

ANONİMLİK DENEYİMİ VE SOSYAL MEDYA ETKİSİ

M.GÖKHAN ASLAN
108611019

İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KÜLTÜREL İNCELEMELER YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

TEZ DANIŞMANI: PROF. DR. HALİL NALÇAOĞLU
2012

Anonimlik Deneyimi ve Sosyal Medya Etkisi

M. Gökhan Aslan
108611019

Prof. Dr. Halil Nalçaoğlu:



Doç. Dr. Aslı Tunç :



Yrd. Doç. Dr. Erkan Saka :



Tezin Onaylandığı Tarih : 20.02.2012

Toplam Sayfa Sayısı: 109

Anahtar Kelimeler (Türkçe)

- 1) Anonimlik
- 2) Sosyal Medya
- 3) Yeni Medya
- 4) Kimlik Tespiti
- 5) Modernite

Anahtar Kelimeler (İngilizce)

- 1) Anonymity
- 2) Social Media
- 3) New Media
- 4) Identification
- 5) Modernity

ÖZET

“Anonimlik” bir kelime olarak çağrıştırdığı ilk anlamlarının ötesinde çok katmanlı bir deneyimi temsil etmektedir. Bu tez çalışmasında amaçlanan, ilk adımda anonimliği sözlük anlamından itibaren başlayarak kapsamlı bir tanımsal analize tabi tutmaktır. Bu analiz dahilinde anonimliğin nitelikleri ve türleri bir bütün olarak ele alınmaktadır. İkinci adımda ise anonimliğin farklı iletişim biçimlerindeki dönüşümünün, paralel sosyal ve teknolojik değişimlerle beraber izi sürülerek son başlıkta sosyal medya üzerinden anonimlik deneyimi tekrar tartışmaya açılmaktadır.

ABSTRACT

”Anonymity” represents more than its connotations (as a word), refers a multi-faceted experience. In this study, at the first stage, it’s aimed to make a comprehensive descriptive analysis of anonymity. Within this analysis, the features and types of anonymity are considered as a whole. At the second stage, the transformation of anonymity is traced through different communication forms to social media, parallely by adding the analysis of the social and technological changes in the society.

TEŞEKKÜR

Bu tezin, ilk adımların atılmasından son haline gelinceye dek geçirdiği dönüşüm esnasında açık fikirliliği ile süreci yönetebilmemi sağlayan tez danışmanım Prof. Dr. Halil Nalçaoğlu'na; tam da kavramlar arası ilişkileri açmaya çalışırken netlik aradığım bir noktada zihin açıcı yorumlarıyla imdadıma yetişen Doç. Dr. Aslı Tunç'a; gülyüzlülük ve hatta mizah ile eleştiriye çok tadında harmanlayarak lezzetli bir tez deneyimi yaşamama katkıda bulunan Yrd. Doç. Erkan Saka'ya çok teşekkür ediyorum.

Ayrıca tez süreci esnasında hem son okumada ve kontrolde bana yardımcı olan hem de tez yazım sürecindeki kaygıları aşmamda yanımda olan Başak Çeliktemel başta olmak üzere tüm yakınlarıma; yazmayı düşündüğüm kısımlarla ilgili fikirlerimi sabırla dinleyen işyerindeki mesai arkadaşlarım Gökçe Öztürk, Sezin Öner ve Işın Şanlı'ya; tez yazımı sırasında yüreklendirici tavrı ile bana destek veren Doç. Dr. Gökhan Malkoç'a teşekkür ediyorum.

İÇİNDEKİLER

1. Giriş.....	1
2. Anonimlik.....	3
2.1. Anonimliğin Nitelikleri.....	5
2.2. Anonimliğin Türleri.....	19
2.2.1. <i>Pseudonymity</i>	19
2.2.2. Fiziki Anonimlik.....	23
2.2.3. Söylemsel Anonimlik.....	28
2.2.4. Algılanan Anonimlik Türleri: Anonimliğin Gerçekleştiril(me)mesi.....	32
3. Değişen Anonimlik Halleri ve Sosyal Medya Etkisi.....	39
3.1. Anonimliğin “Yüz Yüze” Halleri.....	39
3.2. Yazılı İletişim, Yazar(lık) ve Anonimlik.....	47
3.3. Sosyal Medya Etkisi.....	56
3.3.1. Sosyal Medyaya Doğru.....	56
3.3.1.1. Yeni Medya ve Sosyal Medya Üzerine Kısa Bir Tartışma...	74
3.3.2. Sosyal Medya Etkisi.....	77
4. Sonuç.....	92
Kaynakça.....	97
Ekler.....	107

ŞEKİLLER

Şekil 1. Anonimlik-İdentifikasyon Kutuplu İlişkisi	10
Şekil 2. Kaynak-Alıcı Arası Ben ve Öteki Anonimliği Dinamiği.....	34
Şekil 3. Algılanan Anonimlik Türleri Arasındaki İlişki ve Denklik.....	38
Şekil 4. Dağınık Ağ Yapısı	71
Şekil 5. Facebook Kayıt Arayüzü.....	80
Şekil 6. Facebook'taki Profil Bilgisi Kategorileri ve İletişim Bilgileri Arayüzü.....	80
Şekil 7. Facebook'ta Ana Arayüzdeki "Haber Kaynağı".....	80

1. Giriş

Anonimlik kavramı üzerine bir analiz ortaya koymaya çalışıldığında ilgili diğer kavramlarla ilişkisi üzerinden farklı dallara uzanabilecek uzun bir tartışma ufku ortaya çıkmaktadır. Anonimlik; kimlik, *authenticity*, mahremiyet, görünürlük, gözetim gibi bir dizi kavramla ilişkisi olan karmaşık bir deneyimi temsil etmektedir. Bu çalışma ortaya konulurken bu karmaşıklığı bir ölçüde açabilmek üzere değerlendirme konusu sınırlanıp tanımlayıcı bir perspektif dahilinde bütünlük arz eden bir anonimlik analizi yapılmaya çalışılmaktadır. Bu perspektif üzerinden bu tez çalışmasında, anonimlik bir kavram olarak tanımı, niteliği ve türleri incelenerek kapsamlı bir analiz ortaya konulmaktadır.

Özellikle gelişmekte olan enformasyon teknolojileri ile birlikte anonimlik deneyimleri tanım ve nitelikleri açısından değişikliklere uğramaktadır. İnternette gezinirken, cep telefonumuzdan mobil uygulamaları kullanırken, bir tartışma forumunda fikirlerimizi beyan ederken, internette bir gazete haberine yorum yaparken anonimlikle ilgili olarak şu sorular ortaya çıkmaktadır: Yeni iletişim ortamları ile birlikte anonimlik deneyiminde ne gibi değişiklikler oldu/olmakta? Özellikle sosyal medya deneyimi ile beraber bu anonimliğin niteliklerine ve deneyimine dair ne gibi farklılıklar/yenilikler söz konusu?

Anonimliğin sosyal medya özelinde ele alınmasının öncesinde tezin ilk aşamasında anonimliğin en temel düzeyde nasıl ifade edilebileceği sorusundan yola çıkmıştır. Bu amaçla, sözlük tanımları ve etimolojisi bir başlangıç noktası olarak düşünülmüştür. Tezin ilk kısmında yapılan temel tanımın devamında anonimliğin niteliklerinin ne olduğu sorusuna cevap bulabilmek için kademe kademe anonimlik

deneyiminin bir analizi yapılmaktadır. Ortaya konulan niteliklerden bağımsız olmayan bir çerçeve içinde devamında, anonimliğin türleri incelenmeye çalışılmakta ve de var olan türler arasında - yeni - ilişkiler kurularak literatüre katkı sağlamak üzere “yeni” terimler oluşturulması amaçlanmaktadır.

Anonimliğin tanımı, nitelikleri ve türleri ile ilgili kapsamlı bir analizinin ortaya konulmasını ve teorik bir çerçevenin kurulmasını takiben tezin ikinci kısmında, öncelikle yüz yüze ve yazılı iletişim biçimlerine dair toplumda modernite ile birlikte yaşanan değişimleri de ele alarak bir değerlendirme yapılmaktadır. Bu değerlendirme dahilinde anonimliğin belli bir iletişim biçimi özelinde toplumdaki makro düzeydeki değişimlere paralel olarak geçirdiği değişim ifade edilmeye çalışılmaktadır. Bu değerlendirmeyi takiben de sosyal medyanın zeminini oluşturan toplumsal ve teknolojik temel - ve bu temeli oluşturan dinamiklerdeki değişimler - anonimlikle ilişkilendirilerek irdelenmektedir. İlerleyen adımda da bu analize medya boyutu eklenerek tartışma, kitle iletişiminden yeni ve sosyal medyaya çekilmektedir. Yeni medyayı ve sosyal medyayı karakterize eden belli niteliklerle birlikte farklı-ileriye yönelik (olası) deneyimler üzerinden de ne gibi açıklamalar yapılabilir sorusu üzerine de cevaplar aranmaktadır. Burada farklı deneyimlerden kast edilmeye çalışılan, sosyal medyanın farklı uygulamaları ve ona özel belli nitelikleridir - özellikle de farklı içerikleri ve kullanımları. Bu sayede, Facebook’tan ve Twitter’a; Friendfeed ve LinkedIn’den Friendster ve Foursquare’e uzanan yelpazedeki örnek platformlarda bu servislerin her biri için ayrı ayrı anonimlik durumlarının da söz konusu olabileceği ve bunun dikkate alınarak bir tartışma yapılması gerektiği vurgulanmaktadır. Özellikle, her bir platform için ayrı ayrı kullanım özelliklerinin, kullanıcı amaçlarının ve işlevlerin söz

konusu olduğu düşünöldüğünde böyle bir değeriendirmenin gerekliliği ortadadır. Nihai olarak, sosyal medyanın çeşitliliği ve değışkenliği göz önüne alınarak anonimlik üzerine sosyal medya üzerinden tekrar düşünölmesi gerekmektedir. Bu “yeniden düşünme” yapılırken de sosyal medya fenomeni yekpare bir yapı olarak ele alınmadan, genelleme eğiliminden kaçınarak, sosyal medyanın farklı uygulamalarının mevcut olduğunu göz önüne alarak ve de bu uygulamaları deneyimleyen kullanıcı çeşitliliği kadar olası “yeni” deneyimin de varlığını kabul ederek yola çıkmak gerekir.

2. Anonimlik

Anonimlik kavramını analiz etmek üzere bir başlangıç noktası olarak bu kavramın etimolojik yapısına ve sözlük anlamlarına bakılabilir. Kelimenin sıfat hali olan “anonim”in kökleri 16. yy sonlarında, Eski Yunanca’da *anonymos*’a dayanmaktadır. Eski Yunanca’da *an-* bir olumsuz ön ek olarak kullanılır. Kelimenin ikinci parçası ise “isim” manasına gelen *onoma/onymos*’a dayanmaktadır (“anonymous,” 2010). Bu kelimenin anlamına tekabül eden kelimeler olarak; *nām* Farsça’dan, *name/noun* İngilizce’den bazı örneklerdir (Nişanyan, 2011). Bu haliyle *anonymos* en basit ifadeyle “isimsiz, ismi olmayan” anlamına gelmektedir. Anonim ve anonimlik kelimelerinin İngilizce karşılıkları olan *anonymous* ve *anonymity* kelimelerinin farklı sözlüklerde tanımlarına bakılacak olursa: *Merriam-Webster Dictionary* tarafından *anonymous* için yapılan tanımlar şunlardır: “yazarı ya da kaynağı bilinmeyen,” “ isimsiz ya da kimliği belirsiz, tanımsız” ve “ferdiyeti, ayırt edici bir özelliği ya da tanınırlığı olmayan” (“anonymous,” 2011a). *Oxford Dictionaries* tarafından *anonymos* için yapılan tanımda da aynı manadaki ifadelere ek olarak ayrıca “sıradan” ve “belirli bir kişiye ait olmayan” gibi tanımlar da yapmaktadır

(“anonymous,” 2011b). Türk Dil Kurumu tarafından hazırlanan *Güncel Türkçe Sözlük*'te anonimlik kelimesinin sıfat hali “anonim” için yapılan tanımlar ise “adı sanı bilinmeyen,” ve “yazanı, yapanı, söyleyeni bilinmeyen” şeklindedir (“anonim,” b.t.).

Sözlüklerdeki ifadelerden hareketle denilebilir ki; anonimlik, kişinin isimsiz olduğu/isminin bilinmediği, tanımlanamadığı, kimliğinin belirlenemediği, tanınmadığı, onu ayırt edebilecek herhangi bir özelliğine ulaşamadığı bir “bilinmezlik” durumunu ifade etmektedir. Bu “bilinmezlik” durumu ise doğrudan doğruya kişiye - eyleme, esere değil - özneye atfedilen bir durumdur. Bu noktada bir başlangıç notu olarak tezin devamında kurulacak kavramsal ilişkileri incelerken bir netlik sağlanması açısından özne(birey)/oluşum ile eser/eylem anonimliği ayrımlarını ortaya koymak önem arz etmektedir. Anonim olan özne veya - öznelerden oluşan tüzel veya gerçek - bir oluşum olabilir. Bu durumda kişinin ya da oluşumun bizzat kendisinin anonimliği söz konusudur. Eserin veya eylemin anonimliğinin kaynağı ise onu oluşturan-gerçekleştiren kişi ya da oluşumun bilinmemesine bağlıdır. Bu durumda eserin veya eylemin anonimliği dolaylıdır yani kendisini meydana getiren-gerçekleştiren üzerindedir. Her iki durumda da kendisine doğrudan anonimlik atfedilen, bir eyleyen olarak insan ya da insanlardan müteşekkil bir gerçek/tüzel oluşumdur ve anonimlik konusunun temel tartışması da bu aktörler üzerinedir. Bu açıdan anonimlik kişinin bilinmezliği temelinde ele alınmalıdır. Tezin devamında da tartışma, kişi ya da oluşumun anonimliği merkezinde gerçekleştirilecektir.

2.1. Anonimliğin Nitelikleri

Etimolojik izlerinden ve sözlük anlamlarından hareketle anonimliği tanımlayan bazı ortak ifadeleri incelemeye alınabilir. Öncelikle sözlük tanımlarında geçen “isimsiz olma” durumuna bakılabilir. İsmi işlevi kişiyi tanıtır kılan bir tür belirteç-etiket görevi görmesidir. En temel seviyede ise kişiyi bireyleştiren bir niteliğe sahiptir (Frois, 2006, s.107). Bir diğer ifade ile kişiyi bir birey olarak dilde cisimleştiren bir kod işlevi görmektedir. “İsimsiz olma” ise kişinin adlandırılmaması, kim olduğunun bilinmemesi ve ismi özelinde bir birey olarak tanımlanamaması anlamına gelmektedir. Ancak isimsizlik o kişinin (eyleyenin) - ya da o kişi tarafından yapılan eylemin/eserin – anonim olması için öz ve yeterli bir özellik değildir aslında (Goddyn, 2001). Anonimlik sadece isimlendirilememe ile açıklanamamaktadır (Nissenbaum, 1999, parag.9). İsmi gizli kalan/bilinmeyen biri, başka nitelikleri yoluyla tanımlanabilir ya da tersi de mümkündür; kişinin ismi bilinse bile anonim olmaya devam edebilir. Kişi isimsiz olsa da onu başkalarından ayırt edebilecek herhangi bir özelliği onun etiketlenip tanınması için yeterli olabilir. Bu özellik, - bağlama göre - o kişinin görünümü, giyimi ya da onu tanımlayan bir başka özelliği de olabilir. Wallace’a göre de anonimlik en temel haliyle “isimsizlik” olsa da burada ismin olmaması/gizlenmesi ile kast edilen bir tür tanımlanamazlık (*nonidentifiability*) durumudur (1999, s.1). Bu işlevi bağlamında isim, bir tür meta kelimedir/etikettir. Diğer bir yandan, ismin bu özelliği her durumda ve bağlamda geçerli olmayabilir. Bazı durumlarda muğlak ve/veya çok kullanılan bir isimden ziyade başka bir kod, örneğin kimlik numarası gibi, daha anahtar/tanımlayıcı bir etiket görevi görebilir. Bu durumda, anonimlik daha geniş manada “tanımlanamazlık” şeklinde formüle edilmelidir. İsimsizlik ya da isimlendirilemezlik anonimliğin sadece türlerinden biri olabilir. En geniş manasıyla “isim” sözlük anlamının

ötesinde, kişiyi tanımlayabileceğimiz birden fazla özelliğe atıf yapan bir tür meta-kavram olarak da düşünülebilir elbette. İsim, bu anlamıyla kişinin kimliğini, kim olduğunu tek bir başlık altında toplayan bir ifade olarak kullanılmaktadır.¹

Anonimlik ile isim arasındaki ilişki en nihai noktada, ismin kişinin “kim” olduğunun bilinip bilinmemesi açısından gördüğü işleve bağlıdır. Kişinin ya da oluşumun kim olduğunun bilinmemesi durumunu ise kimliğinin bilinmemesi durumu şeklinde de ifade edilebilir. Bu bakımdan anonimlik bir tür kimliksizlik durumudur (Detweiler, 1993). Diğer bir ifadeyle de kimliğin tespit edilebileceği bilginin noksan olması demektir (Nissenbaum, 1999). Anonimlik kavramının kimlik kavramı ile bu “sıkı”(Korkea-aho, 1999, parag. 9) ilişkisi nedeniyle kimlik kavramının bu ilişki özelinde büründüğü anlamın açıklanması gerekmektedir. Kimlik kavramı, sosyal bilimler metinlerinde üzerine çokça yazılmış bir kavramdır (Frois, 2006, s. 103; Giddens, 1991; Hall, 1996; Herzfeld, 1997). Bu tez kapsamında amaçlanan, incelenilmesi için kapsamlı bir tartışmayı gerektiren kimlik kavramını tüm boyutları ile ele almak yerine, bu çalışmanın tartışma alanına girdiği ölçüde kimliğin, anonimlik kavramı ile kesişen boyutuna odaklanarak ifade edilmesidir.

Kimlik, en basit ifadeyle, kişinin ayırt edici karakter ve de kişilik özelliklerine gönderme yapar (Goddyn, 2001, s.5). Türk Dil Krumu tarafından hazırlanan *Büyük Türkçe Sözlük*'te kimlik, “Toplumsal bir varlık olarak insana özgü olan belirti, nitelik ve özelliklerle, birinin belirli bir kimse olmasını sağlayan şartların bütünü” şeklinde

¹ “İsim”in bir meta-kavram olarak kullanılmasına örnek Weicher (2007) tarafından ortaya konulan “isimlendirilebilirlik” (*nameability*) kavramıdır. Weicher bu kavramı anonimliğin tam zıttı bir yerde konular. Bu kavramın bileşenleri ise şunlardır: (1) İsim sahibi olma (sözlük anlamıyla) (2) Görünürlük (3) Tanınırlık (4) Tanımlanabilirlik (5) İzlenebilirlik – izi sürülebilir olma. Bu bileşenleriyle isimlendirilebilirlik, aslında “isim”den öte kişinin birden fazla niteliğini barındıran bir kavramdır.

tanımlanmaktadır (“kimlik,” b.t.). Buradan hareketle kimlik, kişiyi diğerlerinden ayıran, onu belirleyen bir dizi belirtiler ve nitelikler bütünü gibi düşünülebilir. Bu tanımıyla kimlik, kapsamlı bir bireylik alanını ifade etmektedir. Davis (2009, s. 213), kimliği, - bu kapsamlı bireysel alanı - üç alt nosyon çerçevesinde değerlendirmektedir: Metafizik kimlik, kültürel/sosyal/politik kimlik² ve epistemolojik kimlik. Bu üç alt nosyondan anonimlik ile ilişkili olarak ele alınması gereken nosyon “epistemolojik kimlik”tir. Davis bu nosyonla, kişinin günlük eylemlerinde onu tanımlayan bilgiler bütününe ifade etmeye çalışmaktadır (s. 219). Bu nosyonun metaforik bir yolla resmedilebileceği en somut hali, gündelik hayatta çokça kullanılan kimlik kartlarıdır. Özellikle banka, üniversite, devlet daireleri gibi kurumlarla ilişkilerimizde kimliğimizi kanıtlayan/doğrulayan bu kartlar, epistemolojik kimliğin en somut (materyal) halleridir. Kimlik kartlarının ötesinde düşünülecek olursa, bu tür bir kimlik tanımı bizim “gerçekte” kim olduğumuza dair bilgilerin kümesini ifade eder. Karşılaştırmalı bir örnek üzerinden kimliğin bu boyutu açıklanabilir. Sokağımızdan geçen bir “yabancı”nın kim olduğunu sorduğumuzda verilen cevapların şöyle olduğunu düşünelim: “O dışa dönük karakterli biridir;” “O bir vejetaryendir;” “O bir muhafazakardır.” Bu cevaplar bize o kişinin nasıl biri olduğunu; hangi kişisel, duygusal, politik niteliklere ve tercihlere sahip olduğunu söylese de epistemolojik kimliğe dair bilgileri içermemektedir. Bu çerçevede içinde aranan bilgiler şu şekilde listelenebilir: İsim, soyisim, doğum tarihi-yaşı, aile bilgileri, fiziksel özellikleri, mesleği, adresi vb. Bu ve benzeri bilgilerin hepsi, gündelik hayatımızda kimliğimizi tescillemek üzere de kullanılan kişisel bilgilerdir. Epistemolojik kimliğin diğer iki kimlik nosyonu ile olan

² Davis (2003) tarafından ortaya konulan bahsi geçen üç alt nosyondan ikinci nosyon yani “kültürel/sosyal/politik kimlik” biraz daha açılarak cinsel kimlik ile psikolojik ve duygusal nitelikler de bu kategori altına konulabilir özellikle de kültürel ve sosyal (psikolojik) başlık altında düşünülebilir.

farkını netleştirmek açısından “kimlik hırsızlığı” bir başka örnek olarak ele alınabilir. Böyle bir durumda isim, kimlik numarası, kimliği tescilleyen belli kodlar ve parolalar, meslek bilgilerinin kopyalanması ve hatta dış görünümün belli bir oranda taklit edilmesi vb. yoluyla bir kişinin yerine bir başkasının geçmesi ve onun adına eylemde bulunulması söz konusudur. Kimlik hırsızlığı vakasında epistemolojik kimlik çerçevesinde kalan bilgilerin çalınması durumu söz konusudur. Bu örnekte kişinin metafizik, kültürel/sosyal/politik kimliğine dair bir hırsızlık gerçekleşmemiştir zaten kişinin bu tür özelliklerinin bir başkası tarafından çalınması ve taklit edilmesi muhtemel görünmemektedir. Kişinin gerçekte kim olduğunun belirlenmesi için epistemolojik kimlik boyutuna dair bilgilere ulaşılmalıdır. Özetle, en temel düzeyde, epistemolojik kimlik boyutu anonimlik konusunda belirleyici olarak - ve de kimlik kavramının anonimlikle kesişen boyutu olarak - ele alınmalıdır.

