

**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GENEL GAZETECİLİK BÖLÜMÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**SOSYAL MEDYA İLE DEĞİŞEN KAMUSAL ALAN
YAPISI: KANAAT OLUŞUMUNDA TWITTER'İN
ETKİSİ**

**Salih GİDER
2501161157**

**TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. Ashı YAPAR GÖNENÇ**

İSTANBUL – 2020

ÖZ

SOSYAL MEDYA İLE DEĞİŞEN KAMUSAL ALAN YAPISI: KANAAT OLUŞUMUNDA TWITTER'İN ETKİSİ SALİH GİDER

Bu çalışma, ana hatları ile kamusal alan ve kanaat kavramı üzerinden bir sosyal medya platformu olarak Twitter'ın mevcut gündemdeki kanaat ve düşüncelerini ne ölçüde değiştirip değiştirmediği üzerine odaklanmıştır. Twitter'a bu bakış açısı ile yaklaşıldığında demokrasi üzerinde etkili olup olmadığı, bireylerin bu platform üzerinden kanaat oluşturabilmeleri, oluşan bu fikir akımının dolaşıma girip etki yaratabilmesi ve neticesinde kamusal alanın oluşup oluşmadığı gibi konular çalışmanın ana hatlarını oluşturmaktadır. Söz konusu çalışma yürütülürken literatürdeki tartışma ve görüşler incelenmiş ve yine Twitter üzerinden yapılan bir anket çalışması ile söz konusu sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır.

Çalışmamız toplamda üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kronolojik olarak kamusal alan ve kanaat oluşumu tanımları üzerinde durulmuş, ilgili kavramların isim babası olarak da bilinen Jürgen Habermas'ın çalışmalarından faydalanılmıştır.

İkinci bölümde, sosyal medya mecralarının gelişip yaygın hale gelmesi ile, daha çok düşünce ve fikirlerin paylaşım platformu olarak öne çıkan Twitter'ın, kanaat oluşturma, farklı düşüncelerin paylaşılıp yayılmasına olanak sağlama ve ortak paydada bir kamusal alan yaratma potansiyelinden bahsedilmiştir.

Üçüncü bölümde ise, verilen tanımlar ve yapılan tartışmaların neticesinde, Twitter üzerinden, 2019 yılının en önemli gündem maddesi olan “Kadına Şiddet” konusu üzerinden bir anket çalışması yapılmış ve kullanıcılara sorulan ayrıntılı sorular ile Twitter'ın kanaat ve kamusal alan oluşumunda ki etkisi ölçülmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kamusal alan, Twitter, Kadına Şiddet, Kanaat Oluşumu, Sosyal Medya Platformları

ABSTRACT

TWITTER, TRANSFORMING PUBLIC SPACE AND FORMATION OF OPINION SALIH GIDER

This study mainly focuses on the extent to which Twitter has changed its current agenda and thoughts as a social media platform through the concept of public space and opinion. When we approach Twitter with this point of view, the topics such as whether it has an impact on democracy, the ability of individuals to form opinions on this platform, whether this flow of ideas can enter and circulate or not, and whether public space is formed as a result, are the main lines of the study. While conducting the study, the discussions and opinions in the literature were examined and a questionnaire study on Twitter tried to find answers to these questions.

Our study consists of three sections in total. In the first part, the definitions of public space and opinion formation in chronological terms are emphasized and the works of Jürgen Habermas, also known as the father of the related concepts, are utilized.

In the second part, with the development and widespread use of social media channels, the potential of Twitter, which has emerged as a platform of sharing of ideas and ideas, to create opinions, to allow the sharing and dissemination of different ideas and to create a public space in common ground, is mentioned.

In the third part, as a result of the definitions and discussions, a survey was conducted on the topic of journal Violence against Women olan, which is the most important agenda item of 2019, and it was tried to measure the impact of Twitter on opinion and public space formation.

Keywords: Public area, Twitter, Violence against women, Opinion formation, Social media platforms.

ÖNSÖZ

Kamusal alan ve kanaat oluşumu kavramları tarih boyunca sadece devlet adamları tarafından ilgi duyulan bir konu iken 1900'lü yıllardan itibaren etki alanını milyonlara kadar çıkarmayı başaran kitle iletişim araçları ile birlikte söz konusu kavramlar iletişimcilerin de ilgisini çekmeye başlamıştır.

Bu çalışmada ise son yıllarda kitle iletişim araçlarının da ötesinde kişisel veri paylaşımını çok kısa bir sürede çok geniş bir kitleye yayabilme özelliği bulunan sosyal medya platformlarından Twitter'ın, kamusal alan ve kanaat oluşumu üzerindeki etkisi incelenmektedir. Çalışmada varılmak istenen nokta, Twitter kullanıcılarının, gündemle ilgili olarak fikirlerini, herhangi bir sansür veyahut baskı içerisinde olmadan aynı platform altında paylaşabildikleri ve bu sayede ortak bir kanaat ile kamusal alan oluşturabildiklerini incelemek ve kamusal alanın ifade özgürlüğü açısından anlamına vurgu yapmaktır. Demokrasinin kusursuz işleminde ve ifade özgürlüğünün yaratılmasında büyük rol sahibi olan medyanın da kamusal alan oluşumunda hem etken hem de edilgen bir şekilde varoluşu da çalışmanın bir diğer başlığı olarak yer alacaktır.

Medyanın değişen yapısı ile hayatımıza giren sosyal medyanın toplumsal değişimde oynamış olduğu rol, 2019 yılında en çok konuşulan ve gündem maddesi olan "Kadına Şiddet" konusu üzerinden ele alınacak ve yapılan anket çalışması ile Twitter üzerinde kanaat oluşumunun boyutları saptanmaya çalışılacaktır. Ayrıca dijitalleşmenin getirdiği yeni sanal iletişim ortamı ile gelişen sosyal medya platformlarının kamusal alan olarak görülüp görülmediği de çalışmanın bir diğer konusudur.

Hem lisans hem de yüksek lisans eğitimim boyunca engin bilgilerinden faydalandığım, tez çalışmam esnasında değerli görüşlerini, yönlendirici fikirlerini, deneyimlerini ve zamanını esirgemeyen tez danışmanım Prof. Dr. Aslı Yapar Gönenç'e teşekkürü bir borç bilirim.

Eğitim hayatım boyunca desteğini esirgemeyen aileme saygı ve Őükranlarımı sunarım.

Salih GİDER
İstanbul, 2020



İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAMUSAL ALAN VE KANAAT KAVRAMLARI

1.1. Kamusal Alan Kavramı.....	3
1.2. Kamusal Alan'ın Dönüşümü.....	11
1.3. Kanaat Kavramı ve Oluşumu	14
1.4. Türkiye'de Kamusal Alan ve Kanaat Kavramlarının Kullanımı	16

İKİNCİ BÖLÜM

TWITTER, KAMUSAL ALAN VE KANAAT OLUŞUMU

2.1. Sosyal Paylaşım Ağları ve Twitter.....	18
2.1.1. Twitter'ın Teknik Özellikleri	19
2.2. Türkiye'de Twitter Kullanımı	22
2.2.1. Türkiye'de Twitter'a Erişimin Engellenmesi.....	23
2.3. Twitter ve Kamusal Alan Tartışmaları.....	63
2.4. Twitter ve Kanaat Oluşumu	65
2.5. Geleneksel Medya ve Twitter Karşılaştırması	66
2.5.1. Twitter: Alternatif Medya	68

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN UYGULANMASI, BULGULAR VE TARTIŞMA: KADINA ŞİDDET KONUSUNUN TWITTER'DA YARATMIŞ OLDUĞU ETKİ VE KANAAT OLUŞUMU

3.1. Araştırmanın Problemi	69
3.2. Araştırmanın Amaç ve Önemi	70
3.3. Araştırmanın Sınırları.....	70
3.4. Araştırmanın Yöntemi.....	71
3.4.1. Veri Toplama Aracı.....	71
3.4.2. Verilerin Analizi.....	73
3.5. Bulgular.....	74
3.5.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine İlişkin Tanımsal Bulgular.....	74
3.5.2. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Tanımsal Bulgular	75
3.5.3. Kadına Yönelik Şiddet Farkındalığına İlişkin Betimsel Bulgular	80
3.5.4. Kadına Yönelik Şiddet Farkındalığı Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular	81
3.5.5. Kadına Yönelik Şiddet Farkındalığı Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Durumlarına Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular	86
3.5.6. Kadına Yönelik Şiddet Farkındalığı Puanları ile Twitter ve Sosyal Medya Kullananlar Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular	91
SONUÇ.....	93
KAYNAKÇA	97

TABLolar LİSTESİ

Tablo 3.1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı.....	74
Tablo 3.2: Gündemi Meşgul Eden Konuları Takip Etmek İçin Tercih Edilen Medya Türünün Dağılımı.....	75
Tablo 3.3: Düşünce ve Fikirlerini Sosyal Medya Üzerinden Rahatça İfade Edebilme Durumunun Dağılımı	75
Tablo 3.4: Kadına Yönelik Şiddete Duyarlılığın Artırılmasında Sosyal Medyanın Ne Derece Önemli Olduğu Düşüncesinin Dağılımı.....	76
Tablo 3.5: Twitter Hesabı Olma Durumunun Dağılımı	76
Tablo 3.6: Twitter Hesabını Kullanım Sıklığının Dağılımı	76
Tablo 3.7: Twitter Hesabını Kullanım Amacının Dağılımı (N=621)	77
Tablo 3.8: Gündemi Meşgul Eden Haberlerin Twitter'da Yeterince Yer Aldığı Düşüncesinin Dağılımı.....	77
Tablo 3.9: Gündemi Meşgul Eden Haberler Hakkında Twitter'da Yapılan Yorumların Fikrini Değiştirme Durumunun Dağılımı.....	78
Tablo 3.10: Gündemi Meşgul Eden Haberler Hakkında Twitter'da Yapılan Yorumların Fikrini Değiştirme Durumunun Dağılımı.....	78
Tablo 3.11: Gündemle İlgili Fikir/Yorum Paylaşmak İstendiğinde Öncelikle Tercih Edilen Sosyal Medya Platformunun Dağılımı	79
Tablo 3.12: Twitter Üzerinden Yapılan "Kadına Şiddet" Paylaşımlarının Toplum Üzerinde Etki Yarattığı Düşüncesinin Dağılımı	79
Tablo 3.13: Twitter Üzerinden Yapılan Paylaşımların Siyasi Otoriteler Tarafından Dikkate Alındığı Düşüncesinin Dağılımı.....	80
Tablo 3.14: Ölçek ve Alt Boyut Puanlarına Ait Betimsel İstatistikler.....	80
Tablo 3.15: Ölçek Puanlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....	81
Tablo 3.16: Ölçek Puanlarının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması	82
Tablo 3.17: Ölçek Puanlarının Medeni Durumuna Göre Karşılaştırılması.....	83
Tablo 3.18: Ölçek Puanlarının Öğrenim Düzeyine Göre Karşılaştırılması	84

Tablo 3.19: Ölçek Puanlarının Gündemi Meşgul Eden Konuları Takip Etmek İçin Tercih Edilen Medya Türüne Göre Karşılaştırılması.....	86
Tablo 3.20: Ölçek Puanlarının Twitter Hesabı Olmasına Göre Karşılaştırılması.....	87
Tablo 3.21: Ölçek Puanlarının Twitter’i Kullanım Amacına Göre Karşılaştırılması	88
Tablo 3.22: Ölçek Puanlarının Gündemi Meşgul Eden Haberlerin Twitter’da Yeterince Yer Aldığını Düşüncesine Göre Karşılaştırılması.....	89
Tablo 3.23: Ölçek Puanlarının Twitter’da En Çok Konuşulan Konulardan Biri Olan "Kadına Şiddet" Hakkında Herhangi Bir Paylaşımında Bulunma Durumuna Göre Karşılaştırılması	89
Tablo 3.24: Ölçek Puanlarının Gündemle İlgili Fikir/Yorum Paylaşmak İstendiğinde Öncelikle Tercih Edilen Sosyal Medya Platformuna Göre Karşılaştırılması	90
Tablo 3.25: Değişkenler Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi Sonuçları.....	91

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil: 2.1: Yusaku Maezawa'nın 5 Ocak 2019 tarihli tweeti.21



KISALTMALAR LİSTESİ

%	: Yüzde
\bar{x}	: Ortalama
BBC	: British Broadcasting Corporation
BTK	: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
Çev.	: Çeviren
HTML	: Hypertext Markup Language
n	: Örneklem/gruptaki örneklem sayısı
p	: Anlamlılık düzeyi
r	: Korelasyon istatistiği
RT	: Retweet
S.	: Sayfa
SS	: Standart sapma
Ss.	: Sayfa Sayısı
TDK	: Türk Dil Kurumu
TİB	: Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı
TT	: Trend Topic
Vb.	: Ve benzeri
www	: World Wide Web
X²	: Kruskal Wallis H testi Ki-kare istatistik değeri
Z	: Mann Whitney U testi Z istatistiği

GİRİŞ

1700'lü yılların Avrupa'sında kahvehaneler, meydanlar, ve salonlar kanaat oluşumunun ve kamusal alanın olduğu yerler iken iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşması ile birlikte yüz yüze iletişim yerini sosyal medya platformlarına bırakmaya başlamış ve bireyler toplumsal meseleler hakkındaki görüşlerini sosyal mecralar üzerinden ifade etmeye başlamışlardır. Değişen iletişim yapısı ile hayatımıza giren bu yeni "sosyal mekanlar" kamusal kimliğimizi ve kanaatlerimizi oluşturduğumuz yeni kamusal alanlardır. Söz konusu değişimler beraberinde kamusal alan, demokrasi ve internet kavramları üzerinden yeni tartışmaları da getirmiştir.

Yapılan tartışmaların hemen hemen hepsinde geline ortak nokta sosyal medya ve internetin getirmiş olduğu yeni olanaklarla birlikte bireylerin siyaset ve gündem içerisinde daha aktif rol alabildiği, çok sesliliğin sağlanabildiği, demokrasinin etkili bir şekilde varlığını sürdürebildiği kanısıdır.

Son yıllarda internet teknolojisinin hızlı gelişimi ile birlikte, kamusal alan ve kanaat oluşumu ile ilgili yapılan çalışmalarında demokrasi ve ifade özgürlüğü özelinde yürütülmüş olduğunu görmekteyiz. Söz konusu çalışmalarda kamusal alan kavramı üzerinden, internette forumlara, bloglardan halkla ilişkiler faaliyetlerine kadar bir çok farklı alanda çalışmalar yapılmış olduğunu söyleyebiliriz. Ancak söz konusu kavramlar üzerinde gerek sosyal medya ağları gerekse Twitter özelinde yapılan çalışmalar çok az sayıdadır.

Bu sebeple, söz konusu tartışmalar yürütülürken özellikle bir sosyal medya platformu olarak Twitter'ın, kamusal alan oluşumu ve kanaatların dönüşümü konularında nasıl bir rol oynadığının incelenmesi hedeflenmektedir. Söz konusu

alışmalar yürütülürken başta Jürgen Habermas'ın çalışmaları olmak üzere konu ile ilgili farklı bir çok bilim insanının eserlerinden faydalanılmış ve konu ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. Ayrıca Twitter'ın, kamusal alan ve kanaat oluşumundaki rolünü saptamak amacıyla Sosyal Bilimler İstatistik Programı'nın (SPSS) kullanıldığı ve çıkan verilerin bilimsel methodlarla analiz edildiği bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAMUSAL ALAN VE KANAAT KAVRAMLARI

Kamu kavramını tanımlama çalışmaları her ne kadar 18. yüzyıl itibariyle başlamış olsa da kamusal hayat, Antik Yunan şehir devletlerinde, meydanlarda, agorada varlığını göstermekteydi. İlk zamanlarda tarihsel ve toplumsal olanı açıklayan, analitik ve eleştirel olanı belirleyen kamu, sonrasında bireylerin kendi öznel düşüncelerini ve fikirlerini, özgür bir alanda hiçbir kısıtlama veyahut baskı hissetmeksizin paylaşabildikleri ve bu sayede kanaatlerin oluşabildiği bir sahaya dönüşmüştür. Bu bölümde de kamu kavramı, dönüşümü, kanaatlerin oluşumu ve bu kavramların Türkiye’de ki kullanımına değinilecektir.

1.1. Kamusal Alan Kavramı

Kamu kavramı etimolojik olarak karşımıza ilk olarak 18. yüzyılda çıkmaktadır. Almanca’da bu isim, daha eski olan “publicity” kelimesinden türetilerek günümüze gelmiştir. (Grimm, 1989: 1183) O dönemde kamu kavramı daha çok “ burjuva toplumuna” ait olan bir tanım olarak görülüyordu.

1990’ lı yıllara gelindiğinde ise Kamusal Alan kavramı çeşitli akademik yayınlarda demokrasi ve politika ile eşleştirilmiş ve mekan olarak ta tanımlanmış bir kavram olarak kemikleşen bir tanım halini almıştır. Son yıllarda gelişen ve değişen medya yapısı ve kitle iletişim araçlarının öneminin giderek artmasıyla birlikte de kamusal alan kavramı “sosyal medya demokrasi alanı” ve “medya düşünce alanı” gibi kavramlar olarak da anılmaya başlanan bir hal almıştır. Kamusal alan kavramı araştırmalarında, tanımla ilgili birçok ayrıntılı çalışması bulunun Jürgen Habermas ön plana çıkmaktadır. Kamusal alan kavramı ile ilgili olarak Habermas’ın yapmış olduğu

araştırmalar ve geliştirmeye açık olan teorileri, tanım hakkında yapılan çalışmalarda genel olarak kabul görmüş bir kaynak olarak yer almaktadır.

Bu bölümde, kamusal alanın demokrasi ve politika kavramlarıyla ne şekilde bağdaştırıldığına değinilecek ve konu ile ilgili olarak Jrger Habermas ve diğer bilim insanlarının akademik çalışmalarında kamusal alan kavramını hangi farklı yönleri ile ele aldıkları incelenecektir. Kamusal alan ve mekan ikilemi bu incelemelerin dışında tutulmaktadır.

