplumsal cinsiyet eşitliğini savunan feminizm için durum böyle değildir. Geleneksel medya ve iletişim çalışmalarının çoğu bağlamında, araştırmanın bir aktivizm biçimi olabileceği ve olması gerektiği fikri radikaldir, şüpheyile bakılmaktadır. Bu bakış açısına sahip olanlar için, feminist bilim insanlarının nesnel araştırmacılar olmadığı, daha çok işe öznел bir perspektiften yaklaştığı argümanı hakimdir. Esasen doğru olanın da bu olduğunu kabul etmek gerekebilir. Çünkü özellikle bir kadın araştırmacının kendi deneyimlerinden yola çıkarak yaşadığı toplumdaki kadın sorunlarına eğilmek mecburiyeti hissetmesi çok doğaldır ve gereklidir. Feminist araştırmanın bir önyargıyı, yani ataerkilliğe ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı bir hoşgörüsüzlüğü sürdürdüğünü kabul etmek gerekir. Bununla birlikte, eşitsizliklere karşı duruşun akademik bir sorumluluk olduğunu düşündüğümü de kendi nezdimde söylemem gerekir.

Genel olarak sosyal medyanın hem olumlu hem de olumsuz birçok özelliği bulunmaktadır. Burada yapılması gereken olumlu yönlerinin güçlendirilerek toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında kullanılmasını teşvik etmektir.

Hashtag feminizminin, dijital dünyamızın düzenleyici normları dahilinde işleyen (Butler, 1993) bazı durumlarda güçlendirme ve diğerlerinde sınırlama sunan tekno-feminist bir performans olduğunu savunmak gerekmektedir. Hegemonik düzenleyici normlar aracılığıyla kadınları tutsak eden sisteme karşı hashtag feminizmi bu rahatsız edici gerilim için potansiyel sunmaktadır. Toplumsal cinsiyetin içinde işlediği toplumsal güç ilişkilerinden bağımsız olmadığını söylemek mümkündür. Hashtag aktivizminin de bundan yola çıkarak ilerlemesi gerekmektedir.

Hashtag'lerin geçici olabileceğini de kabul etmek önemlidir. Yaklaşık on yıldır var olan hashtag'lerin bir on yıl daha kalacağını söylemek şu an için mümkün değildir. Ön plana çıkan ve sonra gerileyen bloglar, MSN Messenger ve buna benzer diğer teknolojik gelişmeler gibi, hashtag'lerin de sonsuza kadar yaşamaması mümkün ve hatta muhtemeldir. Yine de, güçlerinin belgelenmesinin hala önemli olduğunu, çünkü daha güçlü bir aktivizm aracıyla değiştirilmeden yok olmayacaklarını ısrarla belirtmekte fayda vardır. Bu nedenle, hashtag'lerin sessizleri nasıl seslendirdiğini açıklamak, geleceğin akademisyenlerine ve uygulayıcılarına, dijital medyanın insanların sosyal değişimi etkileme çabalarını nasıl daha geniş bir şekilde etkinleştirdiğini ve artırdığını anlamak için bir şablon sunabilir.

Boyun eğmeye meydan okumak için kadınların önce erkek egemenliğini meşrulaştıran ideolojiyi tanıması ve bu ideolojinin üzerlerindeki baskıyı nasıl sürdürdüğünü anlaması gerektiğini bilmek önemlidir (Batliwala, 1994: 131). Feminizmin erkeğe boyun eğmeyi ortadan kaldırmasının ilk adımının ise söz sahibi olmaktan geçtiğini belirtmek gerekmektedir (Wackwitz ve Rakow, 2006). Feminist dijital ortamda nefrete -en azından bir anlığına- karşı zafer kazandıkça, bir veya daha fazla kişinin hissedebileceği dayanışma duygusu değerlidir. Yine de, hashtag'in gerçek değişimi etkilemedeki sınırlı gücü; çok çabuk unutulması, sergilenecek herhangi bir karşı duruşun kamuoyunu bozması ve kadınlar için mağduriyet ve güçsüzlük söylemini yeniden üretmesi gerçeğiyle açıkça ortaya çıkmaktadır. Feministlerin iyi niyetine rağmen hashtag, bir disiplin retoriği biçimi olarak işlev gören "şiddetli anti-feminist söylemi" yeniden su yüzüne çıkarabilir.

Hashtag feminizminin, her zaman fark edilmese de, geleneksel feminist sınırları aşma ve dijital alanda birden çok feminizm için bir alan açma potansiyeline sahip olduğunu belirtmek gerekmektedir. Aynı zamanda kadınları benzersiz kimlikleri için kabul eden ve kadınların ortak yönlerinden yola çıkarak bazı örtüşen söylemler yaratan bir yoldaşlık ağı yaratmış olduğu söylenebilir.

Katılımcıların çok sayıda benzer hikayeye sahip olması ve farklı yerlerden benzer deneyimlere tanıklık eden farklı sesler, kadına yönelik ataerkil baskının yaygınlığının güçlü bir kanıtı olabilir. Bu araştırmada kadınların kendi deneyimlerinden yola çıkarak görülüyor ki; kadınlar ait olduklarını hissedebilecekleri kamusal alanlardan yoksunlardır. Sosyal medya da buna çoğu zaman hizmet edememektedir. Oysa ki sosyal medya, kadınların kendi aralarında feminist kaynakları paylaşabilecekleri bir bilgi arşivi ve bu bilgileri dolaşıma sokabilecekleri merkezi bir örgütlenme işlevine sahip olabilir.

Kamusal alan/ özel alan ayrımına dayalı toplumsal cinsiyet eşitsizliği, sosyal medyanın sunduğu imkânlarla yayılmaya ve kanıksanmaya devam etmektedir. Sosyal medyada yaratılan kimlikler belli bir toplumsal cinsiyeti de beraberinde getirmektedir. Tıpkı gündelik hayatta olduğu gibi sosyal medya üzerinde de toplumsal cinsiyet kalıplarına uygun davranışlar sergilenmektedir.

Araştırma sonuçları ve yukarıda sayılan nedenlerden ötürü, sosyal medyaya katılımın ve erişimin kısıtlı, kamusal alan olabilme idealinden de uzakta olduğu sonucuna varılabilir. Sosyal medya, kitle iletişim araçlarına kıyasla bir değişiklik yaratabilir, ancak geleneksel sistemin bir parçası olmayı sürdürecektir.

Sonuç olarak, sosyal medya bilgi-iktidar ilişkilerinde büyük bir değişim yaratmakta ve kitle iletişim araçlarının eski tarzını kırmaktadır. Bu değişim sürecine çok sayıda katılımcının dahil olduğu unutulmamalı ve kamusal alan bu gerçekliğe göre analiz edilmelidir. Ancak siyasi-ekonomik aktörler ve ilişkiler yeni çağa ayak uydurmakta ve bu sebeple kitle iletişim araçlarından farklı olmayan sorunlar dönüşmüş olsalar da devam etmektedir.

Öneriler

Gelecekte araştırmalar, sosyal medyanın toplumsal cinsiyeti nasıl yeniden ürettiği üzerine daha fazla ülke ve bölgeye yayılacak şekilde gerçekleştirilebilir. Çünkü bu araştırma farklı şehirlerden katılımcılarla yapılmasına karşın çok kısıtlı sayıda katılımcıya ulaşılmıştır. Ancak buna rağmen bölgesel farklılıklar göze çarpmaktadır. Nüfus oranı daha düşük illerde ya da ilçelerde yaşayanların metropollerde yaşayanlara kıyasla sosyal medyayı daha farklı kullandıklarını gözlemlemek mümkündür. Dolayısıyla gelecekteki araştırmaların daha kapsamlı olması verilerin genelleştirilebilmesi açısından önemli olacaktır. Ayrıca farklı ülkelerde sosyal medyanın ne tür bir kamusal alan yarattığı da karşılaştırmalı olarak ele alınabilir. Çünkü bu araştırma salt Türkiye açısından ele alınmıştır ve örneğin; Twitter Türkiye’deki kullanıcılar için siyasi gelişmelerin takip edildiği bir platformdur. Sosyal medyanın toplumsal cinsiyet eşitliği üzerindeki etkisine ilişkin daha detaylı tartişmalar yürütmek için gelecekte yapılacak araştırmalar; disiplinlerarası farklı çalışmalar ve ülkeler arası karşılaştırmalar içerebilir.