Kişiyi tanımlanabilir kılan tür kimlik bilgilerinin neler olabileceğinin daha kapsamlı olarak ifade edilmesi açısından “kimlik tespiti” diğer bir deyişle *identifikasyon* kavramına değinilebilir. Roger Clarke, identifikasyon kavramını yaşayan/gerçek bir kişi ya da oluşumun tanımlanması ve/veya kimliğinin saptanması süreci/eylemi olarak açıklamaktadır (Clarke, 1999, parag. 10). Bu tanımda, saptanmakta olan “kimlik”ten önceki paragraflarda açıklanan epistemolojik kimlik boyutunun/nosyonunun kast edildiği söylenebilir. Bu açıdan bakıldığında, identifikasyonun gerçekleşebilmesi için ulaşılmaması gereken bilgilerin bütünü bu tür bir kimlik boyutunu temsil etmektedir.

Clarke bu bilgi bütünü şu başlıklar altında sınıflandırmaktadır:

- Görünüm – kişinin nasıl görüldüğü
- Sosyal davranış – başkalarıyla nasıl iletişim kurduğu

- İsimler – hangi isim veya isimlerle tanınıyor
- Kodlar – kurumlar tarafından hangi kodlarla tanınıyor
- Bilgi – kişinin kendi hakkında bildikleri (doğum tarihi, PIN kodu, annesinin kızlık soyadı vb.)
- Yetkiler-Belgeler – doğum sertifikası, pasaport vb.
- Biometrik veriler – görünüm, ses tonu, parmak izi, iskelet yapısı vb. (Clarke, 1994, parag. 24).

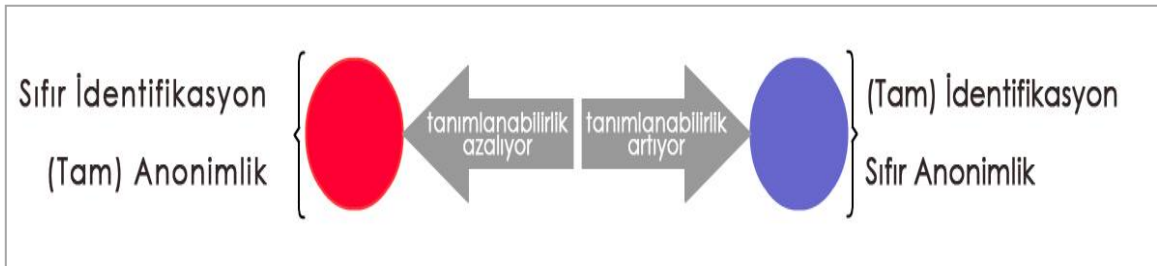
Bir diğer yazar, Gary T. Marx ise “kimlik bilgisi” (*identity knowledge*) başlığı altında kimliğe dair olan bilgi bütününe yedi alt kategoriye bölmektedir:

- Legal isim
- Konum-adres
- Gerçek isimle/kimlikle ve adresle (ve diğer kimlik bilgileri ile) ilintilenebilir alfabetik/sayısal kodlar, takma isim ya da sahte kimlik (*pseudonym*)
- Gerçek isim/kimlik ve adresle (ve diğer kimlik bilgileri ile) ilintilenemeyen alfabetik/sayısal kodlar, takma isim ya da sahte kimlik (*pseudonym*)
- Görünür özellikleri ve davranış örüntüleri
- Sosyal kategoriler
- Yetkiler, yetki belgeleri ve sembolleri - – doğum sertifikası, pasaport vb. (Marx, 1999, parag. 10).

Hem Clarke hem de Marx tarafından sıralanan bu kimlik başlıklarının da gösterdiği gibi kimliğin anonimlik ile doğrudan ilintili olan epistemolojik boyutu, kişi ve fiziksel yapısı hakkında gayet geniş skalada bir bilgi kümesi ifade etmektedir ancak

bir yandan bu tip bir bilgi bütünü bir özne olarak bu kişinin şahsi tarihi ve öznel yaşam deneyimi hakkında bir şey söylememektedir (Frois, 2006, s.104). Bu tip bir kimlik, kişinin nasıl biri olduğundan çok “gerçekte” kim olduğu hakkında bilgi içermektedir.

İdentifikasyon ile anonimlik birbirine zıt kutuplarda duran iki kavram olarak ele alınabilir. İdentifikasyon daha çok bir eylemi/süreci temsil ederken anonimlik bir “durum”u ifade eder. Bu ikili arasındaki ilişki şu şekilde açıklanabilir: İdentifikasyon eyleminin/sürecinin nihai noktası anonimlik durumunun ortadan kalkması yani kimliğin tamamıyla deşifre edilmesi anlamına gelmektedir (Şekil 1). İdentifikasyon, bir tür “tanımlama” eylemidir. Kimliği tamamıyla deşifre edilebilen kişi, bu ilişkinin bir kutbunda tamamıyla “tanımlanabilir” iken diğer kutbunda ise “tanımlanamazlık”³ diğer bir ifade ile anonimlik durmaktadır. Teorik olarak, mutlak tanımlanamazlık durumu Gary T. Marx’a göre yukarıda sıralanan yedi kimlik bilgisi kategorilerinden hiçbirinin saptanamaması demektir (Marx, 1999, parag.7). Aynı tanım Clarke tarafından yedi alt başlıkta listelenen bilgiler için de yapılabilir. Özellikle belirtilmelidir ki anonimlik ile identifikasyon arasındaki bu iki kutuplu ilişki, onların “bir elmanın iki yarısı” olmaları üzerinde kuruludur (Frois, 2006, s.1). İdentifikasyon kıstasları ve yolları değiştikçe anonim olabilmenin kıstasları ve yolları da buna mukabil değişmektedir.



Şekil 1. Anonimlik-İdentifikasyon Kutuplu İlişkisi

³“Tanımlanamazlık” (*nonidentifiability*) kavramı, tezin önceki kısımlarında Wallace (1999) tarafından ortaya konan anlamıyla kullanılmıştır.

Marx ve Clarke tarafından ortaya konulan kimlik bilgisi kategorileri bütüncül olarak ele alınarak Wallace (1999) tarafından ortaya konulan anonimlik tanımı ile beraber düşünülebilir. İdentifikasyon “bir bütün olarak birey”in kimliğinin tanımlanması şeklinde ele alındığında anonimlik, bu bütüne ulaşacağımız parçaların bir araya getirilememesi şeklinde ifade edilebilir. Bu “bütün” hem üniter ham de çoğul bir yapıdır. Onu oluşturan farklı nitelikler arasındaki armonik ve özgün bağlar bir üniterlik sağlarken bu farklı niteliklerin çeşitliliği de çoğulluk sağlamaktadır (s. 26). Marx ve Clarke’ın ortaya koyduğu farklı kategorilerde kişiye dair bilgilerin çoğulluğu açıkça görülmektedir. Diğer yandan çeşitlik arz eden bu nitelikler aynı tekil bireye dair niteliklerdir. Bu kategorilere dair bilgilerin (niteliklerin) bazılarının bir araya getirilebilmesi ile kişinin ancak belli bir bağlamda kimlik tespitinin yapılması mümkündür. Örneğin, “Gökhan” ismindeki biri için şu özellikler söz konusu ise: 26 yaşında, renkli gözlü, mühendis, ABC tenis kulübü üyesi, sigara tiryakisi, Beyoğlu’nda yaşıyor, XYZ şirketinde çalışıyor. Bu bilgilerden bazıları birbirine bağlanabildiği takdirde Gökhan’a ulaşmamız mümkün olabilir. Hangi bilgilerin kimlik tespiti açısından başat olduğu ise bağlamsaldır. Mesela “sigara tiryakiliği” bilgisi çoğunluğun “sigara tiryakisi” olduğu XYZ şirketi özelinde kimlik tespiti için belirleyici değilken, Gökhan’ın üyesi olduğu – ve diğer üyelerinin hiçbirinin sigara kullanmadığı – ABC tenis kulübü özelinde kimlik tespiti için belirleyicidir. Bu durumda “sigara tiryakiliği” ile “ABC tenis kulübü üyesi” bilgileri arasında kurulabilir bir bağ ile Gökhan için belirli bir bağlamda anonimlik ortadan kalkabilir. Gökhan’a dair diğer bilgilerin bir araya getirilmesi için de farklı bağlamlarda benzer senaryolar üretilebilir. Wallace (1999, s.23) buradan hareketle anonimliği, kişinin farklı nitelikleri arasında bağlantı kurulamaması (*noncoordinatability*) şeklinde ifade etmektedir. Bu açıdan anonimlik, bir

bakıma kişinin koordinatlarının belirlenmesini sağlayacak ilintinin-koordinasyonun sağlanamaması demektir. Bu açıdan bakınca Marx ve Clarke tarafından ortaya konulan kategorilerdeki bilgilerin bir ya da birden fazlasının bilinmesi identifikasyonu sağlamayabilir ve böylece anonimlik sürdürülebilir. Önemli olan o bilgilerin ilgili bağlamda ilişkilendirilebilmesidir. Bu açıdan bakıldığında denebilir ki; identifikasyon ve dolayısıyla anonimlik bağlamsal olarak belirlenmektedir.

Kimliğe dair ilgili bilgilerin bir araya getirelemeyip identifikasyonun yapılamadığı durumlarda anonimlik sağlanabilmiş olur. Nissenbaum (1999, parag. 9) tarafından anonimlik durumu “erişilemezlik-ulaşılabilirlik” şeklinde tanımlanmaktadır. Başkaları tarafından tanımlanamadığınız ya da tanınmadığınız bu durum, başkalarının size erişiminden münezzeh olduğunuz bir haldir. Bu tanımlama içkin olarak bireyin sosyalliğini yani başkaları ile iletişimini varsaymaktadır. Nissenbaum da bu tanımlamayı ortaya koyarken anonim olan kişinin eylemde ve sosyal katılımında bulunan biri olması gerektiğini özellikle ekler (parag. 9). Sözlüklerde yapılan tanımlarda da anonimlik için “bilinmeyen,” “ayırt edici bir özelliği olmayan” ya da “tanınırlığı olmayan” gibi ifadeler rastlanmaktadır. Bu ifadelerden hareketle şu sorular sorulabilir: Kim tarafından bilinmeyen? Kimlerden ayırt edici özelliği olmayan? Kimler tarafından tanınırlığı olmayan? Bu soruların açığa çıkardığı gibi anonimlik durumunun oluşabilmesi için sadece bir kişi yeterli değildir; “diğerleri” de yani aynı sosyal ortamı paylaşan başka bireyler de aynı çevrede ya da bağlamda var olmalıdır. Bir grup insan, bir topluluk veya küme içinde anlam kazanan, ilişkisel bir durum olarak bahsedilmelidir anonimlikten. Bu noktada, anonimliğin bir diğer niteliği ortaya çıkmaktadır: Sosyallik. Wallace (1999, s.23), anonimliği “anonim olan kişi ile diğerleri arasındaki bir tür ilişki” olarak

açıklamaktadır. Bu “ilişki”nin oluşabilmesi için de en az iki kişilik bir öznel kümesinin olması gerekmektedir. Gary T. Marx ise sosyallik vurgusunu şu şekilde yapmaktadır:

İroniktir ki anonimlik temeli itibariyle sosyaldır. Anonimlik için en az bir [farklı] kişiden oluşan bir kitle olması gerekir. Bir dağ başında hiç kimse ile etkileşim içinde olmadan ve kimse tarafından fark edilmeden yaşayan biri için anonim denilemez (Marx, 1999, parag. 9).

Wallace da anonimlik ile sosyal izolasyon arasındaki ayrımı ortaya koymak üzere Marx’ın ifadesinde geçen örneğe benzer şekilde keşişlerden bahsetmektedir. Wallace’a göre, toplumdan izole şekilde tek başına yaşayan bir keşiş teorik açıdan “isimsiz” ya da “bilinmeyen” olabilir ancak onun durumu tipik anonim olma tanımına uymaz (1999, ss.23-24). Sosyal ilişkilerin varlığı, anonimliğin değerlendirilmesi için temel önkoşullardan biridir. Başkaları ile sosyal bir çevre paylaşmamak, yaşayışı ve eylemleri ile onlarla etkileşim içinde olmamak - başkalarına bir etkide bulunmamak ve/veya onların eylemlerinden ve varlıklarından dolayı herhangi bir doğrudan etkiye maruz kalmamak - daha çok sosyal izolasyon durumunu ifade eder (ss.24-25). Her ne kadar tamamıyla toplumdan izole şekilde yaşayan biri için anonimlik şartlarının “mekanik” bir şekilde sağlanabildiği söylenebilse de anonimliğin bir anlam ifade edebilmesi için sosyallikten bahsedilmelidir. İnsanın sosyal bir eyleyen olduğu kabulü ile doğrudan ilişkili olarak, anonimlik de sosyal ilişkiler bağlamında bir anlam ifade etmektedir.

Sosyal ilişkiler bağlamında ele aldığımızda; anonimlik en temel düzeyde iki aktör arasında gerçekleşen etkileşime/iletişime dair bir durumdur. İki aktörlü bir iletişim modeli üzerinden anonimliği ele almak üzere Shannon–Weaver tarafından ortaya

konulan iletişim modeline değinilebilir (Shannon ve Weaver, 1969). Bu modelde, aktörlerden biri “kaynak” iken diğeri “alıcı” olarak konumlanmaktadır. Özetle, bu sistemde kaynak aktör mesajını kodlayarak iletişim kanalı aracılığıyla alıcıya gönderir ve alıcı da kodlanmış mesajı (sinyali) çözerek mesaja ulaşır. İletişimin lineer bir şekilde gerçekleştiği bu iletişim evrenine dair ayrıca, iletilmek istenen mesajı bozabilecek “gürültü” (*noise*) kavramından bahsedilmektedir. Bu bozulmaya neden olan etkenler fiziksel olabileceği gibi semantik – kişilerin tutumları, deneyimleri, iletişim becerileri vb. etkisi ile – de olabilmektedir.

Anonymous (1998) tarafından ortaya konulan “Anonim İletişim Modeli” nde⁴ açıkça ifade edilmese de Shannon–Weaver İletişim Modeli’nin etkisi görünmektedir. “Mesaj kaynağı” ile “alıcı” ikilisi üzerine kurulu bu model dâhilinde yapılan anonimlik tanımına göre anonimlik, mesaj kaynağının bilinmemesi, tanımlanamaması durumudur. Bu tanımda anonimlik durumu “kaynak” aktör üzerinden açıklanmaktadır. Burada odak, mesajın içeriğinden çok mesajı ileten kaynak kişidir.⁵ Bu modelde alıcı, kendisine iletilen mesaja ve mesaj kaynağına cevaben hareket eden aktör olarak konumlanmıştır. Kaynak ve alıcı arasındaki doğrusal ancak - Shannon–Weaver İletişim Modeli’nden farklı olarak - tek yönlü olmayan bu ilişkide iki aktör bir etkileşim içindedirler. Bu modelin anonimliğin nitelikleri bağlamında ele alınabilecek en önemli özelliklerinden biri anonimliğin – bu etkileşim dâhilinde - müştereken oluştuğuna dair bir açıklama ortaya koymuş olmasıdır. Bu modelde kaynak ve alıcı aktörleri arasındaki iletişimde, anonimlik her ne kadar kaynak aktörün kimliği/kimliksizliği üzerine kurulu olsa da

⁴ Anonim İletişim Modeli’nin basitleştirilmiş şeması için bkz. Ek 1.

⁵ Bu tez çalışması dahilinde daha önce de açıklandığı üzere burada mesajın kendisinin – bu eser ya da eylem de olabilir – anonimliğinden ziyade onu oluşturan kişinin anonimliği belirleyici bir durum yaratmaktadır.

anonimlik şartlarını belirleyen duruma her iki aktör de katkıda bulunmaktadır. Mesajı ileten kişi, kimliğini açığa vererek mesajı iletebileceği gibi kimliğini gizleyerek yani anonim olarak da bunu yapabilir. Alıcı ise iki farklı şekilde davranabilir: Gönderilen mesajın kaynağının anonimlik durumunu (anonim/anonim değil) olduğu gibi kabul etmek ya da “karşı bir eylem”de bulunarak kimliği gizli kaynağın anonimliğini ortadan kaldırmaya çalışmak, kimliğini açığa kavuşturmak ya da - daha az ihtimalle de olsa - kimliği belirli kaynağı anonimleştirmeye/gizlemeye çalışmak (s. 395).⁶ Kaynak ve alıcı ikilisinden oluşan bu iletişim ortamında her ne kadar alıcı ilk bakışta - pozisyon olarak - pasif durumda görünse de anonimliğin belirlenmesi noktasında aktif rol alabilmektedir. Bu noktada görülmektedir ki anonimlik, etkileşim içinde olan aktörlerin her birinin eylemlerinin neticesinde müşterek bir şekilde – ilişkisellik neticesinde - oluşabilmektedir (ya da oluşamamaktadır).

Anonim İletişim Modeli’nde kaynak ile alıcı arasındaki söz konusu müştereklik üzerinden, anonimliğin bu modelde açıkça belirtilmeyen bir yönüne daha değinilebilir. Anonimliğin sosyallik gerektirdiğine dair ifade, bu modeldeki ilişkisellik-müştereklik durumu bağlamında tekrar değerlendirildiğinde şu sav ortaya konulabilir: Anonimliğin “sosyal”lığı aynı zamanda onun ilişkiyel-müşterek bir deneyim olarak gerçekleşmesi olasılığını da beraberinde getirmektedir. En az iki kişiden oluşan bir iletişim evreninde anonimlik durumu, karşılıklı etkileşim ve eylemler neticesinde belirlenir. Her ne kadar anonimlik tanımı Anonim İletişim Modeli’nde olduğu gibi kaynak aktörün bilinmezliği üzerinden yapılırsa da bu ilişkisellik özelinde görülmektedir ki, kaynak aktörün

⁶ Kaynağı belli bir mesajı anonimleştirmeye çalışmak, daha çok alıcının başkaları ile olan ilişkilerine zarar verebileceği tehlikesi durumunda; kaynağın kim olduğunun ve kredibilitesinin önemsiz olduğu durumlarda; mesaj değerinin yüksek olması durumunda ya da iletim kanalının anonimleştirme için kolaylık sunması durumunda gerçekleşmektedir (Anonymous, 1998, s.397).

anonimliği karşı tarafın onun hakkında ne kadar şey bildiği; onun hakkında ne düzeyde kimlik bilgisine sahip olduğu üzerinden belirlenir. Bu durumda alıcı, “kaynaktan mesajı alan aktör” olarak, bulunduğu görece pasif pozisyona rağmen karşı taraf hakkında sahip olduğu bilgi miktarı açısından da anonimlik noktasında belirleyici ve aktif konumdadır. Bu durumu “pasif belirleyicilik” şeklinde ifade etmek mümkündür. Kaynağın ne kadar anonim olup olmadığı ancak karşıdakinin onun kimliği hakkında bildikleri üzerinden belirlenebilir. Bu durumda kaynak, anonimlik durumu bağlamında hem özne hem de nesne durumundadır. Kaynak, anonim olan/olmayan kişi pozisyonunda özne iken; anonimliğinin gerçekte olup olmadığının tayininin “diğeri”nin yani alıcının bilgisine doğrudan bağlı olması açısından da nesne konumundadır. Özet olarak, görülmektedir ki anonimlik en az iki aktör tarafından, müştereken ve aktörlerin karşılıklı kaynak-alıcı pozisyonları üzerinden aldığı aksiyonlar neticesinde ilişkisel olarak belirlenmektedir.⁷

Anonimliğin karşılıklı ve müştereken oluşması ile ilintili olarak ortaya çıkan bir diğer niteliği de onun karşılıklı algılar düzeyinde çeşitlendiğidir. En temel düzeyde kaynak ve alıcı ikilisinden oluşan bir iletişim ortamı üzerinden değerlendirildiğinde, alıcı aktörün kaynağın anonimliğini ne şekilde algıladığına ek olarak, bir eyleyen olarak kaynak aktörün kendisinin kendi anonimliğini nasıl algıladığı da “anonimlik” tartışması dahilinde değerlendirilmesi gereken bir durumdur. “Ben anonimliği” şeklinde de ifade edilebilecek bu tip bir anonimlik kaynağın alıcıya karşı kendi anonimliğidir.

(Anonymous, 1998, s. 388). Kaynağın anonimliği noktasında belirleyici olan ise - daha önce de ifade edildiği üzere - alıcının, karşısındaki “öteki”nin anonimliğini nasıl

⁷ Tek yönlü olmayan bu ilişkisellik durumu için özellikle belirtmelidir ki, kaynak ve alıcı pozisyonları sabit olmayıp kişilerin iletişim sürecinde etkileşimli olarak hem kaynak hem de alıcı pozisyonlarında olabilmeleri mümkündür.

algıladıdır.⁸ Eğer kaynak-alıcı etkileşiminin karşılıklılığı dikkate alınırda iki tarafın da birbiri için hem kaynak hem de alıcı olduğu kabul edilmelidir. Bu durumda her iki taraf da birbirinin anonimliğini öznel yolla algılamaktadır (ve öznel olarak belirlemektedir). Aynı şekilde kendi anonimliklerini de öznel yolla algılamaktadırlar (değerlendirmektedirler). Bu noktada vurgulanması gereken husus, iki aktörden oluşan atom düzeyindeki bir iletişim ortamında bile anonimliğin bir “teklik” göstermediği ve tarafların öznel algıları ile çeşitlendiğidir.