Avrupa'da gelişen Rönesans ve Reform hareketleri ile birlikte oluşan burjuva toplumu "aydın" ve "düşünen" kişilerden oluşan bir topluluk olarak elit kesimi oluşturuyordu. İlk başlarda "burjuvaya ait olan" tanımı ile özdeşleşen kamusal alan kavramı Habermas'ın çalışmaları sonucu kamusal alan ve kamuoyu tanımlamaları ile detaylandırılmış bir hal almaya başlamıştır. Aynı zamanda kamusal alan kavramının ilk zamanlarda tarihsel ve toplumsal olanı açıklayan ve analitik, eleştirel olanı belirten bir tanım olarak kullanılmaktaydı. Habermas kamusal alan kavramının tanımlayıcı ve dzgsel yönlerini şöyle açıklamaktadır. "Kamusal alan, yani "Öffentlichkeit" kavramı, birtakım olguları derlemek ve onları sınıfsal bir düzenlemenin parçası olarak belirli bağlamlarla yerleştirmek maksatıyla kullanılmış olan çözümlenici bir araçtır. Bu kavramın aynı zamanda kaçınılmaz normatif sonuçları var ve bunlar... normatif politik kuramdaki belli konularla ilişkili. Bu yan anlamlar, tarihsel analiz ile, özellikle de radikal demokrasi projesine hala bağlı olanların mevcut durumumuza bir tür teşhis koyma yönünde yaptığı değer yüklü ve geleceğe yönelik girişimini birbirine bağlıyor." (Habermas 1997: 462-463) Günümüzde olduğu gibi o dönemde de "kamu" kavramı birçok yan anlam taşımaktaydı.

Kamusal alan kavramının tanımı yapılırken öncesinde kavramın temelini oluşturan kamuoyu kavramından bahsetmek gerekir. zbek, (2004: 40'tan akt. Gülaşık, 2011: 11) kamuoyunu şu şekilde tanımlamaktadır. "*Geleneksel yüzyüze insan ilişkileri*

aracılığı ile kurulan topluluktan farklı olarak, yüzyüze ilişki zorunluluğu taşımayan, birbiri ile mesafe içinde yaşayan insanların aynı sorun, fikir, olay etrafında iradi, gönüllü olarak bir araya gelmesi ile oluşan modern bir biraradalık tarzıdır.”

Özbek, (2004: 322den akt. Gülaşık, 2011: 13) kamusal alanı ise şu şekilde tanımlamaktadır; *“kamusal alanın tarihsel ve ilkesel olarak, devlet aygıtında yoğunlaşmış keyfi ve baskıcı iktidarı eleştirel olarak denetleyen ve dönüştüren demokratik muhalefetin alanı olarak anlaşılması gerekir.”* Bu ifadeden çıkarımla, kamusal alan tanımının yönetimlerden bağımsız, hükümete karşı muhalif denebilecek düzeyde olabileceğini anlamaktayız.

Eren (2005: 96) “kamusal” sözcüğünün Türk Dil Kurumu’nda “kamuya ait, kamu ile alakalı olan” şeklinde açıklandığını ifade etmektedir.

Fraser, (2004:105’den akt. Gülaşık, 2011: 14) ise, kamusal alanın, hükümet aleyhinde eleştirel ifadelerin üretildiği ve bu ifadelerin kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayıldığı bir alan olarak görülmesi gerektiğini söylemektedir ve kamusal alan, hükümet ayırımından meydana gelen kamusal alanı şu şekilde tanımlamaktadır;

“Kamusal alan devlet değildir, devleti dengeleyen bir karşı ağırlık oluşturma işlevi görebilecek olan ve gayriresmi olarak harekete geçirilmiş hükümetdışı söylemsel fikirler gövdesidir.”

Habermas ise kamusal alanı; *“özel şahısların, kendilerini ilgilendiren ortak bir mesele etrafında akıl yürüttükleri, rasyonel bir tartışma içine girdikleri ve bu tartışmanın neticesinde o mesele hakkında ortak kanaati, kamuoyunu oluşturdukları araç, süreç ve mekanların tanımlandığı hayat alanı”* olarak tanımlar. Kamusal alan, tüm bireyler için eşit, bütün imtiyazların kaldırılmış olduğu ve her vatandaş için açık olsa da kamu ifadesi ile aynı anlama gelmemektedir. Çünkü bahsi geçen ifade bireylere değil kuruluşlara yöneliktir ve kısa vadede kitleler olarak algılanmamalıdır.

Habermas'ın ideal olarak konumlandığı liberal kamusal alan gerçek manada her bireye açık ve herkes tarafından ulaşılabilir değildir; etnik, cinsiyete dayalı ve sınıfsal eşitsizlikler bu kamusal alana herkesin katılımını engeller. Hâkim gruplar, kimlerin kamusal alanda mütalaaya katılacağını, nasıl fikir yürütüleceğini belirler, müzakerenin biçimini ve sonucunu şekillendirir ve “ortak menfaat” adı altında kendi çıkarlarını korurlar. Örnek vermek gerekirse, kamuya ve kamusal alana kadınların katılımı meşru yollar veyahut tam tersi şekilde engellenebilir, kadınların sorunları “özel” meseleler olarak müzakere dışında tutulabilir.” (Erişim, <http://www.feminisite.net>, 20.04.2020.) Habermas'ın da belirttiği gibi kamusal alan her daim belirli bir zümrenin elinde tutulmaktaydı. Bu topluluk istediği konuyu kamusallaştırabilirken uygun görmediklerini de göz ardı edebilmekteydi.

Kendi içerisinde farklı tanımlara sahip olması sebebiyle kamusal alanın açıklanmasında bir takım zorluklar meydana gelmektedir. Kavram bir yönüyle mekansal bir olguyu ifade ederken öte yandan normatif bir ilkeyi, bir ideali yansıtmaktadır. Mekansal açıdan incelendiğinde, sosyal yaşam içerisinde üretilen düşüncelerin, deneyimlerin ve ifadelerin ortak bir şekilde dolaşıma sokulduğu ve tartışıldığı toplumsal alanlar, kamusal mekanlardır. Burada anlatılmak istenen “toplumsal alan” tanımında, bu alanların içerisinde yer alan kurumlardan, yapılardan, pratiklerden ve tarihsel dönüşümlerden de bahsedilmektedir. Bir diğer açıdan baktığımızda, kamusal alan tanımının başka bir açıklaması da ideal ve normatif ilkede, Kamusal (öffen) kelimesinin ortak, aleni, açık ve eleştirel anlamlara geldiğini görürüz. Aslında, özerklik, çoğulluk açıklık, öz düşünüm ve eleştiri özgürlüğü gibi manalara gelen “glasnost” kelimesi kavramın bu ilkesel yanını ve kavramdaki modernlik vurgusunu iyi karşılamaktadır. (Özbek 2010: 41). Bu yönü ile kamusallık bir bakıma muhalif olmayı da kapsar. Eleştiri ve ifade özgürlüğünü bireyler için mümkün kılar.

Jürgen Habermas'ın çalışmalarında gözlemlendiği üzere kamusallık, topluluk olarak bir araya gelen özerklerin, kamu iktidarını, kamu oyu önünde meşru bir şekilde kabul edilen bir forumdur. Burada dikkat edilmesi gereken tanımlar içerisindeki

kavramlarda kanaat ve kamuoyu olgularıdır. Habermas'a göre kanaatler kamuoyu düşüncesinin özünü oluşturmaktadırlar. Kamuoyu eleştirel bir rol ile kanaatları işleyen görevindedir.

Yönetimler ve kanaatlar arasındaki ilişkiler hakkında da çalışmaları bulunan Jean Jacques Rousseau da, iktidarların almış oldukları kararlarda kamuoyu görüşlerinin etkili olduğunu ve kamuoyu desteği olmaksızın toplumsal değişimin güç olacağını belirtmiştir. (Rousseau 1913:19) Kısaca belirtmek gerekirse kamuoyunun yönetim ve toplum üzerindeki etkisi 18. yüzyılda da farkedilmiş durumdadır. Birbirleriyle dinamik bir bağ ile ilişki içinde bulunan yönetimler ve kitleler aynı zamanda birbirlerinden beslenmektedirler. Bu sürecin sağlıklı işleyebilmesi de bireylerin komün olabilmesi ve fikir alışverişi yapabiliyor olabilmesi gerekmektedir.

Toplumsal yapıda düşünceleri işleme ve etkileme görevini yerine getirmeyen kamuoyu düzeninde kamusal alan kavramının oluşması beklenemez. Bu sebeple, bireylerin toplumsal sorunlar hakkındaki düşüncelerini açıkça dile getirmesi, bu düşüncelerin kamusal alanda işleniyor olması, kamusal alan ve kanaat oluşumunda kritik öneme sahip aşamalardır. Toplumsal düzende, bireylerin sahip olduğu siyasal, dinsel, tarihsel, kültürel düşünce ve fikirler kamusal alan içerisinde ki çok renkli kanaatların bir göstergesi olarak görülmelidir. Bu düzen canlı ve sürekli değişim gösteren bir yapıya sahiptir. Kanaatlar sürekli değişim gösterebileceği gibi kamusal alanlarda farklılık gösterebilirler. Ancak en sağlıklı ve rasyonel düzenin, demokrasinin tüm kolları ile kusursuz çalıştığı, bireylerin ve basını özgürce düşünce ve fikirlerini açıklayabildiği, otorite ve otoriteyi oluşturan politikaların toplumun düşünce yapısında herhangi bir engel teşkil etmediği bir alan olduğunu belirtmek gerekir. Sansürlerden ve dogmalardan arınmış bir toplumsal düzen, kanaat oluşumun ve kamusal alanın yapı taşı oluşturmaktadır.

Kamusal alan kavramı Habermas ile bağdaştırılmış olmasına karşın hem tanımın daha iyi anlatılması hemde diğer çalışmalara yer verilmesi açısından farklı görüşlere başvurmakta fayda vardır. Burada karşımıza çıkan bir diğer isim Nancy Fraser'dır.

Fraser, kamusal alanı kitle iletişim araçları ile işlenen bir yapı olarak görmekte ve hükümete karşı eleştirel söylemlerin üretildiği bir mekanizma olarak konumlandırmaktadır. Kamusal alan ve kanaat oluşumu süreçlerine Habermas ile aynı anlamları yükleyen Fraser, kamusal alanı hükümetten tamamıyla ayrılmış, bireylerin her türlü eleştirel düşüncesini yansıtabildiği bir kavram olarak tanımlar. Ona göre kamusal alanın bu özelliği hükümet politikalarını denetleyen, sınırlarını belirgin hale getiren bir süreçtir. Fraser kamusal alanı, demokratik düzenin oluşmasına ve gelişmesine yol açan ve kamusal alanın sınırlarını genişleterek özgür ortam yaratan bir kavram olarak tanımlar.

Kavram ile ilgili çalışmalarda karşımıza çıkan bir başka isim ise Hannah Arendt'tir. Kamusal alan tanımını iki farklı açıdan değerlendiren Arendt için kavram rekabetçi ve birleşimsel olarak iki farklı şekilde görülür. Kamusal alanın rekabetçi yönü bireylerin özgün halleri ile diğer kişilerden farklı ve üstün hallerini rahatça ortaya koyabilecekleri bir ortam sağlar. Söz konusu rekabet çeşitliliğin ve üretimdeki verimliliğin özünü oluşturan bir özelliğe sahiptir. Kamusal alanda yapılan bu etkinliğin gizlilik anlamında bir erdeme ulaşması olasıdır. Eski çağlarda bile insanoğlunun sosyal düzende kendine has olanı üretme isteği ve gelecek nesillere kalıcı bir mesaj bırakma dürtüsü ile kamusal alana girmiş olmaları da bu durumu desteklemektedir. (Karadağ 2006: 12- 13) Bu yönü ile kamusal alan sosyal bir varlık olan insanın iç güdüsel dürtülerine de cevap vermektedir.

Seyla Ben Habib ise kamusal alanın birleştirici yönü üzerine eğilmiş ve kamusal alanın uyum içerisinde yaratıldığı ve ortak düşünceler üzerine inşa edildiği her koşulda ve zamanda varlığını gösteren alanlar olduğu üzerinde durmuştur. Her iki bilim insanının da ortak görüşü, kamusal alan kavramını, bireylerin özgün fikirlerini, rekabet

ortamında ortaya koydukları ve farklılıklarına rağmen ortak paydada buluşabildikleri bir yer olarak tanımlamasıdır. Kamusal alanın bu imkanları iletişimin kuvvetlenmesi ve ifade özgürlüğünün daha yüksek potansiyellere ulaşmasını sağlamasıdır.

Kamusal alan kavramı üzerinde pek çok akademik çalışma yapmış olan Seyla Benhabib, kavramı tanımlarken kültürel boyutundan daha çok normatif, birleştirici politikalar özelinde ele almış ve üç farklı politik kamusal alan modeli olduğunu öne sürmüştür.

Ben Habib ilk olarak Hannah Arendth'in çalışmalarına karşılık olarak agnostik (yarışmacı) modeli açıklamıştır. Bu model cumhuriyetçi ve erdeme dayalı bir kamusal alan anlayışını benimser. Jürgen Habermas'ın 1962 tarihli çalışmalarında bu model Helenik adıyla da karşımıza çıkmaktadır. Bir diğer model ise legalistic (yasalcı) modeldir. Bu modelde temel anlayış liberal düşünce akımı üzerinden "adil ve istikrarlı kamu düzeni"dir. Sivil toplum ve politik toplum ayrımı ile kamusal akıl ve adalet ilkeleri bu modelin tartıştığı ilkelerin başında gelmektedir. Son model ise, Jürgen Habermas'ın da üzerinde durduğu cumhuriyetçi ve liberal modellerle ortak yanları olsa da onları aşan ve Benhabib'e göre "geç dönem kapitalist toplumların demokratik-sosyalist bir yeniden yapılanımını öngören discursive (söylemsel) kamusal alan modelidir. (Benhabib 1998: 37-50). Seyla Benhabib'e göre açıklamış olduğu üç modelden ilk ikisi, gerek Sovyet tarzı toplumlarda gerekse kapitalist düzende politik meşrutiyetin uygun zeminde tartışılmayacağı yönündedir. (Özbek 2010: 47). Kamusal alan büyük ölçüde yönetimler tarafından yönlendirilmektedir ve bireylerin doğrudan katılımına uygun bir yapıda değildir.

Kamusal alan çalışmalarındaki bir diğer farklı görüş ise kavrama sol bakış açısıyla yaklaşan ve Habermas'ın çalışmaları ile uygunluk gösteren Negt ve Kluege'dur. Fakat birçok yerde de görüşleri birbirlerinden tamamen ayrılmaktır. Habermas, yapmış olduğu çalışmalarını, kapitalist üretim bağlarının hakim olduğu bir düzende, kamusal alana ilişkin bir demokrasi imgelemesi üzerinden kurgularken, Negt ve Kluge' nin

çalışmalarının merkezinde kamusal alanın işçi sınıfı için kullanım değeri ile birlikte egemen sınıfların kamusal alan üzerinde elde ettikleri kazançları değerlendirme konusudur ve çalışmaları bu bağlamlar üzerinden ele alınmalıdır. (Negt ve Kluge 1993: 1). Negt ve Kluge'a göre kamusal alan tanımlamasında kendi fikirleri üretimsel iken Habermas'ın çalışmaları dağıtımsal olarak kabul edilmelidir. Onlara göre Habermas, Platon ve Kant'dan gelen gelenekselci düşünce ile politikayı dışarıdan kurmaya çalışmakta iken kendileri ise politikayı günlük yaşantının içerisinde görmektedir.

Kamuoyu araştırmaları ile ilgili çalışmaları ile karşımıza çıkan bir başka isim ise W. Lance Bennett'tir. (1980) Bugün kamuoyunun doğası üzerine pek çok çalışmaya imza atmaya devam etmekte olan Bennett'e göre geçmiş yıllarda pek çok araştırma "kamuoyu bilinçlidir" düşüncesi ile yanlış bir değerlendirmenin kurbanı olmuştur. Yapılan birçok çalışmada kamuoyu dolaylı olarak, zamana ve konuya göre değişmeyen, stabil bir olgu olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle, "kamuoyu bilinçlidir" görüşünün yerine, "Kamuoyu bilgili, kararlı ve tutarlı mıdır?" sorusu daha anlamlı gözükmektedir.

Kamuoyunun kararlılık ve tutarlılığı üzerine yapılan bu tartışmalar Bennett'e göre "kamuoyu bilinçlidir" düşüncesi üzerinden yürütüldüğü için yersiz bir yanılıdır. Ona göre bu yaklaşımın tamamen değiştirilmesi için yapılması gereken kamuoyuna durumsal açıdan bakmaktır.

Kamuoyuna durumsal açıdan bakmak, farklı kişilerin, farklı zaman ve alanlarda etkin olabildikleri ve farklı mecralarda tutumlarını belirginleştirebildikleri gerçeğini kabul etmektir. Bennett ayrıca siyasal iletişimin ve kitle iletişim araçlarının da farklı kitlelerde farklı etkiler yaratacağını ve her durumun tek tek titizlikle irdelenmesi gerektiğini savunur. Kamuoyunun her durumda meşru ve kabul edilebilir olması beklenemeyeceği gibi oluşan her kanaatinde tutarlı ve kabul edilebilir olması beklenemez. Aksine yanlış iletişim yolu seçilerek ya da isteyerek oluşturulmuş bir manüplasyon yöntemi ile kitleler üzerinde bambaşka etkiler yaratılabilir.(Millburn,

1998: 37-38) Kısacası kamuoyunu durumsal açıdan bakmak, her senaryonun farklı olabileceğini ve yapılan değerlendirmelerin de genellemelerden uzak olması gerektiğini içine alan bir bakış açısıdır.

1.2. Kamusal Alan'ın Dönüşümü

Akademik çalışmalarda kamusal alanın kavramsallaşma sürecinde terminolojik olarak kökeninin Antik Yunan'a kadar dayandığı görülmektedir. Yapılan çalışmalarda, Antik Yunan döneminde ev, aile ve çalışma sahası gibi özel alanlarda özgürlüğünü kazanmış bireyler siyaset ve politikanın yapıldığı meydanlarda eşit ve hür kişiler olarak toplumsal konuları tartışabildiklerini görüyoruz. Antik Yunan döneminde sorunlar toplumun ileri gelenleri arasında tartışılmakta ve eşitler arasında yapılan müzakerelerde en uygun görüş ortaya çıkmaktaydı. (Özbek 2010: 97). Bu sebeple meydanlar hem kritik kararların verilmesinde, hem toplumsal bilincin kazanımında hemde kişilerin kendi kimliklerini kazanmasında önemli bir yere sahipti.