Toplumsal cinsiyete dayalı dezenformasyonun üstesinden gelmek için, toplumsal cinsiyete dayalı dezenformasyon üretiminin ekonomi politiğini de anlamak gerekmektedir. Bunu yapmak için hükümetlerin toplumsal cinsiyet eşitliği aktivistleriyle birlikte çalışması gerekebilir. Farklı yerlerden ve geçmişlerden gelen feminist aktivistlerin dezenformasyona karşı mücadele etmeleri için finanse edilmesi ve kullanıcıların dezenformasyonu tespit etmelerini sağlamak için dijital okuryazarlık konusunda eğitilmeleri anlamlı olabilir.

Hashtag’leri feminist bir bakış açısıyla incelemeye ve teorileştirmeye daha büyük bir ihtiyaç olduğunu açıktır. Birçok hashtag incelenirken, daha pek çoğu inceleme dışı kalmaktadır. Sonuç olarak, incelenen feminist hashtag külliyyatı, yeterince başarılı olmuş olanların hakimiyetindedir. Toplumsal cinsiyet ve kamusal alan çalışan araştırmacılara önemli kaynaklar sunan hashtagler, daha çok incelenmeyi gerektirmektedir.

Daha az popüler olan hashtag’ler veya dünya nüfusunun daha küçük kesimlerini yansıtan hashtag’ler karanlıkta kalabilir. Hashtag feminizminin etkisine

ilişkin teoriler emekleme aşamasındadır. Hashtag feminizminin toplumun düzenleyici normlarını nasıl hem çiğneyip hem de güçlendirdiğinin daha eksiksiz bir resmini göstermek için gelecekteki çalışmaların bu alana kaydırılması gerekmektedir (Butler, 1993). Hashtag feminizmi, hem birleşmiş hem de parçalanmış bir dijital feminist kültürü tanımlamaya başlamıştır. Kadınların sesi olmaktadır ama aynı zamanda kadınları susturmaktadır. Hem genişleten hem de kısıtlayan bir etkiye sahiptir. Hashtag feminizminin gücünden gerçekten yararlanmak için, dijital alanda hem iyiye hem de kötüye kullanıldıkları şekliyle bu hashtag'leri keşfetmeye devam etmek önemlidir.

Bunun için öncelikle bilgisayarlardan ve cep telefonlarından uzaklaşmalı ve değişimi gerçekleştirmek için yasa koyucular ile irtibata geçilmelidir. Yüzyıllardır kadınların yaptığı gibi bireysel olarak tüm kadınlar işin içine karışmalı ve mücadele etmelidir. Eylemsiz ses bir işe yaramamaktadır. Sosyal medyada çıkarılan ses bu sebeple duyulmamakta ve konu çözümsüz kalmaktadır. Ses çıkarmak; boyun eğmeyi düzeltmek için önemli bir hedef ve stratejidir (Wackwitz ve Rakow, 2006), ancak pasif kalmak bu sesi de yok etmektedir. Örneğin, #İstanbulSözleşmesiYaşatır etiketini düşündüğümüzde, bir an geçerlilik kazanmış olsa da, hızlı bir şekilde unutulacağından veya tartışmalarla dolu başka bir gündemin gerisinde kalacağından yalnızca cılız bir ses olarak kalıp unutulmasından korkmak gerekmektedir. Hashtag'den anlayacağımız şey, kadınların kadın düşmanı bakış açısını engelleyen samimi bir toplulukta harekete geçip paylaşımda bulunabileceği bir alan bulmuş olması değildir. Kadınlar bunu her zaman başarmışlardır. Kadınlar seslerini eyleme dökmezlerse hashtag'ler bir işe yaramayacaktır. Nitekim bu araştırmada da görünen o ki kadınlar pasif eylemci konumunda kalmayı daha güvenli bulmaktadır. Feminizmin bir aktivist eylem değil, bir yaşam biçimi olduğu bir dünya yaratmak da mümkündür. Bu yaklaşım hashtag'i teoriden pratiğe taşımaktadır.

Gelecekteki araştırmalarda algoritmik cinsiyet yanlılığı üzerine de detaylı incelemeler yapmak oldukça önemlidir. Teknolojinin hızlı değişimi, toplumsal cinsiyetçi yazılımların artmasını da beraberinde getirmektedir. Bu anlamda yazılım firmaları ve yapay zeka teknolojilerini üreten ekipte kadınların da yer alması sağlanabilir. Bu atılacak önemli bir adım olabilir.

Öyle görünüyor ki toplumsal cinsiyet eşitliği sağlanana kadar da bu alanda çalışılması zorunludur. Nitekim bu tez çalışmasında da hayatımızın büyük bir parçası olan sosyal medya kamusal alanında toplumsal cinsiyetin yeniden üretimi üzerine bir durum tespiti yapmak için yola çıkılmıştır. Herkesin erişimine ve katılımına açık olan sosyal medya kamusal alanına dahi erişimin en iyi ihtimalle şartlı olduğunu göstermeye çalışmak, bir kadın araştırmacı olarak bu alanda çalışmalar yapmaya devam etmemi zorunlu kılmaktadır.



KAYNAKÇA

- ACAR, F., ALTUNOK, G.: 2013 The ‘Politics Of İntimate’ At The Intersection Of Neo-Liberalism And Neo-Conservatism In Contemporary Turkey. *Women’s Studies International Forum*, vol. 41, s. 14–23.
- AGHAEI, S., NEMATBAKSHS, M.A., FARSANI, H.K.: 2012 Evolution of the World Wide Web: From Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*, 3(1), 1-10.
- AĞAOĞULLARI, M.A.: 2004 *Kent Devletinden İmparatorluğa*. İmge Yayınları.
- AKSU, O.: 2017 “Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Dijital Aktivizm: Dijital Feminizm Örneği” (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü
- ALAIMO, K.: 2015 How the Facebook Arabic Page “We Are All Khaled Said” Helped Promote the Egyptian Revolution. *Social Media + Society*, 1: 1–10
- ALEMAN, S. M.: 2010 Americans In Brown Bodies: An Analysis Of Journalistic Performances Ofwhiteness. *Southwestern Mass Communication Journal*, 26(1), 1–18.

- ALEXANDER, A. C., WELZEL, C.: 2011
Islam And Patriarchy: How Robust is Muslim Support For Patriarchal Values?. *International Review Of Sociology*, Vol. 21, No. 2, S. 249–276.
- ALTINAY, R. E.: 2014
“There Is a Massacre of Women”: Violence Against Women, Feminist Activism, and Hashtags in Turkey. *Feminist Media Studies*, 14: 1102–1103
- ANDERSON, W. K. Z., BUZZANELL, P. M.: 2007
“Outcast Among Outcasts”: Identity, Gender And Leadership In A Mac Users Group. *Women & Language*, 30, 32–45.
- ANDREJEVIC, M.: 2011
Surveillance and Alienation in the Online Economy. *Surveillance & Society*, 8(3): 278-287.
- ARAT, Y.: 1989
Patriarchal Paradox: Women Politicians in Turkey. Fairleigh Dickinson University
- ARAT, Y.: 2010
Religion, Politics And Gender Equality In Turkey: Implications Of A Democratic Paradox?. *Third World Quarterly*, Vol. 31, No. 6, S. 869–884.
- ARENDT, H.: 1994
İnsanlık Durumu. Çev. Bahadır Sina Şener, İletişim Yayınları.
- ARENDT, H.: 1996
Geçmişle Gelecek Arasında. Çev. Bahadır Sina Şener, İletişim Yayınları.

- ASSITER, A.: 1995 *Enlightened Women: Modernist Feminism in a Postmodern Age*. Routledge.
- ATAY, T.: 2012 *Çin İşi Japon İşi Cinsiyet ve Cinsellik Üzerine Antropolojik Değıniler*. İletişim Yayınları.
- AUFDERHEIDE, P.: 1991 *Public Television and The Public Sphere. Critical Studies in Mass Communication*, No: 8.
- AYTAÇ, Ö.: 2007 *Kent Mekânlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 17, S. 2.
- BAILEY J., STEEVES V.: 2013 *Will The Real Digital Girl Please Stand Up? (Ed.) Koskela H., Wise M. New Visualities, New Technologies: The New Ecstasy Of Communication*. Ashgate Publishing.
- BAILEY, J., TELFORD, A.: 2007 *What's So Cyberabout It: Reflections On Cyberfeminism Contribution To Legal Studies. Canadian Journal Of Womenand The Law*, 19, 243–272
- BARKER-PLUMMER, B., BARKER-PLUMMER, D.: 2017 *Twitter as a Feminist Resource: #YesAllWomen, Digital Platforms, and Discursive Social Change. (Ed.) Earl, J.,*

- Rohlinger, D.A., *Social Movements and Media* (Studies in Media and Communications, Vol. 14), Emerald Publishing Limited, s. 91-118.
- BATLIWALA, S.: 1994
The Meaning of Women's Empowerment: New Concepts from Action. (Ed.) G. Sen, A. Germain, L.C. Chen, *Population Policies Reconsidered: Health, Empowerment and Rights*, Harvard University Press.
- BAUMAN, Z.: 2000
Siyaset Arayışı. Çev. Tuncay Birkan, Metis Yayınları.
- BAUMAN, Z.: 2003
Yasa Koyucular ile Yorumcular, Modernite, Postmodernite ve Entelektüeller Üzerine. Metis Yayınları.
- BAUMAN, Z.: 2005
Bireyselleşmiş Toplum. Çev. Yavuz Alagon, Ayrıntı Yayınları.
- BAUMGARTNER, J. C., MORRIS, J. S.: 2010
Myfacetube Politics: Social Networking Web Sites And Political Engagement Of Young Adults. *Social Science Computer Review*, 28(1), 24-44.
- BEACROFT, M.: 2007
Defining Political Theory: An Arendtian Approach to Difference in the Public Realm. *Politics*, Vol. 27, No.1.