Anonimliğin bir diğer özelliği de dinamiklik ve/veya değişkenliktir. Bu özelliği bütüncül bir şekilde açıklayabilmek için hem önceki bahsi geçen diğer niteliklerin yeniden anılması hem de yeni başka niteliklerin açıklanması gerekiyor. Anonimliği belirleyen şartların farklı bağlamlarda değişkenlik gösterdiğinden bir diğer ifadeyle anonimliğin bağlamsal olarak belirlendiğinden tezin önceki kısımlarında bahsedilmişti. Bu sebeple, kişinin anonimliğinin her bağlam için geçerli, sabit bir tanımını yapmak zorlaşmaktadır. Böyle bir tanım ancak teorik olarak “sıfır identifikasyon” yani kişi hakkında tanımlayıcı hiçbir bilgi parçacığının olmaması şeklinde formüle edilebilir. Anonimliğin en uç halini ifade eden bu farazi durum dışında düşünöldüğünde, denebilir ki; anonimlik her bağlam için eldeki bilgi parçacıkları ve onların birbirleri ile kurulabilecek ilişkileri üzerinden farklı türlerde ve seviyelerde gerçekleşir. Anonimlik bir diğer özelliği olan “sosyallik”le beraber değerlendirilerek tekrar ifade edildiğinde şu sav ortaya konabilir: farklı bağlamlarda farklı kişilerle kurulan ilişkilerde kişinin bıraktığı bilgi parçacıkları değişkenlik göstermektedir; bu değişkenlik oranında kişinin anonimliği de dinamik bir özellik göstermektedir. Anonimliğin bir diğer niteliği,

⁸ Kişilerin kendi anonimlikleri için “ben anonimliği” ve ötekilerine dair algıladıkları anonimlik için “öteki anonimliği”nden bahsedilebilir (Anonymous, 1998, s.388). Bu anonimlik tanımları, tezin “Anonimlik Türleri” kısmında tekrar bir başlık olarak ele alınacaktır.

“müştereklik-ilişkiselik” niteliği bu noktada değerlendirme denklemine ilave edildiğinde anonimliğin değişkenliğinin bir katmanı daha ortaya çıkmaktadır. Anonimlik, kişinin farklı bağlamlarda kurduğu kaynak-alıcı ilişkilerinin her birinde tarafların her birinin katkısı-eylemi ile hem içerik hem de seviye bakımından değişkenlik göstermektedir. Diğer bir ifade ile hem bağlamın kendisinden hem de kişilerin bağlamdaki karşılıklı eylemlerinden dolayı dinamiklik arz etmektedir. Bu açıdan tüm bağlam ve durumlar için geçerli, mutlak bir anonimlik söz konusu değildir. Ayrıca, anonimlik için tüm bağlamların, mekânların ve ilişkilerin kendi içinde de bir sabitlikten/statiklikten bahsedilemez. İnsanlarla belirli bir bağlam ve mekânda kurduğumuz ilişkideki-iletişimdeki anonimliğimiz “süreçsel” bir özelliğe sahiptir ve zaman-süreç içinde değişkenlik gösterebilir (Anonymous, 1998, s.387).

Anonimliğin değişkenliği niteliği kadar seviyeleri için de geçerli bir durumdur. Anonimlik sadece yok-var ikiliği içinde düşünülmemelidir. Herhangi bir durum için kişinin anonimliği farklı seviyelerde zuhur etmektedir. Anonimlik için hiç bir zaman tamamıyla (*total*) var ya da hiç yok denilemez (Dumsday, 2005, s.2). Kişi her bağlamda ve ilişkide bilgi parçacığı bırakabilir bu da onun tamamıyla anonim olmasını engeller. Diğer bir yandan ise kişi hakkındaki tüm bilgi evrenine ulaşmak (tam identifikasyon-sıfır anonimlik) da olası değildir. Buradan hareketle denebilir ki, anonimlik belli bir mekân ve zaman içinde sınırlı, kısmi olarak gerçekleşmektedir (Frois, 2006, 387). Anonimliği bir skala dahilinde düşünmek bu durumu açıklamak için daha yararlı olabilir (Anonymous, 1998). Bu skalada anonimlik, “tamamen anonim” ile “sıfır anonim” kutupları arasında, farklı derecelerde, katman katman hareketlilik gösteren - akışkan - bir durumu ifade eder (Nissenbaum, 1999, parag. 15). Kutuplardaki noktalar

hiçbir zaman tam anlamıyla gerçekleşmeyen farazi bir durumu temsil eder. Anonimlik, bu noktalara yaklaşarak⁹ ve bu noktalar arasında oranlarda, - süreç içinde - değişken bir şekilde gerçekleşmektedir.

2.2. Anonimliğin Türleri

2.2.1. Pseudonymity

Pseudonymity, kelime itibariyle anonimliğin etimolojisi ile belli ortaklıklar paylaşmaktadır. “Anonimlik” kelimesindeki olumsuzluk öneki olan *an-* yerine bu terimde “gerçek olmayan,” “sözde,” “sahte,” “aldatan,” “zahiri” gibi anlamlara gelen *pseudo-* yer almaktadır (“pseudo,” 2010; “pseudo,” 2011). Buradan hareketle *pseudonymity* en basit anlamda, sahte isimlilik; gerçek olmayan takma bir ismin kullanılması durumu demektir. Bu terim içinde geçen “isim” – anonimlik için de aynı şekilde önceki kısımlarda belirtildiği üzere – sadece kişinin kullandığı yasal isim ya da bilinen lakabı olmaktan öte onu tanımlayan herhangi bir sembolü, belirteçi kast etmektedir. Bu bakımdan *pseudonymity*, daha geniş anlamda, kişinin gerçek olmayan,¹⁰ sahte, yanıltıcı bir kimlik tanımlayıcısı-belirteç-sembol ya da *persona* kullanılması demektir.

⁹ Bu durumu açıklamak için matematikteki “limit” terimine başvurabiliriz. Limit bir denklemde - diyelim ki “ $x+1=y$ ” – değişkenlerden birinin en fazla yaklaşabileceği değeri o değişken yerine farazi olarak koyarak denklemi çözmek üzere kullanılır. Mesela, $x+1=y$ denklemi için x 'in limit 100'e gittiğini söylemek demek x 'in alabileceği en yüksek değer 100'e bir birim uzaklıkta bir değer olabileceğini söyler yani bu değer 99,99999... şeklinde sonsuza dek giden 100'e en çok yaklaşabilecek farazi bir değerdir. Bu denklemi çözebilmek için limit kullanarak x 'in farazi olarak 100 olduğunu (yani en yaklaşabileceği, limit değer ancak gerçekte kesinlikle ulaşamayacağı değer) varsayarak x yerine 100 konulur. $x+1=y$ denklemi $\lim(x \rightarrow 100) = 100+1=y$ şeklinde formüle edilerek $y=101$ değeri bulunmuş olur. Anonimlik skalasında da “tamamıyla anonim” ve “sıfır anonim” noktaları, anonimliğin limit noktalarıdır. Anonimlik bu noktaların limitlediği bir aralıkta gerçekleşir ancak hiçbir zaman bu “mutlak” değerlerde gerçekleşmez. Anonimliğin kavranmasını bir tür denklem olarak düşünersek, bu denklemi çözmek için bu limit noktalarını bu denklemi çözmek üzere farazi olarak gerçekleştiriyormuş gibi var sayılabilir.

¹⁰ Bu cümlede geçen “gerçek olmayan” ifadesi, “kişinin toplum içinde kendini başkalarına tanıtmak için normalde kullandığının dışında, bilinenin ya da yasal olanın dışında” anlamında kullanılmıştır.

Anonimliğin bir türü olarak pseudonymity örneklerine en çok edebi/felsefi metinlerde ve de sanat işlerinde rastlayabiliriz. Mahlas, müstear ad, lakap ya da takma isim vb.¹¹ terimlerle anılan ikincil kimliklerini kullanarak bazı yazarlar, gerçek kimliklerini okuyucularından gizlemeyi tercih edebilirler. Bu yola başvurmalarının nedeni eserleri ile kendi kimlikleri arasına bir mesafe koymak olabileceği gibi yazdıklarından dolayı zarar görmemek adına gizlenme ihtiyacı duymak da olabilir (Lietzau, 2010). Yazarlar dışında şarkıcılar, oyuncular, ressamalar gibi sanatçılar tarafından da pseudonymity halen tercih edilen bir anonimleşme yoludur. Bu örnekler dışında gündelik hayatımızda da gerçek ismimizi gizlemeye çalıştığımız durumlar için takma isim, gerçek ismimizi perdeleyecek bir yol olarak çokça başvurulan bir yoldur.

Pseudonymity, çokça başvurulan kimlik gizleme yollarından biri olduğu için genellikle terim olarak anonimlik ile karıştırılabilmektedir (Burkell & West, 2005). Pseudonymity kavramı, kişinin takma isim kullanmaktan öte kendine bir tür “sahte kimlik” (pseudo-kimlik) edinmesi şeklinde ifade edilebilir (Clarke, 2006, parag.65). Anonimlik ile olan ilişkisinin belirginleşmesi açısından şöyle düşünülebilir: Pseudonymity, kişiye anonimlik sağlayan bir tür ara katman olarak kullanılmaktadır. Clarke’a göre; kullanılan kimlik, isim ya da belirteçin pseudonymity durumunu sağlayabilmesi için gerçek kimlikle “doğrudan” bir ilişkisinin olmaması yeterlidir (2006, parag. 59). Clarke’ın ifadesinden hareketle denebilir ki, pseudonymity yoluyla, takma isim/sahte kimlik ve gerçek kimlik arasındaki bu doğrudan bağ ortadan kalkmakta ve ara bir katman/perde oluşmaktadır. Diğer bir yandan, gerçek kimlikle

¹¹ İngilizce’de “takma isim”e karşılık “pen name” kullanılırken; Fransızca’da aynı anlama gelen “nom de plume” ibaresi kullanılmaktadır. Türkçe’deki yazarlardan örnek olarak: Halikarnas Balıkcısı adıyla yazan Cevat Şakir Kabaağaçlı, İrfan Külyutmaz adıyla yazıları yayınlanan Hilmi Yavuz. Türkçe dışında, filozof Kierkegaard’ın birden fazla takma isim kullanarak yazdığı bilinmektedir. George Orwell (gerçek adı Eric Blair) de meşhur takma isimli yazarlardan biridir (Kabay, 2004).

kurulabilecek bir bağ dolaylı da olsa doğrudan da olsa bu ilinti kurulduğu noktada anonimlik ortadan kalkmaktadır. Bu sebeple pseudonymity bir tür “dolaylılık” yaratması noktasında bir kesinlik içerirken anonimliğin gerçekleşmesi açısından bir kesinlik içermemektedir. Bu durumda denebilir ki, her pseudonymity durumu anonimlik şartlarını sağlamayabilmektedir. Sadece pseudonymity’nin olduğuna bakılarak anonimliğin gerçekleştiği söylenemez. Kullanılan “ara kimlik” kişinin gerçek kimliğini gizleyebildiği oranda anonimlik sağlamaktadır. Takma isim veya sahte kimlik kişinin gerçek kimliğine “doğrudan” ulaşılmasını engelleyen bir kademe olsa da tam anlamıyla anonim olabilmek için bu kademenin aşılmasına gerek. Bu ayrımı yapabilmek üzere Marx (1999) tarafından ortaya konulan kimlik bilgisi kategorileri hakkındaki ifadeler - tekrar - başvurulabilir. Bu kategorilerde iki farklı başlık altında takma isim/sahte kimlik kullanımına değinilmektedir. Bu kategorilerden birinde, gerçek kimlikle ilintilenebilir bir takma isimden/sahte kimlikten veya belirteçten bahsedilirken bir diğer kategoride gerçek kimlikle ilintilenmesi mümkün olmayan takma isimden/sahte kimlikten veya belirteçten bahsedilmektedir¹². Bu durumlardan ilkinde dair yani gerçek kimlikle ilintilenebilir bir pseudonymity durumu (*pseudonymous* olma) için anonimliğin gerçekleştiği söylenemez. Bu ilintileme doğrudan yani kolaylıkla görünür ve çözülebilir olabilir ya da dolaylı olabilir - apaçık olmayabilir (Clarke, 2006, parag.60). Bu durumda, pseudonymity perdesinin çözülmesi ve gerçek kimliğe ulaşılması için geriye dönük bir kimlik tespiti araştırması gereklidir. Ancak, ilintileme doğrudan da olsa dolaylı da olsa nihai olarak “gerçek” anonimlik oluşmamaktadır (Marx, 1999, parag.10; Neuman, 1996, parag.1). Bu duruma bir başka ifade ile “sözde-anonimlik” (*pseudo-*

¹² Bu ayrımı benzer bir ayrım Froomkin tarafından “izi sürülebilir pseudonymity” ve “izi sürülemeyen *pseudonymity*” şeklinde yapılmıştır (1995, parag. 33-36). Bu ikiliden “izi sürülebilir pseudonymity” için belirli bir seviyeye kadar anonimlik yani bir tür “sözde anonimlik” söz konusu iken, izi sürülemeyen pseudonymity için – gerçek - anonimliğin sağlanabildiği söylenebilir.

anonymity) de denilebilir (Neuman, 1996, parag.1). İkinci durumda ise kullanılan pseudonym üzerinden doğrudan ya da dolaylı yollarla kişinin gerçek kimliğine ulaşılması söz konusu değildir. Böyle bir durum için “gerçek anonimlik”ten bahsedilebilir.

Pseudonymous olma – yani pseudonymity - halleri sadece takma isim kullanmaktan, sahte bir kimlik veya persona aracılığıyla iletişim kullanmaya kadar farklı kademelerde gerçekleşebilir. Bu ihtimaller arasında tek başına *pseudonym* (takma isim) kullanılması ise anonimlik ile ilişkisi açısından daha sınırlı bir anlam ifade etmektedir. Sadece takma isim kullanılarak anonim kalınması her durumda söz konusu değildir ancak kabul edilmelidir ki bu yolla kişinin gerçek kimliğine – ve de gerçek ismine – ulaşılması için bir ara kademe yaratılmış olmaktadır. Bu noktada belirtilmesi gereken husus ise yaratılan bu ara kademenin tekdüze olmayıp çeşitlilik arz edebileceğidir. Bu kademelerin artışı da kişinin pseudonymous – ve dolayısıyla anonim – olma kademeleri ile de doğru orantılı bir ilişki içindedir. Bu kademelerin bir başında kişinin gerçek ismini kullandığı yani pseudonymous olmadığı durum bulunmaktadır. Bir sonraki kademe ismin tamamını değil bir kısmını gizlemek üzere kısmen takma ismin kullanılması durumu bulunmaktadır. Bu ikinci kademe örnek olarak en çok başvurulan yollardan biri soy ismin anonimleştirilmesidir (Örneğin, “Behzat Ç.” vb.). Bunun dışında gerçek isimlerin kısaltılması/ekleme yapılması (Örneğin, Metehan yerine sadece Mete kullanılması veya Mete yerine Metehan kullanılması vb.); sessiz harflerinin düşürülmesi (Örneğin, Cem Yılmaz yerine cmylmz gibi) ya da yabancı dilde bir karşılığının (Örneğin, Defne yerine Daphne gibi) kullanılması gibi kullanıcıların yaratıcılığına bağlı farklı kısmi anonimleştirme yolları denenmektedir. Üçüncü

kademede ise tamamıyla gerçek ismiyle bir kısaltma/ekleme/benzetme vb. yollarla yaratılmış bir ilinti veya semantik/fonetik/metinsel benzerlik içermeyen bir takma ismin kullanılması bulunmaktadır. Bu üçüncü kademe için anonimliğin gerçekleşmesi ihtimalinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Takma ismin kullanımına dair ayrıca eklenebilecek bir husus da takma ismin gerçek olup olmadığının anlaşılabilirliği üzerinedir. Bu nokta iki olasılık söz konusudur: Gerçek olmadıkları kolaylıkla anlaşılacak bir takma ismin kullanılması, bir diğer ifadeyle “belirgin takma isim” kullanılması; ikincisi ise açıkça takma isim olduğu belli olmayan/anlaşılmayan “belirgin olmayan takma isim” kullanılması (Qian ve Scott, 2007, s.1434). Örneğin, Halikarnas Balıkcısı belirgin bir takma isimdir. Belirgin olmayan takma isim olarak, gerçek ismi Abdülkadir Pirhasan olan ünlü yazar Vedat Türkali ve kendisinin kullandığı bir diğer takma isim olan Hüsamettin Gönenli örnek olarak verilebilir (Durukan, 2004).¹³ Bu kademeleri ve katmanları bir arada düşünerek kısaca denebilir ki, kişi gerçek ismini kısmen ya da tamamıyla farklı kademelerde gizleyebilir; bu amaçla ayrıca belirgin ya da belirgin olmayan bir takma isim kullanabilir.

2.2.2. Fiziki Anonimlik

Fiziki anonimlik, en basit tanımıyla kişinin fiziki özellikleri üzerinden kimliğinin tanımlanmasını sağlayacak bilgilerin elde edilememesi durumudur. Bu durum Anonymous (1998) tarafından ortaya konulan kaynak-alıcı ikilisi üzerine kurulu

¹³ Bilinen ismi ile Vedat Türkali (Abdülkadir Pirhasan), siyasi eylemleri nedeniyle mahkeme kararı ile yasaklı olduğu vakitlerde pseudonymity yolunu anonimleşme/kimliğini amaçlı olarak kullanmış ve farklı işlerine değişik isimlerle imza atmıştır. Senarist olarak Hüsamettin Gönenli ismini kullanırken yazar olarak Abdülkadir Demircan veya Vedat Türkali isimlerini kullanmıştır.

“anonim iletişim modeli” baz alınarak yeniden tarif edilirse; mesaj kaynağının fiziken alıcı tarafından tanımlanamaması demektir. Fiziki anonimlik çoğunlukla kişinin “görsel” açıdan anonim olması üzerinden açıklanır, bir diğer ifade ile kişinin başkaları tarafından görünür olmaması şeklinde (Scott, 2004; Rains ve Scott, 2007; Anonymous, 1998). Hatta bazı durumlarda fiziki anonimlik yerine “görsel anonimlik” ifadesi kullanılmaktadır (Qian ve Scott, 2007, s.1430). Fiziki anonimlik durumlarına örnek olarak yüzün bir örtü/maske ile gizlenmesi, mekânsal paylaşımın ortadan kaldırılması ya da kişilerin birbirlerini görmesini önleyip gizliliği sağlayacak bariyerlerin kullanılması kullanılan yöntemlerdendir. Rahiplerin günah çıkartma seanslarında kullandıkları iki odacıktan oluşan kabinler uygulamadaki örneklerdendir. Bu kabinlerde günah çıkartmak isteyen kişi, kabinin diğer tarafında yüzünü gizleyerek görsel açıdan tanınırlılığını ortadan kaldırmak istemektedir. Bu örnek dışında, karar alma aşamaları ve sosyal psikolojik süreçler üzerine yapılan bazı araştırmalarda görsel anonimlik sağlamak üzere katılımcılar ayrı odalarda ya da yüzlerini/bedenlerini gizledikleri bağlamlarda araştırmaya dâhil edilebilmektedirler (Bkz. Zimbardo, 1969; Scott, 2004).

Görsel anonimlik farklı kademelerde gerçekleşebilir. Görsel anonimliği sadece iki kademedен yani “görünür” olmak veya “görünmez” olmak şeklinde deneyimlenen bir durum şeklinde ifade etmek hatalı olur. Genel olarak anonimlik durumu için - ve özelde de pseudonymity için - önceki kısımlarda yapılan vurgu bu noktada görsel anonimlik için tekrarlanabilir: anonimlik sadece “var” ve “hiç yok” ikilisi dışında bu iki uç arasında farklı kademelerde gerçekleşmektedir. Özellikle yüz yüze iletişim dışındaki durumlar için, örneğin görüntülü telefon, fotoğraf yoluyla ve internetten görüntülü (fotoğraf ya da hareketli görüntü yoluyla) iletişim için, görsel anonimliğin farklı

kademeleri mevcuttur. Görsel anonimliğin kademeleri üzerine, Qian ve Scott (2007) tarafından - özellikle kişilerin birbirleri ile fotoğraflarını paylaşabileceği durumlar göz önüne alınarak – şu şekilde bir sınıflandırma yapılmıştır: (1) hiç bir görsel bilginin olmadığı durum (2) kişinin gerçek fotoğrafını kısmi olarak paylaştığı durum; örneğin, gerçek fotoğrafın kullanılması fakat yüz kısmının belli belirsiz, kısmen görünür olması vb. (3) kişinin tamamıyla görünür ve açık şekilde gerçek fotoğrafını paylaştığı durum (4) kişinin gerçek fotoğrafı yerine anlaşılması kolay, belirgin bir şekilde başka bir şeyin/birinin fotoğrafını paylaştığı durum - örneğin, kendi fotoğrafı yerine köpeğinin ya da bir ünlünün fotoğrafını kullanması vb. (5) kişinin gerçek fotoğrafı yerine paylaştığı fotoğrafın ona ait olmadığını açık-belirgin olmaması durumu - örneğin, karşıdakini yanıltacak şekilde bir başkasının fotoğrafını kullanmak. Qian ve Scott (2007) tarafından ortaya konulan bu kademeler; özellikle yüz yüze olmayan/aracılı bir iletişimin gerçekleştiği hallerde kolaylıkla oluşturulabilmektedir. Diğer bir yandan aracsız, fiziken aynı mekânın ve zamanın paylaşıldığı bir iletişim durumu için, kişinin gerçek görünümünü çarpıtarak karşı tarafı yanıltabilmesi çok olanaklı değildir. Böyle durumlar için daha çok kısmen ya da tamamen görünürlüğü gizleyebilme ihtimalleri mevcuttur. Buradan hareketle denebilir ki farklı iletişim ortamları için görsel anonimlik çeşitli kademelerde gerçekleşebilecek esnekliğe sahipken bazı ortamlar için böyle bir esneklik söz konusu değildir. Örneğin, yüz yüze iletişim için kademe çeşitliliğinden bahsetmek zordur. Hatta yüz yüze iletişimde görsel anonimlik – genellikle - söz konusu değildir (Anonymous, 1998). Bu durumu dikkate alarak özellikle ifade edilmelidir ki görsel anonimlik için ifade edilen kademeler, her durum için geçerli ve kesin olmamakla beraber anonimliğin esnekliğini göstermesi açısından önem arz etmektedir.