Habermas' ın 1964 yılında kaleme almış olduğu "Kamusal Alan" yazısı, 1974 yılında New German Critique' de, 1979' da Armand Mattelart ve Seith Siegelaub'un Communication and Class Struggle- 1: Capitalism, Imperialism derlemesinde İngilizce olarak yayınlanmasına karşın medya çalışmalarında pek rağbet görmemiştir. Asıl patırtı ise 1989 yılında Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü kitabı İngilizceye çevrildikten sonra kıyamet kopmuştur. (Özbek 2010: 690) Kamusal alan ve kanaat kavramları, Habermas'ın çalışmalarında da bahsetmiş olduğu gibi Avrupa'daki meydan ve kafelerdeki burjuva konuşmalarından ortaya çıkan kavramlardır.

Bu kavramların tikel anlamlarını belirli bir tarihsel durumdan almaktadırlar. "Kanaat" (opinion) teriminin "kamuoyu" (public opinion) teriminden ayrıştırılması da bu döneme denk gelmektedir. Kültürel varsayımlar, normatif tutumlar, kolektif önyargılar ve değerler anlamına gelen salt kanaatler tarihin bir tür tortusu olarak doğal biçimlerini zaman içinde değişmeden sürdürüyor görünseler de kamuoyu tanım itibarıyla sadece

muhakeme eden bir kamunun öncülüğü altında anlam kazanmaktadır. (Özbek 2010: 96). Bu sebeple kanaat, kolektif akılla meydana gelen, sosyo-kültürel bir oluşumken kamuoyu onu meydana getiren toplum düşüncesinin ürünüdür.

1700'lü yıllar Avrupa'sına göz atıldığında toplumsal değişimin görülmesiyle kamusal alan farkındalığında artış olduğunu gözlemleyebiliriz. Kent içerisinde inşa edilen yeni cafeler, restaurantlar, müzeler, büyük meydanlar kamusal alan kavramına hayat veren etkenler olarak karşımıza çıkar. Dolayısıyla Habermas'ın da değindiği üzere kamusal alanlar özlerinde sadece burjuvaya ait mekanlar olarak görülseler de aslında tüm topluma açık yerlerdir denilebilir. Bu mekanlarda toplumsal sorunlar hakkında düşünce alışverişinde bulunan kişilerde toplumun her sınıfında kişiler olabileceğinden kamusal alan tüm vatandaşların ortak iletişiminden doğan yerlerdir denilebilir. Kamusal alanın herkese açık, özgür bir alan oluşu ve ülkenin ekonomik konjonktüründen etkilenmeyen özelliği bir diğer dikkate değer özelliklerinden bir olarak karşımıza çıkar. Ancak geçmişe bakıldığında ülke konjonktüre ile kamusal alanın birbirinden ayrılması durumunun 19. Yüzyılda bozulmaya başladığını görmekteyiz. Ekonomik düzenin kamusal alanı etkilemeye başlaması ile birlikte kamusal alan düzeninde burjuvanın daha etkin bir rol aldığını söyleyebiliriz. Bu etkinin görülmeye başladığı dönem ile Baudelaire'in "Flaneur" karakterini oluşturmasının aynı zamana denk gelmesi çok manidardır. Bu yeni karakterin toplumsal değişimler ve reformlar ile farklılaşan toplumda görülen değişimlerin yorumlanması açısından son derece önemlidir. "Flaneur" bu değişim sürecinin içerisinde aktif olarak görülmese de dönüşümün etkisinde kalır ve olayları kusursuz bir titizlikle ele almasından dolayı gözlemleri çok önemli bir hal alır. 20. Yüzyılın ortalarında ise toplumda görülen bu "Flaneur" ler yerini Sitüasyonistlere bırakır. Bu yeni düşünürlerin amacı ise savaş sonrası yeniden kurulan kentleri bir gösteri ve oyun arenasına çevirmek olsa da bu çabaları hayata geçmez.

Sanayi devriminin etkisini göstermeye devam etmesi beraberinde kamusal alanın da değişip dönüşmesine yol açmıştır. Daha önce değinilmiş olan meydanlar,

restaurantlar kamusal alan oluşturmakta etkisini yitirmeye başlamış ve yerlerini çok daha teknolojik yapılara bırakmaya başlamışlardır. Bu durumda Habermas'ın daha önce de belirttiği gibi kamusal alan kavramına suni bir hava katmıştır. Habermas çalışmalarında kamusal alan iletişiminde yüzyüze olmanın gerekliliği üzerinde durmuştur. Teknoloji ilerledikçe gündelik hayatın içerisinde çok daha fazla yer bulan kitle iletişim araçları ile birlikte iletişim sürecindeki sunilik kaçınılmaz bir hava almış yüzyüze iletişimin önemi ve etkisi azalır hale gelmiştir.

Öte yandan internetin ve akabinde diğer sosyal medya mecralarının ortaya çıkmasıyla beraber kamusal alan oluşturma konusunda da yepyeni bir sürecin başladığı söylenebilir. Eski dönem Avrupa'sında meydanlarda, kafelerde ya da parklarda geleneksel sözlü iletişim ile oluşturulan kamusal alan söylemleri, gelişen ve değişen teknoloji ile birlikte yerini yeni sosyal medya mecralarına bırakmıştır. Artık bu yeni düzen ile kamuyu ilgilendiren bütün sorunlar internet üzerinden tartışılır hale gelmiştir.

Bu sebeple eskiden burjuvaya ait olan kamusal alan ve kamuyu şekillendirme gücü değişen yeni medya yapısı ile birlikte bambaşka bir düzeni de getirdi denilebilir.

Habermas'ın "Kamusallığın Yapısal Dönüşümü" adlı çalışmasında da görüldüğü üzere kamusal alan söylemlerinde 3 unsur ön plana çıkmaktadır. Bunlardan ilki kamusal alanda bireylerin kendi düşünce ve duygularını ifade ederken hiç bir sansür ortamına maruz kalmadan fikirlerini yayabilme özgürlüklerini hissedebilmesi, ikincisi bireylerin ülkesel boyutta ekonomik konjonktürden etkilenmeden fikirlerini yayabilme imkanına sahip olması ve sonuncusu ise oluşturulmuş olan kamusal alanın, otoriteden farklı, korunaklı ve hiç bir şekilde etkilenmeden varlığını sürdürebiliyor olmasıdır. (Habermas, 1997). Kamusallık otoritelerden, yönetimlerden ve baskın topluluklardan ayrı olarak işlemelidir. zgn düşünce ve fikirlerin meydana gelmesi kamusallığın özünü oluşturmaktadır.

1.3. Kanaat Kavramı ve Oluşumu

Eski dilde “Efkar-ı umumiye ya da “amme efkari” olarak literatüre geçmiş olan tanımlar, bugün “kamuoyu” olarak bilinmektedir. Ek olarak, birleşik kullanılmış olan “oy” kelimesi ise özünde kanaat anlamında kullanılarak türetilmiştir. (Özbek, 2010: 42).

Kanaat kelimesi tarihsel süreçte incelendiğinde Batı dünyasında iki farklı anlama geldiği gözlemlenmektedir. Anamlardan ilki “kesinleşmiş yargı” olarak kullanılmaktaydı. Bir diğer anlamı ise ün, şan, şeref ve itibar tanımlamaları için kullanılmaktaydı. Her iki anlamın bir potada eritilmesi ile ortaya çıkan ifade ise tüm ön yargı ve kısıtlamalardan uzak, eleştirilerin tamamına açık anlamlarına gelen bir kavramı oluşturmaktaydı. İlk başlarda kanaat ve eleştiri kavramları birbirine karşıt iki olgu gibi görülmüş olsa da zamanla yapılan eleştirilerden meydana gelen toplumsal yargı, kanaat yani özünde günümüz tanımıyla kamuoyu halini almıştır.

Yukarıda da belirtildiği gibi, bireylerin kendi öznel düşünce ve fikirlerini, özgür bir alanda, hiçbir kısıtlama veyahut baskı hissetmeksizin paylaşabildikleri ve bu sayede kanaat oluşumunda ve dönüşümünde aktif olarak var olabildikleri bir alan oluşmaktadır. Bu sayede varılan rasyonel neticeler ile toplum üzerinde oluşan bilgilendirme ve aydınlanma süreci beraberinde ortak paydada sorunlarını elen alan sağlıklı bir sosyolojik yapının oluşmasına imkân sağlamaktadır.

Akıl ve tenkite dayalı kamusal müzakere anlayışı 18. yüzyılın siyasi ve kamusal alanından çok önce 17. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren yazınsal kamusal alan içerisinde var olmuştu. Bu düşüncenin özünde ise, aydınlanma hareketlerinin göstergesi olan birey onuruna ve aklına, kısacası insanlığa inanç yatıyordu. Bu inanişe göre, her birey kendi yazgısını belirleyebilecek bir iradeye, akla ve kendi kendine geliştirebilmeye, yani aydınlanma hakkına sahipti. Bu düşüncenin siyasal insana uyarlanması, sade vatandaşın da ortak akıl ve tartışmaya dayalı, ideal bir topluluk

kurabileceği varsayımını getiriyordu. (Özbek 2010: 42). Eğer bireyler bu bilgi ve eleştirel tartışma sürecine eşit ve özgür koşullarda ve temel hakların garantisi altında girerlerse, toplumsal meseleler etrafında her seferinde ve herkes açısından adil ve doğru olan rasyonel sonuçlara varabilirlerdi.

Kanaat olgusu ile ilgili akademik çalışmaları ön plana çıkan ve çalışmalarını “Kanaatlerden İmajlara” isimli çalışmasında belirtmiş olan Ulus Baker, günümüz teknolojik düzeninde yeni modern toplumun, kanaat toplumları ve kanaat sosyolojisi olarak ifade etmiştir.

Baker kanaat olgusunu “zorunlu yanılısamalar” olarak adlandırarak Spinoza’nın çalışmalarıyla paralellik göstermiştir. Baker’a göre kanaatlar kitleler üzerinde etkili olan, kitlelerin kendi aralarında ki iletişimde onları etkileyebilen, kitlelerin bilinç altında düşünceler oluşturabilen olgulardır. Ayrıca Baker’ a göre kanaatlar sadece kitlesel boyutlarda değil bireysel olarak ta ele alınmalıdır. Kanaatlar kişisel imajları oluşturmada etkili olabildikleri gibi, başkalarını etkileme yönüyle de kullanılabilirler.

Günümüzdeki kanaatlerin inşa edilişi yahut oluşumu 17.yüzyıl’da Pascal’ın ya da Kant’ın cevabı belli olmayan, tartışma yaratacak insanları düşündürecek sorular yerine cevapları hazır soruların, oluşturulan kanaatlere göre formüle edilen bir hale gelmiştir. Bu da belli kanaatlerin onaylanması meşrulaştırılması işlevini görmektedir. Bu noktada Baker, Berguson’un “soruları sorgulamak” mefhumunu önermektedir. Bu, kanaatin, sosyal bilimlerinde bir problemi olarak algılanmasına zemin hazırlamaktadır. Baker, mevcut sosyolojinin yaptığı anketleri, kamuoyu araştırmalarını ve buna benzer her şeyi zaten bireylerin zihinlerinde, dillerinde belirlenmiş olan kanaatlerin bir toplamı olduğunu belirterek ve bunu “kanaat sosyolojisi” olarak tanımlayarak mevcut sosyolojiyi kanaatlerin içinde bir kanaat olarak görmektedir. (Baker 2010). Sosyolojik her gelişme kanaat oluşumuna imkan tanıdığı gibi oluşan kanaatlerde bir takım sosyolojik gelişmelere zemin hazırlayabilir.

Kanaat olgusu bütün bu tanımlamalar neticesinde ülke otoriteleri için destek sağlayan bir araç olarak düşünülebilir. Baker bu çalışmalarında Marx'ın "bireylerin toplumu ve devri anlamak için neler düşündüğüne değil neler yaptığına bakmalısınız" sözünden de etkilenecek kanaat olgusu hakkında sonuca varmıştır. Bu netice Baker'ın daha sonra duygusal kanaat çalışmalarına da vardıracağı bir süreci başlatacaktır.

1.4. Türkiye'de Kamusal Alan ve Kanaat Kavramlarının Kullanımı

Ülkemizde 90'lı yıllardan beri süre gelen kanaat ve kamusal alan kavramlarının akademik metinlerdeki yeri daha çok demokratik süreçler, vatandaşlık hakları, toplumsal sorunlar, farklı kültürlerin çatışması gibi konular ile bağdaştırılarak aynı potada eritilmiş olsa da daha sonraları gelişen teknoloji ile birlikte sosyal mecralara taşınmış bu sayede çok daha fazla konuda kullanılabilir hale gelmiştir.

Bu süreçte özellikle kamusal alan kavramı ülkenin mevcut sorunlarının tartışılabilceği özgür bir alan olarak görülerek önem kazanan bir yer haline gelmeye başlamıştır. Özbek yazısında, kamusal alan kavramının oldukça yaygın olarak kullanılmasına karşın tarih, toplum bilimi, politika, bilim, felsefe, hukuk, edebiyat, iletişim ve medya bilimleri alanlarında kapsamlı araştırma ve inceleme yapılarak kullanılmış olduğunu söylemenin pek de mümkün olmadığını belirtmektedir.

Kavramın politik yazındaki tartışmalarda kullanım şekillerine bakacak olursak genel anlamda, kamusal alan kavramının feminist düşünce ve politikalar açısından çoğaltıcı etkileri olduğunu; özellikle de liberal öğretilerde sabitlenen özel alanla ilişkisinin sorgulanmasından yola çıkarak, kamusal alanın, kadınların görünürlüğünü, eşitlik ve adalet, farklılığının tanınması, iletişimsel demokrasi ve kadınlara yönelik şiddet karşıtlığı mücadelesinde öne planda etkin bir şekilde var olduğunu söylemek mümkündür. (Özbek 2010: 38) Kamusal alan yapısı gereği marjinal ve geri planda

kalmış, göz ardı edilmek istenen konuları ön plana çıkartmaktadır. Kamusal alan özgürlüklerin talep edildiği, fikirlerin söylendiği, sorunların dile getirildiği yerdir.

Bunların dışında, gündelik konuşmalarımızda kamu dendiğinde aklımıza ilk gelen devlet, devlet idaresi devlet organları, kuruluşları, görevlileri gelmektedir. Halbuki Habermas kamusal alan için, devletten ve kurumlarından bağımsız, daha çok toplumsal yaşantının ve toplumun kanaatlerinden oluşan bir yer olarak tanımlamıştır. Genel olarak kamuoyunun halka (umuma) ait olduğunu ve bu tanımın devlete hizmet olmadığı bilinmesine karşın yine de kamuoyu kelimesindeki “kamu”nun kim olduğu düşünülmeden, kamuoyunu devlet algısı ile birleştirerek yanlış anlamda kullanılmaktadır. Bu nedenden dolayı siyasi otoritenin faaliyet gösterdiği kuruluşlar kast edilirken “kamu erkinin alanı” kavramını kullanıp, toplumdaki demokratik katılım ve söylem alanını kastederken “kamusal alan” kavramını kullanmak doğru olacaktır.

Yukarıda tartışıldığı üzere, kamusal alan kavramı ve kanaat kavramı birbiriyle ilişki halindedir. Habermas’ın dediğine göre, ilkesel olarak kanaatler kamuoyunun hammaddesini oluşturmaktadır. Rasyonel ve akla dayalı bir kamuoyun tasviri yapılabilmesi için insanların belirli konularda müşterek kanaatlerinin olması gerekmektedir. Kanaatler, insanların zihin ve duygularında yatan düşünceler ve tutumların dışarıya yansıyan şekli olsa da başladıkları noktada ayrı ayrı duran bireysel kanaatlerin değil, karşılıklı bir etkileşim filtresinden geçen bir düşünce ve tutumun ürünüdürler. Türkiye’de kanaat kavramı tam olarak anlaşılacakla birlikte daha çok kanaat önderi kavramıyla eşleştirilip o şekilde kullanılmaktadır. Oysa kanaat kavramı, bireylerin sosyo-kültürel birikimleri ile oluşan tartışmalar sonucunda, rasyonel ve adil bir anlaşmaya dayalı olarak meydana gelmiş ve genel olarak kabul görmüş olgulardır.

İKİNCİ BÖLÜM

TWITTER, KAMUSAL ALAN VE KANAAT OLUŞUMU

İletişim teknolojisinde geline son nokta bizlere geleneksel medyanın her geçen gün yerini sosyal medyaya bıraktığını açıkça göstermektedir. Gerek kurumlar gerekse kişiler tarafından sıkça kullanılır hale gelen sosyal medya platformları düşünce ve duyguları ifade etmenin, gündemi tartışmanın ve bilgiye ulaşmanın en kolay yolu haline gelmiştir. Bu platformlar arasında Twitter, özellikle gündemle ilgili gelişmeleri takip etme, yorum yapma, tartışma ve kitleler üzerinde kanaatler oluşturma özellikleri ile ön plana çıkmaktadır. Bu bölümde Twitter'ın kamusal alan ve kanaat oluşumundaki yeri, özellikleri, Türkiye'de ki kullanım oranı ve geleneksel medya ile karşılaştırması yapılacaktır.

2.1. Sosyal Paylaşım Ağları ve Twitter

İnternet kullanımının yaygın hale gelmesi, haberleşme teknolojileri ve sosyal paylaşım ağlarının kullanım sıklığının her geçen gün artması bilgisayarların, insanın gündelik yaşamında daha etkin bir araç haline gelmesine olanak sağlamıştır. İnternetin yaygınlaşması ile, eğitimden sağlığa, kültürel faaliyetlerden alışveriş olanaklarına kadar birçok alanda bireylerin birbirleriyle etkileşimde bulunmaları mümkün hale gelmiştir. (Castells 2005). Bu gelişmelerden ötürü Manuel Castells'in deyişi ile bireyler artık küresel olarak örülmüş, birbirleriyle bağ(ıntı)lı ağ toplumu içinde yaşamaktadır.