- BEAUMONT, S.L., VASCONCELOS, V.C.B., RUGGERI, M.: 2001, Similarities And Differences In Mother-Daughter And Mother-Son Conversations During Preadolescence And Adolescence. *Journal of Language and Social Psychology*, 20, 419-444.
- BEECHY, V.: 1979, On Patriarchy. *Feminist Review*, vol. 3, no. 1, s. 66-82.
- BENHABIB, S.: 1992, Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas. *Habermas and the Public Sphere*, (Ed.) Craig Calhoun, MIT Press.
- BENHABIB, S.: 1996, Kamu Alanı Modelleri. Çev. Doğan Şahiner, *Cogito*, Sayı: 8 / Yaz.
- BENJAMIN, W.: 2002, *Pasajlar*. Çev. Ahmet Cemal, Yapı Kredi Yayınları.
- BERGER, J.: 2017, *Görme Biçimleri*. Çev. Yurdanur Salman, Metis Yayınları.
- BERKTAY, F.: 1998, *Kadın Olmak/ Yaşamak/ Yazmak*. Pencere Yayınları.
- BERLANT, L.: 2011, *Cruel Optimism*. Duke University Press.
- BONILLA, Y., ROSA, J.: 2015, #Ferguson: Digital Protest, Hashtag Ethnography, And The Racial Politics Of Social Media In The United States. *American Ethnologist*, 42: 4-17

- BORA, A.: 2015 Kamusal Alan Sahiden Kamusal mı?. *Kamusal Alan*, (Ed.) Meral Özbek, Hil Yayın.
- BORA, T.: 2015 Sol Politikanın Dili: Yeni Bir Kamusal Dil. *Kamusal Alan*, (Ed.) Meral Özbek, Hil Yayın.
- BOURDIEU, P.: 2015 *Eril Tahakküm*. Çev. Bediz Yılmaz, Bağlam Yayıncılık
- BUTLER, J.: 2008 *Cinsiyet Belası*. Çev. Başak Ertür, Metis Yayınları.
- BUTLER, J.: 2009 Toplumsal Cinsiyet Düzenlemeleri. *Cogito*, Sayı: 58 (Bahar), Yapı Kredi Yayınları.
- BUTLER, J.: 1993 *Bodies that Matter: One the Discursive Limits of "Sex"*. Routledge.
- CALVERT, B., CASEY, N., CASEY, B., FRENCH, L., LEWIS, J.: 2007 *Television Studies: The Key Concepts*. Routledge.
- CAMPBELL, C. P., KIM M. L., JENKINS C. D., BROWN R. A.: 2012 *Race and News: Critical Perspectives*. Routledge.
- CANETTI, E.: 2012 *Kitle ve İktidar*. Çev. Gülşat Aygen, Ayrıntı Yayınları.

- CARSTENSEN, T.: 2014
Gender and Social Media: Sexism, Empowerment, or the Irrelevance of Gender?. *The Routledge Companions to Media and Gender*, (Ed.) Cynthia Carter, Linda Steiner, Lisa McLaughlin, 483–492, Routledge.
- CASTORIADIS, C.: 2001
Dünyaya, İnsana ve Topluma Dair. Çev. Hülya Tufan, İletişim Yayınları.
- CHAMBERLAIN, P.: 2017
The Feminist Fourth Wave: Affective Temporality. Springer.
- CHAUDHRY, I.: 2014
#Hashtags for Change: Can Twitter Promote Social Progress in Saudi Arabia. *International Journal of Communication*, 8: 943–961.
- CHEN, G. M., PAIN, P., BARNER, B.: 2018
‘Hashtag feminism’: Activism or Slacktivism? (Ed.) D. Harp, J. Loke, I. Bachmann, *Feminist Approaches to Media Theory and Research*, s. 197-218, Springer.
- CHITTENDEN T.: 2010
Digital Dressing Up: Modelling Female Teen Identity In The Discursive Spaces of The Fashion Blogosphere, *Journal of Youth Studies*, 13:4, 505-520
- CHOUDHURY, N.: 2014
World Wide Web and Its Journey from Web 1.0 to Web 4.0. (IJCSIT)

- International Journal of Computer Science and Information Technologies*, 5(6), 8096- 8100.
- COŞAR, S., YEĞENOĞLU, M.: 2011 New Grounds For Patriarchy In Turkey? Gender Policy In The Age Of AKP. *South European Society and Politics*, vol. 16, no. 4, s. 555–573.
- COŞKUN, V.: 2005 Batı'da ve Türkiye'de Kamusal Alan. *Hukuk Felsefesi ve Sosyolojisi Arkivi*, 12. Kitap, İstanbul Barosu Yayınları.
- COWAN, R. S.: 1985 *More Work For Mother: The Ironies Of Household Technology From The Open Hearth To The Microwave*. Basic Books.
- CRENSHAW, K.: 1989 Demarginalizing The Intersection Of Race And Sex: A Black Feminist Critique Of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory And Antiracist Politics. *Feminist Legal Theories*, s. 23-51, Routledge.
- CUPPLES, J., VE THOMPSON, L.: 2010 Heterotextuality And Digital Foreplay– Cell Phones And The Culture Of Teenage Romance. *Feminist Media Studies*, 10(1), 1–17.
- ÇAHA, Ö.: 2003 Mahrem Kamusal Alan. *Sivil Toplum*, Yıl 1, Sayı 2.

ÇAKIR, S.: 2009

Osmanlı Kadın Hareketi. Metis Yayınları.

ÇELEBİ, A.: 2015

Kamusal Alan ve Sivil Toplum: Siyasal Bir Değerlendirme. *Kamusal Alan*, (Ed.) Meral Özbek, Hil Yayın.

ÇIRAKMAN, A. (2002).

Bir Meşruiyet Sorunu Olarak Siyasal Adalet: Rawls ve Höffe. *Liberalizm, Devlet, Hegemonya*, (Der.) E. Fuat Keyman, Everest Yayınları.

DACHEUX, E. (2012).

Kamusal Alan: Demokrasinin Anahtar Bir Kavramı. *Kamusal Alan*, (Der.) Eric Dacheux, Ayrıntı Yayınları.

DAHLBERG, L.: 2015

Expanding Digital Divides Research: A Critical Political Economy of Socialmedia. *Communication Review*, 18, 271–293.

DAHLGREN, P.: 2005

The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, Sayı: 22.

DAHLGREN, P.: 2001

The Public Sphere and the Net: Structure, Space and Communication. *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, (Ed.) W. Lance Bennett, Robert M. Entman, Cambridge University Press.

DEAN, J.: 2009

Democracy and Other Neoliberal Fantasies: Communicative Capitalism and Left Politics. Duke University Press.

DEDE ÖZDEMİR, Y.: 2019

Mobil Medya, Teknoloji ve Toplumsal Cinsiyet: Türkiye’de Akıllı Telefonların Toplumsal Cinsiyetlenmiş Kullanım Pratikleri. (Yayınlanmış Doktora Tezi), Ankara Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü

DEMİR, N. K.: 2009

Erkek Dergilerindeki Reklam Fotoğraflarında (yeniden) Üretilen Metroseksüel Kimlik. *Erkek Kimliğinin Değiş(e)meye)n Halleri*, (Ed.) Huriye Kuruoğlu, Beta Yayıncılık.

DIJK, J. V.: 2016

Ağ Toplumu. Kafka Yayınevi

DIXON, K.: 2014

Feminist Online Identity: Analyzing the Presence of Hashtag Feminism. *Journal of Arts and Humanities* 3: 34–40.