Fiziki anonimliğe değinen literatür kaynaklarında daha çok görsel anonimlikten bahsedilmektedir ancak fiziki anonimliği sadece görsel anonimlik üzerinden açıklamak onun diğer boyutlarını es geçmek anlamına gelir. Özellikle fiziki anonimliğin işitsel boyutu yani “işitsel anonimlik” de dikkate alınması gereken bir fiziki anonimlik çeşididir. İşitsel anonimlik temel olarak, kişinin identifikasyonun yapılabileceği ona özgü sesine dair tanımlayıcı bilginin olmaması anlamına gelmektedir. Kişiler görünüşleri dışında ses renkleri, tonlamaları ve vurguları ile de kendilerine özgü niteliklere sahiptirler. Bu niteliklerin her biri, kişinin kimlik tespiti dahilinde ele alınabilecek kimlik belirteçleridir. Bu belirteçlerin tespit edilerek, özellikle bilgisayar destekli ses tanıma teknolojileri yoluyla, kişilerin ses analizlerinin yapılarak identifikasyonun gerçekleştirilmesi mümkündür. Bu bilgi kanalı üzerinden herhangi bir tanımlamama yapılamadığı yani işitsel identifikasyonun sağlanamadığı durumda işitsel anonimlik gerçekleşmektedir. Kişiler kendi kendilerine ya da bazı teknik aletler vasıtasıyla seslerini manipüle ederek tanınırlıklarını en aza indirmeye çalışabilmektedirler. Örneğin, telefonda tanınmamak için ses tonunu değiştirmek vb.

Aynı görsel anonimlikte olduğu gibi işitsel anonimlikte de belli kademelerden bahsedilebilir. Kişilerin işitsel herhangi bir tanımlayıcı iz bırakmadığı “tam işitsel anonimlik” durumundan “kısmi işitsel anonimlik” durumu ve tamamen kimlik tanımlaması yapılabilecek işitsel bilginin elde edilebildiği duruma değin görsel anonimliktekine benzer kademeler bu anonimlik çeşidi için de söz konusudur. Bu kademeler sabit olmayıp kişilerin farklı bağlamlardaki tercihleri, imkânları ve çabaları ile bağlantılı olarak tam anonimlik ile tam identifikasyon noktaları arasındaki doğru boyunca farklı işitsel anonimlik deneyimleri gerçekleşebilir. Kişiler buldukları

iletişim ortamının imkânları oranında işitsel anonimliği farklı kademelerde işlevselleştirebilirler. Bu tür bir anonimlik için de aynı görsel anonimlikte olduğu gibi her durum için kesin ve geçerli kademeler söz konusu değildir. Örneğin, kısmi işitsel anonimliğin görsel anonimliğin de gerçekleştiği (örn. telefonda konuşmak) bir ortamda gerçekleşmesi daha mümkündür oysa yüz yüze iletişimde oluşabilecek kademe sayısı - yine görsel anonimliktekine benzer şekilde - çeşitlilik arz edemez. Farklı iletişim biçimlerine özgü imkânlar göz önünde bulundurularak denebilir ki, görsel ve işitsel anonimliğin ne derecede (kademede) gerçekleştiği de bu iletişim biçimlerinin her biri için farklılık gösterebilmektedir.

Fiziki anonimlik sadece görsel ve işitsel yollarla elde edilebilecek bilgilere dair olmanın ötesinde kişiyi fiziki açıdan tanımlayan ve tanıtan yani identifikasyonunu sağlayan tüm bilgi parçacıklarına dairdir. Görsel ve işitsel kategoriyi de içine alabilecek şekilde ancak bunların dışındaki türde kişiye dair fiziksel nitelikleri barındıran bilgi kümesi Clarke (1994, parag. 67; 2001, parag. 1; 2006, parag. 40) tarafından “biometrik” başlığı altında ifade edilmiştir. Biometrik, kişinin genel olarak fiziksel ve de kendisinden soyutlanması pek mümkün olmayan nitelikleri içermektedir. Bu başlık altında önceki paragraflarda bahsi geçen görsel ve işitsel anonimlik terimlerine dair olan bilgi kümeleri yer almaktadır. Örneğin, ten rengi, saç rengi, kilosunu, ses karakteri vb. Bu bilgi kümeleri dışında fiziki anonimlik ile ilgili olarak ilave edilmesi gereken kısmı ise kişinin fizyolojik ve biyolojik belli ölçümlerle elde edilebilecek bilgilerine dair olan “doğal fizyografi” kategorisidir. (1994, parag. 69). İskelet ölçüleri, parmak izi, retina yapısı, kan grubu ve DNA bilgileri vb. bu kategori altındadır. Anonimlik, bu bilgilerle ilişkili olarak düşünüldüğünde fiziki anonimliğin bir de biyometrik boyutu ortaya

çıkılmaktadır. Özellikle bu alanda gelişen yeni teknolojiler ile kendini gösteren bu bilgi kategorisi ile birlikte bu bilgilere dair bir anonimlik durumu da ortaya çıkmaktadır. Fizyografik veriler üzerinden bir kimlik tanımlaması yapılamaması yani elde edilen bu verilerin kişinin kimliğinin tanımlanmasını mümkün kılmaması durumunda da fiziki anonimliğin bir çeşidi olarak fizyografik anonimlik oluşmaktadır.¹⁴

Fizyografik anonimliğin de eklenmesi ile birlikte topluca bakıldığında; fiziki anonimlik üç temel kısımdan oluşmaktadır: Görsel anonimlik, işitsel anonimlik ve fizyografik anonimlik. Bu üç başlık da kişinin materyal açıdan kimlik tanımlamasının yapılmamasına dair bir durumu açıklamaktadır. Kimliğin bedene dair olan bu katmanı anonimliğin de oluşması açısından belirleyicidir. Buradan hareketle fiziki anonimlik hem görsel ve işitsel hem de fizyografik bilgi kategorileri dikkate alınarak bir bütün halinde kişinin fiziki varlığına dair tüm tanımlayıcı bilgi parçacıkları düşünülerek değerlendirilmelidir.

2.2.3. Söylemsel Anonimlik

Anonimliğin türlerinden biri olan söylemsel anonimlik, kişinin özellikle yazı yoluyla ve dil üzerinden kurduğu iletişime dair bir durumu ortaya koyar. Kaynak-alıcı ikilisi üzerinden düşünüldüğünde temel olarak, kaynağın dil üzerinden kurduğu iletişimde kimliğinin belirsiz olması şeklinde ifade edilebilir. Söylemsel anonimlik bir başka ifade ile de sözlü iletişimde iletilen mesajın belirli (tanımlı) bir kişiye atfedilememesi durumu olarak açıklanmaktadır (Qian ve Scott, 2007; Anonymous, 1998; Scott, 2004).

¹⁴ Bu tür bir anonimlik kişinin doğrudan bedenine dair sayısallaştırılabilir bilgiye dayanmaktadır. Bu tür bilgiler de özgün oldukları için kimlik tespiti açısından güvenilirlik oranı yüksektir ve elde edilip işlenebildikleri durumda kişinin anonimliğine doğrudan tehdit oluşturur.

Söylemsel anonimliği operasyonel olarak tanımlamak amacıyla, Qian ve Scott (2007) tarafından söylemsel anonimliği ölçümlemek üzere ortaya konulan anonimlik durumlarına bakılabilir. Qian ve Scott'un çalışmalarında sundukları söylemsel anonimliğe dair olası durumlar şunlardır:

- İsim, soyisim ve diğer kişisel bilgilerin hiçbirini kullanmamak
- Takma isim (pseudonym) olduğu belli olan bir takma isim kullanmak
- Takma isim olduğu anlaşılmayan bir takma isim kullanmak
- Gerçek ismini kısmen kullanmak (Örn. sadece soyismi kullanmak ya da gerçek ismin ilk harflerini kullanmak)
- Gerçek ismini açıktan - tam olarak - kullanmak
- Gerçek ismini açıktan - tam olarak - kullanmak ve de başka kişisel bilgileri paylaşmak (örn. yaş, adres, meslek gibi) (2007, ss.1434-1448).

Qian ve Scott (2007) tarafından ortaya konan bu olasılıklar daha çok yazılı ortamdaki söylemsel anonimlik durumları için oluşturulmuştur. Bu olasılıklar listesi, özellikle isim, soyisim, adres, yaş gibi kişilerin kimlik tespitlerinin yapılabilmesi açısından birincil sayılabilecek türde bilgilerin dil üzerinden ifade edilmesi noktasında söylemsel anonimlik için belirleyicidir. Ancak bu olasılıklar listesinin söylemsel anonimliğin kapsamlı olarak ele alınması noktasında yetersizlikleri vardır. Öncelikle, bu listede pseudonymity, sadece “takma isimli olmak” şeklindeki dar tanımı baz alınarak ve metinsel anonimlik çerçevesi üzerinden ifade edilmiştir. Takma isimlilik durumunun kişinin söylemsel anonimliğine katkı sağladığı iddia edilebilir ancak tek başına anonimlik durumu için yeterli bir ifade değildir çünkü kişiler takma isim kullandıkları durumlarda da dil üzerinden kendilerine dair başka kimlik tanımlayıcı

bilgileri açığa vurabilmektedirler. Bu noktada pseudonymity, daha geniş anlamda bir tür sahte kimlik/ara kimlik olarak ele alınarak yazılı ya da sözlü olarak dil yoluyla bir tür pseudo-kimlik kurulması üzerinden düşünülerek söylemsel anonimlik tanımı da bu kurgu üzerinden ifade edilmelidir. Bu tanıma, kişinin sadece isim, soyisim ve hatta kimlik tespitinin yapılabilmesi açısından birincil sayılabilecek diğer tüm bilgilerinin (isim ve soyisme ek olarak yaş, adres, meslek gibi kişisel bilgiler) dil üzerinden iletimi kapsamından daha geniş olarak “söylem”i de dahil edilmelidir.

Söylemsel anonimlik, Qian ve Scott (2007) tarafından ifade edilen olasılıkları da kapsamakla beraber kişinin kullandığı “dil”i de içermektedir. Kişilerin dil üzerinden kurdukları söylem onlara has özellikler taşımaktadır. Kullanılan dil kişinin gerçekliğine erişiminin bir aracıdır ve bu dili nasıl kullandığı da onun kim olduğunu ve ne şekilde düşündüğünü yansıtmaktadır (Gies, 2008). Bu açıdan, sözlü ortamda ya da yazılı ortamda kişinin dili nasıl kullandığı üzerinden kişinin kimliğine dair bilgi edinilmesi olasıdır. Buradan hareketle, söylemsel anonimlik kişinin kendini dilde kendine özgü şekilde ifade ederek bıraktığı söylemsel izler üzerinden onun kimliğinin tespit edilememesi durumuna karşılık gelmektedir. Bir örnek olarak, grafitiler - çoğunlukla anonim şekilde - kişilerin kendilerini ifade ettikleri yazılı – ve görsel – iletişim yollarıdır. Rodriguez ve Clair (1999) tarafından siyahların ve azınlıkların yaşadığı bölgelerde yer alan grafitilerin söylemsellikleri üzerine yapılan çalışmada anonim metinler olarak değerlendirilen grafitilerin – bile - belli söylemsel karakteristiklerinin olduğu ortaya konmuştur. Bu grafitilerde, kişilerin ırksal kimliklerinin ve cinsel eğilimlerinin söylemleri üzerinden grafitilere yansıdığı görülmektedir. Özellikle de toplum içinde marjinalize edilmiş gruplar tarafından yapılan grafitilerde bu temsil

kolaylıkla görülmektedir. Bu çalışmadan hareketle, grafitilerdeki söylemin kişilerin kimliklerine dair ipuçları taşıdıkları ve çoğunlukla yaratıcıları bilinmeyen metinler – ve çizimler - olmalarına rağmen yaratıcılarının kimlikleri hakkında bilgi sunabilen, söylemsel açıdan anonimlikleri sınırlı metinler oldukları söylenebilir.¹⁵

Söylemsel anonimlik, dilin semantik ve içeriğe dair boyutu dışında sentaks ve noktalama (yazılı dilde) ile ilişkisi açısından da ele alınabilir. Kişinin teknik olarak dili nasıl kullandığı kendine özgü belli nitelikler taşıyabilir. Herhangi bir anonim kişinin kurduğu cümlelerin sentaksı onun kimliğine dair tanımlayıcı niteliğe sahip olabilir (Rains ve Scott, 2007, s.81). Bu noktada kurulan cümlelerinin yapısal özellikleri önem arz etmektedir. Sentaksa dair ve genel olarak dilin teknik yapısına dair ne tür bilgilere bakılabileceğine dair; şu şekilde bir liste oluşturulabilir:

- Cümlelerin ve paragrafların uzunluğu
- Kelime ve paragraf sayısı
- Paragraf stili: Paragrafın biçimsel olarak nasıl oluşturulduğu; sağ-sol-alt-üst girintilerin nasıl oluşturulduğu ve paragraf arası boşluklar
- Kelimeler: Kişinin kelime dağarcığı, hangi kelimeleri ve bilinen deyimleri ne kadar sıklıkla kullandığı
- Yanlış yazılan (ya da telaffuz edilen) kelimeler ve sıklıkları
- Büyük harf (ya da küçük harf) ile yazılan kelimeler ve sıklıkları
- Bölünmüş kelimeler (tire işareti ile veya başka şekillerde) ve sıklıkları

¹⁵ Grafitiler, bu noktada söylemsel anonimlik bağlamında sadece metinsellikleri üzerinden ele alınmıştır. Bir illüstrasyon olarak değerlendirilirse; grafitiler yaratıcısına özgü belli çizimsel karakteristikler (renk, tonlama ve stil açısından) taşımaktadır. Bu karakteristikler üzerinden kimlik tespiti yapıp yapılamayacağı konusu ise daha çok görsel anonimliğin kapsamında değerlendirilebilir.

- Noktalama işaretleri kullanımı: Doğru ve yanlış kullanım karakteristikleri; kendine özgü kullanım tercihleri
- Alternatifi olan durumlar: Farklı aksanlar ve kelime-deyim kullanımları arası seçimleri (Rao ve Rohatgi, 2000, ss.3-4)

Rao ve Rohatgi tarafından oluşturulan bu listeye şu iki madde de eklenebilir:

- Eş anlamlı kelimeler arasındaki seçimler; daha çok hangisinin tercih edildiği
- Kullanılan kurallı ya da kuralsız - kendine özgü - kısaltmalar

Özellikle belirtilmelidir ki bu bilgilerin, anonimliğin “söylemsel” boyutu ile ilişkili olmasının nedeni, sadece dil üzerinden iletilmeleri olmayıp aynı zamanda dile dair, kişinin dili nasıl kullandığına dair bir diğer ifade ile “dil üzerinden dil hakkında” olmalarıdır. Bu listedeki maddelerin bir diğer özelliği ise hepsinin kolaylıkla sayısallaştırılabilir olmasıdır, böylece kişilerin yapısal açıdan dili nasıl kullandıklarına dair niceliksel bir kimlik tespiti çalışması yapılabilir. Bu bilgiler bir araya getirilerek oluşturulacak kimlik profilleri kişinin gerçek kimliğine ulaşılması için dolaylı bağlantıları kurmak üzere kullanılabilir. Bu sayede kişi hakkında kimlik tespiti için hiç birincil derece bilgi elde edilemediği durumlarda bile sadece kullandığı dilin teknik yapısından kişiye dair tanımlayıcı güvenilir ipuçlarına ulaşılabilir. Bu ipuçlarının her biri de kişinin söylemsel anonimliğini ortadan kaldırmaya yönelik kullanılabilecek bilgi parçacıklarıdır.

2.2.4. Algılanan Anonimlik Türleri: Anonimliğin Gerçekleştiril(me)mesi

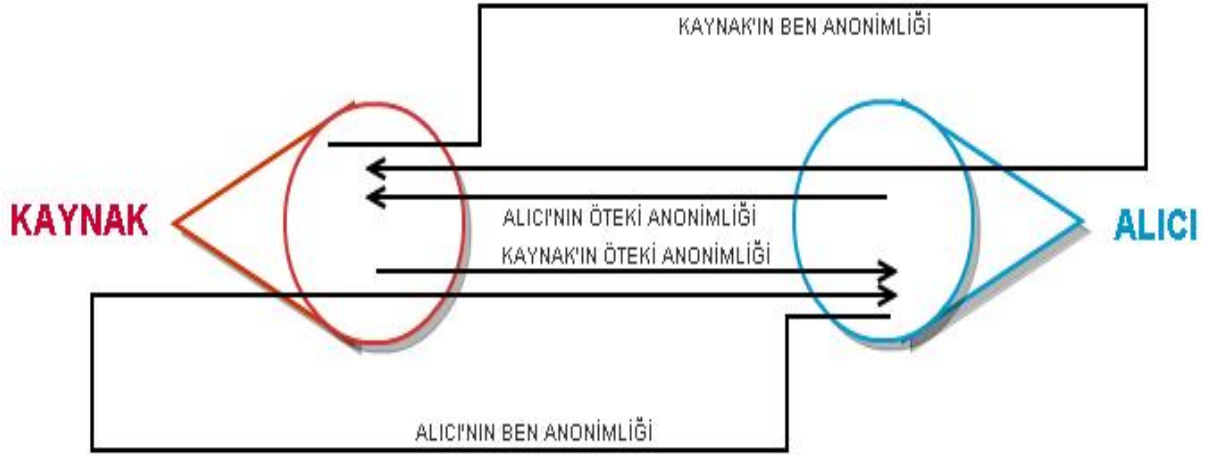
Anonimlik, sosyallik gerektiren bir olgu olup en az iki kişiden oluşan bir iletişim düzlemi içinde oluşmaktadır. En temel seviyede, kaynak ve alıcı ikilisinden oluştuğunu

varsayıdığımız bu düzlemde, kaynağın anonimliği üzerinden bir değerlendirme yaparak ilerleyen kısımlarda, anonimliğin “ben” ve “öteki” için geçerli olan çeşitleri daha kolay tanımlanabilir.

Kaynak aktörün alıcı ile iletişimde kendisini “anonim” olarak konumlandırabileceği taraf, karşısında mesajı alan alıcı aktördür. Alıcı için de aynı durum geçerlidir. Tarafların karşılıklı olarak anonimliklerini algılayışları farklılık gösterebilir. Kişinin kendi anonimliği ile karşıdakinin onu nasıl ve ne şekilde anonim gördüğü ayrı ayrı ele alınmalıdır. Bu noktada sadece “kaynak-alıcı anonimliği” üzerinden gidilecek olursa denebilir ki; bu ilişki içinde kaynak anonimliği iki farklı makamda oluşmaktadır: Ben anonimliği ve öteki anonimliği. Ben anonimliği (*self-anonymity*) en temel haliyle; kaynak aktörün algıladığı kendi anonimliğidir. Bu tür bir anonimlik, kaynağın ötekine yani alıcıya karşı kendi anonimliğini ne şekilde algıladığına/değerlendirdiğine dairdir. Öteki anonimliği (*other-anonymity*) ise kaynağa göre ötekinin yani alıcının – karşı tarafın – anonimliğidir. Bu tür bir anonimlik kaynak aktörün alıcının anonimliğini ne şekilde değerlendirdiğine dairdir (Anonymous, 1998, s.388; Bronco, 2004, s.129; Scott, Rains & Haseki, 2011, s.302).

Ben anonimliği ile öteki anonimliği arasında dinamik bir ilişki söz konusudur. Kaynak aktörün kendini nasıl/ne kadar anonim hissettiği doğrudan kaynak aktörün ben anonimliğine karşılık gelmektedir. Ancak kaynak aktörün anonimliği noktasında belirleyici olan, alıcı aktörün kaynağın anonimliğini ne şekilde algıladığıdır. Bu durum alıcı aktörün – daha önceki kısımlarda da bahsi geçen – pasif belirleyiciliğinden kaynaklanmaktadır. Bu noktadaki özellikle dikkate alınması gereken öteki anonimliği

kaynak aktörün öteki anonimliği değil, alıcının öteki anonimliğidir. Burada alıcıya göre “öteki” olan kaynak aktör olduğu için alıcının, kaynağın anonimliğini ne şekilde değerlendirdiği üzerinden bir açıklama yapılmalıdır. Bu noktada sonuç olarak, kaynak aktörün anonimliği, kaynak aktörün “kendi anonimliği” ile alıcı aktörün “öteki anonimliği” arasındaki dinamik ilişkide değerlendirilmelidir. Aynı şekilde, bu ilişki ters yönde düşünüldüğünde, alıcının anonimliği için, alıcının kendi anonimliği ile kaynağın öteki anonimliği (kaynak aktörün algıladığı düzeydeki alıcı anonimliği) arasında bir denklem söz konusudur (Şekil 2.).



KAYNAK'IN BEN ANONİMLİĞİ: Kaynak'a göre kendisi Alıcı'ya nasıl/ne kadar anonim?

KAYNAK'IN ÖTEKİ ANONİMLİĞİ: Kaynak'a göre Alıcı nasıl/ne kadar anonim?

ALICI'NİN ÖTEKİ ANONİMLİĞİ: Alıcı'ya göre Kaynak nasıl/ne kadar anonim?

ALICI'NİN BEN ANONİMLİĞİ: Alıcı'ya göre kendisi Kaynak'a nasıl/ne kadar anonim?