Sosyal medyayı tanımlamadan önce özündeki sosyal ağ kavramı tanımlama doğru olacaktır;

“Sosyal ağ, internet ortamında, kullanıcıların kendilerini tanımlayarak her kültürden farklı kullanıcı ile iletişime geçtiği, bunun yanından normal sosyal yaşamda kullanılan jest ve mimik hareketlerini simgeleyen sembollerle duygu ve düşüncelerini

sanal olarak ifade ettiği, bu şekilde sosyal iletişim kurduğu ortamlar olarak tanımlanmaktadır.” (Koç ve Karatabak, 2011:1)

May Field’a göre (2010:6), “sosyal medya, en yüksek derecede paylaşımın gerçekteştiği, online medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunduğu en yeni fikirlerden biridir.”

Weinberg, (Weinberg, 2009’dan akt. Sarı, t.y., 11)’e göre, sosyal medya “bilginin, farklı düşünce ve deneyimlerin kamu oluşumlu web sitelerince paylaşımına olanak tanıyan ve internet dünyasını hızla hayatımıza yerleştiren bir uygulama alanıdır.”

Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Myspace, Instagram, Snapchat gibi birçok sosyal medya platformu temel olarak katılımcıların bu sosyal ağları kullanarak içerik oluşturması üzerine kurgulanmıştır. Bu içerikler kimi zaman kişisel bir fotoğraf, fikir, yorum ya da video olabilmektedir. Sosyal medya platformlarının, bireylerin kendi aralarında iletişime geçebilmesine de olanak sağlaması, bu mecraların çok daha geniş kitlelerce kullanılmasını sağlamaktadır. Sosyal medya ağları farklı insanları aynı platform üzerinde buluşturmaktadır. Bu platformların en önemlilerinden birisi de farklı teknik özellikleri ile kendisine ayrı bir yer edinmiş olan Twitter’ dır. Bir sonraki alt başlıkta bu teknik özelliklere ve bu özelliklerin iletişim özelinde getirmiş olduğu etkilere değinilecektir.

2.1.1. Twitter’ın Teknik Özellikleri

Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirilemiş olan bir sosyal ağ ve mikroblog sitesidir. İlk kurulduğu zamanlarda kullanıcılarına 140 karaktere kadar metinler yazmalarına imkân sunan site daha sonra bu sınırı 280 karaktere çıkartmıştır. 2013 yılında en çok kullanılan internet sitelerinden bir haline gelen Twitter 24 şubat 2020 tarihi itibariyle tüm dünyada 340 milyon kullanıcıya ulaşmış durumdadır. (“About Twitter”, 2020) Yüksek popülariteye sahip olan bu sosyal medya platformu içerdiği kısa mesaj gönderimi ve alımı konusundaki olanaklarıyla internet dünyasının SMS’i olarak

anılmaya başlanmıştır. Twitter, 25 Nisan 2011 tarihinden itibaren Türkçe olarak da kullanılmaktadır.

Twitter'ın diğer sosyal medya platformlarından ayrılan en belirgin özelliği, kullanıcıların yaratmış olduğu etkinin takipçi sayısından veya beğenilerden de öte kullanıcının tweetlerine gelen retweetlerdir. Retweet etmek, paylaşılan bir tweetin içeriğini beğenmek ve hiçbir ekleme ya da çıkarmak yapmadan aynı içeriği tekrardan tweetlemek olarak özetlenebilir. Bu özellik sayesinde sadece 280 karakter ile ifade edilmiş bir düşünce, üzerinde hiçbir değişiklik yapılmaksızın, çok kısa bir süre içerisinde büyük kitlelerce paylaşılabilir.

Bugüne kadar dünya üzerinde en fazla sayıda yapılan retweet, 4 milyon gibi çok yüksek bir rakam ile Japon iş adamı Yusaku Maezawa'ya aittir. Japonya'daki en büyük çevrimiçi moda mağazası Zozotown'ın sahibi olan Maezawa bu rekor kıran tweeti 5 Ocak 2019 tarihinde atmıştır. Maezawa, paylaşımında bir çekiliş düzenleyeceğini belirterek tweetini retweet eden 100 kişi arasında 100 milyon Japon Yeni paylaşacağını duyurmuş ve "Katılmak için tek yapmanız gereken beni takip etmek ve bu tweeti retweet etmek" notu ile paylaşmıştır. (Sözcü, 2020)



Yusaku Maezawa (MZ) 前澤友作

@yousuck2020

Takip et

ZOZOTOWN新春セールが史上最速で取扱高100億円を先ほど突破！！日頃の感謝を込め、僕個人から100名様に100万円【総額1億円のお年玉】を現金でプレゼントします。応募方法は、僕をフォローいただいた上、このツイートをRTするだけ。受付は1/7まで。当選者には僕から直接DMします！#月に行くならお年玉

Tweeti Çevir



16:35 - 5 Oca 2019

4.337.940 Retweet 1.068.591 Beğeni



280 B 4,3 Mn 1,1 Mn

Şekil: 2.1: Yusaku Maezawa'nın 5 Ocak 2019 tarihli tweeti.

Kaynak: www.twitter.com/@yousuck2020

Twitter üzerinde kullanıcılar tarafından atılmış olan tweetler herkes tarafından görülebilmektedir. Ancak kişiler istedikleri takdirde attıkları tweetleri sadece kendi takipçilerinin görebileceği şekilde sınırlandırabilir. Kullanıcılar diğer kullanıcıların profillerine üye olabilirler ve üye oldukları kişi veya kurumların takipçi sayısını ve bunların kimleri takip ettiklerini görebilirler. Tüm kullanıcılar Twitter'ın web sitesi aracılığıyla tweetlerini gönderebilir ve alabilirler. Kullanıcılar Twitter'ın web sitesine uyumlu harici uygulamalar (akıllı telefonlar gibi) veya belirli ülkelerde erişilebilen kısa mesaj servisi tarafından giriş yapabilirler. (Twitter'ın Kuruluşu ve Tarihi Üzerine, 2020)

Twitter, ABD başkanlık seçimlerinde ilk kez Barack Obama tarafından kullanılmış ve akabinde de 2009 yılındaki yerel seçimlerde de siyasetçiler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Zamanla kitlesel etkisinin çok büyük boyutlara ulaşılabilir olduğu anlaşılan Twitter zamanla toplumsal hareketlerin de organize edildiği ve tüm tartışmaların yürütüldüğü bir platform haline gelmiştir.

Arap baharı olayları esnasında, kullanıcılar Twitter üzerinden organize olmuş ve meydanları doldurmuşlardı. Birlikte hareket etmenin gücü ve organize duruş ile yönetimler ele geçirilmiş ve kalkışma hareketleri baş göstermişti. Bütün bu olanlar özünde Twitter'ın ne denli etkili bir araç olduğunun göstergelerinden biridir. Twitter'ın son yıllarda geleneksel medya ile olan ilişkisinin de artması ve çok daha fazla yankı uyandıran bir platform olması sebebiyle, toplumsal görüşlerden devletlerin yönetim politikalarına kadar çok geniş bir yelpazede etki alanına sahip olması son derece önemlidir. Bu güç beraberinde Twitter'ın kamusal alan oluşturmada medyada ne kadarlık bir paya sahip olduğunun tartışmalarını da getirmektedir.

2.2. Türkiye'de Twitter Kullanımı

İletişim araçlarının ve internet teknolojilerin her geçen gelişim göstermesi ile birlikte bireylerin sosyal medya mecralarına karşı olan ilgileri de her geçen artış göstermektedir. Günümüzde insanlar kişisel işlerinin pek çoğunu akıllı telefon ve

tabletleri ile yapmakta ve vakitlerinin çok büyük bir bölümünü de sosyal medya hesaplarında geçirmektedirler. Türkiye'nin sosyal medya kullanım oranı da, Dünya'da hatırı sayılır bir yere sahiptir.

Yapılan son araştırmalarda ülkemizde kişilerin ayda ortalama 50 saatlerini sosyal medya platformlarında geçirdikleri açıklanmış bu oranda internet teknolojilerinin Türkiye'de ne kadar yaygın bir hale geldiğini bizlere göstermiştir. Öte yandan yapılan incelemeler doğrultusunda ülkemizde en popüler sosyal medya platformunun 37 milyon kullanıcısı ile Facebook olduğu ve ikinci sırada ise 11,8 milyon aktif kullanıcı ile onu Twitter'ın takip ettiği gözlemlenmiştir. Türkiye, Twitter'daki kullanıcı sayısı ile Avrupa'da ikinci sırada yer alırken Dünya sıralamasında da altıncı sırada bulunmaktadır. Hem Türkiye'de hem de Dünyada, Twitter kullanıcı sayısı her sene ortalama yüzde 18'lik bir artış göstermektedir.

İnternet ve sosyal medya platformları üzerinde araştırmalar yapan Monitera sitesine göre, ülkemizde bir günde ortalama 8 milyon tweet atılmaktadır. (Monitera,2020) Ve bu rakam bizlere saniyede ortalama 92 adet tweet atıldığını göstermektedir. Her yıl, bir önceki yıla kıyasla yüzde 370 oranında tweet artışı gözlemlenmektedir.

2.2.1. Türkiye'de Twitter'a Erişimin Engellenmesi

Türkiye'de, haberleşme yolu ile yapılan iletişimin içeriklerini kontrol etmekle yükümlü olan Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı (TİB), Türkiye Cumhuriyeti mahkemeleri kararıyla 20 Mart 2014 tarihinde twitter'a erişimi engellemiş ve bir başka deyiş ile "twitter'a yasak" gelmiştir. (Johnson, 2020)

İstanbul Anadolu 5. Sulh Ceza Mahkemesi'nin 204/181 sayılı kanunu gereğince alınan kararı ile ilgili olarak açıklama yapmış olan Başbakanlık Basın Müşavirliğı, "Mahkeme kararlarını umursamama, hukukun gereğini yerine getirmeme biçimindeki bu

tutumunda bir değişiklik gözlenmemesi halinde, vatandaşlarımızın mağduriyetini gidermek için teknik olarak, Twitter'a erişimin engellenmesinden başka bir çare kalmamıştır" ifadesini kullanmıştır. (Milliyet, 2014)

Alınan karar doğrultusunda Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı Twitter'a erişimi engellemiş olsa da, herhangi bir uluslararası vekil sunucu ya da anonim kullanımı sağlayan web siteleri kullanılarak siteye bağlantı sağlanabilmektedir. Bu süre içerisinde yasağa ilişkin olarak Twitter; "Türkiye'deki servise girişin yeniden sağlanacağını umut ediyoruz." açıklamasını yapmıştır.

Twitter'ın tekrar açılmasıyla ilgili olarak bilim teknoloji ve sanayi bakanı Fikri Işık "Twitter hukuki temsilci edinir ve bireysel hesapları bloke etmeyi kabul ederse twitter krizi çözülebilir" ifadesi kullanmıştır. Erişimin engellenmesinin tamamen siyasi değil hukuki olduğunu belirten Işık, twitter'da kişilik haklarına, özel yaşamın ihlaline yönelik mahkemelerin verdiği kararların uygulanmasına yönelik olarak; "Twitter'ın Türkiye'de herhangi bir muhatapı yok. Dolayısıyla Twitter'dan ısrarla istenen "buraya bir hukuki muhatap koyun ve herhangi bir mahkemenin verdiği kararı uygulayacak bir muhatap bulalım". Bu muhatap bulunsaydı ve mahkemelerin bireysel olarak verdiği erişimi engelleme kararını Twitter sadece o kişinin hesabını engellemeyi yapmış olsaydı, öyle genel bir engellemeye gidilmeyecekti. Yani bizim beklediğimiz Twitter'dan Türk hukuk sistemine saygıdır. Bunun dışında amaç yok. Esas olan özgürlüktür. Şu anda da bildiğim kadarıyla Twitter yetkilileriyle görüşmeler devam ediyor. Bir muhatap oluşturulursa hemen erişime açılacak." ifadelerini kullanmıştır. (Radikal, 2014)

Erişimle ilgili olarak Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun basın açıklaması ise şu şekildedir;

"Vatandaşlarımızın şikayetleri üzerine, Twitter'da kişilik haklarının ve özel hayatın gizliliğinin ihlali nedeniyle Türkiye Cumhuriyeti mahkemelerince erişimi

engelleme kararları verilmiştir. Bu kararlar, Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'na ulaşmış ve Başkanlığımız tarafından içeriğin çıkarılması Twitter'dan istenmiştir. Ancak, mahkeme kararlarının uygulanması hususunda tüm iyi niyet çabalarımıza karşılık Twitter bu kararlara duyarsız kalmış ve mahkeme kararlarını tanımamıştır. Yurtdışı merkezli söz konusu internet sitesi Türkiye Cumhuriyeti mahkemelerinin vermiş olduğu kararları yok saymıştır. Bu nedenle, vatandaşlarımızın ileride telafisi mümkün olmayacak mağduriyetlerinin önlenmesi için başka bir seçenek kalmadığından mahkeme kararları doğrultusunda Twitter'a erişimin engellenmesi tedbiri uygulanmıştır. Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı, hukuk devleti ilkesi çerçevesinde mahkeme kararlarını uygulamakla yükümlüdür. Yurt dışı merkezli söz konusu internet sitesi, Türk mahkemelerinin kararlarına uyarak hukuka aykırı içerikleri çıkardığı takdirde, tedbir amaçlı uygulanan erişimin engellenmesine son verilecektir.” (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 2014)

Twitter'a erişim yasağı getirilmesinin ardından dönemin Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, varolan yasağı aşarak twitter hesabı üzerinden erişim yasağı ile ilgili olarak 5 adet tweet atmış ve "Umarım bu uygulama uzun sürmez. Kişilerin özel hayatının gizliliğini ihlal gibi suç oluşturan hususlar varsa, ancak mahkeme kararıyla sadece ilgili sayfalar kapatılabilir. Kullanılan platformlara erişimin topyekûn engellenmesi teknik olarak zaten mümkün değil. Ayrıca, daha önce defalarca belirttiğim gibi iletişim teknolojilerinin bugün ulaştığı noktada Twitter gibi bütün dünyada. Sosyal medya platformlarının tamamen kapatılması tasvip edilemez" demiştir. (BBC, 2014)

Türkiye'de Twitter'a erişimin engellenmesi uluslararası düzeyde de yankılar uyandırmıştır. Avrupa Parlamentosu Başkanı Martin Schulz, şahsi resmi hesabından 5 ayrı dilde yayınlamış olduğu tweetlerinde Türkiye'de ki erişim yasağından duydukları endişeleri dile getirmiştir. Amerika Birleşik Devletleri, Dışişleri Bakanlığı'nın yapmış olduğu yazılı açıklamada da “Endişeliyiz” ifadesi kullanılmış ve sözcü Jen Psaki yasak için “Kaygılarımızı olaylar geliştikçe Türkiye ile paylaşıyoruz ve bunları dile getiriyoruz” demiştir. (Hürriyet, 2014)

2.3. Twitter ve Kamusal Alan Tartışmaları

Gelişen ve değişen iletişim ve medya yapısı ile birlikte son 30 yıl içerisinde hayatımıza girmiş olan internet teknolojisi hızla yayılmaya devam etmektedir. İnternetin sadece teknolojik olarak değil toplumsal dönüşüm içinde en önemli araçlardan biri haline gelmiş olması diğer kitle iletişim araçları içerisinde interneti çok kritik bir kimliğe bürümüştür.

Negroponte tarafından "Bilgi ve enformasyonun aktarılmasında geleneksel iletişim teknolojilerinin sunduğu ölçek ve hız sorununu aşarak, isteyen herkesin istediği bilgiye ulaşmasını sağlayacak olan bir araç olarak tanımlanan internet, " insanların kendi içeriklerini üretebilecekleri ortamlara da zemin hazırlamıştır. (Negroponte 1995).

Bu sayede bireyler internetin getirmiş olduğu kolaylıklar sayesinde bilgi ve habere en kısa sürede ulaşma ve yorum yapabilme imkanına sahip olmuşlardır. Kişilerin fikirlerini özgürce paylaşabildiği bu ortam kanaatlerin ve akabinde kamusal alanın oluşumunda büyük rol oynamaktadır.

İletişim dünyasında ki gelişmeler ve internetin yaygın hale gelmesi ile birlikte düşünce paylaşımının çok daha kolay hale gelmiş olmasını, demokratik ortamın ve kamusal alanın tahribatı açısından tehdit olarak görenler de vardır.

Demokrasi açısından bakıldığında sosyal medya platformlarının diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla daha denetimsiz oluşu gerek hükümet gerekse şahsi gruplar tarafından tekelleşmeye giremeyen yapısı yukarıda bahsedilen kaygıların ana düşünceleridir.

Bu kaygılara sebep olan nedenler özetlenecek olursa, sosyal medya platformlarının geleneksel medya gibi yayın ilkeleri üzerinden paylaşım yapmıyor oluşu,

devamlı değişkenlik ve gelişme gösteren yapıları ve paylaşım içeriklerinin herhangi bir otorite tarafından denetlenmiyor oluşu gibi özellikler sayılabilir.

Yeni medya platformlarına müspet bakan önemli isimlerden ikisi Harold Innis ve Marshall McLuhan'dır. İletişim bilminde pek çok çalışması bulunan McLuhan, ilerleyen iletişim teknolojilerinin devlet otoritelerini geliştireceği yönünde açıklamalar yapmıştır. Yine aynı şekilde iletişim alanında ki büyük çalışmaları ile bilinen Harold Innis, demokrasinin ve hür ifade özgürlüğünün, sahiplik yapısı içerisinde olmayan platformlar üzerinden yapılacağına dikkat çekmiştir.

Bu çalışmaların karşıtı düşüncelere sahip kişiler ise, geleneksel medyanın hali hazırda bağımsızlığını sağlamış olduğunu, objektif yayın ilkeleri ile demokrasiyle geleneksel medya ile de katkı sağlanabildiğini savunmaktadırlar. (Timisi 2003: 14).