DUNCAN, N.: 1996

Bodyspace: Destabilizing Geographies of Gender And Sexuality. Psychology Press

EAGLE, R. B.: 2015

Loitering, Lingerin, Hashtaggin: Women Reclaiming Public Space via #BoardTheBus, #StopStreetHarassment,

- and the #EverydaySexism Project. *Feminist Media Studies* 15: 350–353.
- EBENSTEIN, W.: 1996 *Siyasi Felsefenin Büyük Düşünürleri*. Çev. İsmet Özel, Şule Yayınevi.
- EBERT, T. L.: 1991 The “Difference” Of Postmodern Feminism. *College English*, 53(8), 886–904.
- EISENSTEIN, Z.: 1981 *The Radical Future of Liberal Feminism*. Northeastern University Press.
- ELTANTAWNY, N., JULIE B. W.: 2011 Social Media in the Egyptian Revolution: Reconsidering Resource Mobilization Theory. *International Journal of Communication* 5: 1207–1224.
- ENGİN, C., PALS, H.: 2018 Patriarchal Attitudes In Turkey 1990–2011: The Influence of Religion And Political Conservatism. *Social Politics*, vol. 25, no. 3, s. 383–4
- ENLOE, C.: 2017 *The Big Push: Exposing and Challenging the Persistence of Patriarchy*. University of California Press.
- ERBAŞLAR, G.: 2013 *Sosyal Medya Mısınız? Asosyal Medya Mısınız?*. Nobel Akademik Yayıncılık

- ERDOĞAN, İ., ALEMDAR K.: 2011 *Kültür ve İletişim*. Erk Yayınları.
- ERDOĞAN, M.: 2006 *Kamu Alanı ve Liberalizm. Kamusal Alan ve Türkiye*, Asil Yayın Dağıtım.
- ERGENE, B.: 1994 *Habermas ve Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü. Mürekkep*, S. 1.
- ERMAN, T.: 2001 *Rural Migrants and Patriarchy in Turkish Cities, International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 25, no. 1, s. 118–133.
- FESTINGER, L. : 1957 *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press.
- FIRAT, S.: 2002 *Kentsel Mekânlarda Kamusal Alan. Çağdaş Yerel Yönetimler*, C. 11, S. 4.
- FORD, D. R.: 2021 *The Feminist Fourth Wave: Affective Temporality. Postdigital Science and Education*, 3 (2), 631-633.
- FOTOPOULOU, A.: 2016 *Digital And Networked By Default? Women's Organisations And The Social Imaginary of Networked Feminism. New Media & Society*, 18(6), 989-1005.
- FOUCAULT, M.: 2019 *Hapishanenin Doğuşu*. Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İmge Kitabevi Yayınları.

FRANCISCO, A.D.: 2006

A Republican Interpretation of the Late Rawls. *The Journal of Political Philosophy*, Vol.14, No.3.

FRASER, N.: 2015

Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek: Gerçekte Var Olan Demokrasinin Eleştirisine Bir Katkı. *Kamusal Alan*, Çev. Meral Özbek-Cemal Balcı, (Ed.) Meral Özbek, Hil Yayın.

FRUG, M. J.: 2014

Postmodern Legal Feminism. Routledge.

FUCHS, C.: 2011

Foundations Of Critical Media And Information Studies. Routledge

FUCHS, C.: 2012

Social Media, Riots and Revolutions. *Capital & Class*, 36(3), 383–391.

FUCHS, C.: 2020

Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş. (Çev.)Diyar Saraçoğlu , İlker Kalaycı NotaBene Yayınları.

FUCHS, C., HOFKIRCHNER, W., SCHAFRANEK, M., RAFFL, C., SANDOVAL, M. VE BICHLER, R.: 2010

Theoretical Foundations Of The Web: Cognition, Communication and Co-operation. Towards An Understanding Of Web 1.0, 2.0, 3.0. *Future Internet*, 2(1), 41-59.

- GARNHAM, N.: 1995 Medya ve Kamusal Alan. Çev. Sevda Alankuş Kural, Hakan Tuncel, *Yıllık*, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sayı:4.
- GEUSS, R.: 2007 *Kamusal Şeyler, Özel Şeyler*. Çev. Gülayşe Koçak, Yapı Kredi Yayınları.
- GILL, R.: 2020 *Changing The Perfect Picture: Smartphones, Social Media and Appearance Pressures*. University of London.
- GOLDSCHIEDER, F., GOLDSCHIEDER, R. C., RICO-GONZALEZ, A.: 2014 Gender Equality In Sweden: Are The Religious More Patriarchal. *Journal of Family Issues*, vol. 35, no. 7, s. 892–908.
- GÖKGÜR, P.: 2008 *Kentsel Mekânda Kamusal Alanın Yeri*. Bağlam Yayıncılık.
- GÜLSOY, T.: 2009 Etkileşimli Medya ve Pazarlama Terimler Sözlüğü. (Ed.) L. Baruh, ve M. Yüksel, *Değişen İletişim Ortamında Etkileşimli Pazarlama*, Doğan Kitap Yayıncılık.
- GÜMÜŞ, B.: 2021 "Sesim Geliyor mu?" Alternatif Medyada Kadınların Sesini Duyurması Miti, *Kadın Odağında Toplumsal Cinsiyet Disiplinlerarası Yaklaşımlar*, (Ed.) Mihrican Aylanç, Uluslararası

Kıbrıs Üniv., Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Merkezi.

HABERMAS, J.: 1992

Further Reflections on the Public Sphere. *Habermas and the Public Sphere*, (Ed.) Craig Calhoun, MIT Press.

HABERMAS, J.: 1995

Kamusal Alan: Ansiklopedik Bir Makale. Çev. Nuran Erol, *Birikim*, Sayı: 70.

HABERMAS, J.: 2001

İletişimsel Eylem Kuramı., Çev. Mustafa Tüzel, Kabalcı Yayınları.

HABERMAS, J.: 2009

Doğalcılık ve Din Arasında-Felsefi Denemeler, Çev. Ali Nalbant, Yapı Kredi Yayınları.

HABERMAS, J.: 2013

Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü, Çev. Tanıl Bora-Mithat Sancar, İletişim Yayınları.

HABERMAS, J.: 2015

Kamusal Alan. *Kamusal Alan*, (Ed.) Meral Özbek, Hil Yayın.

HALPERN, D., GIBBS, J.: 2013

Social Media as a Catalyst for Online Deliberation? Exploring the Affordances of Facebook and YouTube for Political Expression. *Computers in Human Behavior*, 29, 1159-1168.

- HALUPKA, M.: 2018 The Legitimisation Of Clicktivism. *Australian Journal of Political Science*, 53(1), 130–141.
- HAMPTON, K.N., RAINIE, L., LU, W., DWYER, M., SHIN, I., PURCELL, K.: 2014 *Social Media and the ‘Spiral of Silence’*. Pew Research Center.
- HANNA R., ANDREW R., CRITTENDEN V. L.: 2011 We’re All Connected: The Power of The Social Media Ecosystem, *Business Horizons*, 54/3, 265-273.
- HANS, M. L., LEE, B. D., TINKER, K. A., WEBB, L. M.: 2011 Online Performances Of Gender: Blogs, Gender-Bending, And Cybersex As Relationalexemplars. K. B. Wright ve L. M. Webb (Ed.), *Computer Mediated Communication In Personal Relationships*, s. 302–323, PeterLang Publishers.
- HANSEN, M.: 2015 Yirmi Yılın Ardından Negt ve Kluge’nin “Kamusal Alan ve Tecrübe”si: Değişken Karışım ve Genişlemiş Alanlar. *Kamusal Alan*, (Ed.) Meral Özbek, Hil Yayın.
- HARAWAY D.: 2006 *Siborg Manifestosu*. Çev. Osman Akınhay, Agora Kitaplığı.
- HATİPOĞLU, H. B.: 2009 Sosyal Medya ve Ticaret Hayatına Etkileri, *CIO Club Dergisi*, 71- 74.