Şekil 2. Kaynak-Alıcı Arası Ben ve Öteki Anonimliği Dinamiği

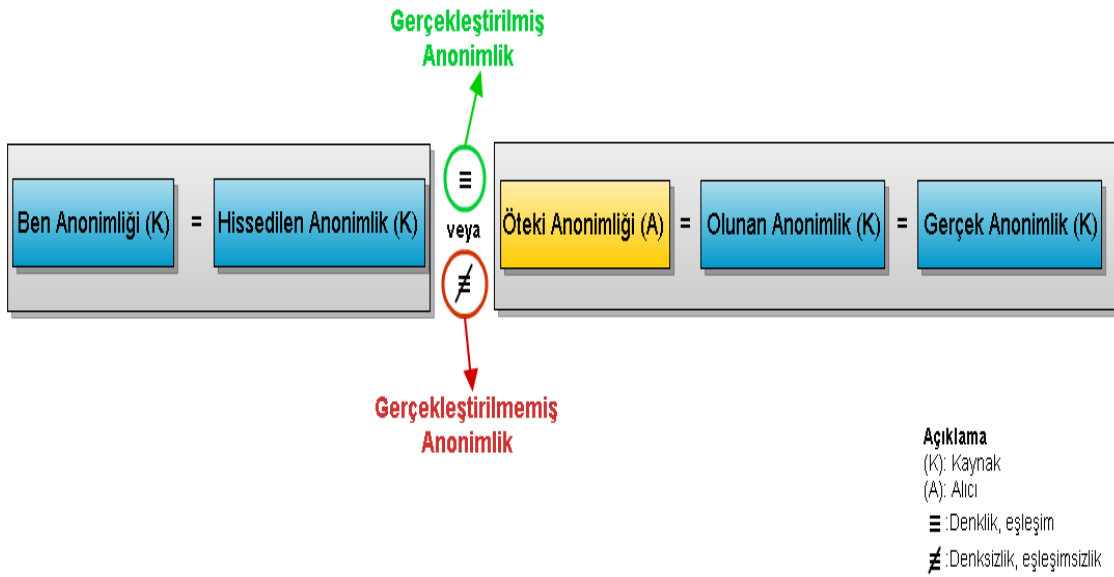
Genel olarak bir öteki ile iletişimdeki “ben ve öteki” dinamiği anonimliğin algılanması ve deneyimi noktasında da geçerlidir. Bu ilişki temelindeki bir anonimlik değerlendirmesi anonimliğin “psikolojik” boyutunu temsil eder (Chua ve Jiang, 2006,

s.4). “Benlik” bir kavram olarak, kişinin kendi doğası, kendine özgü nitelikleri/özellikleri ve tipik davranışları hakkındaki düşüncelerinin bir çerçevesidir. Bir bakıma kişinin kendi hakkındaki, zihninde oluşan resimdir; kişinin kendine dair algısıdır (Weiten, 2007, s.353). Kişinin bu “ben algısı,” deneyimleri ile zamanla gelişime ve değişime uğramaktadır.¹⁶ Bu süreç boyunca kişi, kendinin ve eylemlerinin farkındalığı ile ben algısını şekillendirmektedir. Bu farkındalık sadece içsel bir sürecin sonucu olmayıp sosyal ilişkiler ve bu ilişkiler neticesinde alınan geri dönüşler ile ilişki olarak kurulmaktadır. Benliğin bu “sosyal” boyutuna bir diğer ifade ile “kamusal benlik” denilebilir. Kamusal benlik, kişinin kendini ötekinin perspektifinden nasıl gördüğü üzerine kuruludur (Matheson & Zanna, 1988; aktaran Chua & Jiang, 2006, s.2). Öteki ile kurduğu iletişim boyunca kişi, daima bu farkındalık ile ben algısına yön vermektedir bir bakıma onu güncellemektedir. Benlik kavramı üzerine literatürdeki en önemli isimlerden Carl Rogers’ın ortaya koyduğu *kişi merkezli teori*, kişinin benliğini hangi eğilimle ve ne tür bir dinamik içinde oluşturduğu üzerine önemli bir kuramsal açıklama sunmaktadır. Rogers’a göre, kişinin olduğunu zannettiği kendi algısı ya da olmayı arzuladığı kendisi (*ideal benlik*) ile gerçekte olduğu/bulunduğu nokta arasında (*gerçek benlik*) bir fark söz konusu olabilir. Bu fark (yarık) bir tür uyumsuzluk yaratır ve kişinin psikolojik dengesi-ahengi azalır. Kişi, kendini gerçekleştirmeye yönelik bir eğilim içindedir ve bu eğilimle bu farkı olabildiğince azaltmaya çalışmaktadır, kişi bu sayede bir dengeye ulaşacaktır (Weiten, 2007, s.353; Rogers, 1989).

¹⁶ Benlik kavramı ve Carl Rogers’ın benlik teorisi ile ilgili olarak bkz. Kirschenbaum, H., & Henderson, V. (Eds.). (1989). *The Carl Rogers Reader*. Boston: Houghton Mifflin. ve Rogers, C.R. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. Houghton Mifflin, Boston.

Anonimlik de kişinin kendine dair benlik algısı düzeyindeki mekanizmaları dâhilinde ele alınabilir. Bu değerlendirme yapılırken ben anonimliği ile öteki anonimliğini de bu yapı içine yerleştirmek ve böylece yeniden ifade etmek mümkündür. Kaynak ve alıcı ilişkisinde kaynak aktörün kendi anonimliğine dair zihnindeki temsili onun “ben anonimliği”dir. Ben anonimliği aynı kamusal benlik kavramında olduğu şekilde kişinin kendini – anonimlik için konuşulacak olursa, kendi anonimliğini - ötekinin/ötekilerin perspektifinden nasıl gördüğü ile ilgilidir. Ancak diğer yandan anonimliğin takdiri noktasında belirleyici olan, ötekinin yani alıcının kaynağı nasıl/ne şekilde anonim gördüğüdür. Bu ise – daha önce de belirtildiği üzere – alıcının “öteki anonimliği”dir. Kaynağın anonimliğinin gerçekte olup olmadığının ötekinin algısına doğrudan bağlı olması sebebiyle bu anonimlik için kaynağın “gerçek anonimlik”i denilebilir. Benlik kavramı üzerinden bu anonimlik türleri tekrar düşünüldüğünde; aynı şekilde gerçek benlik ile ideal benlik arasındaki ilişkiye benzer olarak, gerçek anonimlik (alıcının öteki anonimliği) ile ben anonimliği arasında bir ilişki söz konusudur. Kişinin gerçek anonimliği, onun aslında bulunduğu anonimlik pozisyonu iken ben anonimliği onun farz ettiği ya da amaçladığı - idealize ettiği - noktadır. Bu ikili arasındaki mesafe, kişinin olduğunu zannettiği (ya da arzuladığı) ile gerçekte olduğu anonimlik arasındaki yarıktır. Bu iki noktanın denk olmaması durumunda kişinin anonimlik durumu için bir tür eşleşimsizlikten/uyuşmazlıktan diğer bir ifade ile “gerçekleştirilememiş anonimlik” durumundan bahsedilebilir. Kişinin kendi anonimliğine dair algısı ile alıcının ona dair algıladığı anonimliğin denk olması durumunda da “gerçekleştirilmiş anonimlik” sağlanmaktadır.

Gerçek anonimlik ile ben anonimliği arasındaki kavramsal farka benzer bir fark Kennedy (2006, s.870) tarafından “anonim hissetmek” ile “anonim olmak” şeklinde ortaya konmuştur. Kennedy, çalışmasında bir grup öğrencinin kendileri ve gündelik şahsi deneyimleri hakkında hazırladıkları web sayfalarının içerikleri üzerinde çalışmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, öğrenciler kendilerini anonim zannettikleri durumlarda bile aslında kimliklerini açığa vurabilecek birçok tanımlayıcı bilgiyi ortaya sunmaktadırlar. Kendilerine bu web sayfalarında anonim olup olmadıkları sorulduğunda anonim olduklarını/hissettiklerini söylemelerine rağmen paylaştıkları birçok şahsi bilgi ile başkaları tarafından kolaylıkla tanımlanabilmektedirler. Kennedy’nin ifadelerinden hareketle, bir tür “hissedilen anonimlik” ile “olunan anonimlik”ten bahsedilebilir. Bu iki tip anonimlik ise aslında bir önceki kısımda adı geçen ben anonimliği ve gerçek anonimlik kavramlarına doğrudan bağlanabilir: Hissedilen anonimlik, kaynağın kendini olduğunu zannettiği anonimlik durumu yani ben anonimliğine karşılık gelmekte iken; olunan anonimlik, ötekinin bizi nasıl/ne şekilde anonim algıladığıdır, alıcının öteki anonimliğidir yani gerçek anonimliktir. Aynı şekilde hissedilen anonimlik ile olunan anonimlik arasındaki eşleşimsizlik, “gerçekleştirilememiş anonimlik” durumunu yaratmaktadır. Bu eşleşimsizlik, kişinin anonimlik açısından, bulunduğunu zannettiği/hissettiği seviye ile gerçekte bulunduğu anonimlik seviyesinin farkından kaynaklanan bir tür uyuşmazlık, ahenksizliktir. Bu noktada eğer kişinin – yani kaynak aktörün - farkındalığı söz konusu ise bu yarığı ortadan kaldırmak üzere eylemde bulunabilir. Aksi bir durum, kaynağın anonimlik durumunu gerçekçi olarak görememesi; anonimlik durumuna dair gerçekçi bir farkındalığının olmaması anlamına gelmektedir.



Şekil 3. Algılanan Anonimlik Türleri Arasındaki İlişki ve Denklik¹⁷

Algılanan anonimlik türleri arasındaki ilişkiye dair belirtilmesi gereken bir diğer durum ise bu ilişkinin değişken yapısıdır. Hatta denebilir ki, hem ben anonimliği kendi içinde hem de alıcının öteki anonimliği kendi içinde zamanla ve karşılıklı iletişimle beraber değişim göstermektedir. Örneğin, kaynak ile alıcı arasındaki süregiden etkileşim boyunca alıcının kaynak aktörün kimliğine dair bilgi birikimi artar ve sonuç olarak alıcının öteki anonimliği azalabilir. Diğer taraftan, kaynağın kendisine dair anonimlik algısı yani ben anonimliği pek değişmeyebilir (Anonymous, 1998, s.402). Ayrıca iki tarafın da anonimlik algıları öznel olduğu için buradan hareketle, sürekli bir sabitlikten bahsetmek mümkün değildir. Bu sebeple kaynağın ve alıcının hep aynı kişiler olduğu sabit bir iki aktörlü iletişim var sayılsa bile bu aktörlerin karşılıklı bilgi

¹⁷ Özellikle belirtmelidir ki karşılıklı algılar arasında “mutlak” bir eşitlik aramak gerçekçi değildir. Diğer bir ifade ile mutlak bir “gerçekleştirilmiş anonimlik” mümkün değildir. Bu noktada daha uygun bir kelime olarak “denklik” tercih edilmiştir. Ancak, bu “denklik”in de tüm ilişki süreci için geçerli bir mutlaklık arz etmesi olası değildir. Bu tanımların teorik açıdan değerlendirilmesi daha uygundur.

paylaşımları (etkileşimleri) sebebiyle aralarındaki anonimlik durumu zamanla, süreç içinde değişmektedir. Buradan hareketle, ben anonimliği ile gerçek anonimlik (alıcının öteki anonimliği) arasında bir eşleşimsizlik olması - bu ilişki sürecinde - olası bir durumdur. Kaynak ve alıcı aktör parametreleri sabit olmadığı düşünüldüğünde; örneğin, aynı kaynağın birden fazla alıcı ya da alıcı grupları ile kurduğu iletişim için bir değerlendirme yapıldığında ise denilebilir ki kaynağın her bir ilişkisi için ben anonimliği ile alıcıların öteki anonimlikleri sayısız miktarda çeşitlilik ve hareketlilik gösterebilmektedir.

3. Değişen Anonimlik Halleri ve Sosyal Medya Etkisi

3.1. Anonimliğin “Yüz Yüze” Halleri

Anonimliğin nitelikleri ve türleri bağlamında yüz yüze iletişim. Anonimlik deneyimi kişiler arası iletişimin tarihi ile yaşittir. Anonimliğin temel niteliklerinden biri olan sosyallik bağlamında düşünüldüğünde, anonimlik durumu sosyalliğin söz konusu olduğu yani insanların birbirleri ile etkileşimde olduğu tüm dönemler için değerlendirilebilir. İki kişinin birbiri ile iletişimi esnasında birbirlerinin kimlikleri hakkında bildikleri ve bilmedikleri; birbirlerini ne kadar tanıdıkları, bir diğer ifade ile birbirlerine karşı ne kadar/ne şekilde anonim oldukları her zaman geçerli sorular olarak ortaya konulabilir

Yüz yüze iletişim, anonimliğin insanlar arası iletişim üzerinden değerlendirilmesi noktasında bir başlangıç noktası olarak alınabilecek en temel iletişim biçimidir. Öncelikle, yüz yüze iletişimin gerçekleştiği bir durum için anonimliğin niteliklerinden biri olan sosyalliğin kolaylıkla sağlandığını söylemek mümkündür. En az

iki kişiden oluşan bu iletişim ortamında tarafların birbirleri ile sosyal irtibatı söz konusudur. Temel olarak, anonimlik ancak birbirleri ile sosyal irtibatı olan aktörler (örn. kaynak ile alıcı aktörler) arasında gerçekleşip/gerçekleşmediği değerlendirilebilecek bir durumdur. Yüz yüze iletişimde de sosyallik içkin olarak mevcuttur. Anonimliğin bir diğer niteliği olan bağlamsallık üzerinden düşünüldüğünde ise bu iletişim biçimine özgü olan bir durum ile karşılaşılmaktadır. Yüz yüze iletişimde kaynak ile alıcı aktör aynı bağlamı ve zaman-mekânı paylaşmaktadırlar. Bu noktada kaynak aktörün anonimliği de bu zaman-mekân eşliği noktasında gerçekleşmektedir. Farklı bağlamlar için ayrı ayrı değerlendirilebilecek anonimlik durumu yüz yüze iletişimde kaynak ile alıcının ortaklaşa oldukları tek bir bağlamda gerçekleşmektedir (ya da gerçekleşmemektedir). Anonimliğin müştereken-karşılıklı belirlenmesi açısından bakılacak olursa da; bu tarz bir iletişim biçimi bu müşterekliğin ve karşılıklılığın en somut halini ifade eder. Tarafların karşılıklı pozisyonları ve eylemleri ile (hareketleri, mimikleri, söyledikleri sözler vb.) anonimlik yüz yüze iletişimde “gerçek zamanlı” olarak şekil alır. Yüz yüze iletişimde geri bildirim ve etkileşim gerçek zamanlıdır bu sebeple anonimlik, müşterek olarak karşılıklı bir döngü içinde, o anda vücut bulur. Anonimliğin dinamikliği-değişkenliği bağlamında düşünüldüğünde de; yüz yüze iletişimde “gerçek zamanlı” olarak iletişimin süreci içerisinde karşılıklı paylaşılan bilgiler ve geri bildirimler boyunca anonimlik değişime uğrar. Kaynak anonimliği için konuşulacak olursa; alıcı aktörün kaynağa dair öteki anonimliği içerik ve seviye açısından, alınan anlık bilgilerin ışığında değişmektedir. Bu değişim boyunca özellikle yüz yüze iletişim için Anonymous (1998, ss.389-390) tarafından ifade edildiği şekliyle “kaynağa dair bilgi birikimi” artmakta ve alıcının öteki anonimliği - çoğunlukla - azalmaktadır. Özellikle belirtmek gerekir ki bu ilişkide kaynak ile alıcı arasında belirlenen anonimlik ilişkisinin

ne miktarda deęiŖeceęi konusunda “kesin” yargılardan söz etmek olanaksızdır. Kaynağın paylaŖtıęı ve alıcının kendisine ulaŖan bilgileri yorumlama ve “koordine edebilmesi” o ana, bağlama ve tarafların özğün algılamalarına doğrudan bağlıdır (Wallace, 1999, 23).

Bir iletiŖim aracısı (telefon, radyo, internet vb.) kullanılmadan karŖılıklı ve bire bir kurulan bir iletiŖim biçimi olan yüz yüze iletiŖimde taraflar arasında bilgi akıŖını sağlayan birçok kanaldan söz edilebilir (Dwyer, 2007, s.1). Bu iletiŖim biçiminde alıcının kaynağa dair doğrudan bilgi alabileceği bu kanallar aynı zamanda anonimliğin belli türlerinin de nasıl/ne Ŗekilde oluŖup/oluŖmadıęını belirlemektedir. Görsel kanal üzerinden değerlendirildiğinde, yüz yüze iletiŖimde kiŖinin görünür özelliklerine dair birincil elden bilgi elde edilmektedir. Clarke (1994) ve Marx (1999)’ın ayrı ayrı ortaya koydukları kimlik bilgisi kategorileri içinde de kiŖinin görünümü ve görünür özellikleri, baŖlıklar arasında yer almaktadır. İdentifikasyonun sağlanabilmesi açasından da bedensel ve görsel özellikler belirleyicidir. Bu tür bir “belirleyicilik” özellikle yüz yüze iletiŖim esnasında kiŖiye dair elde edilebilecek görsel bilginin zenginliği ve de doğruluk payının oldukça yüksek olması ile de doğrudan ilgilidir. Bu açıdan bakılacak olursa, yüz yüze iletiŖimde görsel anonimlik sifıra yakındır (Anonymous, 1998, s.406). Ayrıca, bu tip bir iletiŖim biçiminde görsel anonimliğin farklı kademelerini deneyimlemek sınırlı bir ihtimaldir. Örneğin, kaynak aktör yüzünü ya da bedenini kısmen veya tamamen gizleyerek bir paravan arkasından ya da ayrı bir odadan iletiŖim kurabilir ancak bu durum yüz yüze iletiŖimi tanımlayan, onun olağan olan bir biçimi değildir.

Fiziksel anonimliğin bir başka boyutu olan işitsel anonimlik de yüz yüze iletişim için - görsel anonimliğe benzer şekilde - oldukça sınırlı olarak mümkündür. Kaynak aktörün kimliğinin belirleyicilerinden olan kendine özgü sesi, tonlamaları, vurguları ve aksanı yüz yüze iletişimde alıcı tarafından dolaysız algılanmaktadır. Bu noktada, kaynak aktör kendi çabasıyla (sesini değiştirip konuşmasını deforme ederek) ya da aracı bir teknoloji vasıtasıyla (örneğin, gerçek zamanlı olarak sesi değiştiren aygıt yoluyla) işitsel yollarla iletilen bilgiyi deforme etmediği müddetçe işitsel anonimlik de yüz yüze iletişimde sifra yakındır.

Yüz yüze iletişimde ayrıca dil üzerinden kaynak ile alıcı aktörler arasında bir bilgi akışı oluşmaktadır. Dil üzerinden iletilen farklı kimlik bilgilerinin identifikasyon konusunda belirleyici olmasına ek olarak bizzat kullanılan dilin kendisi de bu noktada belirleyici olabilir. Kaynak aktör kendine dair isim, soyisim gibi temel bilgileri tamamen ya da kısmen saklayarak/söylemeyerek yüz yüze iletişim esnasında belli oranda pseudonymity sağlayabilir. Yüz yüze iletişimin söylemsel anonimlik açısından önemi, paylaşılan bilgilerin - yazılı iletişimden farklı olarak - anlık olması ve geriye dönük olarak silinip tekrar düzeltilme olasılığının olmamasıdır. Bu noktada kaynak aktörün kendine dair bilgiyi, iletişimin akışı içinde kontrol edebilmesi önemlidir. Bu durum da onun anonimliğini yönetebilmesi açısından bir zorluk yaratmaktadır. Kaynak aktörün dil üzerinden dile dair olan nitelikleri üzerine yani doğrudan kaynak aktörün söylemi üzerine ise yüz yüze iletişimde bir anonimlik durumunun yaratılması olası değildir (Anonymous, 1998, s.406). Kişinin kendine has kurduğu söylemsel yapıyı bilinçli olarak ve de yüz yüze iletişimde gerçek zamanlı olarak değişikliğe uğratmasının veya gizleyebilmesinin zorluğu nedeniyle bu noktada anonimlik sağlanması açısından

da kaynak aktör oldukça sınırlı bir alana sahiptir. Dilin semantiği dışında sentaksa ve de dilin teknik kullanıma dair ise yüz yüze iletişimde anonimlik sağlanması açısından yine aynı şekilde kısıtlılıklar mevcuttur. Bu iletişim biçiminde sözlü olarak dilin kullanımının dolaysızlığı söz konusudur. Bu sebeple sadece yazılı iletişime özgü, kimlik tespiti açısından değerlendirilebilecek belli niteliklerin (Örneğin, noktalama işaretleri vb.) iletilmesi mümkün değildir. Bu bilgilerin eksikliği anonimlik lehinedir. Bunun dışında kişinin kendine özgü dili kullanımına dair özellikleri (Örneğin, kelimeleri seçimi, cümle uzunlukları ve tekrar eden artikülasyon hataları) yüz yüze iletişim esnasında açığa verilebilmektedir. Bu noktada kişinin sözlü iletişimin hızlı akışı esnasında bu niteliklerini değişikliğe uğratması ya da gizlemesi kısıtlıdır. Bu açıdan da söylemsel anonimliğin gerçekleşmesi imkânsız olmamakla birlikte oldukça zordur.