Bu eleştirel düşünce akımını destekleyen çalışmalarıyla Jürgen Habermas'ı da eklemek gerekir. "Habermas demokratik bir iletişim biçiminin oluşturucu öğelerini kamusal alan tartışması çerçevesinde açıklarken, aynı zamanda da iletişim araçlarının siyasi ve ticari iktidarın alanı içinde kamusal alanı nasıl ortadan kaldıran bir işlev yüklendiğini açıklamaktadır." (Timisi 2003: 15).

Habermas, kökeni 1600'lü yıllara dayanan kitle iletişim araçlarında sürekli gözlemlenen teknolojik gelişmelerin kamusal alan açısından tehdit oluşturduğunu ileri sürer. Ona göre, sahiplik yapısı ve ticari yanı gelişmiş olan kitle iletişim araçları, bireylerin düşüncelerini açıklaması ve kanaat oluşumunda yönlendiri bir hal almaya başlamıştır.

Konu ile ilgili çalışmalar genel hatları ile değerlendirildiğinde, kitle iletişim araçlarındaki teknolojik yenilikler bir grup için, demokratik düzenin oluşumuna katkı sağlamaktayken karşıt grup için bu durumun tam tersidir. Ancak Habermas'ın

çalışmaları döneminde kitle iletişim araçları sadece haber alışverişini sağlıyorken bugün günümüzde sosyal medya platformlarının, özellikle Twitter kişilerin kendi aralarında da iletişim kurabildiği, kanaat oluşumunun sağlanabildiği ve fikirlerin rahatça yayılabildiği bir ortamdır.

2.4. Twitter ve Kanaat Oluşumu

Sosyal medya mecralarının ve özellikle çalışmamıza konu olan Twitter'ın, kamusal alan ve kanaat oluşumunda ne derece önemli bir yere sahip olduğunun üzerinde durulması gerekmektedir.

Daha öncede bahsedildiği üzere, kanaatlerin oluşması için gerekli olan sadece bireylerin ayrı ayrı duran salt olarak düşünce ve tutumları değil, karşılıklı etkileşim neticesinde ortak akıl ve kolektif bir biçimde oluşturulmuş olmasıdır. Bu etkileşim durumunu son dönemde iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerle birlikte dünyada ve Türkiye'de internet ve beraberinde getirmiş olduğu Twitter başta olmak üzere sosyal paylaşım ağlarında görmekteyiz. Tüm bunlar kanaatlerin oluşmasında ve dolaşıma girmesinde son derece önemli mecralar haline gelmiş bulunmaktadır.

Sosyal medya ağlarını, kamusal alan oluşturma özelinde bu denli önemli kılan durum, geleneksel medyadan farklı olarak içerik üretebilme imkânı verebiliyor oluşudur. Yeni medyanın kişilere aktif olarak katılım ve özgürlük sağlıyor oluşu geleneksel medyanın denetim içerisinde ve kısıtlı özelliğine karşın bir alternatif oluşturmaktadır. (Rasmussen, 2008). Özellikle Rasmussen geleneksel medyadaki kısıtlayıcı özelliklere değinirken sahiplik yapısından kaynaklanan tekelleşme ve tek sesliliğe dikkat çeker.

Bireyler başta Twitter olmak üzere pek çok sosyal medya platformunda oluşturulmuş olan kanaatleri okumakla yetinmeyip ilgilendikleri konular ile ilgili yorum yapabilme özgürlüğüne sahip olmuşlardır. Bu sayede farklı fikirlerin ortaya çıkışı ve var olanların da eleştirilebilme imkânı doğmuştur. Miskinov, yeni medya ile gelen bu

gelişmelerin, bireyleri medya karşısında edilgen rolden çıkartarak etken bir hale getirdiğini söylemektedir. (Miskinov 2010: 64) Ona göre bu süreç siyasi otoritenin ve bireylerin arasındaki mesafeyi yeniden tanımlayan ve gelişime son derece yatkın bir akımın işaretidir.

Teknolojik gelişmeler neticesinde, günümüzde geline noktada kişiler artık kanaat ve kamusal alan oluşumunun bir aktör olmuş ve özgürce fikirlerini ifade edebilir hale gelmişlerdir.

2.5. Geleneksel Medya ve Twitter Karşılaştırması

Geleneksel medya olarak tanımladığımız radyo, televizyon gazete gibi kitle iletişim araçları, internet ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişim ve dönüşüm ile birlikte eksenini değiştirmiş olduğu bir gerçektir.

Bu eksen değişikliği bir yer değiştirme ilişkisi mi yoksa birbirini etkileme mi olduğu soruları son derece önemlidir. Geleneksel medya artık sosyal medyadan beslenmektedir denilse de bunun tam tersini de söylememiz gerekir. Geline son noktada birbirleriyle etkileşim halinde olan iki mecradan bahsedilmektedir. Günümüzde internet ve özellikle sosyal medya ile birlikte başlayan bu dönüşüm kitle iletişim araçlarını da etkilemektedir.

280 karakterden öteye gidememesi nedeniyle pek çok kişi tarafından eleştirilen Twitter, kullanıcı tabanlı oluşturulan içeriğinde her ne kadar dezenformasyonlar olsa da geleneksel medyadan çok daha hızlı büyümektedir. Geleneksel medya çağında önce radyo sonra televizyon politik tartışma ve mücadelenin biçimini de temelden değiştirmiştir. Radyo politik figürlerin seslerini evin mahremiyetine taşıırken, ardından gelen televizyon o politik figürlerin görüntülerini evin mahremiyetine sokmuştur. Böylece sestem imaj tabanlı bir iletişime geçilerek imaj tabanlı yeni bir medya oluşmuştur. İmaj tabanlı medyanın politik aday ve konuların çerçevesini çizmekte ve

bunları göstermekte aşırı bir güç haline gelmesi ile birlikte medya, temelli politikanın da ana öncüsü konumuna gelmiştir. İnternetin yaygınlaşması ile birlikte ise, demokrasi için yeni meydan okumalar, yeni krizler, yeni iletişim biçimleri ortaya çıkmaktadır.

Twitter'ın geleneksel medya gibi tek bir merkezden yönetilmek ya da doğru, tarafsız haber vermek gibi bir misyonla kurgulanmaması bu iki medyayı birbirinden bir çok açıdan farklı kılmaktadır. Twitter'ın aktif katılımcı bir yapısının olması, insanların birbirlerinin fikir ve düşüncelerine karşı etkileşimde bulunabilmeleri ve diğer geleneksel medyada olmayan anlık olarak gündeminin çok hızlı bir akış içerisinde hatta kontrol dahi edilemeden ilerlemesi bu mecraanın ne kadar güçlü bir mecra olduğunu göstermektedir. Tüm bu özellikler sayesinde kendi gündemini kendisinin oluşturması ve "Trend Topic" (TT) olarak da bilinen ve tüm kullanıcıların gerek kendi ülkelerinde gerekse dünyanın herhangi bir ülkesindeki en önemli gündem maddelerini ve en çok konuşulan ve hakkında tweet atılan konulara erişebilip yorum yapabiliyor oluşları da Twitter'ın en çarpıcı ve güçlü özellikleri olarak sıralanabilir.

Öte yandan geleneksel medya tek bir noktadan birçok alıcıya giden doğrusal bir ileti modeline sahiptir. Ayrıca geleneksel medya ekonomik açıdan çok uluslu kurumlar ya da tecimsel model ile devlet tarafından kontrol edilmektedir. Bu sebeple geleneksel medya da yönetim kadrosu, reklam verenler, elitler büyük ölçüde hak sahibi konumunda, yayınları yönlendirebilmektedir. Bu sebeple geleneksel medyada tam bir bağımsızlıktan bahsetmemiz mümkün olmayacaktır. Buna karşı Twitter başta olmak üzere sosyal medya çok sayıda kişiyle çok sayıda kişi arasında iletişim kurmayı mümkün kılmaktadır. Yani her kullanıcı Twitter'ı kullanarak kendi görüşlerini birçok kişiye iletebilme olanağına sahiptir.

Kullanıcıların Twitter mesajlarına veya içeriklere gerçek zamanla ulaşmasının yanı sıra içerikler saklanabilir, erişilebilir ve gelecek zamanda yeniden dolaşıma sokulabilmektedirler. Dolayısıyla sosyal medya ve Twitter esnek olmasının yanında demokratik iletişim ve katılımın yeni biçimlerini olanaklı hale getirir. Twitter'ın ve

beraberindeki sosyal medya mecralarının geleneksel olarak nitelendirebileceğimiz ana akım medyadan en önemli farkı; etkileşimli ve içerik üretebilme durumudur.

2.5.1. Twitter: Alternatif Medya

Yeni teknolojinin ve demokrasinin savunucuları, yeni iletişim teknolojilerinin ana akım medya ve politikadan dışlanmış grup ve bireylere, olağan politik tartışma spektrumunda yer almayan fikirleri yayma ve genellikle muhalif fikir ve gruplara kapalı tutulan tartışma ve diyaloglara katılma olanağı veren araçlar sunduğunu öne sürmektedirler. (Özbek 2010: 715). İletişim teknolojileri gelişmesi ile birlikte alternatif grupların kendilerini ifade edebilecekleri alanlar artmaktadır.

Bu açıdan bakıldığında günümüzde geleneksel olarak nitelendirdiğimiz medyanın radikal ve muhalif düşünce ve fikirleri dışladığını, gündeme getirdiğinde ise içeriğini belirli bir çerçeve içerisine yerleştirerek yansıttığını söylememiz yanlış olmayacaktır. Geleneksel medyanın bu tutumu, Twitter başta olmak üzere sosyal medyayı alternatif bir medya haline getirmektedir. Herhangi bir mesele çevresinde geleneksel medyada seslerini, fikirlerini, düşüncelerini yeterince duyuramayan bireyler yahut toplulukların Twitter' ı kullanarak seslerini rahatça duyurabildiği gözlemlenmektedir. Geleneksel medyada ya çok az ya da hiç yer alamayan marjinal topluluklar gerek örgütlü bir şekilde gerekse tek tek bireyler olarak twitter ve diğer sosyal mecralarda kendilerini ifade edebilmektedirler.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN UYGULANMASI, BULGULAR VE TARTIŞMA: KADINA ŞİDDET KONUSUNUN TWITTER'DA YARATMIŞ OLDUĞU ETKİ VE KANAAT OLUŞUMU

2019 yılı içerisinde Türkiye’de işlenen kadın cinayeti sayısı 474 olarak kaydedilmiş ve bir önceki yıla kıyasla yüzde 7.7 oranında artış olduğu saptanmıştır. Ülke gündemini yoğun bir şekilde meşgul eden “Kadına Şiddet” konusu yıl boyunca Twitter’da en çok konuşulan, yorum yapılan, tartışılan konuların başında gelmektedir. Bu bölümde sosyal medya üzerinden yapılan anket çalışması ile Twitter’ın “Kadına Şiddet” konusu hakkında, kamusal alan ve kanaat oluşumundaki etkisi saptanmaya çalışılmıştır.

3.1. Araştırmanın Problemi

Gelişen ve değişen iletişim teknolojisi ve küreselleşmenin dünya üzerinde gelmiş olduğu nokta ile birlikte kitle iletişim araçları eski önemini yitirmeye başlarken yerini internet ve onun uzantısı olarak da sosyal medya almaktadır. Bireylerin çok daha kolay bir şekilde erişebildiği bu yeni platformların getirmiş olduğu özgür, katılımcı, bireysel ve etkili olabilme özellikleri toplumda yeni bir sosyal kimlik inşası başlatmıştır. Çalışmamızın ana konusu ve problemi de oluşan bu yeni sosyal alanın sanal ancak öte yandan da demokratik bir kamusal alan yaratıp yaratmadığını Twitter özelinde bulmaya çalışmak olacaktır. Diğer sosyal medya platformlarından teknik ve rol olarak da ayrılan Twitter’ın tıpkı diğer muadilleri gibi sadece bilgi alışverişi ve eğlence amaçlı mı kullanıldığı yoksa çok eski dönemlerden beri var olan kamusal alan ve kanaat oluşumu kavramlarına ev sahipliği mi yaptığı sorularına cevap aranmaya çalışılacaktır.

3.2. Araştırmanın Amaç ve Önemi

Bu araştırmanın amacı değişen medya yapısı ile birlikte hayatımıza giren sosyal medya platformlarından Twitter'ın, kamusal alan ve kanaat oluşumu konularından ne derece rol aldığını saptamaktır. Demokratik bir toplumsal düzenin en önemli araçlarından biri haline gelen sosyal medyada kamusal alanın hangi sınırlar ile oluştuğu ve kanaat oluşumunun mümkün olup olmadığı soruları son derece önemli konular haline gelmiştir. Bu çalışmada, internet özelinde demokratik toplumsal düzene katkı sağladığı varsayılan sosyal medya platformlarından, en fazla kullanıcıya sahip olanlardan biri olan Twitter'ın, bu söz konusu desteğe katkı sağlayıp sağlamadığı incelenecektir.

Araştırmanın önemi bir başka deyişle şu şekilde de açıklanabilir; Habermas'ın temsili olarak bahsetmiş olduğu 15. ve 16. yüzyıl “saray kamusalılığı”, hemen ardından Avrupa’da doğan burjuvazinin bir ürünü olarak “burjuva kamusal yapısı”, daha sonraları meydan ve kafelere inen ve daha toplumsal bir hal alan “meydan kamusalılığı”, 20. yüzyıl itibariyle devlet otoritesinin tekeline geçmiş olan “kamu” tanımı bugün yepyeni bir mecra ile tanışmakta ve belki de geçmişte olduğu gibi form değiştirerek yeni bir anlayışa doğru yol almaktadır. Değişimin ivme kazanmış olduğu bu dönemde özellikle fikirlerin paylaşıldığı bir platform olarak Twitter, kamusal alanın yeni ev sahipliğini yapıp yapmadığı sorusu çalışmamızın odak noktasıdır.

3.3. Araştırmanın Sınırları

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak üç bölümden oluşan bir anket çalışması yapılmıştır. Anketin en başında katılımcılara yöneltilen soru ile Twitter kullanıcısı olup olmadıkları sorulmuş ve çalışma Twitter'ı aktif olarak kullanan kullanıcılar ile devam ettirilmiştir. Dolayısıyla söz konusu çalışmadan çıkan analizler diğer sosyal medya mecraları ile bağdaştırmak mümkün değildir. Öte yandan tamamen dijital ortamda gerçekleştirilmiş olan anket çalışması gönüllülük esasına dayalı olarak yürütülmüş ve bilimsel çalışmaya duyarlı, sosyal medya mecralarına hâkim bir kitle hedeflenmiştir.

Ankete katılım öncesinde katılımcılardan hiçbir şahsi bilginin istenmeyeceği ve verilen cevapların üçüncü şahıslarla paylaşılmayacağı bilgisi verilmiş olmasına rağmen katılımcıların görüşleri etik kaygılar ve oto sansür unsurları içerebilir. Bu çalışma, ankete katılmış olan 651 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonrası çıkarılan sonuçlar Twitter kullanıcılarının kamusal alan ve kanaat oluşumundaki rollerini saptamak amacıyla kullanılmaktadır. Elde edilen sonuçlar diğer sosyal medya platformları ile bağdaştırılmaz.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

3.4.1. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak üç bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. Veri toplama aracının ilk bölümünde katılımcıların cinsiyet, yaş, öğrenim düzeyi, medeni durum bilgilerinden oluşan kişisel bilgi formu yer almaktadır.

Veri toplama aracının ikinci bölümünde gündemi meşgul eden konuları takip ettiği medya türü, düşünce ve fikirlerini sosyal medyadan rahatça ifade edebilme, kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyanın önemi, Twitter hesabı, kullanım sıklığı, kullanım amacı, gündemi meşgul eden haberlerin Twitter’da yeterince yer alması, Twitter yorumlarının fikrini değiştirebilmesi, 2019 yılında Twitter üzerinde kadına yönelik şiddet konusunda paylaşım yapma durumu, gündemle ilgili fikir yorum paylaşmak istediğinde hangi sosyal medya platformunu tercih ettiği, Twitter üzerinde kadına yönelik şiddet paylaşımlarının toplum üzerinde etki yarattığı inancı, Twitter üzerinden yapılan paylaşımların siyasi otorite tarafından dikkate alındığı düşüncesi sorularından oluşan sosyal medya kullanımına ilişkin bilgi formu yer almaktadır.

Anket formunun üçüncü bölümünde Özyürek ve Kurnaz (2019) tarafından geliştirilen ve güvenilirlik-geçerlik çalışmaları yapılan “Kadına Yönelik Şiddet Farkındalığı Ölçeği” yer almaktadır. Ölçekte üçlü likert tipinde (1: katılmıyorum, 2:

kısmen katılıyorum, 3: kesinlikle katılıyorum) 20 madde ve her biri 5 maddeden oluşan 4 boyut (kadına yönelik şiddetin tanımlanması, sonuçları, kabullenilmesi, normalleştirilmesi) bulunmaktadır. Kadına yönelik şiddetin kabullenilmesi ve normalleştirilmesi boyutlarındaki 10 madde ölçeğin toplam puanı alınırken ters kodlanmaktadır. Bu şekilde ölçek genelinde 20 ile 60 aralığında elde edilen yüksek puan kadına yönelik şiddet farkındalığının yüksek düzeyde olduğunu ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,81; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları sırasıyla 0,82 / 0,72 / 0,72 / 0,71 olarak tespit edilmiştir.

Anket çalışmasında katılımcılara sorulan sorular şu şekildedir;

- Cinsiyetiniz?
- Gündemi meşgul eden konuları hangi medya türünden takip etmeyi tercih edersiniz?
- Düşünce ve fikirlerinizi sosyal medya üzerinden rahatça ifade edebildiğinizi düşünüyor musunuz?
- Kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyanın ne derece önemli olduğunu düşünüyorsunuz?
- Twitter hesabınız var mı?
- Twitter'ı kullanma sıklığınız?
- Twitter'ı kullanma amacınız?
- Gündemi meşgul eden haberlerin Twitter'da yeterince yer aldığını düşünüyor musunuz?
- Gündemi meşgul eden haberler hakkında Twitter'da yapılan yorumlar fikrinizi değiştirebilir mi?
- 2019 yılında Twitter'da en çok konuşulan konulardan biri olan "Kadına Şiddet" hakkında herhangi bir paylaşım yaptınız mı?
- Gündemle ilgili fikir/yorum paylaşmak istediğinizde öncelikle hangi sosyal medya platformundan yapmayı tercih edersiniz?