- HERRING, S. C.: 1996
Posting In A Different Voice: Gender And Ethics In Computer-Mediated Communication. *Philosophical Perspectives On Computer-Mediated Communication*, 115, 45.
- HERRING, S. C.: 2004
Computer-Mediated Communication and Woman's Place. (Ed.) R. T. Lakoff, M. Bucholtz, *Language And Woman's Place: Text And Commentaries*, Oxford University Press, s. 216-222.
- HIGGS, E. T.: 2015
JusticeForLiz: Power and Privilege in Digital Transnational Women's Rights Activism. *Feminist Media Studies*, 15: 334-347.
- HINDMAN, M.: 2009
The Myth of Digital Democracy. Princeton University Press.
- HOWLE, V. B.: 1991
Hannah Arendt: The Relationship Between the Vita Activa and The Vita Contemplativa, Ph. D. (yayınlanmış doktora tezi) Duquesne University.
- HULS, E.: 2000
Power in Turkish Migrant Families. *Discourse and Society*, 11, 345-37.
- GÖLE, N.: 1991
The Gendered Nature Of The Public Sphere. *Public Culture*, 29 (1), 61-81

- INGLEHART, R., WELZEL, C.: 2005 *Modernisation, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*. Cambridge University Press.
- INGLEHART, R., NORRIS, P.: 2003 *Rising Tide: Gender Equality and Cultural Change around the World*. Cambridge University Press, New York.
- IRIGARAY, L.: 1974 *Speculum of The Other Woman*. Cornell University Press.
- IŞIKTAÇ, Y.: 2004 *Hukuk Felsefesi*. Filiz Kitabevi.
- JACKSON, S. J., BAILEY, M., #HashtagActivism: Networks of Race and Gender Justice. MIT Press.
- FOUCAULT WELLES, B.: 2020
- JAMESON, F.: 1988 On Negt and Kluge. *October*, No: 46.
- JENKINS, H.: 2006 *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- JENKINS, H.: 2016 *Cesur Yeni Medya: Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. Çev. Nihan Yeğengil, İletişim Yayınları.
- JENSEN, K. B.: 2015 What's Social About Social Media? *Social Media + Society*, 1(1).
- JOHNSON, K. A., MARK K. D., Speaking of Looting: An Analysis of Racial Propaganda in National Television Coverage of Hurricane SONNETT J.: 2011

- Katrina. *Howard Journal of Communications*. 22: 302–318.
- KAHRAMAN, H. B.: 2003 Post-Fenomenolojik Devlet Tasavvuru: Hegelci ve Arendtçi Kısıtlamalar ve Yeni Bir Sivil Toplum İnşa Olanağı. *Doğu Batı*, Yıl 6, Sayı:21.
- KANDİYOTİ, D.: 1982 Urban change and women's roles in Turkey: An overview and evaluation. (Der.) Çiğdem Kağıtçıbaşı, *Sex Roles, Family and Community in Turkey*, s. 101-120. Indiana University.
- KANDİYOTİ, D.: 1988 Bargaining with Patriarchy, *Gender and Society*, vol. 2, no. 3, s. 274–290.
- KAPIDZIC, S., HERRING, S. C.: 2011 Gender, communication, and self-presentation in teen chatrooms revisited: Have patterns changed? *Journal of Computer-Mediated Communication*. 17(1):39-59
- KAPLAN, A. HAENLEIN, M.: 2010 Users Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*. 53, 59-68.
- KARADAĞ, A.: 2003 Kamusal Alan Modelleri: Çoğulcu Perspektiften Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt: 58, Sayı: 3.

KARAKOWSKY, L., MCBEY, K., Gender, Perceived Competence And Power Displays: Examining Verbal Interruptions in a Group Context. *Small Group Research*, 35, s. 407-439

KAYA, Ş.: 2018 Kadın ve Sosyal Medya, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17 (2), 563-576

KAYAPINAR, K.: 2006 Türkiye’de Sayısal Platform Yayıncılığı Ve Digitürk: Beklentiler Ve Sorunlar. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı*, 1-3 Kasım 2006, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul: s.97-105.

KEANE, J.: 1997 Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümleri. *Medya Kültür Siyaset*, Çev. ve Der. Süleyman İrvan, Ark Yayınevi.

KEDİK, A. S.: 2011 Kamusal Alan, Kent ve Heykel İlişkisi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 11, S. 1.

KEJANLIOĞLU, B.: 2005 *Frankfurt Okulu’nun Eleştirel Bir Uğrağı: İletişim ve Medya*. Bilim ve Sanat Yayınları.

KEJANLIOĞLU, B.: 2015 Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı, *Kamusal Alan*, (Ed.) Meral Özbek, Hil Yayın.

KELLY, D. M., POMERANTZ, S., "No Boundaries"? Girls' Interactive,
CURRIE, D. H.: 2006 On-Line Learning About Femininities.
Youth & Society, 38(1), 3–28.

KU, A. S.: 2000 Revisiting the Notion of "Public" in
Habermas's Theory - Toward a Theory
of Politics of Public Credibility,
Sociological Theory, Vol.18, No.2.

KRUSE, L.M., NORRIS, D.R., Social Media As a Public Sphere?
FLINCHUM, J. R.: 2018 Politics On Social Media. *The
Sociological Quarterly*, 59(1), 62-84.

KIRKUP, G., JANES, L., The Gendered Cyborg: A Reader.
WOODWARD, K., HOVENDEN, F.: Routledge.
2000

KOSKELA, H.: 2004 Webcams, TV Shows And Mobile
Phones: Empowering
Exhibitionism. *Surveillance and Society*,
2, 199-215.

KRAIS, B.:1993 Gender and Symbolic Violence: Female
Oppression in the Light of Pierre
Bourdieu's' Theory of Social Practise.
Bourdieu: Critical Perspectives (Ed.)
Postone, M., LiPuma, E. ve Calhoun,
Craig, Polity Press, s. 156- 177

KRAUSE, M.: 2006 The Production of Counter-Publics and
the Counter-Publics of Production: An

- Interview with Oskar Negt. *European Journal of Social Theory*, 9, No: 119.
- KRISTEVA, J.: 1996
Women's Time. Women, Knowledge, and Reality: Explorations in Feminist Philosophy, s. 61-83.
- LAYNE, L.: 2010
 Introduction. *Feminist Technology*, (Ed.) Shara L. Vostral and Kate Boyer. 1-35. University of Illinois.
- LEE, Y.-H., HSIEH, G.: 2013
Does Slacktivism Hurt Activism? The Effect of Moral Balancing and Consistency on Online Activism. CHI'13 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. s.811–820
- LENHART, A., PURCELL, K., SMITH, A., ZICKUHR, K.: 2010
Social Media And Mobile Internet Use Among Teens And Young Adults. Pew Internet And American Life Project.
- LERMAN, N. E., OLDENZIEL, R., MOHUN, A.: 2003
Gender & Technology: A Reader. JHU Press.
- LERNER, G.: 1986
The Creation Of Patriarchy. Women and History; V. 1.

- LEVY, M.: 2009 Web 2.0 Implications on Knowledge Management, *Journal of Knowledge Management*, Vol.13, No.1, s.120-134.
- LEWIS P., HINCHMAN, S. K.: 1996 Heidegger'in Gölgesinde: Hannah Arendt'in Fenomenolojik Hümanizmi, Çev. Solmaz Zelyüt Hünler, *Felsefe Tartışmaları*, Sayı:19.
- LIEBLER, C.: 2010 Me(dia) Culpa: The "Missing White Woman Syndrome" and Media Self Critique. *Communication, Culture & Critique* 3: 549–565.
- LIETSALA, K., SIRKKUNEN, E.: 2008 *Social Media: Introduction to The Tools And Processes of Participatory Economy*, Tampere University Press.
- LINDGREN, S.: 2019 Movement mobilization in the age of hashtag activism: Examining the challenge of noise, hate, and disengagement in the #MeToo campaign. *Policy & Internet*, 11(4), 418–438.
- LITT, E.: 2012 Knock, knock. Who's there? The imagined audience. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 56(3), 330–345.

- LOADER, B.D., MERCEA, D.: 2011 Networking democracy? Social media innovations and participatory politics. *Information, Communication & Society*, 14 (6).
- LOMBORG, S.: 2015 “Meaning” in Social Media. *Social Media + Society*, 1(1).
- LONG, K. M.: 1992 Review of The Beauty Myth: How Images of Beauty are Used Against Women, by N. Wolf. *American Periodicals*, 2, 151–153.
- LOPEZ, L. K.: 2009 The Radical Act of “Mommy Blogging”: Redefining Motherhood Through the Blogosphere. *New Media ve Society*, 11: 729–747.
- LORBER, J.: 1994 Night to His Day: The Social Construction of Gender. *Paradoxes of Gender*, Yale University Press, s. 13-36.
- LOVELL, T.: 2000 Thinking Feminism with and against Bourdieu. *Feminist Theory*, vol. 1, no. 1, s. 11-32
- LOZA, S.: 2016 Hashtag Feminism, #SolidarityIsForWhiteWomen, and Other #FemFuture. *Journal of Gender, News Media, and Technology* 5: 1–31.