Yüz yüze iletişim ve beden. Anonimliğin değerlendirilmesi noktasında yüz yüze iletişime dair değinilmesi gereken önemli noktalardan biri de onun “beden” ile ilişkisidir. Beden, anonimlik bağlamında kişinin fiziki anonimliğini yani görsel, fizyografik ve kısmen de işitsel anonimliğini doğrudan ilgilendirmektedir. Beden, görsel identifikasyon açısından temel bir referans olarak görülebilir (Frois, 2006, s.105). Özellikle gözetim faaliyetlerinin nesnesi olarak insan bedeni, öznenin kim olduğunun bilinmesi açısından belirleyicidir. Beden, bir yandan kişinin şahsi, duygusal ya da kültürel geçmişi hakkında bir bilgi içermezken, bu noktada kişiye özgülük taşımazken; özellikle belli fizyografik ve görsel nitelikleriyle ise kişiye özgüdür. Bir başka ifade ile bireyden soyutlanan bir nesne olarak beden bir yandan kişiyi diğer öznelere eşitleyen materyal iken bu durumda bireyi şahsi, duygusal, kültürel vb. açılardan ötekilerden farksızlaştıran bir zemin olmaktadır (gözetlemenin nesnesi olarak). Diğer yandan kişiyi

diğerlerinden ayıran, farklılaştıran belli fiziki nitelikler, identifikasyonun odağı olabilmektedir (Lyon, 2001, ss.296-297). Örneğin, bir suçlunun kim olduğunun bilinip ilgili takibatın yapılabilmesi için öncelikle bedensel özelliklerinin, eşkâlinin sorgusu yapılmaktadır. Bu açıdan o suçlunun bedeni onu diğerlerinden farklı kılan görünür özelliklerinin alanıdır.

Beden, diğer yandan kişiyi belli bir zamana ve mekâna doğrudan bağlar. Onun gerçekliğe erişiminin bir aracıdır. Yüz yüze iletişimde de kişi bedeni üzerinden belli bir zaman ve mekân noktasında öteki ile iletişim içindedir. Beden aynı zamanda kişinin metafizik kimliği ile - anonimlik açısından belirleyici olan - epistemolojik kimliğini belli bir zaman ve mekânda birbirine bağlamaktadır. Bedenin kimlik ve identifikasyon açısından taşıdığı anlam sebebiyle denilebilir ki bedenin bir iletişim biçimindeki yeri o iletişim biçimindeki anonimlik durumu üzerine önemli bir açı/perspektif sunar. Yüz yüze iletişimde de bedenin durduğu yer, kaynak ile alıcı arasında bir “doğrudanlık” yaratmaktadır. Bu doğrudanlık üzerinden eş-zamanlı ve eş-mekânlı bir alanda kısıtlı bir anonimlik deneyimine sebep olmaktadır.

Modernite öncesinden moderniteye yüz yüze iletişim ve anonimlik. Yüz yüze iletişimdeki anonimlik durumu insanın toplusallaşmasının belli evreleri ile birlikte düşünülebilir. Modernite öncesi, yerleşik kentlerin oluşmasından da evvel, farklı yerel klanlar ve topluluklar arasında tarafların birbirlerini tanıyabilecekleri birçok belirteç kullanılmaktaydı. Vücudun belirli bölgelerindeki dövmeler, giyim şekli gibi görünür belirteçler dışında parolalar ve de parola yerine geçen çeşitli nesnelere (takı, mühür vb.) kullanımı birbiri ile taraflar için birbirlerinin en azından hangi gruba, cemaate ya

da klana ait olduklarının belirlenmesi açısından işlevseldi. Bu belirteçlerin ve de nesnelerin var olup olmadıkları noktasında da kişinin anonimliğinin sınırları çizilmekteydi. Örneğin, Orta Çağ'da çeşitli semboller, rütbelere ve elbiseler özellikle gezginler tarafından kullanılmakta olup, kendilerini tanıtmaları ve karşıdakini tanımaları açısından önemli belirteçlerdi (Frois, 1996, s.105).¹⁸ Özellikle nüfusun ve de mobilitenin artması, modern anlamda yerleşik şehirlerin oluşmaya başlaması ile yüz yüze iletişim ve anonimlik ilişkisi açısından da yeni deneyimler söz konusu olmaya başlamıştır. Bu “yeni” durum, modernleşmenin yarattığı bir durumu işaret etmektedir: Kentleşme. Kentleşme modernitenin alamet-i farikalarındandır. “Dünyanın kentleşmesi, diğer bir ifadeyle kentli toplumun oluşumu, dünyanın modernleşmesinin bir sonucudur. Modernleşmenin sosyolojik açıdan en belirgin özelliklerinden biri sanayileşme ise bir diğeri kentleşmedir” (Özyurt, 2007, ss.112-113). Modernite ile birlikte anonimlik deneyimi de değişikliğe uğramıştır. Özellikle şehirlerdeki nüfus artışı ile birlikte anonimlik deneyiminin bireylerin gündelik hayatları nezdinde daha çok yaşandığı söylenebilir (s. 106). Anonimliğin bu yeni halinin en çok vücut bulduğu mecralar kamusal alanlardır. Toplumsallaşma ile deneyimlenen bu anonimlik halini ifade etmek üzere Simmel'in görüşlerine değinilebilir. İnsanların kamusal alanlarda birbirleri ile - fiziki anlamda - yakınlaştıkları, karşı karşıya geldikleri ve de sınırlı mekânları paylaştıkları durumlara (Örneğin, metro istasyonları) değinen Simmel, bu yakınlaşmalara rağmen insanlar arasında belirgin şekilde zihni mesafelerin var olduğunu savunmaktadır (Simmel, 1903, s.15). Aynı kentsel alanı paylaşan kent

¹⁸ Özellikle 18. yüzyılın ikinci yarısı ile birlikte bireylerin kitlesel anlamda isim, medeni durum, doğum tarihi ve yeri gibi kimlik bilgilerinin kayıtları tutulmaya başlandı (Frois, 1996, s.105-106). Bu kayıtlar üzerinden kurulan identifikasyon bürokrasisi bugün modern anlamda kimlik kayıtlarının temelini oluşturmaktadır. Ancak bu tip kayıtlar yüz yüze iletişimden çok kurumların, özellikle de devletin bireylerle kurduğu iletişim açısından anonimliği ilgilendirmektedir.

sakinleri arasındaki bu fiziki olmayan mesafe, kişiler arası ilişkileri bir anlamda farksızlaştırmaktadır. Bu durum topluluk içinde yan yana durmalarına rağmen - bir bakıma – birbirlerine karşı anonimleşmiş bireyler yaratmaktadır. Bu tür bir anonimlik, kent kalabalığında kişilerin karşılıklı kayıtsızlığı noktasında ortaya çıkan bir anonimliktir. Her ne kadar yüz yüze, bire bir karşılaşmalar söz konusu olsa da topluluk içinde kaybolan, birbirlerine karşı kimliksizleşen kent sakinleri, bir diğer ifade ile birbirlerinin “yabancılar”ı durumundadırlar (Simmel, 1950, s.402).¹⁹ Bu “yabancı”lık, karşılıklı olarak, mütekabiliyet esası üzerine kurulmuş bir tür - soyut - anonimlik halini ortaya çıkarır.

Aynı kentin sakinleri arasındaki “yüz yüze yabancılık” durumu dışında bir başka anonimlik haline örnek ise gezginlerin, turistlerin vb. deneyimledikleri anonimliktir. Ziyaret ettikleri yerleşim yerlerinde bir “yabancı” olan bu kişiler, dilleri (ya da aksanları), giyimleri, görünüşleri ve de tavırları ile gittikleri yerleşim yerinin sakinlerinden ayrışabilirler. Bu anlamda onların kimliklerine dair bir fikir edinilebilir ancak bu noktada elde edilen kimlik bilgisi sınırlıdır. Turistler, en geniş anlamda “yabancı”, “buradan olmayan” başlığı altında (ve de çerçevesinde) sınıflandırılarak bu - geniş - kategorinin sınırları içinde bir anonimlik deneyimleyebilmektedir. Bu tür bir anonimlik, Gary Marx’ın ifadesiyle *de facto* anonimliktir (Marx,1999, parag. 18). Bu durumun oluşmasını sağlayan unsurlar, alıcıların yani o yerleşim yerinin sakinlerinin “pasif belirleyiciliği” ve anonimliğin bağlamsallığıdır. Burada, alıcılar olarak ifade edilebilecek turistik yerin sakinleri, bu anonimliği pasif düzeyde belirlemektedirler. Ziyaretçi kişi bulunduğu bu farklı yerleşim yerinde oradaki topluluk mensuplarına göre,

¹⁹ Simmel’e benzer bir şekilde Sennett de “kent”i “muhtemelen yabancıların bir araya geldikleri, insani bir yerleşim yeridir” şeklinde ifade etmiştir (2002, s. 62; aktaran Özyurt, 2007, s.118).

o bağlamda ve mekânda anonimdir çünkü o yerleşim yerinin sakinlerinin o ziyaretçi hakkında bildiği bilgi sınırlıdır. Bu da ziyaretçinin kendini o yerleşim yerinde anonim hissetmesini sağlayabilmektedir. Bu tür bir anonimlik de - aynı şekilde - toplumsal düzlemde ortaya çıkan özellikle de ulaşım imkânlarının artması ve böylece küresel düzeyde mobilitenin artması ile birlikte kendini güçlü bir şekilde göstermektedir.

3.2. Yazılı İletişim, Yazar(lık) ve Anonimlik

Anonimliğin nitelikleri ve türleri bağlamında yazılı iletişim. Anonimlik, gündelik hayatın içinde, yüz yüze karşılaşmalarda; bir deneyim olarak insanların birbirleri ile etkileşimlerinin tarihi boyunca her zaman var olsa da bir kavram olarak oluştuğu ve de en belirgin haliyle deneyimlendiği ilk alan, yazılı iletişimdir. Kim tarafından yazıldığı bilinmeyen, yazarlarının imzalarını koymadıkları ya da isimlerini belirtmedikleri el yazmaları, duvar yazıları, günlükler, mektuplar, kişisel notlar ve kitaplar anonim olmanın dilde en belirgin halini temsil etmiştir.

Yazı yoluyla iletişimde, yüz yüze ve sözlü iletişimden farklı olarak eşzamanlılık ve eş-mekânlılık zorunluluğu söz konusu değildir. Bu sayede kaynak aktörün belli bir mekânının sınırlılığında ve de anlık iletişimin akıcılığında, kimlik bilgilerinin açığa vurulması bağlamında yaşadığı kısıtlı anonimlik bu iletişim biçiminde yüz yüze iletişimde gerçekleştiği şekilde ortaya çıkmamaktadır. Yazar, bir diğer ifade ile kaynak aktör tarafından yazı yoluyla iletilen mesaj, farklı zamanlarda ve mekânlarda çeşitli alıcılara hitap edebilir. Kaynağın ya da alıcının mesajın üretimi anında aynı mekânda bulunma ve de bedensel mevcudiyet zorunluluklarının olmaması sayesinde kaynak ile alıcı arasında anonimliğin oluşabileceği imkânı yaratan bir alan (zaman-mekân boşluğu)

meydana gelmektedir. Bu sayede, özellikle görsel anonimlik (eğer kaynak kendine dair görsel bilgiyi yazılı materyalde paylaşmamışsa) ve de işitsel anonimlik yazılı iletişimde kolaylıkla sağlanabilir.

Yazılı iletişimde diğer bir yandan - sözlü iletişimle karşılaştırıldığında - söylemsel anonimliği kısıtlayıcı; identifikasyonu sağlayabilecek bilgilerin iletimi mümkündür. Bu bilgiler biçimsel - sentaksa dair - ya da semantik bilgiler olabilir. Özellikle el yazısı ve duvar çizimleri için düşünüldüğünde, kişinin kendine özgü dili kullanımı ve yazı karakteri identifikasyon açısından belirleyici olabilir. Ancak matbaanın icadı ile kalıp karakterlerin kullanılması yaygınlaşmış olup kişinin kendine özgü el yazısı kitap formunda daha az ulaşılabilir olmuştur, dolayısıyla bu tip bir bilgi kümesi üzerinden identifikasyon yapılabilmesi de daha az olası olmuştur. Ancak kişinin kendine özgü el yazısı dışında yazılı dili kullanımı da identifikasyon açısından oldukça belirleyici olabilir. Yazılı materyallerde, söylemsel açıdan kişinin identifikasyonun yapılabileceği, örneğin semantik özellikler, kendine özgü söylemi ve de sentaks, noktalama işaretleri gibi bilgi parçacıkları söylemsel anonimliğin tayini açısından belirleyicidir. Özellikle, sözlü iletişimden farklı olarak belli noktalama işaretlerinin ve kısaltmaların kullanılması yazılı iletişimdeki bilgi zenginliğini arttırmaktadır. Bir diğer fark ise, basılı materyalin (sözlü iletişime nazaran) kalıcılığı - anlık olmaması - ve de somutluğudur. Bu özellikleri sayesinde yazılı materyal identifikasyon amacıyla daha kolay incelenebilir ve çoğaltılabilir. Tüm bu farklar göz önüne alındığında yazılı iletişimin sözlü iletişime oranla söylemsel anonimlik açısından çok daha kısıtlı bir alan sunduğu görülmektedir.

El yazmalarından moderniteye yazılı iletişim ve anonimlik. Doğrudan kişiler arası yazılı mesaj iletimleri (telgraf, posta gibi kişiler arası yazışmalar) ve şahsi notlar bir kenara konularak anonimliğin edebi eserlerdeki varlığı ele alındığı takdirde ise anonimliğin tarihi açısından dikkate değer notlara ulaşılabilir. Edebi eserler, anonimliğin bir terim olarak vücut bulmasının zemini olması açısından da anonimlik deneyiminin değerlendirilmesi noktasında özel bir yere sahiptir. “Anonim” – ve “anonimlik” kelimesi Ferry’ye (2002, s.194-195) göre, bir sıfat olarak İngilizce’ye ve İngiliz Edebiyatı’na, özellikle matbaanın kullanıma girmesi ile beraber 16. yüzyılın sonlarında girmiştir. Matbaa öncesinde, birçok el yazması - yazarı belirtilmese bile - ayrıcalıklı bir okuyucu zümresi çevresinde dolaşımda olduğundan bu zümre tarafından bu eserlerin kime ait olduğu bilinmekteydi ya da tahmin edilebilmekteydi. Ferry, Antik Yunanca asıllı anonim ve anonimlik kelimelerinin yaygın kullanımından evvel bu kelimelerin yerine ne gibi terimlerin kullanıldığına örnek olarak Tottel (1965, s.79) tarafından hazırlanan 1557 yılındaki el yazması şiirlerin derlendiği eserdeki belli ifadeleri anmaktadır. Bu el yazmalarında “yazarı bilinmeyen” anlamında *Incertus author, Jncerti Authoris, the autor unsertayn* gibi ifadeler geçmektedir. 1570’lerde basılan başka derlenmelerde de yazarı bilinmeyen eserler için, yazarın isminin olduğu kısmın boş bırakılması, sadece yazar isminin ilk harflerinin yer alması, yazar ismi yerine kişisel bir *mottonun* kullanılması ya da kurgusal bir ismin (pseudonym) kullanılması görülen bazı uygulamalardır. Özellikle 16. yüzyılın sonunda, matbaa sayesinde basılı eserlerin yaygınlaşmaya başlaması ve arzın/talebin artmasıyla birlikte bu eserler arasında yazarları bilinmeyenleri için kullanılmak üzere bir tabir/terim olarak “anonim” kelimesinin dile girdiği varsayılmaktadır (Ferry, 2002, s.194).

Anonim eserlerin edebiyatta ne derece yaygın olduğuna dair kapsamlı ve de karşılaştırmalı istatistik çalışmaları oldukça azdır (Griffin, 2003, s.1). Ancak yine de bazı çalışmaların izini sürerek yazarlar arasında anonimliğin artış ya da azalış gösterdiği belli dönemlerden bahsedilebilir. Bu konudaki ender çalışmalardan biri Raven (2003) tarafından İngiltere ve İrlanda’da 1750-1830 yılları arasında yayınlanmış eserlere dair yapılmış bir bibliyografik araştırmadır. Raven’in (2003) araştırmasının sonuçlarına göre, 18. yüzyılın sonuna gelindiğinde yeni romanların yüzde yetmişinden fazlasının isimsiz-anonim olarak basıldığı görülmektedir. Bu oran ilerleyen yıllarda düşerken 1820’lerle beraber tekrar yüzde seksenler seviyesine çıkmıştır (s. 164). Farklı periyotlarda edebi eserlerdeki anonimlik değişmekle beraber özellikle 20. yüzyıla gelindiğinde ise anonimliğin belirgin olarak azalmaya başladığı görülmektedir (Ferry, 2002, s.199).

Basılı edebi eserlerde anonimliğin farklı dönemlerde artış ya da azalış göstermesi yazarların tercihlerin de dahil olduğu çeşitli dinamiklere bağlanabilir. Öncelikle, yazarların anonimliği tercih nedenleri ve anonimliğin yazarlar açısından işlevi üzerinden bir değerlendirme yapılabilir. Mullan (2008) tarafından ortaya konulan, yazarların anonimliği tercih nedenlerinin ve motivasyonlarının bazıları şunlardır: Gizem halesi yaratmak, gösterişten kaçınmak, kadın kimliğini gizlemek, erkek kimliğini gizlemek, yazdıklarının sonucunda maruz kalabileceği tehlikelerden/saldırılarından kaçınmak, birileri ile alay etmek amacıyla ya da eğlenmek için saklanmak, bir itirafta bulunmak için saklanmak. Mullan’ın (2008) ortaya konulan bu liste dışında, elbette farklı şahsi nedenlerle ilişkili olarak da anonimlik yazarlar tarafından tercih ediliyor olabilir. Bu noktada önem arz eden, özellikle belli dönemlerde yazarlar açısından belli

ihtiyaçların ve motivasyonların değişmesi ile birlikte anonimliğin de artış ya da azalış gösterdiği'dir. Bu değişime örnek olarak; yüzyıllar boyunca dini otoritenin (Kilise ve ruhban sınıfı) ve de devletin olası cezalandırmalarına karşı anonimlik, yazarların kendilerini gizleyebileceği bir yöntem olarak kullanılmıştır. Anonimliğin belli dönemlerde artış göstermesinin sebeplerinden biri bu baskılardan kaçınma eğilimidir. Ancak edebi eserlerde anonimliğin çokça görüldüğü Viktoryan Dönem'e (İngiltere, 1837-1901) gelindiğinde benzer bir motivasyonun önceki yüzyıllara göre daha geri planda olduğu görülmektedir. Bu dönemde baskın bir tehlikeden çok, anonimliğin kişilerin kendilerini farklı etkilerin uzağında tek başınaymış gibi hissedebilmek amacıyla (bir tür "mahremiyet" alanı oluşturmak amacıyla) da yazarlar tarafından tercih edildiği görülmektedir (Warren ve Brandeis, 1890; Lietzau, 2010, s.3). Buradan hareketle denebilir ki, anonimlik her dönemde farklı tercihlerin ve motivasyonların dinamiği ile varlığını devam ettirmektedir. Bu tercihlerin ve motivasyonların hiç biri mutlak surette anonimliği tek başına açıklayan, her dönem geçerli ve de başat etkenler olarak görülemez.

Edebi eserlerdeki anonimliğin ne şekilde ve de hangi motivasyonlarla gerçekleştiğine dair dikkate değer açıklamalardan biri Ferry (2002) tarafından yapılmıştır. 1930 tarihli *Nation* dergisindeki *The Cult of Anonymity* (Anonimlik Kültü)²⁰ isimli bir makaleye atıfla Ferry, bazı Avrupalı yazarların (özellikle de Paris menşeli yazarlar) amaçlı olarak isimlerini vermeden eserlerini yayınlama eğiliminde olduklarından bahsetmektedir. Bu tavrın amacı, yazar kişiliklerinin sömürüsüne mani olmak ve sanatı kişisel ego olarak değil bir ideal olarak gerçekleştirmeye çalışmaktır.

²⁰ Bkz. Henry Hazlitt, "The Cult of Anonymity," *Nation*, 131 (Oct. 1, 1930), 350.

Bu çaba dahilinde anonimlik bir “estetik ideal” olarak kurulmaktadır (Ferry, 2002, s. 199). Bu sayede yazar, kendi kişiliği/kimliği ile eser arasına mesafe koymak üzere anonimliği kullanmaktadır. Sadece sanat eserinin kendisini görünür kılmak amacıyla kendisini geri plana çekmektedir. Bu protest tavrı, bir yandan anonimliği eşitlik ve meritokrasi idealleri ile de ilişkili kılmaktadır (Weicher, 2007, s.3). Yazarın eserinin sadece eserin kalitesi üzerinden değerlendirilmesi ve yazar isminin ön plana çıkarılmayarak bu düzlemde eserler arasında nitel değeri öne çıkaran bir eşitliğin kurulması noktasında anonimlik işlev görmektedir.