- Twitter üzerinden yapılan “Kadına Şiddet” paylaşımlarının toplum üzerinde etki yarattığına inanıyor musunuz?
- Twitter üzerinden yapılan paylaşımların siyasi otoriteler tarafından dikkate alındığını düşünüyor musunuz?

Bu sorular dışında katılımcılara kadına yönelik şiddet farkındalığının sosyal medya kullanım durumlarına göre saptanabilmesi için şiddet tanımı üzerinden sorular yöneltilmiştir.

3.4.2. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS 21.0 programı kullanılmıştır. Katılımcıların demografik bilgileri ve sosyal medya kullanımına ilişkin bilgileri frekans ve yüzde tablolarında gösterilmiştir. Ölçek puanlarının normallik sınavında çarpıklık katsayısı (skewness) kullanılmıştır. Sürekli bir değişkenden elde edilen puanların normal dağılım özelliğinde kullanılan çarpıklık katsayısının (skewness) ± 1 sınırları içinde kalması puanların normal dağılımdan önemli bir sapma göstermediği şeklinde yorumlanabilir. Puanlar normal dağılım göstermediğinde non-parametrik testler uygulanabilir (Büyüköztürk, 2011). Ölçeğin toplam ve alt boyut puanlarının normal dağılım göstermediği tespit edildiğinden puanların cinsiyet, medeni durum, gündemi meşgul eden konuları takip ettiği medya türü, Twitter hesabının olması, gündemi meşgul eden haberlerin Twitter’da yeterince yer alması, 2019 yılında Twitter üzerinde kadına yönelik şiddet konusunda paylaşım yapma durumu, değişkenlerine göre karşılaştırılmasında Mann Whitney U testinden; yaş grupları, öğrenim düzeyi, Twitter hesabı kullanım sıklığı, gündemle ilgili fikir yorum paylaşmak istediğinde hangi sosyal medya platformunu tercih ettiği değişkenlerine göre karşılaştırılmasında Kruskal Wallis H testinden yararlanılmıştır. Kruskal Wallis H testinde anlamlı farklılık görüldüğünde farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla ikili karşılaştırmalarda Mann Whitney U testinden yararlanılmıştır. Düşünce ve fikirlerini sosyal medyadan

rahatça ifade edebilme, kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyanın önemi, Twitter yorumlarının fikrini değiştirebilmesi, Twitter üzerinde kadına yönelik şiddet paylaşımlarının toplum üzerinde etki yarattığı inancı, Twitter üzerinden yapılan paylaşımların siyasi otorite tarafından dikkate alındığı düşüncesi ile kadına yönelik şiddet farkındalığı arasındaki ilişkinin analizinde Spearman's Rho korelasyon testinden yararlanılmıştır. Analizlerde güven aralığı %95 ($p<0,05$) olarak belirlenmiştir.

3.5. Bulgular

3.5.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine İlişkin Tanımsal Bulgular

Tablo 3.1'de katılımcıların demografik özelliklerine göre frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Demografik Değişken	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Kadın	519	79,7
	Erkek	132	20,3
Yaş (31,61±8,32)	15-25 yaş	166	25,5
	26-35 yaş	299	45,9
	36-45 yaş	143	22,0
	46 yaş üstü	43	6,6
Medeni durum	Evli	325	49,9
	Bekar	326	50,1
Öğrenim düzeyi	İlköğretim	72	11,1
	Lise	203	31,2
	Üniversite	329	50,5
	Lisansüstü	47	7,2

Araştırmaya katılan 651 sosyal medya kullanıcısının %79,7'si kadın, %20,3'ü erkektir. Katılımcıların yaş ortalaması 31,61±8,32 olarak tespit edilmiş olup %25,5'i 15-25 yaş, %45,9'u 26-35 yaş, %22'si 36-45 yaş, %6,6'sı 46 yaş ve üstüdür. Katılımcıların %49,9'u evli, %50,1'i bekarıdır. Katılımcıların %11,1'i ilköğretim, %31,2'si lise, %50,5'i üniversite, %7,2'si lisansüstü düzeyde öğrenim görmüştür. Katılımcıların %32,8'inin aylık kişisel geliri 1000TL ve altı, %21,5'inin 1000-2000TL, %26'sının

2000-3000TL, %19,8'inin 3000TL ve üstüdür. Katılımcıların %24,3'ünün hane halkı aylık toplam geliri 3000TL ve altı, %27,7'sinin 3000-4500TL, %48'inin 4500TL ve üstüdür.

3.5.2. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Tanımsal Bulgular

Tablo 3.2'de gündemi meşgul eden konuları takip etmek için tercih edilen medya türünün frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.2: Gündemi Meşgul Eden Konuları Takip Etmek İçin Tercih Edilen Medya Türünün Dağılımı

Gündemi meşgul eden konuları hangi medya türünden takip etmeyi tercih edersiniz?	n	%
Geleneksel Medya (Televizyon, Gazete, Dergi, İnternet...)	193	29,6
Sosyal Medya (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube ...)	458	70,4

Katılımcıların %29,6'sı gündemi meşgul eden konuları geleneksel medyadan, %70,4'ü sosyal medyadan takip etmektedir.

Tablo 3.3'te düşünce ve fikirlerini sosyal medya üzerinden rahatça ifade edebilme durumunun frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.3: Düşünce ve Fikirlerini Sosyal Medya Üzerinden Rahatça İfade Edebilme Durumunun Dağılımı

Düşünce ve fikirlerinizi sosyal medya üzerinden rahatça ifade edebildiğinizi düşünüyor musunuz?	n	%
Hiçbir zaman	78	12,0
Nadiren	155	23,8
Bazen	236	36,3
Sıklıkla	102	15,7
Her zaman	80	12,3

Katılımcıların %12'si hiçbir zaman düşünce ve fikirlerini sosyal medya üzerinden rahatça edemediğini, %23,8'i nadiren ifade edebildiğini, %36,3'ü bazen, %15,7'si sıklıkla, %12,3'ü her zaman ifade edebildiğini belirtmiştir.

Tablo 3.4.'te kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyanın ne derece önemli olduğu düşüncesinin frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.4: Kadına Yönelik Şiddete Duyarlılığın Artırılmasında Sosyal Medyanın Ne Derece Önemli Olduğu Düşüncesinin Dağılımı

Kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyanın ne derece önemli olduğunu düşünüyorsunuz?	n	%
Hiç önemli değil	4	0,6
Kısmen önemli	41	6,3
Kararsız	43	6,6
Önemli	184	28,3
Çok önemli	379	58,2

Katılımcıların %0,6'sı kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyanın hiç önemli olmadığını, %6,3'ü kısmen önemli olduğunu, %6,6'sı kararsız, %28,3'ü önemli, %58,2'si çok önemli olduğunu belirtmiştir.

Tablo 3.5.'te Twitter hesabı olma durumunun frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.5: Twitter Hesabı Olma Durumunun Dağılımı

Twitter hesabınız var mı?	n	%
Evet (halen var veya yakın zamanda kapattım)	386	59,3
Hayır (yok/ hiç açmadım)	265	40,7

Katılımcıların %59,3'ü Twitter hesabı açmış (%6,5'i yakın zamanda hesabını kapattım) veya askıya almıştır, %40,7'sinin Twitter hesabı bulunmamaktadır.

Tablo 3.6.'da Twitter hesabını kullanım sıklığının frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.6: Twitter Hesabını Kullanım Sıklığının Dağılımı

Twitter'ı kullanma sıklığınız?	n	Toplam İçinde	
		n	%
Yılda birkaç kez	56	8,6	14,5
Ayda birkaç kez	33	5,1	8,5
Birkaç günde bir/haftada bir	68	10,4	17,6
Gün içinde nadiren	119	18,3	30,8
Gün içinde sık sık	110	16,9	28,5
TOPLAM	386	59,3	100,0
Twitter hesabı yok	265	40,7	

Twitter kullanıcılarının %14,5'i Twitter'ı yılda birkaç kez, %8,5'i ayda birkaç kez, %17,6'sı birkaç günde bir/haftada bir, %17,6'sı gün içinde nadiren, %28,5i gün içinde sık sık Twitter kullanmaktadır.

Tablo 3.7.'de Twitter hesabını kullanım amacının frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.7: Twitter Hesabını Kullanım Amacının Dağılımı (N=621)

Twitter'ı kullanma amacınız?	f	%
Gündemi takip etme / haber alma	341	54,9
Gündeme ilişkin paylaşımda bulunma	91	14,7
Ünlüleri / siyasetçileri takip etme	112	18,0
Yeni çıkan ürünlerin tanıtımını inceleme	14	2,3
Sadece arkadaşlarım/yakınlarımla iletişimde bulunma	54	8,7
Diğer	9	1,4

Twitter'ın en sık kullanım amacı gündemi takip etme/haber alma (%54,9) olup diğer kullanım amaçları sırasıyla ünlüleri/siyasetçileri takip etme (%18), gündeme ilişkin paylaşımda bulunma (%14,7), sadece arkadaşları/yakınlarıyla iletişimde bulunma (%8,7), yeni çıkan ürünlerin tanıtımını inceleme (%2,3) ve diğer (%1,4) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.8.'de gündemi meşgul eden haberlerin Twitter'da yeterince yer aldığını düşüncesinin frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.8: Gündemi Meşgul Eden Haberlerin Twitter'da Yeterince Yer Aldığı Düşüncesinin Dağılımı

Gündemi meşgul eden haberlerin Twitter'da yeterince yer aldığını düşünüyor musunuz?	Toplam İçinde		Twitter Kullanıcıları İçinde	
	n	%	n	%
Evet	338	51,9	338	87,6
Hayır	48	7,4	48	12,4
Toplam	386	59,3	386	59,3
Twitter hesabı yok	265	40,7	265	40,7

Twitter kullanıcılarının %87,6'sı gündemi meşgul eden haberlerin Twitter'da yeterince yer aldığını düşünmektedir.

Tablo 3.9.'da gündemi meşgul eden haberler hakkında Twitter'da yapılan yorumların fikrini değiştirme durumunun frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.9: Gündemi Meşgul Eden Haberler Hakkında Twitter’da Yapılan Yorumların Fikrini Değiştirme Durumunun Dağılımı

Gündemi meşgul eden haberler hakkında Twitter’da yapılan yorumlar fikrinizi değiştirebilir mi?	Toplam İçinde		Twitter Kullanıcıları İçinde
	n	%	%
Hiçbir zaman	67	10,3	17,4
Nadiren	122	18,7	31,6
Bazen	161	24,7	41,7
Sıklıkla	29	4,5	7,5
Her zaman	7	1,1	1,8
TOPLAM	386	59,3	100,0
Twitter hesabı yok	265	40,7	

Twitter kullanıcılarının %17,4’ü gündemi meşgul eden haberler hakkında Twitter’da yapılan yorumların fikrini hiçbir zaman değiştirmeyeceğini, %31,6’sı nadiren değiştirebileceğini, %41,7’si bazen, %7,5’i sıklıkla, %1,8’i her zaman değiştireceğini belirtmiştir.

Tablo 3.10.’da 2019 yılında Twitter’da en çok konuşulan konulardan biri olan "Kadına Şiddet" hakkında herhangi bir paylaşımda bulunma durumunun frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.10: Gündemi Meşgul Eden Haberler Hakkında Twitter’da Yapılan Yorumların Fikrini Değiştirme Durumunun Dağılımı

2019 yılında Twitter’da en çok konuşulan konulardan biri olan "Kadına Şiddet" hakkında herhangi bir paylaşım yaptınız mı?	Toplam İçinde		Twitter Kullanıcıları İçinde
	n	%	%
Evet	166	25,5	43,0
Hayır	220	33,8	57,0
TOPLAM	386	59,3	100,0
Twitter hesabı yok	265	40,7	

Twitter kullanıcılarının %43’ü 2019 yılında Twitter’da en çok konuşulan konulardan biri olan "Kadına Şiddet" hakkında herhangi bir paylaşımda bulunmuştur.

Tablo 3.11.'de gündemle ilgili fikir/yorum paylaşmak istendiğinde öncelikle tercih edilen sosyal medya platformunun frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.11: Gündemle İlgili Fikir/Yorum Paylaşmak İstendiğinde Öncelikle Tercih Edilen Sosyal Medya Platformunun Dağılımı

Gündemle ilgili fikir/yorum paylaşmak istediğinizde öncelikle hangi sosyal medya platformundan yapmayı tercih edersiniz?	n	Toplam	Twitter Kullanıcıları
		İçinde	İçinde
		%	%
Twitter	140	21,5	36,3
Instagram	213	32,7	55,2
Facebook	33	5,1	8,5
TOPLAM	386	59,3	100,0
Twitter hesabı yok	265	40,7	

Twitter kullanıcılarının %36,3'ü gündemle ilgili fikir/yorum paylaşmak istediğinde öncelikle Instagram'ı, %36,3'ü Twitter'ı, %8,5'i Facebook platformunu tercih etmektedir.

Tablo 3.12'de Twitter üzerinden yapılan "Kadına Şiddet" paylaşımlarının toplum üzerinde etki yarattığı düşüncesinin frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.12: Twitter Üzerinden Yapılan "Kadına Şiddet" Paylaşımlarının Toplum Üzerinde Etki Yarattığı Düşüncesinin Dağılımı

Twitter üzerinden yapılan "Kadına Şiddet" paylaşımlarının toplum üzerinde etki yarattığına inanıyor musunuz?	n	Toplam	Twitter Kullanıcıları
		İçinde	İçinde
		%	%
Hiç katılmıyorum	4	0,6	1,0
Katılmıyorum	20	3,1	5,2
Kararsızım	96	14,7	24,9
Katılıyorum	158	24,3	40,9
Kesinlikle katılıyorum	108	16,6	28,0
TOPLAM	386	59,3	100,0
Twitter hesabı yok	265	40,7	

Twitter kullanıcılarının %1'i Twitter üzerinden yapılan kadına şiddet paylaşımlarının toplum üzerinde etki yarattığı düşüncesine hiç katılmadığını, %5,2'si katılmadığını, %24,9'u kararsız olduğunu, %40,9'u katıldığını, %28'i kesinlikle katıldığını belirtmiştir.

Tablo 3.13.'te Twitter üzerinden yapılan paylaşımların siyasi otoriteler tarafından dikkate alındığı düşüncesinin frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3.13: Twitter Üzerinden Yapılan Paylaşımların Siyasi Otoriteler Tarafından Dikkate Alındığı Düşüncesinin Dağılımı

Twitter üzerinden yapılan paylaşımların siyasi otoriteler tarafından dikkate alındığını düşünüyor musunuz?	Toplam İçinde		Twitter Kullanıcıları İçinde
	n	%	%
Hiçbir zaman	18	2,8	4,7
Nadiren	55	8,4	14,2
Bazen	156	24,0	40,4
Sıklıkla	97	14,9	25,1
Her zaman	60	9,2	15,5
TOPLAM	386	59,3	100,0
Twitter hesabı yok	265	40,7	

Twitter kullanıcılarının %4,7'si Twitter üzerinden yapılan paylaşımların siyasi otoriteler tarafından hiçbir zaman dikkate alınmadığı görüşünde, %14,2'si siyasi otorite tarafından nadiren dikkate alındığı, %40,4'ü bazen, %25,1'i sıklıkla, %15,5'i her zaman dikkate alındığı görüşündedir.

3.5.3. Kadına Yönelik Şiddet Farkındalığına İlişkin Betimsel Bulgular

Tablo 14'te ölçek ve alt boyut puanlarına ait ortalama, standart sapma bilgilerinden oluşan betimsel istatistiklerine yer verilmiştir.