- MACAULAY, M., MOLDES M.D.: Queen Don't Compute: Reading and Casting Shad on Facebook's Real Names Policy. *Critical Studies in Media Communication* 33: 6–22.
- 2016
- MACKENZIE, D., WAJCMAN, J.: *The Social Shaping of Technology*. Milton Keynes: Open University Press.
- 1985
- MALINOWSKA, A.: 2020
- Waves of Feminism. *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication*, 1, 1-7.
- MANNE K.: 2019
- Down Girl: The Logic Of Misogyny*. Oxford University Press.
- MARWICK, A.: 2013
- Gender, Sexuality and Social Media. In Senft, T.- Hunsinger, J. (Ed.), *The Social Media Handbook*. Routledge, s. 59-75.
- MCCARTHY, T.: 1994
- Introduction. *The Structural Transformation of the Public Sphere*, (Ed.) Jürgen Habermas, Politiy Press.
- MCCOSKER, A.: 2015
- Social Media Activism at the Margins: Managing Visibility, Voice, and Vitality Affects. *Social Media + Society* 1: 1–11.
- MENARD-WARWICK, J.: 2007
- “My Little Sister Had A Disaster, She Had A Baby”: Gendered Performance, Relational Identities, And Dialogic

- Voicing. *Narrative Inquiry*, 17(2), 279-297.
- METİN, O., KARAKAYA, Ş.: 2017 Jean Baudrillard Perspektifinden Sosyal Medya Analizi Denemesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (2) , 109-121 .
- MILLER, B. J., STEWART, A., SCHRIMSHER, J., PEEPLES, D., BUCKLEY, P. F.: 2015 How connected are people with schizophrenia? Cell phone, computer, email, and social media use. *Psychiatry research*, 225(3), 458–463.
- MILLETT, K.: 1969 *Sexual Politics*. Doubleday.
- MOLYNEUX, M., DEY, A., GATTO, M. A., ROWDEN, H.: 2021 New Feminist Activism, Waves and Generations. *UN Women Discussion Paper*. No. 40.
- MORRIS, R. C.: 1995 All made up: Performance theory and the new anthropology of sex and gender. *Annual Review of Anthropology*, 24(1), 567–592
- MOWLABOCUS S.: 2010 *Gaydar Culture: Gay Men, Technology And Embodiment In The Digital Age*. Routledge.
- MUNRO, E.: 2013 Feminism: A fourth wave?. *Political Insight*, 4 (2), 22-25.

MURDOCH, S., ANDERSON, R.: 2008 Tools And Technology of Internet Filtering. *Access Denied: The Practice and Policy of Global Internet Filtering*. (Ed.) Ronald Deibert, John Palfrey, Rafal Rohozinski vd. The President and Fellows of Harvard College

MÜFTÜOĞLU, A.: 2003 Liberal Kamusal Alan: Rawls'un Uzlaşımçı Liberal Kültürü. *Sivil Toplum*, Yıl 1, Sayı 2.

NEGT, O. VE KLUGE, A.: 2015 Kamusal Alan ve Tecrübeye Giriş. *Kamusal Alan*, (Ed.) Meral Özbek, Hil Yayın

NICHOLSON, L.: 2010 Feminism in 'Waves': Useful Metaphor or Not?. *New Politics*, 12 (4), 34-39.

O'SULLIVAN, N.: 1994 Hannah Arendt: Eski Yunan Özlemi ve Endüstri Toplumu. *Çağdaş Siyaset Felsefecileri*, Çev. Gülayşe Koçak, (Ed.) A. De Crespigny ve K. R. Minogue, Remzi Kitabevi.

OBAR, J.A., WILDMAN, S.: 2015 Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745-750.

OKAN, A.: 2017

*Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Dijital Aktivizm: Dijital Feminizm Örneği.*Yayınlanmış doktora tezi. Anadolu Üniversitesi.

O'REILLY, T.: 2007

What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *Communications & Strategies*, No. 1, s. 17.

OUTHWAITE, W.: 2008

Modern Toplumsal Düşünce Sözlüğü, İletişim Yayınları.

OZ, M.: 2016

Mainstream Media's Coverage of the Gezi Protests and Protesters' Perception of Mainstream Media. *Global Media and Communication* :1–16.

ÖZBAY, F.: 1995

Gendered Space: A New Look at Turkish Modernisation. *Gender & History*, 11(3), 555-568.

ÖZBEK, M.: 2015

Giriş: Kamusal Alanın Sınırları. *Kamusal Alan*, (Ed.) Meral Özbek, Hil Yayın.

ÖZBEK, M.: 2015

Giriş: Kamusal-Özel Alan: Kültür ve Tecrübe. *Kamusal Alan*, (Ed.) Meral Özbek, Hil Yayın.

- ÖZDEMİR-SARIGİL B., SARIGİL Z.: 2021 Who is Patriarchal? The Correlates of Patriarchy in Turkey, *South European Society and Politics*, 26:1, 27-53
- ÖZMEN, S.: 2004 Kamusal Alan Olarak Televizyonda Devlet Otoritesine Direnenler ve Televizyon Dizilerinde Temsili (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ÖZTİMUR, N.: 2003 Hannah Arendt ve Kadınlık Durumu. *Birikim*, Sayı:168
- ÖZYURT, C.: 2007 20. Yüzyıl Sosyolojisinde Kentsel Yaşam. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C. 10, s. 18.
- PAPACHARISSI Z.: 2010 A Private Sphere: Democracy in a Digital Age. Polity Press.
- PAPACHARISSI, Z., OLIVEIRA M. F.: 2012 Affective News and Networked Publics: The Rhythms of News Storytelling on #Egypt. *Journal of Communication* 62: 266–282.
- PLANT, S.: 1998 *Zeros + ones: digital women + the new technoculture*. Fourth Estate.
- RAMATI-ZIBER, L., SHNABEL, N., GLICK, P.: 2019 The beauty myth: prescriptive beauty norms for women reflect hierarchy-

enhancing motivations leading to discriminatory employment practices. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1-27.

RAWLS, J.: 2003

Halkların Yasası ve “Kamusal Akıl Düşüncesi’nin Yeniden Ele Alınması”. Çev. Gül Evrin, Bilgi Üniversitesi Yayınları.

RAWLS, J.: 2007

Siyasal Liberalizm. Çev. Mehmet Fevzi Bilgin, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

RAYNES-GOLDIE K.: 2010

Aliases, Creeping, and Wall Cleaning: Understanding Privacy in the Age of Facebook. *First Monday* 15, 1.

ROBINS, K. VE WEBSTER, F.: 2006

From Public Sphere To Cyberstate. The New Media Theory Reader, Robert Hassan ve Julian Thomas (Ed.), Open University Press

ROSSITER, A.: 2000

The Postmodern Feminist Condition. B. Fawcett, B. Featherstone, J. Fook, A. Rossiter (Ed.). *Practice And Research In Social Work*, 24-38.

- SAKTANBER, A.: 2002 *Living Islam: Women, Religion & The Politicization of Culture in Turkey*. I.B. Tauris.
- SALİH, S., BUTLER, J.: 2004 *The Judith Butler Reader*. Wiley-Blackwell.
- SANCAR, S.: 2009 *Erkeklik: İmkânsız İktidar*, Metis Yayınları.
- SANDOVAL, C.: 2000 *Methodology of the Oppressed*. University of Minnesota Press
- SCHECHNER R.: 2003 *Performance Theory*. Routledge.
- SCHNEIDER, E. M.: 1991 Violence Against Women and Legal Education: An Essay for Mary Joe Frug. *New Eng. L. Rev.*, 26, 843.
- SCOTT, J. W.: 2007 *Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Analiz Kategorisi*, Çev. Aykut Tunç Kılıç, Agora Kitaplığı.
- SCOTT-DIXON K.: 2002 Turbo Chicks: Talkin' About My Generation. *Herizons*, 16(2), 16-19.
- SENFT T. M.: 2008 *Camgirls: Celebrity And Community in The Age Of Social Networks*. Peter Lang.
- SENNETT, R.: 2013 *Gözün Vicdanı: Kentin Tasarımı ve Toplumsal Yaşam*. Çev. Süha

- Sertabiboğlu ve Can Kurultay, Ayrıntı Yayınları.
- SENNETT, R.: 2019 *Kamusal İnsanın Çöküşü*. Çev. Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları.
- SHIRKY, C.: 2011 The Political Power of Social Media. *Foreign Affairs*, January/February.
- SHIVALINGAIAH, D., NAIK, U.: 2008 *Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0*. In 6th International CALIBER-2008, s.9
- SKINNER, Q.: 2002 *Machiavelli* Çev. Cemal Atila, Altın Kitaplar Yayınevi.
- SMITH, G., RUSTAGI, I.: 2021 When Good Algorithms Go Sexist: Why and How to Advance AI Gender Equity. *Stanford Social Innovation Review*.
- SMITH-LOVIN, L., BRODY, C.: 1989 Interruptions In Group Discussions: The Effects Of Gender And Group Composition. *American Sociological Review*, 54, 424-435.
- SNYDER, R. C.: 2008 What Is Third-Wave Feminism? A New Directions Essay. *Signs: Journal Of Women In Culture And Society*, 34 (1), 175-196.