Özellikle 20. yüzyıl başından itibaren modernleşme ile birlikte bir yandan “estetik ideal olarak anonimlik” (Ferry, 2002, s.199) tavrı görülmekteyken diğer bir yanda anonimliğin daha az tercih edilir olmasına yol açabilecek başka gelişmeler yaşanmaktadır. Griffin (1999) anonimlikle ilişkili olarak yaşanan bu yünde bir değişimi, yazarların fikri mülkiyetleri, telif hakları ve yayıncılığın piyasalaşması bağlamında açıklamaktadır. İngiltere’de 17. yüzyıl sonundan itibaren Londra merkezli yayıncıların oluşturduğu monopolün kırılması sayesinde 18. yüzyıldan itibaren ülke genelinde yayıncıların ve basımevlerinin artması ile beraber yayıncılık bir “piyasa” olarak gelişmeye başlamıştır. Bu alandaki sektörleşme ile beraber yayıncılık ve de yazarlık ticarileşmiştir. Bu ticarileşme sonucunda yazarlık “profesyonel bir meslek” olarak deneyimlenmeye başlamıştır (parag. 4). Bu sektörleşme sonucunda, yazarın kültürel ve edebi üretimi olan eserleri de yazarın fikri mülkiyeti olarak değerlendirilmeye başlamıştır. Bu süreç toplumun ekonomik ve sosyal alanında makro düzeydeki endüstrileşme ve modernleşme süreçleri ile paralellik arz etmektedir. Bu süreçle beraber yazar ile anonimlik arasındaki ilişki de değişime uğramıştır. Öncelikle yazara telif

hakkının ödenmesi noktasında anonimlik, kurumsallaşma ile ilişkilendirilmektedir. Yazarın bireysel üretimi olan eseri ile okuyucuları arasında yayınevi bir kurumsal ara aktör olarak güçlenmeye başlamıştır. Bu kurumsallık, yazarın okuyucu ile arasındaki anonimlik katmanını da değişikliğe uğratmaktadır. Bu noktada, bir “profesyonel” olarak yazar (Griffin, 1999, parag.1) ile bir kurum olarak yayıncı arasındaki ilişki sebebiyle yazarın anonimliği daralmaya uğramaktadır. Yayıncı ile yazar arasındaki kurumsal ilişkinin telif hakları üzerinden kurulmasına paralel olarak yayıncılığın piyasalaşması anonimlikteki “daralma”nın etkisini tam anlamıyla göstermesini mümkün kılan etmendir. Yazarın telif hakkını alabilmesi açısından “anonim olmaması” gibi kesin bir şart bulunmamasına rağmen piyasalaşma sonucunda yazarın isminin markalaşması onun anonimliğini kısıtlar hale getirmiştir. Bu durum telif hakları ile piyasalaşmanın yan yana geldiği başka kültürel üretim alanlarında da benzer şekilde oluşmaktadır. Sadece edebi eser yazarı için değil yaratıcı bir ürün ortaya koyan “yazar” yani *auteur* açısından da aynı durumun geçerli olmaya başlamıştır. *Auteur* olmanın (sanatçı, yönetmen vb.) içi kitle kültürü dâhilinde “star”lıkla doldurulmaktadır. *Auteur* ismi ve kimliği, artık bir tür marka ismi olarak, üretilen kültürel metanın ne türde ve kalitede olduğuna dair bir tür etiket/referans işlevi görmektedir. Bu etiket, sadece yazarın ismi değil yazarın bizzat kendisi, yazarın bir star olarak kimliğidir. Bu ilişki neticesinde bugün de çokça görülen “X kitabının yazarından...”, “X filminin yönetmeninden” ifadelerinin kullanımı gittikçe artmaktadır. Bu noktada, satış geliri ile yazarın telif hakkı arasındaki doğrusal ilişkinin yazarın marka ismine bağlanması neticesinde anonimlik hem yayıncı kurum hem de yazar açısından kârsız bir tercih olarak görülmektedir. Bu da yazar anonimliğinin bu dönemden itibaren azalmasına sebep olmaktadır.

Özellikle 20. yüzyılla birlikte yazar anonimliğindeki azalmaya dair bir başka açıklama da kentleşme ile ilgilidir. Modernleşme ile beraber değişime uğrayan yazar anonimliği ile ilgili olarak tam da yüzyılın ilk çeyreği içinde, 1926 tarihli *American Mercury* isimli eleştiri dergisinde Henry Seidel Canby tarafından kaleme alınan “anonimlik öldü” anlamındaki “Anon is Dead” başlıklı yazıda, modernleşme ile yazar anonimliği arasında kurulan ilişki dikkate değerdir:

Bugün karşılaştığımız durum, panik içinde ve hatta neredeyse histerik bir halde modern hayatın öldüresiye anonimliğinden kaçma eğilimidir. Ve bunun temel nedeni yazarlarımızın kendilerini beğenmişlikleri değil sıradan insanın - neredeyse terör boyutuna varan diyebileceğim - [görünme] ihtiyacıdır. Bu ihtiyaç, onun kitle medeniyeti içinde birbirinden farksız atomlardan oluşan girdapta kimliğinin daha da aşağıya ve aşağıya çekilerek batmakta olduğunu hissetmesi ile alakalıdır. [...] modern şehirde hayat, kaçınılmaz derecede standartlaşmış ve anonimdir. [Bu şehirde] birey günbegün hiç kimse olmaya doğru batmaktadır. (1926, s.80-81).

Canby, herkesin birbirini tanıdığı ve birbiri hakkında bilgi sahibi olduğu köy/taşra yaşamıyla birbirine “yabancı” insanlardan oluşan kitlelerin alanı olan şehir yaşamını karşılaştırarak bu “yeni” durumu açıklamaya çalışmaktadır (s. 80). İfadelerinde modern hayattaki bireyler için “atom” benzetmesini yaparak onların birbirinden farksızlığını ve de modern şehirdeki kitleliliği özellikle vurgulamaktadır. Bu “farksızlık” içinde yazar, kendini yarattığı eser ile farklı kılmaya daha fazla eğilim göstermektedir. Bu eğilim bazı örneklerde teşhircilik seviyesine de varabilir ancak bu teşhircilik münferit bir reaksiyon olmayıp toplumda yaşanan değişimin bir sonucudur.

Tezin bir önceki kısmında, yüz yüze karşılaşmalar ve modern şehir yaşamı üzerine özellikle Simmel üzerinden ortaya konulan analiz bu noktada tekrar ele alınabilir. Canby tarafından ifade edilen modern hayatın anonimliği ile Simmel'in kent sakinleri ve modernite ile ilgili düşünceleri paralellik göstermektedir. Her iki noktada da açıklanan durum, modernleşme sürecinde kentlerdeki nüfusun artması ile beraber deneyimlenen bir modern hayat anonimliğidir. Kent sakinlerinin birbirleri ile yüz yüze karşılaşmalar bile birbirlerini tanımadıkları, kitle içinde farksızlaştıkları kent yaşamında deneyimlenen bir gündelik hayat anonimliği söz konusudur. Burada özellikle dikkat çekilmesi gereken nokta ise kişilerin anonimlik deneyimlerinin hayatlarının farklı alanlarında farklı şekilde ve de birbiri ile etkileşim içinde gerçekleştiğidir. Yazar anonimliğinin modernleşme ile beraber geçirdiği değişim bunun kanıtıdır. Kent içinde kişi (yazar) anonimliği bir yandan artarken, bu artış bir yazar için hayatının başka bir alanında - eserine ismini verip vermeme noktasında - anonimlik aleyhine etkileyebilmektedir. Bu durum da açıkça göstermektedir ki toplumsal, siyasi ve ekonomik gelişmeler ile farklı anonimlik deneyimleri ortaya çıkmakta; hayatın bir alanında anonim deneyimler artmakta (ya da azalmakta) iken diğer bir alanında azalma (ya da artma) olabilmektedir. Kişilerin hayatlarının tüm alanlarının üstüne bir örtü gibi aynı derecede/şekilde yayılan bir anonimlik durumu söz konusu değildir. Farklı alanlar arasındaki etkileşimle birlikte kişilerin anonimlik tercihleri ve eğilimleri de değişmektedir.

3.3. Sosyal Medya Etkisi

3.3.1. Sosyal Medyaya Doğru

Anonimliği farklı dönemler ve de farklı iletişim biçimleri bağlamında ele alarak sosyal medya üzerine bir analiz yapabilmek üzere temel olarak bu tartışmanın toplumsal, teknolojik ve medya ile ilgili başlıklarının belirlenmesi gerekmektedir. Bu noktada, ilerleyen paragraflardaki tartışmanın genel çerçevesini netleştirmek üzere sosyal medyanın hangi zeminler üzerinden ele alınacağı ortaya konulabilir. Bu tez dahilinde anonimlikle ilişkilendirilmek üzere sosyal medya, üç temel alan bağlamında açıklanacaktır: *Toplum*²¹ (sosyal, politik, ekonomik), *teknoloji*, *medya*. Bu üçlüden toplum başlığı sosyal medyaya değin genel üretim ilişkilerinde, kültürel ve politik yapılanmalardaki değişimlerin bir temel fotoğrafını ortaya koymaktadır. Teknoloji başlığı ise sosyal medyanın üzerine kurulu olduğu temel teknolojik imkânların ne olduğunu öncesi ile birlikte kısaca açıklamaktadır. Medya başlığı altında da konvansiyonel medyadan yeni medyaya ve sosyal medyaya değin ortaya çıkan temel farklar ana hatlarıyla ortaya konmaktadır. Bu başlıklar üzerinden ele alındığında sosyal medya şu zeminler üzerinde formüle edilebilir:

Toplum bağlamında; enformasyon toplumu ve postmodernite

Teknoloji bağlamında; enformasyon ve iletişim teknolojileri (bilgisayar ve internet)

Medya bağlamında; yeni medya

Sosyal medyanın bu üç başlık bağlamında ele alınması aynı zamanda tezin bir önceki kısmı (3.1. Sosyal Medya Öncesi) ile bir araya getirildiğinde anonimliğin, duvar

²¹ *Toplum* başlığı elbette teknoloji ve medyadan ayrı ya da bu başlıklar toplumdan ayrı değildir. Toplum başlığı hem teknoloji hem de medya ile ilintili yönleri ile ifade edilmeye çalışılmaktadır.

resimlerinden-yazılarından sosyal medyaya değin farklı hallerinin tartışıldığı çerçeveyi tamamlayacaktır. Bu üç başlık her ne kadar ayrı ayrı ifade edilseler de birbirleri ile doğrudan ilişkili ve de birbirini etkileyen dinamikleri ifade etmektedir. İlerleyen kısımlardaki tartışma içerisinde de bu başlıklar mümkün olduğu surette birbiri içine yedirilerek anonimlikle ilişkileri noktasında ele alınacaktır.

Toplum. Sosyal medya ile anonimlik ilişkisini ele almak üzere bu ilişkinin de içinde yer aldığı toplumsal zeminin incelenmesi gerekmektedir. Bu noktada yapılabilecek bir inceleme aynı zamanda teknoloji ve medya başlıkları ile de bağlantılıdır.

Toplumsal değişimle ilgili olarak teknolojik boyutu da ifade eden dikkate değer görüşlerden biri, içinde bulunduğumuz toplumun bir tür “enformasyon toplumu” olduğuna dairdir (Castells, 1996, s.21). Castells (1996), toplumsal zemindeki değişimi açıklamak üzere üretim tarzının tarihsel süreçteki değişiminin enformasyon teknolojileri ile birlikte geldiği noktayı ortaya koymaktadır. Castells’e göre üretim sürecinin verimliliğini belirleyen başat element, toplumun içinde bulunduğu dönemdeki gelişim evresini karakterize etmektedir. Buna göre tarım toplumunda (pre-endüstriyel evre) üretimdeki artı değer (verimliliğin) bağlı olduğu elementler, işgücü ve doğal kaynaklardır (temel olarak toprak). Sanayi toplumuna (endüstriyel toplum) gelindiğinde üretimde verimliliğin temel elementi, yeni enerji kaynakları ve onların üretimde ve dolaşımında dağıtım şekli kullanımı idi. Şu anda içinde bulunduğumuz evrede ise Castells’e göre, üretimin merkezindeki başat element “enformasyon oluşturma, enformasyon işleme ve sembolik iletişim teknolojileri”dir (1996, ss.16-17). Bu evre,

enformasyonun kendisinin üretimin merkezinde bulunduğu bir evredir. Bir yandan kabul edilmelidir ki enformasyon, önceki üretim evrelerinde de önemli bir yere sahiptir. Tarımsal üretimde de sanayi toplumunda da üretimin gerçekleştirilmesi ve verimliliğin artırılması noktasında, kaynakların nasıl kullanılması ve yönetilmesi gerektiği üzerine sahip olunan enformasyon hayati önem taşımaktadır. Hangi kaynağın ne şekilde değerlendirilmesi gerektiği üzerine deneyimle ve uzmanlıkla elde edilen bilgi, verimliliğin artırılması noktasında belirleyicidir elbette. Ancak, Castells'e göre içinde bulunduğumuz evreyi öncekilerden - enformasyonun değeri açısından - farklı kılan özelliği, bir verimlilik kaynağı olan bilginin kendisinin bilginin üretimi noktasındaki etkin rolüdür (1996, s.17). Bir diğer düşünür, Manovich ise bilgisayar ve medya teknolojileri ile gelinen bu noktayı teknolojik determinist bir perspektiften “devrim” olarak yorumlamaktadır. Bu, iletişimin tüm kademelerini etkisi altına alan ve kültürel üretimi güçlü bir şekilde etkileyen köklü bir değişimdir (2001, s.19-20). Sonuç olarak, bu değişimle birlikte gelinen noktada toplum; enformasyonun meydana getirilmesinin, işlenmesinin ve dağıtımının-iletiminin, üretimin kendisinin ve de erkin temel kaynağı olduğu bir sosyal örgütlenme biçimine evrilmiştir (Castells, 1996, s.21).

Bu “yeni” evre, ekonomik yapı açısından da ayrıca ele alınabilir. Castells açısından enformasyon toplumunun ekonomisinin üç temel niteliğinden bahsedilebilir. Birincisi, bu ekonomi enformasyoneldir. Tüm ekonomik birimler için (şirketler, şirket grupları, devletler vb.) verimliliği ve rekabeti temel olarak belirleyen onların enformasyonu üretme, işleme ve yönetme kapasiteleridir. İkinci olarak, bu ekonomi küreseldir. Ana/stratejik aktiviteler bütünlük arz edecek şekilde küresel olarak gerçek zamanlı (ya da istenilen herhangi bir zamanda) olarak yönetilebilmektedir (2000, s.10).

Bu ekonominin üçüncü özelliği ise onun ağ yapılı olmasıdır. Küresel ekonominin ve de onun esnekliğinin kalbinde/merkezinde yatan ekonomik organizasyonun ağ yapılı olmasıdır. Şirketler, şirketlerin kendi içindeki birimleri ya da şirketler-arası birimler birbirleri ile ağ kuracak şekilde örgütlenmişlerdir (s.16). Şirketlerin küresel düzeyde ve de birbirleri ile ağ kuracak şekilde bir araya geldikleri bu enformasyonel ekonomi, aynı zamanda kapitalist bir yapıya sahiptir. Bilgisayar yapılı bu kapitalist sistemde *insanın bilgisi* (imajlar, ideolojiler, semboller, kültürler vb.), data ve enformasyon formunda metalaşmıştır (Toffler, 1990, aktaran Dewdney & Ride, 2006, s.266). Bu metalaşmayı mümkün kılan ise küresel çapta yüksek hızlı enformasyon akışını sağlayan yeni enformasyon teknolojileridir.

Sanayi toplumundan enformasyon toplumuna geçişe paralel olarak ifade edilmesi gereken bir başka toplumsal değişim ise moderniteden postmoderniteye doğrudur. Kabul edilmelidir ki modernitenin ne anlama geldiği, postmodernitenin ne olduğu ve ne zamandan itibaren tam olarak postmoderniteye geçildiği ya da moderniteden postmoderniteye olan geçişin halen devam edip etmediğine dair sorular kapsamlı bir tartışmayı gerekli kılmaktadır. Bu sorulara verilecek cevaplar da mutlak bir kesinlik vaad etmemektedir. Bu aşamada tartışma dar kapsamlı tutularak, modernitenin ve postmodernitenin tezin önceki kısımları ile ilintili olan, sosyal medya ve anonimlik bağlamında ele alınabilecek temel özellikleri ve farkları üzerine odaklanması amaçlanmaktadır.

Modernitenin köklerinin 15. ve 16. yüzyıla, geleneksel toplum yapısının değişime uğradığı, organik bir dünya tahayyülünden daha mekanik bir dünya

tahayyülünün, objektif bilimsel bilginin ve de düşüncede özerk bir öznenin ortaya çıktığı Rönesans hareketine uzandığı söylenebilir. Modernitenin aynı zamanda, daha geç, 18. yüzyılda Aydınlanma ile başladığı da savunulmaktadır (Brey, 2003, s.71). Aydınlanma ile birlikte “özgürleşim, akıl, birey, insan hakları, toplum sözleşmesi, laiklik, demokrasi, eşitlik, bilimsel düşün” gibi kavramlar modernite ile birlikte de önemini korumaya devam etmişlerdir (Aslan & Yılmaz, 2001, s.96). En temel düzeyde moderniteyi karakterize eden belli değerlerin ve niteliklerin ne olduğu gibi bir soruya ise verilecek cevaplar şu şekilde özetlenebilir: Genel olarak modernite; pozitivist, teknoloji merkezci, rasyonalist eğilimlerin öne çıktığı, doğrusal gelişme-ilerleme tahayyülünün, mutlak ve de evrensel doğruların varlığına olan inancın yön verdiği bir evredir. Ayrıca bu evrede toplumsal düzenin rasyonel bir şekilde planlanmasından, bilginin ve üretimin standartlaşmasından da bahsedilebilir (Brey, 2003, s.36; Harvey, 1998, s.21, aktaran Aslan & Yılmaz, 2001, s.97).

Özellikle sosyal örgütlenme, üretim biçimleri, ekonomik yapı ve teknoloji bağlamında bakınca da modernitenin belirgin değişimler söz konusudur. Önceki kısımlarda (Kısım 3.1.1 ve 3.1.2) modernite ile birlikte kentleşmenin önem kazandığı ve bu noktada anonimliğin yüz yüze ve de yazılı hallerinde değişimlerin ortaya çıktığından bahsedilmişti. Bu noktada, modernitenin kentler özelinde ne şekilde temsil edildiğine dair tekrar vurgu yapılabilir. Planlı bir örgütlenmenin en görünür hali olan kentler - özellikle de yüksek taş ve çelik yapılar - aynı zamanda doğrusal bir ilerleme, gelişme ve mamurlaşma tahayyülünün de sembolüdürler. Üretim biçimi açısından bakıldığında da; bu dönemde üretimde sanayi baskın bir yapıya ve standartlaşmaya gidildiği görülmektedir. Görülmektedir ki, modern toplum aynı zamanda bir sanayi

toplumdur. Castells'in (1996) de önceki paragraflarda ifade ettiği şekliyle, bu sanayi toplumunda üretimde verimliliğin temel elementi sanayileşmiş üretim yapısını besleyecek yeni enerji kaynakları ve bunların verimli şekilde kullanımı ve dağılımıdır. Bu süreçte Brey'e (2003, s.33) göre teknolojiye düşen görev, hem geleneksel yapıdan moderniteye geçişte hem de modernitenin kendi içindeki değişimleri esnasında bir katalizör işlevini gerçekleştirmektir. Özellikle sanayi teknolojisindeki atılımlarla ilerleme kaydeden modern üretim biçimlerinin temel özelliklerinden biri de - Fordist üretimde görüldüğü haliyle - standartlaştırılmış, seri üretimdir.

Modernitenin sosyal örgütlenmeden, üretim biçimlerine ve de ekonomik yapıya dair tüm bahsi geçen özellikleri kapsamlı bir tartışma içinde ele alınmayı gerektirmektedir. Bu tezin merkezi olan anonimlik deneyimi ve ikinci tahlilde onun sosyal medya ile ilişkisi bağlamında ise modernite tartışması sınırlı bir kapsamda ele alınmak durumundadır. Bu bağlamda modernitenin standartlaştıran, totalleştiren, durumları/olguları/kişileri belli sınırlar içinde tanımlayan ve de kitleselleştiren yanlarının vurgulanması önem arz etmektedir. Buradan hareketle, denilebilir ki üretim biçimleri ile birlikte bilginin de kurumsallaştığı ve merkezileştiği bir durumu da ifade etmektedir modernite. Bu noktada kişinin kendisine dair, onu tanımlayan-tanıtan bilginin, kimliğinin de belli sınırlar ve tanımlar altına alınmasından söz edilebilir. Kişinin identifikasyonunun belli başlıklar altına alınarak (Örneğin, kişinin kimliğini tanımlayan özelliklerinin sadece isim, soyisim, görünüm gibi başlıklarla sınırlandırılması gibi), sınırlı kimlik bilgisi kategorileri içinde değerlendirilmesi modernite ile ortaya çıkan bir totalleştirme çabası olarak da değerlendirilebilir. Bu dönemde aynı zamanda, kitap-yazar-yayınevi ilişkisinde de olduğu şekilde, kişinin

kendi ürettiği, kendine dair içeriğin yönetiminde de aracı kurumların gücü gittikçe artmaktadır. Böylece önceden dağınık bir şekilde yaşanan belli anonimlik deneyimlerinin özerkliğinin (Örneğin, yazarların sosyal ilişkiler ağında dağınık şekilde isimsiz el yazmalarının dağıtılması gibi) kurumsallaşma ile birlikte ortadan kalkması ve merkezileşmesi söz konusudur. Özetle, modernite ile anonimlik deneyiminin de moderniteyi karakterize eden tektipleştirilme ve serileştirilme durumlarından etkilendiği, kurumların güçlenmesi ile dağınıklığının ve özerkliğininin kısıtlanmaya başladığı; belli evrensel tanımlar/başlıklar altında, sınırlar/kategoriler içinde tahayyül edilmeye çalışıldığı söylenebilir.

Kelime anlamı itibariyle modernite sonrası ifade eden “postmodernite” ise birçok açıdan moderniteye karşıt değerleri içinde barındırması itibariyle ele alınmaktadır. Aynı zamanda modernitenin devamı niteliğinde de değerlendirilmesine rağmen postmodernite, moderniteye karşı bir “başkaldırı” ya da “eleştiri” olarak da ele alınmaktadır (Aslan & Yılmaz, 2001, s.94). Postmodernitenin tam tanımıyla ne olduğu ve de nerede başladığı (ve de bitip bitmediği) ile ilgili olarak da bir belirsizlik söz konusudur. Bir yandan halen içinde bulunduğumuz dönemin modernitenin sonuçlarının kendini gösterdiği bir tarihsel evre olduğu savunulmaktadır (Giddens, 1990). Diğer bir yandan günümüzün postmodern bir zamana tekabül ettiği ve moderniteden postmoderniteye geçişin 1970’ler ya da 1980’ler süresince yaşandığı iddia edilmektedir. Ayrıca, bu geçişin henüz sonlanmadığı ve halen sürmekte olduğu da bir başka görüştür (Brey, 2003, ss.33-34). Postmodernitenin nerede başladığı ve modernitenin tam olarak nerede bittiği sorularının ötesinde bakılacak olursa; postmodernitenin, modernite ile hakim olan anlayışın ve onun – önceki paragraflarda ortaya konulan – değerlerinin ve

niteliklerinin dışında ve hatta karşısında bir çizgide durduğu kolaylıkla söylenebilir. Anonimliğin değerlendirilmesi noktasında bu farkların gözetilmesi önem taşımaktadır. Modernite ile postmodernite kavramlarının tartışmalı geçişkenliğinin ötesinde anonimlik tartışması açısından önem taşıyan nokta bu iki kavramın temsil ettiği karşıtlık-farklılık perspektifini kullanabilmektir.