Tablo 3.14: Ölçek ve Alt Boyut Puanlarına Ait Betimsel İstatistikler

Alt Boyut	n	Min.	Maks.	\bar{X}	SS	Çarpıklık
Kadına Şiddetin Tanımlanması	651	5,00	15,00	14,29	1,58	-3,26
Kadına Şiddetin Sonuçları	651	5,00	15,00	14,61	1,06	-5,02
Kadına Şiddetin Kabullenilmesi	651	5,00	15,00	6,06	1,85	2,64
Kadına Şiddetin Normalleştirilmesi	651	5,00	15,00	5,55	1,31	4,39
KADINA YÖNELİK ŞİDDET FARKINDALIĞI	651	37,00	60,00	57,29	3,89	-2,56

Kadına yönelik şiddetin tanımlanması (14,29±1,58) ve sonuçları (14,61±1,06) puanları incelendiğinde yüksek düzeyde farkındalık olduğu görülmektedir. Kadına şiddetin kabullenilmesi (5,32±1,11) ve kadına şiddetin normalleştirilmesi (5,32±1,21)

puanlarının çok düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Kadına yönelik şiddet farkındalığı ölçek puanları ($57,29 \pm 3,89$) dikkate alındığında (ölçekten alınabilecek en yüksek puan 60) katılımcıların kadına yönelik şiddet farkındalığının yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

3.5.4. Kadına Yönelik Şiddet Farkındalığı Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 3.15.'te kadına yönelik şiddet ölçeği ve alt boyut puanlarının katılımcıların cinsiyetine göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.15: Ölçek Puanlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Değişken	Cinsiyet	n	\bar{X}	SS	Z	p
Kadına Şiddetin Tanımlanması	Kadın	519	14,37	1,48	-2,62	0,009
	Erkek	132	13,98	1,88		
Kadına Şiddetin Sonuçları	Kadın	519	14,66	0,92	-1,33	0,185
	Erkek	132	14,45	1,48		
Kadına Şiddetin Kabullenilmesi	Kadın	519	5,93	1,71	-3,02	0,003
	Erkek	132	6,55	2,25		
Kadına Şiddetin Normalleştirilmesi	Kadın	519	5,50	1,21	-0,78	0,432
	Erkek	132	5,75	1,65		
KADINA YÖNELİK ŞİDDET FARKINDALIĞI	Kadın	519	57,59	3,56	-3,25	0,001
	Erkek	132	56,13	4,83		

Kadına şiddetin tanımlanması ($Z=-2,62$; $p<0,05$), kabullenilmesi ($Z=-3,02$; $p<0,05$) alt boyut puanları ve kadına yönelik şiddet farkındalığı ($Z=-3,25$; $p<0,05$) puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Kadın katılımcıların kadına şiddetin tanımlanması ve kadına yönelik şiddet farkındalığı puanları, erkek katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Erkek katılımcıların kadına şiddetin kabullenilmesi puanları, kadın katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Kadına yönelik şiddetin sonuçları ve kadına şiddetin normalleştirilmesi puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 3.16’da kadına yönelik şiddet ölçeği ve alt boyut puanlarının katılımcıların yaş gruplarına göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.16: Ölçek Puanlarının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması

Değişken	Yaş Grupları	n	\bar{X}	SS	X^2	p	Anamlı Fark
Kadına Şiddetin Tanımlanması	A-15-25 yaş	166	14,27	1,55	0,75	0,861	
	B-26-35 yaş	299	14,27	1,67			
	C-36-45 yaş	143	14,31	1,56			
	D-46 yaş üstü	43	14,42	0,96			
Kadına Şiddetin Sonuçları	A-15-25 yaş	166	14,61	1,09	1,99	0,575	
	B-26-35 yaş	299	14,57	1,19			
	C-36-45 yaş	143	14,73	0,75			
	D-46 yaş üstü	43	14,58	0,85			
Kadına Şiddetin Kabullenilmesi	A-15-25 yaş	166	5,98	2,06	6,02	0,111	
	B-26-35 yaş	299	6,07	1,74			
	C-36-45 yaş	143	6,06	1,84			
	D-46 yaş üstü	43	6,28	1,75			
Kadına Şiddetin Normalleştirilmesi	A-15-25 yaş	166	5,73	1,51	8,32	0,040	A>B,C,D
	B-26-35 yaş	299	5,48	1,08			
	C-36-45 yaş	143	5,57	1,58			
	D-46 yaş üstü	43	5,37	0,90			
KADINA YÖNELİK ŞİDDET FARKINDALIĞI	A-15-25 yaş	166	57,17	4,16	0,96	0,812	
	B-26-35 yaş	299	57,29	3,83			
	C-36-45 yaş	143	57,41	3,95			
	D-46 yaş üstü	43	57,35	3,09			

Kadına şiddetin tanımlanması puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($X^2=8,32$; $p<0,05$). Farkın hangi gruplara arasında oluşunu belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma sonuçlarına göre 15-25 yaş grubu katılımcıların kadına şiddetin normalleştirilmesi puanları, 26 yaş ve üstü katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. 15-25 yaş grubu katılımcılar kadına yönelik şiddeti diğer yaş gruplarına göre daha fazla normal görmektedir.

Kadına yönelik şiddetin tanımlanması, sonuçları, kabullenilmesi ve kadına yönelik şiddet farkındalığı puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 3.17.'de kadına yönelik şiddet ölçeği ve alt boyut puanlarının katılımcıların medeni durumuna göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.17: Ölçek Puanlarının Medeni Durumuna Göre Karşılaştırılması

Değişken	Medeni Durum	n	\bar{X}	SS	Z	p
Kadına Şiddetin Tanımlanması	Evli	325	14,30	1,54	-0,38	0,707
	Bekar	326	14,28	1,61		
Kadına Şiddetin Sonuçları	Evli	325	14,61	1,14	-0,69	0,493
	Bekar	326	14,62	0,98		
Kadına Şiddetin Kabullenilmesi	Evli	325	6,09	1,65	-1,92	0,054
	Bekar	326	6,03	2,02		
Kadına Şiddetin Normalleştirilmesi	Evli	325	5,53	1,18	-0,55	0,580
	Bekar	326	5,58	1,44		
KADINA YÖNELİK ŞİDDET FARKINDALIĞI	Evli	325	57,30	3,65	-0,95	0,342
	Bekar	326	57,29	4,12		

Kadına yönelik şiddet farkındalığı ölçek ve alt boyut puanlarının medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 18’de kadına yönelik şiddet ölçeği ve alt boyut puanlarının katılımcıların öğrenim düzeyine göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.18: Ölçek Puanlarının Öğrenim Düzeyine Göre Karşılaştırılması

Değişken	Öğrenim Düzeyi	n	\bar{X}	SS	X^2	p	Anlamlı Fark
Kadına Şiddetin Tanımlanması	A-İlköğretim	72	13,67	2,46	12,31	0,006	B,C,D>A C>B
	B-Lise	203	14,17	1,64			
	C-Üniversite	329	14,44	1,32			
	D-Lisansüstü	47	14,68	0,63			
Kadına Şiddetin Sonuçları	A-İlköğretim	72	14,32	1,58	8,39	0,039	B,C,D>A D>B
	B-Lise	203	14,56	1,13			
	C-Üniversite	329	14,68	0,91			
	D-Lisansüstü	47	14,83	0,56			
Kadına Şiddetin Kabul edilmesi	A-İlköğretim	72	6,89	2,37	22,36	0,000	A>B,C,D B>C
	B-Lise	203	6,13	1,88			
	C-Üniversite	329	5,85	1,67			
	D-Lisansüstü	47	5,91	1,60			
Kadına Şiddetin Normalleştirilmesi	A-İlköğretim	72	5,85	1,40	23,47	0,000	A>B,C,D B>C,D
	B-Lise	203	5,75	1,65			
	C-Üniversite	329	5,42	1,09			
	D-Lisansüstü	47	5,21	0,59			
KADINA YÖNELİK ŞİDDET FARKINDALIĞI	A-İlköğretim	72	55,25	4,78	36,03	0,000	B,C,D>A C,D>B
	B-Lise	203	56,85	4,34			
	C-Üniversite	329	57,85	3,34			
	D-Lisansüstü	47	58,38	2,30			

Kadına şiddetin tanımlanması ($X^2=12,31$; $p<0,05$), sonuçları ($X^2=8,39$; $p<0,05$), kabullenilmesi ($X^2=22,36$; $p<0,05$), normalleştirilmesi ($X^2=23,47$; $p<0,05$) ve kadına yönelik şiddet farkındalığı ($X^2=36,03$; $p<0,05$) puanlarının öğrenim düzeyine göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Farkın hangi gruplara arasında oluşunu belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney U ikili karşılaştırma sonuçlarına göre;

- Lise, üniversite ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören katılımcıların kadına şiddetin tanımlanması puanları, ilköğretim düzeyinde öğrenim gören katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Üniversite düzeyinde öğrenim gören katılımcıların kadına şiddetin tanımlanması puanları, lise düzeyinde öğrenim gören katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

- Lise, üniversite ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören katılımcıların kadına şiddetin sonuçları puanları, ilköğretim düzeyinde öğrenim gören katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Lisansüstü düzeyde öğrenim gören katılımcıların kadına şiddetin sonuçları puanları, lise düzeyinde öğrenim gören katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

- İlköğretim düzeyinde öğrenim gören katılımcıların kadına şiddetin kabullenilmesi puanları lise, üniversite ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Lise düzeyinde öğrenim gören katılımcıların kadına şiddetin kabullenilmesi puanları, üniversite düzeyinde öğrenim gören katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

- İlköğretim düzeyinde öğrenim gören katılımcıların kadına şiddetin normalleştirilmesi puanları lise, üniversite ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Lise düzeyinde öğrenim gören katılımcıların kadına şiddetin normalleştirilmesi puanları, üniversite ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

- Lise, üniversite ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören katılımcıların kadına yönelik şiddet farkındalığı puanları, ilköğretim düzeyinde öğrenim gören katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Üniversite ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören katılımcıların kadına yönelik şiddet farkındalığı puanları, lise düzeyinde öğrenim gören katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Kadına yönelik şiddetin tanımlanması, sonuçları, kabullenilmesi ve kadına yönelik şiddet farkındalığı puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

3.5.5. Kadına Yönelik Şiddet Farkındalığı Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Durumlarına Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 3.19.'da kadına yönelik şiddet ölçeği ve alt boyut puanlarının gündemi meşgul eden konuları takip etmek için tercih edilen medya türüne göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.19: Ölçek Puanlarının Gündemi Meşgul Eden Konuları Takip Etmek İçin Tercih Edilen Medya Türüne Göre Karşılaştırılması

Değişken	Medya Türü	n	\bar{X}	SS	Z	p
Kadına Şiddetin Tanımlanması	Geleneksel medya	193	14,40	1,19	-0,50	0,618
	Sosyal medya	458	14,24	1,71		
Kadına Şiddetin Sonuçları	Geleneksel medya	193	14,59	1,11	-0,59	0,554
	Sosyal medya	458	14,62	1,04		
Kadına Şiddetin Kabullenilmesi	Geleneksel medya	193	6,04	1,81	-0,26	0,793
	Sosyal medya	458	6,07	1,86		
Kadına Şiddetin Normalleştirilmesi	Geleneksel medya	193	5,56	1,38	-0,14	0,886
	Sosyal medya	458	5,55	1,29		
KADINA YÖNELİK ŞİDDET FARKINDALIĞI	Geleneksel medya	193	57,40	3,74	-0,20	0,840
	Sosyal medya	458	57,24	3,96		

Kadına yönelik şiddet farkındalığı ölçek ve alt boyut puanlarının gündemi meşgul eden konuları takip etmek için tercih edilen medya türüne göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 3.20.'de kadına yönelik şiddet ölçeği ve alt boyut puanlarının katılımcıların Twitter hesabı olmasına göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.20: Ölçek Puanlarının Twitter Hesabı Olmasına Göre Karşılaştırılması

Değişken	Twitter Hesabı	n	\bar{X}	SS	Z	p
Kadına Şiddetin Tanımlanması	Var	386	14,32	1,44	-0,49	0,620
	Yok	265	14,25	1,76		
Kadına Şiddetin Sonuçları	Var	386	14,63	1,02	-0,07	0,944
	Yok	265	14,59	1,11		
Kadına Şiddetin Kabullenilmesi	Var	386	5,90	1,66	-2,54	0,011
	Yok	265	6,29	2,06		
Kadına Şiddetin Normalleştirilmesi	Var	386	5,49	1,27	-2,81	0,005
	Yok	265	5,65	1,37		
KADINA YÖNELİK ŞİDDET FARKINDALIĞI	Var	386	57,56	3,70	-2,43	0,015
	Yok	265	56,90	4,14		

Kadına şiddetin kabullenilmesi ($Z=-2,54$; $p<0,05$), normalleştirilmesi ($Z=-2,81$; $p<0,05$) alt boyut puanları ve kadına yönelik şiddet farkındalığı ($Z=-2,43$; $p<0,05$) puanlarının Twitter hesabı olmasına göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Twitter hesabı olmayan katılımcıların kadına yönelik şiddetin kabullenilmesi ve normalleştirilmesi puanları, Twitter hesabı olan katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Twitter hesabı olan katılımcıların kadına yönelik şiddet farkındalığı puanları, Twitter hesabı olmayan katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Kadına yönelik şiddetin tanımlanması ve sonuçları alt boyut puanlarının Twitter hesabı olması durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 3.21.'de kadına yönelik şiddet ölçeği ve alt boyut puanlarının katılımcıların Twitter'i kullanım amacına göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.21: Ölçek Puanlarının Twitter’i Kullanım Amacına Göre Karşılaştırılması

Değişken	Kullanım Amacı	n	\bar{X}	SS	X^2	p
Kadına Şiddetin Tanımlanması	Gündemi takip etme / haber alma	341	14,35	1,43	2,71	0,745
	Gündeme ilişkin paylaşımda bulunma	91	14,14	1,73		
	Ünlüleri / siyasetçileri takip etme	112	14,29	1,44		
	Yeni çıkan ürünlerin tanıtımını inceleme	14	14,57	1,34		
	Sadece yakınlarıyla iletişimde bulunma	54	14,50	1,04		
	Diğer	9	14,44	1,33		
Kadına Şiddetin Sonuçları	Gündemi takip etme / haber alma	341	14,63	1,03	1,70	0,888
	Gündeme ilişkin paylaşımda bulunma	91	14,69	1,16		
	Ünlüleri / siyasetçileri takip etme	112	14,69	0,70		
	Yeni çıkan ürünlerin tanıtımını inceleme	14	14,71	0,61		
	Sadece yakınlarıyla iletişimde bulunma	54	14,65	0,89		
	Diğer	9	14,67	0,71		
Kadına Şiddetin Kabullenilmesi	Gündemi takip etme / haber alma	341	5,81	1,51	4,74	0,448
	Gündeme ilişkin paylaşımda bulunma	91	5,85	1,78		
	Ünlüleri / siyasetçileri takip etme	112	5,60	1,26		
	Yeni çıkan ürünlerin tanıtımını inceleme	14	5,36	0,74		
	Sadece yakınlarıyla iletişimde bulunma	54	6,04	1,96		
	Diğer	9	5,89	0,93		
Kadına Şiddetin Normalleştirilmesi	Gündemi takip etme / haber alma	341	5,43	1,19	3,73	0,589
	Gündeme ilişkin paylaşımda bulunma	91	5,46	1,18		
	Ünlüleri / siyasetçileri takip etme	112	5,31	0,88		
	Yeni çıkan ürünlerin tanıtımını inceleme	14	5,50	0,85		
	Sadece yakınlarıyla iletişimde bulunma	54	5,56	1,11		
	Diğer	9	5,44	0,88		
KADINA YÖNELİK ŞİDDET FARKINDALIĞI	Gündemi takip etme / haber alma	341	57,74	3,47	2,21	0,819
	Gündeme ilişkin paylaşımda bulunma	91	57,53	4,20		
	Ünlüleri / siyasetçileri takip etme	112	58,07	2,99		
	Yeni çıkan ürünlerin tanıtımını inceleme	14	58,43	2,77		
	Sadece yakınlarıyla iletişimde bulunma	54	57,56	3,75		
	Diğer	9	57,78	2,33		

Kadına yönelik şiddet farkındalığı ölçek ve alt boyut puanlarının Twitter’ı kullanım amacına göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 3.22.’de kadına yönelik şiddet ölçeği ve alt boyut puanlarının gündemi meşgul eden haberlerin Twitter’da yeterince yer aldığını düşüncesine göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.22: Ölçek Puanlarının Gündemi Meşgul Eden Haberlerin Twitter’da Yeterince Yer Aldığını Düşüncesine Göre Karşılaştırılması

Değişken	Yeterince Yer		n	\bar{X}	SS	Z	p
	Alıyor mu?						
Kadına Şiddetin Tanımlanması	Evet		338	14,31	1,48	-0,38	0,707
	Hayır		48	14,33	1,14		
Kadına Şiddetin Sonuçları	Evet		338	14,61	1,07	-0,93	0,354
	Hayır		48	14,79	0,50		
Kadına Şiddetin Kabullenilmesi	Evet		338	5,85	1,62	-1,75	0,080
	Hayır		48	6,23	1,93		
Kadına Şiddetin Normalleştirilmesi	Evet		338	5,46	1,20	-1,10	0,269
	Hayır		48	5,69	1,68		
KADINA YÖNELİK ŞİDDET FARKINDALIĞI	Evet		338	57,61	3,66	-0,83	0,407
	Hayır		48	57,21	3,97		

Kadına yönelik şiddet farkındalığı ölçek ve alt boyut puanlarının gündemi meşgul eden haberlerin Twitter’da yeterince yer aldığını düşüncesine göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 3.23.’te kadına yönelik şiddet ölçeği ve alt boyut puanlarının katılımcıların Twitter’da en çok konuşulan konulardan biri olan "Kadına Şiddet" hakkında herhangi bir paylaşımda bulunma durumuna göre karşılaştırılmasına ait Mann Whitney U testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.23: Ölçek Puanlarının Twitter’da En Çok Konuşulan Konulardan Biri Olan "Kadına Şiddet" Hakkında Herhangi Bir Paylaşımda Bulunma Durumuna Göre Karşılaştırılması

Değişken	Paylaşımda		n	\bar{X}	SS	Z	p
	Bulunma						
Kadına Şiddetin Tanımlanması	Evet		166	14,50	1,01	-1,35	0,177
	Hayır		220	14,18	1,68		
Kadına Şiddetin Sonuçları	Evet		166	14,73	0,66	-1,02	0,306
	Hayır		220	14,56	1,22		
Kadına Şiddetin Kabullenilmesi	Evet		166	5,74	1,71	-2,94	0,003
	Hayır		220	6,02	1,62		
Kadına Şiddetin Normalleştirilmesi	Evet		166	5,44	1,39	-1,79	0,073
	Hayır		220	5,53	1,17		
KADINA YÖNELİK ŞİDDET FARKINDALIĞI	Evet		166	58,05	3,40	-2,85	0,004
	Hayır		220	57,19	3,87		

Kadına şiddetin kabullenilmesi ($Z=-2,94$; $p<0,05$) ve kadına yönelik şiddet farkındalığı ($Z=-2,85$; $p<0,05$) puanlarının Twitter’da en çok konuşulan konulardan biri olan "Kadına Şiddet" hakkında herhangi bir paylaşımda bulunma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Paylaşımda bulunmayan katılımcıların kadına yönelik şiddetin kabullenilmesi puanları, paylaşımda bulunan katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Paylaşımda bulunan katılımcıların kadına yönelik şiddet farkındalığı puanları, paylaşımda bulunmayan katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Kadına yönelik şiddetin tanımlanması, sonuçları ve normalleştirilmesi alt boyut puanlarının Twitter’da en çok konuşulan konulardan biri olan "Kadına Şiddet" hakkında herhangi bir paylaşımda bulunma durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 3.24.’te kadına yönelik şiddet ölçeği ve alt boyut puanlarının gündemle ilgili fikir/yorum paylaşmak istendiğinde öncelikle tercih edilen sosyal medya platformuna göre karşılaştırılmasına ait Kruskal Wallis H testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.24: Ölçek Puanlarının Gündemle İlgili Fikir/Yorum Paylaşmak İstendiğinde Öncelikle Tercih Edilen Sosyal Medya Platformuna Göre Karşılaştırılması