- SPIVAK, G.C.: 2016 *Madun Konuşabilir Mi?*. Çev. Dilek Hattatoğlu-Gökçen ve Ertuğrul-Emre Koyuncu, Dipnot Yayınları.
- STERNADORI, M.: 2019 *Situating the Fourth Wave of Feminism in Popular Media Discourses . Misogyny and Media in the Age of Trump*, 31-55.
- STEVENSON, N. (2008). *Medya Kültürleri*. Çev. Göze Orhon ve Barış Engin Aksoy, Ütopya Yayınevi.
- TAYLOR, C.: 2006 *Modern Toplumsal Tahayyüller*. Çev. Hamide Koyukan, Metis Yayınları.
- TEKELİ, Ş.: 1982 *Kadınlar ve Siyasal Toplumsal Hayat*. Birikim Yayınları.
- TERRY, J., CALVERT, M.: 1997 *Processed Lives: Gender And Technology In Everyday Life*. Psychology Press.
- THACKERAY, R., NEIGER , B. L., HANSON, C. L., MCKENZIE, J. F.: 2008 *Enhancing Promotional Strategies Within Social Marketing Programs: Use of Web 2.0 Social Media, Health Promotion Practice* (9) 4.
- THOMSON, J. B.: 1997 *Kamusal Alanın Dönüşümü*. Çev. Sevdâ Alankuş-Kural, İLEF Yıllık'94, A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları

- TIGGEMANN, M., ANDERBERG, I., BROWN, Z.: 2020 Uploading Your Best Self: Selfie Editing And Body Dissatisfaction. *Body Image*, 33, s. 175–182.
- TİMİŞİ, N., AĞDUK, M. (2002) ‘1980’ler Türkiye’inde Feminist Hareket: Ankara Çevresi’ 90’larda Türkiye’de Feminizm. A. Bora ve A. Günel (Ed.), İletişim Yayınları, s. 13–39.
- TONG, R., BOTTS, T. F.: 2021 *Feminist Düşünce: Kapsamlı Bir Giriş*. Çev. Beyza Sümer Aydaş, Sel Yayıncılık.
- TURKLE, S.: 1995 *Life on the screen: Identity in the age of the internet*. Simon & Schuster.
- TROTTIER, D.: 2011 *Social Media as Surveillance: Rethinking Visibility in a Converging World*. Routledge.
- UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO): 2010 *Women’s and Girls’ Access to and Participation in Science and Technology*. Background Paper, UNESCO
- UNDERWOOD, M.: 2002 Kamusal Alan Olarak İnternet. *Cogito Dergisi*, Çev: Mehmet Küçük, sayı: 30, s.120-142.
- UZUN YEDEKÇİ, E.: 2022 *Sosyal Medyada Dişil Söylemin İnşası: Instagram Örneği*. (Yayınlanmamış

- Doktora Tezi), Marmara Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- VAN ZOONEN, L.: 2001
Feminist Internet Studies. *Feminist Media Studies*, 1(1), 67-72.
- VEDANTHAM, A.: 2011
Making Youtube and Facebook Videos: Gender Differences in Online Video Creation Among First-Year Undergraduate Students Attending a Highly Selective Research University. (Doktora Tezi). University of Pennsylvania
- VROMEN A., XENOS M. A., YOUNG PEOPLE, SOCIAL MEDIA AND CONNECTIVE ACTION: FROM ORGANISATIONAL MAINTENANCE TO EVERYDAY POLITICAL TALK, *Journal of Youth Studies*, 18:1, 80-100.
- WACKWITZ, L., RAKOW, L.: 2006
Got theory? Cramer, J. ve Creedon, P. (Ed.) *Women in Mass Communication* (3rd Edition). Thousand Oaks, Sage
- WAJCMAN, J.: 1991
Feminism confronts technology. University Park, Penn State Press.
- WAJCMAN, J.: 2004
TechnoFeminism. Polity Press.
- WAJCMAN, J.: 2007
From women and technology to gendered technoscience. *Information,*

- Communication & Society*, 10(3), 287-298.
- WAJCMAN, J.: 2009 Feminist Theories of Technology. *Cambridge Journal of Economics*, 1-10.
- WALBY, S.: 1989 Theorising patriarchy. *Sociology*, vol. 23, no. 2, s. 213–234.
- WARNER, M.: 2002 Publics and Counterpublics. *Public Culture*, 14: 1
- WAUGH, P.: 2012 *Feminine fictions: Revisiting the postmodern*. Routledge.
- WEBB, L. M., TEMPLE, N.: 2016 Social media and gender issues. B. Guzzetti, M. Lesley (Ed.), *Handbook of research on the societal impact of digital media* (638–669). IGI Global.
- WEBER, R. N.: 1997 Manufacturing gender in military cockpit design. *Science, Technology & Human Values*, 22(2), 235-253.
- WESTCOTT H, OWEN S.: 2013 Friendship and trust in the social surveillance network. *Surveillance & Society*, 11(3), s. 311–323.

- WHITE, M.: 2003
Too close to see: Men, women and webcams. *New Media & Society*, 5(1),105–121.
- WOJCIESZAK, M., SMITH, B.: 2013
Will Politics be Tweeted? New Media Use by Iranian Youth in 2011. Iran Media Program.
- WOLF, N.: 2006
‘Two Traditions’ from Fire with Fire. *The Women’s Movement Today: An Encyclopedia of Third-Wave Feminism* (2006), 13-19.
- WOLMARK, J.: 1999
Cybersexualities: a reader on feminist theory cyborgs and cyberspace. Edinburgh, Scotland: Edinburgh University Press.
- WYNN, E., KATZ, J. E.: 1997
Hyperbole over cyberspace: Self-presentation and social boundaries in Internet home pages and discourse. *The Information Society*, 13(4), 297–327.
- YAYLAGÜL, L.: 2010
Kitle İletişim Kuramları. Dipnot Yayınları.
- YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H.: 1999
Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık.

YILMAZ, H.: 2006

Kamu, Kamu Otoritesi ve Devlet: Habermas'ın Işığında Türkiye'yi Düşünmek. *Cogito*, No. 15, 1998, s.159-170

YÜKSELBABA, Ü.: 2012

Habermas ve Kamusal Alan: Burjuva Kamusal İlkesinden, İletişimsel Kamusal Geçiş. On İki Levha Yayıncılık.

ZACHARIAS, U., JANE A.: 2008

“Commentary and Criticism: The New Architectures of Intimacy? Social networking sites and genders.” *Feminist Media Studies*.8.2(2008):197-223.

EKLER

Görüşme Soruları

Kişisel Bilgiler

Yaşadığınız yer:

Yaşınız:

Mesleğiniz:

Öğrenim Durumu:

İlişki durumunuz:

Çocuğunuz var mı?

Sosyal Medya Kullanım Pratikleri

1. En sık kullandığınız sosyal medya platformları hangileridir? Gün içinde hangi hesabı daha sık kontrol ediyorsunuz? Hangisinde daha çok paylaşım yapıyorsunuz? Neden? Sosyal medya hesaplarınız herkese açık mı yoksa gizli mi?
2. Neden bir sosyal medya hesabı açmak istediniz? Bu hesaplarınızdan en çok hangisini, ne amaçla ve ne sıklıkta kullanıyorsunuz? Bu hesapların şifresi paylaştığınız biri var mı? Neden?
3. Sosyal medyada bağlantı kurduğunuz kişiler yine kendi çevrenizden mi oluşmaktadır? Gündelik hayatta sizi tanıyan eş, dost, akrabanın sosyal medya hesaplarınızda da sizi takip etmeleri paylaşımlarınızı kısıtlamanıza neden oluyor ve kendinizi rahat hissetmenizi engelliyor mu? Neden?
4. Sosyal medyanın hayatınızdaki yeri nedir?
5. Sosyal medyada oluşturduğunuz profilin sizi yansıttığını düşünüyor musunuz?

6. Ne tür içerikler paylaşıyorsunuz? Kullandığınız görseller çoğunlukla kendinizin de bulunduğu görseller mi? Kendinizi paylaşırken nelere dikkat ediyorsunuz?

7. Çektiğiniz fotoğraf ya da videoları genellikle sosyal medya hesaplarınızdan paylaşıp ve fotoğraf çekerken daha kusursuz çıkmanızı sağlayan filtreler ya da uygulamalar kullanır mısınız? Sizce kadınlar ve erkekler arasında fotoğraf ya da selfie çekme isteği ve sıklığı açısından bir fark var mıdır?

8. Filtre kullanıyor musunuz? En sevdiğiniz ve sık kullandığınız filtrelerin özelliği nedir? Neden o filtreleri daha çok tercih ediyorsunuz? Açıklayabilir misiniz?

9. Çocuğunuzun, aile üyelerinizin, eşinizin/partnerinizin fotoğraflarını paylaşıp mısınız? Neden? Paylaşımlarınızdan rahatsızlık duyduğunu ifade eden oldu mu? Paylaşımlarınıza müdahale eden var mı? Daha önce bu tarz bir durum yaşadınız mı? Partnerinizle olan fotoğraflara yer verir misiniz? O sizinle olduğu fotoğrafları paylaşıp mı? Paylaşmazsa rahatsız olur musunuz?

10. İleride sosyal medya kullanımınızla ilgili bir müdahale söz konusu olursa buna izin verir misiniz? Peki hangi koşullarda bu müdahalenin gerçekleşmesine razı olursunuz?

11. Eşinizin/partnerinizin/çocuğunuzun sosyal medya kullanımı konusunda ne düşünüyorsunuz? Ailenizden birilerinin paylaşımlarına, takip ettiği hesaplara müdahale ettiğiniz ya da yapılan bir paylaşımın ya da yorumdan rahatsızlık duyup bunu dile getirdiğiniz oldu mu? Engel koyduğunuz durumlar ya da kurallarınız var mı?

12. Sizce kadınların ve erkeklerin sosyal medya kullanım pratikleri ve paylaşımları arasında belirgin bir fark var mı? Varsa açıklayabilir misiniz?

13. Paylaşımlarınız genellikle ev içine mi yoksa dışına mı ait? Hangisini paylaşmayı daha çok seviyor ve tercih ediyorsunuz? İş arkadaşlarınızı mı yoksa ailenizi ve yakın çevrenizi mi daha çok paylaşırsınız? Yoksa sadece kendi fotoğraflarınızı mı paylaşırsınız?

14. Paylaşım yapmadan önce paylaşacağınız içerik/fotoğrafınız hakkında birine danışır mısınız? Danışırsanız ne için danışırsınız ve en çok kime sorarsınız?

15. Paylaşmaktan çekindiğiniz bir şeyler var mıdır? Örnek verebilir misiniz?

16. Kendi paylaşımınızdan rahatsız olup sildiğiniz oldu mu? Neden sildiniz sizi rahatsız eden şey neydi?
18. Tanımadığınız biriyle eşinizin/sevgilinizin fotoğrafını gördüğünüzde tepkiniz ne olur? İnsanlar evli olduğunuzu anlar mı?
19. Sizce kadınlar ve erkekler arasında takip edilen hesaplar açısından farklılıklar ve benzerlikler nelerdir?
20. Kadınlar ve erkekler neden sosyal medya kullanıyor? Hangi medyayı ne tür bir motivasyonla kullanıyor?
21. Cinsiyet kimliğinizi özgürce ifade edebiliyor musunuz? Gündelik hayatınızdaki yani geleneksel kamusal alandaki toplumsal cinsiyet rolleri ile kıyasladığınızda dijital kamusal alanda cinsiyetinizi hiçbir baskı hissetmeden dilediğiniz gibi temsil edebildiğinize inanıyor musunuz? İki arasında belirgin bir fark var mı sizce? Nerede daha rahatsınız?

Kamusal Alan Deneyimi

1. Kamusal alan ve sanal kamusal alan kavramları sizin için ne ifade ediyor?
2. Sizce kamusal alan eleştirel bir tartışma ortamı sunuyor mu? Geleneksel kamusal alan ile sanal kamusal alanı kıyasladığımızda hangisi daha eleştirel bir tartışma olanağı sunuyor?
3. Sosyal medyada insanların fikrini özgürce ifade edebilmesi hakkında ne düşünüyorsunuz? Her bireyin kendi sosyal medya hesabında dilediği gibi paylaşım yapabilmesi hakkında ne düşünüyorsunuz?
4. Bir kişinin yaptığı paylaşımlar günlük hayatta ona bakışınızı değiştirir mi? Değiştirdiği oldu mu? Günlük hayatta sohbet etmediğiniz biriyle sadece sosyal medyadan tanışıp sohbet ettiğiniz ve sadece sosyal medya üzerinden arkadaşlık kurduğunuz oldu mu?

5. Sosyal medyanın sizi özgürleştirdiğini mi yoksa kısıtladığını mı düşünüyorsunuz? Özgürleştirdiyse hangi konularda, kısıtladıysa neden?
6. Sosyal medyada örgütlenen toplumsal cinsiyete dayalı kurulan dayanışma ağlarından haberdar mısınız? Takip ettiğiniz ya da dahil olduğunuz bir dayanışma platformu var mı?
7. Sosyal medyadaki eylemlere dahil olur musunuz? Kampanyalara katılır mısınız? Hashtag desteği verir misiniz?
8. Sizce sosyal medyadaki eylemler olumlu bir etki yaratıyor mu?
9. Sizce sosyal medya toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması için etkili bir araç olabilir mi? Neden?
10. Daha görünür olmak için uğraşır mısınız? Sosyal medyada mı yoksa günlük hayatta mı daha sosyalsiniz ve daha görünürsünüz? Gündelik hayatta mı yoksa sosyal medyada mı sesinizin daha çok duyulduğunu düşünüyorsunuz? Gündelik hayatta sesinizi duyuramayıp sosyal medyadan duyurmaya çalıştığınız bir durum oldu mu?
11. Sesinizi duyurma ihtiyacı duyduğunuzda ilk tercihiniz neresi olur?

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BİLGİLENDİRİLMİŞ GÖNÜLLÜ ONAM FORMU

Sizi Araş. Gör. Seda Kandemir tarafından Prof. Dr. Seçkin Özmen danışmanlığında yürütülen “SOSYAL MEDYANIN KAMUSAL ALAN OLMA İŞLEVİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET TEMSİLİNDEKİ ROLÜ” başlıklı Doktora Tezi kapsamındaki araştırmaya davet ediyoruz. Bu araştırmanın amacı kamusal alan olarak sosyal medyada toplumsal cinsiyetçi rollerin nasıl yeniden üretildiğini ve sosyal medya kullanım pratiklerinin kamusal alana katılımı dönüştürüp dönüştürmediğini ortaya çıkarmaktır. Size iletilecek olan çalışma soruları iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcının sosyal medya kullanım pratikleri ikinci bölümde ise sosyal medyanın kamusal alan temsiliyeti üzerine sorular sorulacaktır. Görüşmeler Zoom platformu üzerinden yapılacak olup görüşme esnasında sizden tahminen 30-45 dakika ayırmanız istenmektedir. Görüşme, başından sonuna kadar kayıt altına alınacaktır. Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, bütün soruları eksiksiz, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, size en uygun gelen cevapları içtenlikle verecek şekilde aktarmanızdır. Bu formu onaylamanız, araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz anlamına gelecektir. Ancak, çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmayı bırakma hakkına da sahipsiniz. Bu çalışmadan elde edilecek veriler tamamen araştırma amacı ile kullanılacak olup kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır; görüşme sırasında alınan kayıtlar araştırma sonuçları yayınlanana kadar saklanacak sonrasında imha edilecektir. Sizinle yapılan görüşmeden elde edilen veriler yalnızca bilimsel yayın amacı ile kullanılacaktır. Eğer araştırmayla ilgili verilen bu bilgiler dışında daha fazla bilgiye ihtiyaç duyarsanız araştırmacıya(bana) şimdi sorabilir veya *** e-posta adresi ve *** numaralı telefondan ulaşabilirsiniz. Araştırma tamamlandığında araştırma sonuçlarının sizinle paylaşılmasını istiyorsanız lütfen araştırmacıya(bana) iletiniz.

Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğinizle, hiçbir baskı ve telkin olmaksızın katılmayı kabul ediyor musunuz?

ÖZGEÇMİŞ

Araştırmacı, 2010 yılında Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü’nden mezun olmuştur. 2013 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde yüksek lisans eğitimine başlamış ve 2016 yılında “"Geleneksel" ve "Modern" Çerçevesinde Toplumsal Cinsiyet Olgusu ve 'Reality Show' larda Temsili” başlıklı tezi ile eğitimini tamamlamıştır. Aynı yıl İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim dalında doktora eğitimine başlamıştır.

Lisans mezuniyetinden hemen sonra sektörde spikerlik ve sunuculuk yapan araştırmacı, 2013-2023 yılları arası İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü Sinema Ana Bilim Dalı’nda Araştırma Görevlisi olarak çalışmıştır.