Değişken	Tercih Edilen Platform	n	\bar{X}	SS	X^2	p
Kadına Şiddetin Tanımlanması	Twitter	140	14,54	1,03	4,12	0,127
	Instagram	213	14,18	1,59		
	Facebook	33	14,27	1,75		
Kadına Şiddetin Sonuçları	Twitter	140	14,69	0,81	2,27	0,321
	Instagram	213	14,58	1,17		
	Facebook	33	14,73	0,76		
Kadına Şiddetin Kabullenilmesi	Twitter	140	5,93	1,82	1,16	0,560
	Instagram	213	5,85	1,57		
	Facebook	33	6,09	1,63		
Kadına Şiddetin Normalleştirilmesi	Twitter	140	5,37	1,23	5,52	0,063
	Instagram	213	5,56	1,34		
	Facebook	33	5,55	0,94		
KADINA YÖNELİK ŞİDDET FARKINDALIĞI	Twitter	140	57,93	3,43	3,99	0,136
	Instagram	213	57,35	3,87		
	Facebook	33	57,36	3,60		

Kadına yönelik şiddet farkındalığı ölçek ve alt boyut puanlarının gündemle ilgili fikir/yorum paylaşmak istendiğinde öncelikle tercih edilen sosyal medya platformuna göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

3.5.6. Kadına Yönelik Şiddet Farkındalığı Puanları ile Twitter ve Sosyal Medya Kullananlar Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular

Tablo 3.25'te kadına yönelik şiddet farkındalığı ile düşünce ve fikirlerini sosyal medyadan rahatça ifade edebilme, kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyanın önemi, Twitter yorumlarının fikrini değiştirebilmesi, Twitter üzerinde kadına yönelik şiddet paylaşımlarının toplum üzerinde etki yarattığı inancı, Twitter üzerinden yapılan paylaşımların siyasi otorite tarafından dikkate alındığı düşüncesi arasındaki Spearman's Rho korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.25: Değişkenler Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi Sonuçları

Sosyal medya değişkenleri	tanımlanması	sonuçları	Kadına yönelik şiddetin		toplam
			kabullenilmesi	normalleştirilmesi	
Düşünce ve fikirlerini sosyal medyadan rahatça ifade edebilme düzeyi	-0,02	0,02	0,04	0,01	
Kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyanın önem düzeyi	0,09*	0,03	0,05	-0,06	
Twitter hesabını kullanım sıklığı	0,00	-0,04	0,06	-0,09	
Twitter yorumlarının fikrini değiştirebilme sıklığı	0,01	0,09	0,08	-0,01	
Twitter üzerinde kadına yönelik şiddet paylaşımlarının toplum üzerinde etki düzeyi	0,08	0,06	-0,03	-0,04	
Twitter üzerinden yapılan paylaşımların siyasi otorite tarafından dikkate alınma düzeyi	0,02	0,04	-0,03	0,12*	

* $p<0,05$ ** $p<0,01$

Düşünce ve fikirlerini sosyal medyadan rahatça ifade edebilme düzeyi, Twitter hesabını kullanım sıklığı, Twitter yorumlarının fikrini değiştirebilme sıklığı, Twitter üzerinde kadına yönelik şiddet paylaşımlarının toplum üzerinde etki düzeyi puanları ile kadına yönelik şiddet farkındalığı ölçek toplam ve alt boyut puanları arasında anlamlı ilişki olmadığı ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

Kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyanın önem düzeyi puanları ile kadına yönelik şiddetin tanımlanması puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir ($r=0,09$; $p<0,05$). Kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyayı önemli gören katılımcıların kadına yönelik şiddetin tanımlanması puanları da yüksek düzeydedir.

Twitter üzerinden yapılan paylaşımların siyasi otorite tarafından dikkate alınma düzeyi puanları ile kadına yönelik şiddetin normalleştirilmesi puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir ($r=0,12$; $p<0,05$). Twitter üzerinden yapılan paylaşımların siyasi otorite tarafından dikkate alındığını düşünen katılımcıların kadına yönelik şiddetin normalleştirilmesi puanları da yüksek düzeydedir.

SONUÇ

İçinde bulunduğumuz dönem itibariyle dijitalleşme her alanda olduğu gibi iletişim dünyasında da birtakım yenilikler getirmektedir. İletişimin de dijitale dönmesiyle birlikte hayatımıza giren sosyal medya kavramı bir iletişim aracı olmaktan çok daha öte hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiş durumdadır. Dünyanın hemen hemen her bölgesinde, milyarlarca kişi tarafından kullanılan sosyal medya, günlük alışkanlıklarda çok önemli bir hal almış durumdadır. Kişileri, toplumları, farklı kültür ve aidiyetten gelen kesimleri kısacası çok büyük kitleleri geniş bir sosyal ağda birleştirme gücüne sahip olan bu yeni sosyal platformlar toplumsal değişimlerin de dinamiklerini oluşturmaktadırlar.

Kişilerin çok kolay bir şekilde erişebiliyor olmaları, sürekli güncellenen yapısı, çoklu kullanım ve sanal paylaşımlara olanak sağlıyor oluşu sosyal medyayı gerek iletişim de gerekse sosyalleşme de çok tercih edilen konuma getirmiştir. Birbirinden farklı sosyal medya platformları ile bireyler duygu ve düşüncelerini paylaşabilmekte ve üzerine tartışabilmektedirler. Zaman zaman kendilerine ait en özel bilgileri de oluşturmuş oldukları “şahsi” profillerinde, kimi zaman bilinçli kimi zaman farkında olmadan kamusallaştırabilmektedirler. Bu sayede yepyeni fikirler üretmenin, paylaşmanın ve hatta kitleleri manipüle etmenin yolu açılabilir. Sosyal medyanın bu imkanları ve göreceli olarak özgür oluşu bireyler ve sivil toplumlar için demokratik ve kamusal olup olmadığı noktasında tartışmalara yol açmaktadır. Bu sebeple sosyal medyanın, özellikle de düşünce ve fikir paylaşma platformu olarak dikkat çeken Twitter’ın demokrasi ve kamusal alan kavramları çerçevesinde çok önemli bir yeri vardır.

Burjuvazinin doğuşu ile birlikte yeni bir kavram olarak ortaya çıkan kamu ve kamusal alan tanımları yönetsel ve toplumsal değişimler ile birlikte yapısal değişimlere uğramıştır. Çalışmamızda daha önce de belirttiğimiz gibi saraydan

seçkinlere, meydanlardan kafelere kadar uzanan sürecinde yakın geçmişe kadar hükümet ve devlet kavramları ile bağdaştırılan kamu kavramı, iletişimde yaşanan değişimler ile yepyeni bir forma dönüşmektedir. Sosyal medyanın imkanları ile yaratılmış olan fikir/düşünce/durum/yorum paylaşım alanı artık yeni kamusal alanı oluşturmaktadır. Bireylerin güncel konular hakkında paylaşımında bulunup, tartışabildikleri bu sanal ortamlar kanaatlerin oluşmasında, toplumsal düşünce yapılarının değişmesinde, yöneten ile yönetilenlerin yakınlaşmasında ve hatta doğrudan iletişime geçmesine olanak sağlamaktadır. Kamusal alanın sosyal medya ile değişen yapısı bireyi de kamusallaştırmış ve iletişim olanaklarını da çok daha güçlü bir hale getirmiştir.

Bahsettiğimiz bu güç her ne kadar bireylerin özgürce paylaşımlarını yapabiliyor olduklarına dayandırılrsa da sosyal medya isimli bu sanal mecrada da bazı sınırlamalar gözlemlenmiştir. Sosyal medyanın çoğulcu, özgürlükçü ve eşitlikçi bir alan olduğu varsayımı bireylere bu hakkı tanımakta iken Twitter özelinde yapmış olduğumuz anket çalışması ile büyük bir çoğunluğun düşünce ve fikirlerini Twitter üzerinde rahatça paylaşmadığını gözlemlemiştir bulunmaktayız. Kullanıcılar arasındaki bu çekingen yaklaşımın en büyük etkeni şüphesiz ki sosyal medyanın siyasi otoritelere ulaşma imkânı sunmasıdır. Sosyal medyanın geldiği son noktaya bakıldığında artık sadece üst tabakanın alt tabakayı yönettiği değil alt tabakanın da üst yönetim ile ilgili yorum ve söz sahibi olduğu bir düzen söz konusudur. Nitekim yapılan çalışmada kullanıcılardan elde edilen sonuçlara göre Twitter üzerinden yapılan paylaşımların siyasi otoriteler tarafından dikkate alındığını düşünen kullanıcı sayısı epey fazla durumdadır. Bu sonuç bizlere Twitter'ın gerek toplumsal gerekse siyasi alanlarda kamusal alan oluşturma ve ortak kanaate varma işlevlerinin doğruluğunu göstermektedir. Kullanıcılar gerek aktif olarak toplumsal algıyı yönetmekte gerekse siyasi otoritelerce dikkate alınma potansiyellerinin farkında olarak aktivist olma veyahut oto sansür uygulama imkanlarını kullanmaktadırlar. Twitter'ın bu toplumsal gücü dönem dönem kitleleri kışkırtma ve özel hayata saldırı gibi nedenlerle tehdit olarak görülmüş ve çalışmamızda da daha önce belirtmiş olduğumu üzere erişimine ara verildiği dönemler olmuştur.

Twitter'ın toplumsal düzeyde ki etkisi ve ortak akıl yoluyla oluşan kanaatlerin hangi düzeyde olduğuyla ilgili olarak 2019 yılında hem geleneksel hem de sosyal medyada pek çok kez yer bulan “Kadına Şiddet” konusu seçilmiş ve bu doğrultuda kullanıcıların hem etken hem de edilgen olarak Twitter’da ki rolü saptanmaya çalışılmıştır. Yapılan anket çalışması doğrultusunda kullanıcıların yarısından fazlası kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyanın çok önemli olduğunu düşünmektedir. Bu durum bize Twitter kullanıcısının Twitter üzerinden edinmiş olduğu bilgi ve yorumlara güvendiği ve kendi yorumlarının da toplumsal etki yaratmakta etkin olduğuna dair inancını yansıtmaktadır. Bu sonuca kullanıcıların büyük bir çoğunluğunun, gündemi meşgul eden haberler hakkında Twitter’da yapılan yorumların fikirlerini değiştirebileceğine dair elde ettiğimiz anket sonuçlarından da ulaşmak mümkündür.

Twitter'ın kamusal alan ve kanaat oluşumundaki etkisini ölçebilmek için seçmiş olduğumuz “Kadına Şiddet” konusu üzerinden yapılan çalışmada bireylerin Twitter kullanıcısı olmasının toplumsal algıyı kabul etme biçimlerinde birtakım farklılıklara yol açtığı saptanmıştır. Twitter hesabı olmayan katılımcıların kadına yönelik şiddetin kabullenilmesi ve normalleştirilmesi puanları, Twitter hesabı olan katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Ayrıca Twitter hesabı olan katılımcıların kadına yönelik şiddet farkındalığı puanları da Twitter hesabı olmayan katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Bu durum bize 2019 yılında, özellikle Twitter üzerinde sıklıkla üzerinde durulan Kadına Şiddet konusunda Twitter kullanıcıları üzerinde bir hassasiyetin oluşmuş olduğunu göstermektedir. Art arda gelen kadın cinayeti haberlerinin sonrasında Twitter üzerinden paylaşılan karalama, kınama Tweet’leri ve toplumun gerçeği haline gelen bu sorun üzerine Twitter üzerinden günlerce yapılan tartışmalar, kullanıcıların zihinlerindeki şiddet algısını tekrardan tanımlamıştır. Anket çalışmasından elde edilen sonuçlara göre de kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyanın önem düzeyi puanları ile kadına yönelik şiddetin tanımlanması puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Kadına yönelik şiddete duyarlılığın artırılmasında sosyal medyayı önemli gören katılımcıların kadına yönelik şiddetin tanımlanması puanları da yüksek düzeydedir.

Kuşkusuz ki içinde bulunduğumuz dönem dijitalin ve iletişimin en önemli değişimlerinin yaşandığı sürece tekabül etmektedir. Kamuoyu ve kamusal alan kavramlarının ise 21. yüzyılda gelmiş olduğu nokta özel ve kamusal olan alanların mekânsal boyutunu yitirdiği ve yerini sanal ortamlara bıraktığıdır. Değişimin yüksek derecede ivme kazandığı bu dönemde sosyal medya platformları arasında twitter'ın, fikir ve yorum paylaşma ve var olan tweet'leri retweet etme gibi teknik özellikleri ile kanaatlerin yayılması ve kitlelerce kabul görmesi sürecinde çok önemli bir yere sahip olduğunu görmekteyiz. Günümüz dünyasında ülke başkanlarının, sanatçıların, bağımsız gazetecilerin ve hatta kurumların resmî açıklamalarını yaptığı bir platform olarak karşımıza çıkan Twitter, bireylerinde kitlelere seslenmekteki en önemli aracı haline gelmiştir. Çok yönlü yapısı ile kamusal alanın yeni sanal hali olarak karşımıza çıkana Twitter, günümüz iletişim ortamında fikir ve düşüncelerin yayılmasında en önemli araç haline geldiğini de bizlere her geçen gün kanıtlamaya devam etmektedir.

KAYNAKÇA

- BAKER, U. : 2010 **Kanaatlerden İmajlara.** İstanbul: Birikim Yayınları.
- BENHABİB S. : 1998 **Demokrasi ve Farklılık Siyasal Düzenin Sınırlarının Tartışmaya Açılması.** Demokrasi Kitaplığı: İstanbul.
- BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM KURUMU : 2014 **“Twitter Basın Açıklaması, 2014”** (Çevrimiçi) (Erişim Tarihi: 24.05.2020) Erişim Adresi: https://btk.gov.tr/basin_bultenleri/dosyalar/BASIN_ACIKLAMASI_TWITTER_21_03_2014.pdf
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. : 2011 **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı** (14. Baskı). Ankara: PEGEM Akademi.
- DEUTSCHES WORTERBUCH DER BRUDER GRIMM. : 1989 **Cilt 2**, Leipzig 1889, “kamu” maddesi, s. 1183.
- EREN, A. : 2005 **Özgürlükler Mekânı Olarak Kamusal Alan**, Atatürk Üniversitesi Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi, C. IX, S-3-4.
- GERAY, H. : 2006 **Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş**, Ankara: Siyasal Kitabevi.

- GÜLAŞIK, Ö. : 2011 **İnternetin Kamusal Alan Niteliği Üzerine Bir Araştırma: Ankara'daki Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımı, Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- HABERMAS, J. : 1997 **Kamusallığın Yapısal Dönüşümü** B. Tanıl, M. Sancar (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- JOHNSON, G. : 2014 **“Turkey tries to block Twitter, is met with worldwide ridicule”** (Çevrimiçi) Los Angeles Times. (Erişim Tarih: 23.05.2020)
- KARADAĞ, A. : 2006 **Kamusal Alan ve Türkiye**. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- KOÇ, M. ve KARABATAK, M. : 2011 **Sosyal Ağların Öğrenciler Üzerindeki Etkisinin Veri Madenciliği Kullanılarak İncelenmesi**, (5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, 22-24 September 2011, Fırat University, ELAZIĞ-TURKEY.)
- MAYFIELD, A. : 2010 **What is Social Media**, iCrossing, e-book, s. 6. (Çevrimiçi) (Erişim Tarihi: 20.05.2020.)

- MEDYA AKADEMİ. : 2020 **Twitter'ın Kuruluşu ve Tarihi Üzerine**, Medya Akademi (Çevrimiçi) (2020, 19 Mayıs). Erişim Adresi: <http://www.medyakademi.com.tr/twitterin-kurulusu-ve-tarihi>
- MILLBURN, M. A. : 1998 **Kamuoyu ve Siyaset**. Ankara: İmge Kitabevi.
- MISKINOV.Y. : 2010 **Discursive qualities of public discussion on the Russian internet: Testing the Habermasian communicative action empirically**. University of Leeds.
- MONITERA BLOG. : 2019 **Sosyal Medya Üzerine** (Çevrimiçi) (Erişim Tarihi: Aralık 2019) <http://blog.monitera.com>
- NEGROPONTE, N. : 1995 **Being Digital**. Londra: Hodder and Stoughton.
- NEGT, O. ve KLUGE, A. : 1993 **Public Sphere and Experience Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere**, London: University of Minnesota Pres.
- ÖZBEK, M. : 2010 **Kamusal Alan**, İstanbul: Hil Yayınları.
- ÖZYÜREK, A ve KURNAZ, F.B.: 2019 **Kalem Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi** 2019, 9(1), 227-250, doi: 10.23863/kalem.2019.126

RASMUSSEN, T. :

2008 **The internet and Differentiation in the Political Public Sphere.** (Çevrimiçi) (Erişim tarihi: Mayıs 2013) http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/269_rasmussen.pdf.

ROUSSEAU, J.J. :

1913 **The Social Contract and The Discourses** (G. D. H. Cole, Trans.) New York: Dutton.

SARI, H. (t.y.). :

2008 **Sosyal Medya ve Uygulamalarının Online Halkla İlişkiler Açısından Değerlendirilmesi**

TIMISI, N. :

2003 **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi.** Ankara: Dost Kitabevi.

İnternet Kaynakları

<http://www.twitter.com/abouttwitter> 20 Mayıs 2020 tarihinde erişildi.

<https://www.bbc.com/news/world-europe-26681236> 22 Mayıs 2020 tarihinde erişildi.

<https://www.hurriyet.com.tr/dunya/ap-baskanindan-bes-dilde-twitter-mesaji-26055956>
24 Mayıs 2020 tarihinde erişildi.

<https://www.milliyet.com.tr/gundem/twitter-kapatildi-1854857> 24 Mayıs 2020 tarihinde
erişildi.

<http://www.radikal.com.tr/turkiye/twitter-yeniden-acildi-mi-1182506/> 23 Mayıs 2020
tarihinde erişildi.

[https://www.sozcu.com.tr/2019/teknoloji/twitterda-retweet-rekoru-kiran-tweet-tam-4-
milyon-defa-3016767/](https://www.sozcu.com.tr/2019/teknoloji/twitterda-retweet-rekoru-kiran-tweet-tam-4-milyon-defa-3016767/) 23 Mayıs 2020 tarihinde erişildi.