İçinde bulunduğumuz dönem de postmodernitenin kendine özgü etkilerinin, olgularının görünür olduğu bir dönemdir. Bu noktada - bu tezin kapsamı dahilinde - postmodernitenin, modernitenin değerlerinin ve etkilerinin tamamen ortadan kalktığı değil; modernitenin de izlerini taşıyarak ama ona karşıt değerlerin, olguların da kendini gösterdiği bir dönem olarak görülmesi daha yerinde olacaktır. Bu anlamda postmodernitenin, modernitenin bittiği yerde başlayan bir dönem olarak tahayyül edilmesinden ziyade onun tartışıldığı-sarsıldığı-eleştirildiği, moderniteyi de kapsayarak kendisi ile modernite arasına tarihsel akışta keskin sınırlar koymayan bir dönem olarak düşünülmesi daha yerinde olacaktır. Hem postmodernitenin bu şekilde tahayyül edilmesi onu ifade eden olgularla (Örneğin, belirsizlik, sınırların silikleşmesi gibi) uyumluluk da arz etmektedir.

Temel olarak postmodernitenin, herhangi bir sınırları belirgin tanıma indirgenemeyecek bir karmaşıklığa ve düzensizliğe sahip olduğu söylenebilir (Aslan & Yılmaz, 2001, s.100-101). Modernitenin sınırları belirgin dünyasına, mutlak ve evrensel doğrunun ve doğrusal bir ilerlemenin gerçekte var olduğuna dair inancına karşıt postmodernist yaklaşımda, her sorunun tek, mutlak ve evrensel bir cevabı olduğu yadsınmakta, kesinsizlik, heterojenlik ve de farklılık öne çıkmaktadır (Şaylan, 1996,

s.19; Harvey, 1997, s.21, aktaran Aslan & Yılmaz, 2001, s.101). Postmodernite, ikirciklilik, çokluk ve olasılıklar dünyasını temsil eder. Bu dünyada kesinlik ve netlik yoktur (Bauman, 1993). Mutlaklığın ve de kesinliğin olmamasına paralel olarak hem düşüncede hem de siyasi yapılanmada merkezi, gücü kendinden menkul, hiyerarşik yapıdaki otoritelerin de hükümlerinden bahsetmek mümkün değildir. Postmodernite, karmaşıklık ile beraber düzensizliği, âdem-i merkezîyetçiliği, dağınıklığı ve heterojenliği ifade etmektedir. Her ne kadar ikili karşıtlıklar şeklinde ifade etmek postmodernitenin karmaşıklığını anlatmakta yetersiz olsa da modernite ile arasındaki farkların temel düzeyde anlaşılması açısından fikir verebilir. Buradan hareketle denebilir ki; postmodernitede, bütüncül teorilere nazaran perspektif çokluğuna, evrensellik karşısında yerelliğe ve tikelliğe, kesinlik ve belirginlik düşüncesine karşı çokluğa ve belirsizliğe bir akış vardır (Tüzen, 2008, s.147; Oğuz, 2007, s.19). Bu karşıtlıklar şu şekilde de çeşitlenebilir: Hiyerarşiye karşı anarşi; mesafeye-uzaklığa karşı katılım; merkezileşmeye karşı çözülme-yayıma-dağılma; tipik olana karşı mutant olan; “form”a karşı antiform... Özellikle not düşülmelidir ki Harvey de postmodernitenin kendisinin karmaşıklığını idrak etme noktasında belli ikili karşıtlıkların kullanılmasının “tehlikeli” olduğunu söylemekle beraber postmodernitenin anlaşılması açısından bu karşıtlıkların bir başlangıç noktası olabileceğini kabul etmektedir. Bu noktada bu farklar arasında da belirgin ayırık çizgilerden ziyade, postmodernitede bunların bir sentezinin, iç içe geçmişliğinin yarattığı bir durumdan bahsetmek daha uygundur (Harvey, 1990, s.42-43).²²

²² Harvey’in (1990, s.43), Hassan’dan (1985, ss.123-124) alıntı yaparak aktardığı modernite-postmodernite farklarını ortaya koyan şematik karşıtlıklar listesi için, bkz. Ek 2.

Postmodernitenin bahsi geçen niteliklerinin üretim biçimi ve ekonomik yapı ile ilişkisi açısından da ele alınması gerekmektedir. Sanayi toplumundan Castells'in (1996) ifade ettiği enformasyon toplumuna geçişle beraber postmodern olguların kendini daha fazla hissettirdiği ve bu noktada bir paralellik olduğu söylenebilir. Özellikle 1970'lerle beraber Fordist bir yapıda, seri ve standartlaşmış bir üretim ve tüketim modelinden, post-Fordist bir döneme geçiş görülmektedir. Bu yeni dönemin üretimdeki ve ekonomideki yansımaları, ürünlerin çeşitlenmesi ve farklılaşması; teknik ve örgütsel inovasyonların hız kazanması, işgücünün daha esnek kullanımı (Harvey, 1989, aktaran Brey, 2003, s.34) ve üretim yoğunluklu ekonomiden hizmet yoğunluklu ekonomiye geçiştir. Bu dönemle beraber, seri halde herkes için tek-tip bir ürün sunan üretim tarzının ve - paralel olarak - benzer tüketim alışkanlıkları ile pazarlama biçimlerinin yerine kişilerin şahsi ihtiyaç ve arzularına yönelik daha özelleşmiş ve farklılaşmış ürün çeşitlerinin yaratılmaya başlandığı, kitle pazarlamasından *niche* pazarlamaya bir eğilim olduğu görülmektedir. "Geç kapitalizm" diye de anılan bu evre, şahsi ve sosyal hayata dair tüm alanların – ve bu alanlara dair tüm bilginin – metalaştığı bir dönem olarak tanımlanabilir (Jameson, 1991, aktaran Brey, 2003, s.34). Bu yeni ekonomik yapının moderniteden farklı olarak malların üretimi ve tüketiminden ziyade göstergelerin ve sembollerin üretim ve tüketimine bağlı olduğu söylenebilir. Castells (1996) tarafından enformasyon toplumu bağlamında ifade edilen bu yeni ekonomik yapı *enformasyonel kapitalizm* olarak da adlandırılabilir. Enformasyon teknolojileri, yeni medya ve siberetik ile beraber kendini gösteren bu yeni post-endüstriyel evrede, enformasyonun üretimi, işlenmesi ve iletimi yüksek derecede önem arz etmektedir. Bre'ye (2003) göre bu post modern evre, tüketicilik, metalaşma, gerçek ile temsili arasındaki sınırların - tamamen ortadan kalkmasa bile - silikleştiği, geçici "şimdi"lerin geçmiş ve gelecek

algılamalarını silmeye başladığı bir dönemdir. Başka bir deyişle madde üstüne kurulu bir endüstriyel üretimden göstergelerin, mekânların ekonomisi üzerine kurulu bir *simülasyon* çağıdır (Baudrillard, 1995).

Sosyal medya da gerek kendi başına değerlendirilirken gerekse de anonimlik ile beraber ele alınmaya çalışıldığında bu postmodern durumla beraber düşünölmelidir. Sosyal medya çokluğuyla, merkezsizliğiyle, belirsizliğiyle, gerçekte temsili arasındaki sınırları bulanıklaştırmasıyla, farklı hayat alanlarını da içine katarak çoklulaşması ve karmaşıklığı ile postmodern durumun bahsi geçen niteliklerini yansıtmaktadır. Sosyal medyanın kendisi de söz konusu postmodern durumla beraber, hatta bu durum dâhilinde evrilmektedir. Sosyal medya ile ortaya çıkarılan/üretilen bilgi de aynı postmodern evrenin içinde bir anlama bürünmektedir. Bilginin kendisinin ekonomik bir değer olduğu, kişisel ve sosyal hayata dair tüm bilgi alanlarının metalaşmaya tabi olduğu bu dönemde anonimliğin odağı olan şahsi kimlik bilgisi de aynı şekilde bu metalaşmanın bir parçasıdır. Sosyal medyanın postmodern bir ekonomik sistem içinde kendine yer bulabilmesinin, bu ekonomik yapının *insanın bilgisine* bir meta değeri attettiği ile ilişkili olduğunu ayrıca ifade etmek gerekmektedir.

Teknoloji. Anonimlik tartışması noktasından sosyal medyanın teknolojik zemini ile birlikte bir tartışma merkezine alınması gerekmektedir. Sosyal medya, belli teknolojik imkânların sosyal iletişim yönünde işlevselleşmesi ile ortaya çıkabilmiştir. Bu teknolojik zeminin anlaşılması sosyal medyanın anonimlikle ilişkisi noktasında bir perspektif derinliği kazanılmasını sağlayacaktır.

Öncelikle, sosyal medya bilgisayar destekli bir iletişim yapısı üzerine kurulmuştur. Bilgisayar üzerinden ya da bilgisayar yapılı cihazların aracılığı ile kişiler arası bir sosyallik mümkün olmaktadır. Bilgisayar teknolojisi ilk ortaya çıktığı II. Dünya Savaşı yıllarından (Thurlow, Lengel & Tonic, 2004, s.14) itibaren birçok kademe kat etmiştir. Bilgisayar; bilimsel, yönetsel, askeri ve akademik çalışmalarda kullanılan ilk prototiplerinden bugüne, gündelik hayatın bir parçası, aktörü konumuna gelmiştir. Özellikle 1990'larla beraber kişisel masaüstü bilgisayarların büyük bir hızla yaygınlaşmasıyla birlikte bilgisayar kullanımı da kitleselleşmiştir (s. 15). Bir hesap makinesi ile karşılaştırıldığında kat be kat hızlı ve güçlü işlemci kapasitesine sahip, kendine ait bir ara hafızası ve veri depolama mekanizması bulunan bu aygıtlar, aynı zamanda başka bilgisayarlı sistemlerle iletişim kurabilmeleri sayesinde insanlar arası iletişimin de bir aracısı olabilmektedirler.

Bilgisayarın, anonimliğin değerlendirilmesi noktasında dikkate değer nitelikleri bulunmaktadır. Lyon'a (1994) göre bilgisayarı endüstriyel çağın makinelerinden farklı kılan belli başlı özellikleri vardır. Bir post-endüstriyel fenomen olarak bilgisayarlar, "hafıza"ya sahiptirler ve birbirleri ile telekomünikasyon ağları üzerinden iletişim kurabilirler. Buna ek olarak en basite ifadeyle, bilgisayarlar zihin eforu ile yapılması gereken belli işleri-işlemleri oldukça etkili, hızlı ve verimli şekilde gerçekleştirmemizi sağlayan "düşünen" makinelerdir (s.46). Bilgisayarın özellikle şu üç özelliği üzerinden anonimlikle bir ilişki kurulması mümkündür: Yüksek işlem gücü, veri kapasitesi (hafıza) ve iletişim yeteneği. Bilgisayar bilgiyi yüksek hızda işleme yeteneğine sahiptir. Anonimlik noktasında belirleyici olan kimlik bilgilerinin bilgisayar desteği ile yüksek hızda işlenebilmesi mümkündür. Milyonlarca insana dair elde edilen kimlik verileri

bilgisayarın sabit diskinde kolayca saklanabilir ve buradaki veritabanından kolayca bu bilgiler geri çağrılabilir. Farklı bilgi parçacıklarını tamamlayarak kimlik tespiti yapılmasını sağlayacak analiz işlemleri bilgisayarın yüksek işlem gücü sayesinde kısa sürede ve hata oranı düşük şekilde gerçekleştirilebilir. Bu noktada, James Rule'un (1974, ss.37-40) identifikasyon ve bilgisayar teknolojileri üzerinden kurduğu ilişki anonimlik bağlamında bir not olarak düşünülebilir. Rule (1974, ss.37-40) bilgisayarlarla gözetim kapasitesinin maksimize edildiğini savunmaktadır.²³ Bilgisayarlarla milyonlarca insana dair kimlik tanımlayıcı olabilecek bilgi çok az yer kaplayan veritabanlarında toplanabilmekte; bu bilgiler farklı noktalardan (bilgisayarlar arası iletişim ile) kolayca bir araya getirilerek bir merkezde toplanıp işlenebilmektedir ve bu süreçte bilginin noktalar arasındaki akışı oldukça hızlıdır. Ayrıca bilgisayarlı sistemlerin gündelik hayatta daha fazla yer alması ile birlikte özne (kişi) ile bu sistem arasındaki temas noktası da artmaktadır. Bu artışla birlikte kişiye dair daha fazla bilgi sisteme girmektedir. Rule tarafından bahsedilen temas noktalarının, gündelik hayatta olabildiğince artabilmesi için diğer bir yanda tüm bu bilgisayarlı sistemleri birbirlerine bağlayan bir enformasyon iletişim ağının da olması gereklidir. Elbette, bu ağın bir teknolojik imkân olarak var olmasının ötesinde insanlar tarafından bu ağın kullanılıyor olması ve tercih edilmesi diğer bir ifade ile olağanlaşması gerekmektedir. Bu noktada sosyal medyanın gündelik hayatı olabildiğince fazla noktadan bilgisayarlı sistemlere bağlayan bir teknoloji olarak da düşünmek mümkündür.

²³ Rule tarafından kurulan ilişki daha çok identifikasyon-gözetim ilişkisine dayansa da anonimliği de bağlamaktadır. Kişilerin hayatlarına dair birçok bilgi ile beraber onların kimlik tespitlerinin yapılmasını sağlayacak bilgiler bütünü de gözetimin alanına girer. Gözetim, anonimliği ortadan kaldırıcı bir etki yaratmaktadır.

Bilgisayarlı sistemler arası iletişimi sağlayan ve bu yolla bilginin farklı noktalar arasında akmasını mümkün kılan yapı ise internettir. En basit ifade ile internet, küresel çapta bilgisayarların ve bilgisayarlı araçların birbirine bağlı olduğu ağa verilen addır (Bell, 2009, s.30; Thurlow, Lengel & Tonic, 2004, s.28). İnterneti doğuran ilk çalışmalar 1960'lı yıllarda Amerikan İleri Savunma Araştırmaları Dairesi (*Defense Advanced Research Projects Agency – DARPA*) bünyesinde yapılmıştır. Bu çalışmalarda, ARPA.NET olarak adlandırılan prototiple amaçlanan, tek merkezden kontrol edilemeyen bir iletişim ağını oluşturabilmektir (Castells, 2000). ARPA.NET projesinin 1972 yılında kamuya açıklanmasından (Straubhaar, LaRose, & Davenport, 2011, s.249) günümüze, internet farklı gelişim evrelerinden geçerek bugünkü küresel yapısına kavuşmuştur.²⁴ *Internet World Stats* tarafından açıklanan son güncel verilere göre bugün dünya geneline 2 milyardan fazla internet kullanıcısı mevcuttur. Bu sayı dünya toplam nüfusuna oranlandığında da yüzde otuzdan fazla penetrasyon oranına ulaşıldığı görülmektedir. Bu oran Kuzey Amerika gibi gelişmiş bölgelerde yüzde seksenlere yaklaşmaktadır (Internetworldstats.com, 2011).

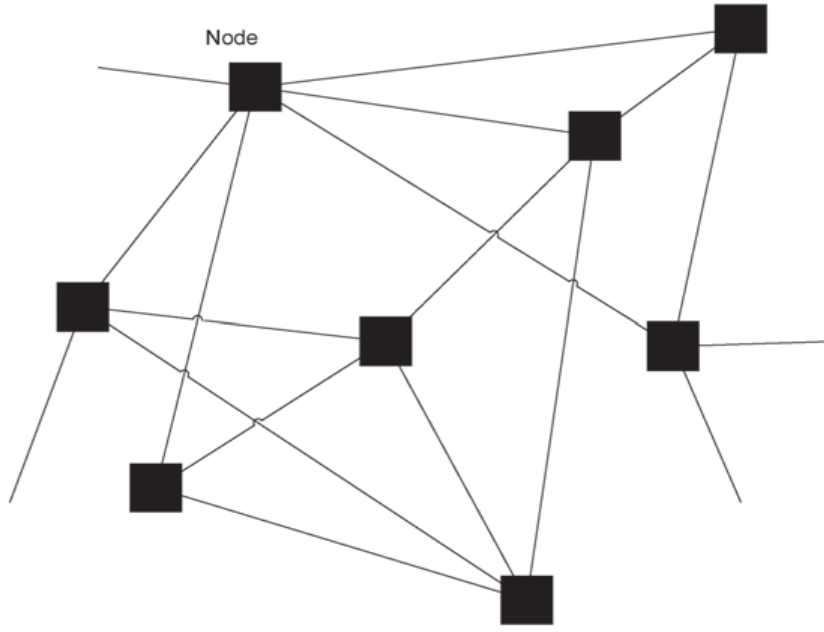
İnternetin anonimlik tartışması bağlamında ifade edilmesi gerekirken önemli özelliklerinden biri onun merkezsiz, dağınık yapısıdır. Bu sistemde birbirine bağlı her bilgisayar birimi bir nodedur. Bu nodelar birbirlerine sayısız bağlarla bağlıdırlar (Şekil 4). Bu sayede bu ağı yapı içinde ağın bir kısmı zarar görse bile kalan nodelar arasından farklı yollar takip edilerek iki nokta arasında iletişim kurulabilir. Bu yapıda, her biri bir

²⁴ Bu noktada özellikle belirtilmelidir ki internetin sadece kablolar ve çeşitli iletişim yolları ile birbirine bağlanmış bilgisayarlar ağı olmanın ötesinde birbirleri ile belli bir düzende iletişim kurmalarını sağlayan protokollerdir. Bu protokoller *Transmission Control Protocol - TCP*; *File Transmission Protocol/FTP*, *Hypertext Transmission Protocol - HTTP* ve *Internet Protocol - IP* isimleri ve kısaltmaları ile bilinen protokollerdir. Bu protokoller bir bilgi paketinin bir noktadan diğerine gönderimini ve alımını belli sayısal kurallara bağlamaktadır. Bu yolla aslında bilgisayarlar arası iletişimin belli düzende dilin-kuralın oluşması sağlanmaktadır. İnternetin gelişimi ve teknik yapısı hakkında bkz. Green (2010).

node olan bilgisayarlı birimler, hem alıcı hem de verici konumundadır. Ayrıca, bilgisayarlı birimler aldıkları bilgiyi depolayabilir, depodan çağırarak ya da gerçek-zamanlı olarak işleyebilir ve bir diğer birime aktarabilir.

İnternetin bu yapısı, sosyal medyanın teknolojik zeminine dair bu unsur aynı zamanda onun toplumsal zeminiyle; özellikle de postmoderniteyi karakterize eden belli niteliklerle uyum içindedir. Postmodernite belirsizliği, dağınıklığı, merkezsizliği ve çokluluğu içermektedir. İnternetin nodelu yapısı da bilgi farklı birimler arasında dağınık bir ilişkiyi içermektedir. Her bir birim özerk olarak bilgiyi işleyebilmektedir. Dikey bir hiyerarşik dağılımdan ziyade daha belirsiz ve yatay bir dağılım söz konusudur. Bu sayede sınırsız sayıda ağ kombinasyonu yaratılabilir. Bu yapı içinde bulunduğu postmodern durumu temsil eden özellikler taşımaktadır.

Sosyal medya bilgiyi işleyebilen, depolayabilen bir iletişim aracı olan bilgisayar üzerinden internet ağı ile kurulmuş bir sosyal etkileşim ortamıdır. Sosyal medya ile gündelik hayat mümkün olduğunca fazla noktada bu ağ yapısına temas etmekte hatta bu ağın içinde de deneyimlenmekte, yeniden şekillenmektedir. Bu temas noktalarının her biri kişinin kendine dair bilgi parçacıklarının sisteme girdileridir. Bu girdiler a noktadan itibaren ağın kan akışı içindeki partiküllerdir. Küresel çapta dolanan bu partiküller farklı nodelar tarafından ulaşılmaya açıktır.



Şekil 4. Dağınmık Ağ Yapısı (Green, 2010, 25)

Medya. Sosyal medyanın zeminini oluşturan yeni medya teknolojileri ve sosyal medya öncesinde, konvansiyonel medya²⁵ düzeni ve buna bağlı olarak bu dönem ve düzen içinde anonimliğin ne şekilde şekillendiğini ve deneyimlendiğinin ifade edilmesi gerekmektedir. Konvansiyonel medyanın anonimlik deneyimi açısından bulunduğu konumun anlaşılması noktasında bu tartışma modernite ile ilişkilendirilmelidir.

Toplum başlığı altında da ifade edildiği üzere, modernitenin üretim ve ekonomi modeli, endüstrileşmiş, standartlaşmış bir seri-kitlesele üretim şeklidir. Bu tarz bir modelin kültürel ve sembolik üretim tarafında kitle iletişim medyası bulunmaktadır. Kitle iletişiminin ürettiği nesnelerin içinde bulunduğu modern zamanların seri üretim modelini yansıtmaktadır. Bu iletişim biçiminde üretilen içerik de belli bir prototipin

²⁵ Bu analiz dâhilinde konvansiyonel medya dergi, gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim mecralarından bahsedilmektedir.

kopyaları halinde üretilen arabalar misali tek tip ve materyal açıdan değiştirilmesi pek mümkün olmayan nesnelere benzetilebilir (Manovich, 2001). Poster'e göre de kitle iletişimi modernizm ile aynı düzlemde olup, endüstriyel kapitalizmin ve de ulus-devlet modelinin bir parçasıdır. Aynı ulus-devlet modelinde olduğu üzere kitle iletişiminde de küçük bir elit, içerik üreten-yöneten bir grup bulunmaktadır ve bu grubun sahip olduğu zenginlik ve ayrıcalıklarla kamusal algıyı etkileyebilme gücü vardır (Poster, 1995, aktaran Miller, 2011, s.1). Bu haliyle ifade edilen bir iletişim biçimi – çok büyük oranda – tek yönlüdür: Kaynak kurumdan (dergi, gazete, televizyon, radyo) kitleye doğru. Ayrıca, bu iletişim biçiminde kaynak ile alıcılar arasında hiyerarşik bir ilişki vardır. Moderniteyle ilişkili olan bu iletişim biçiminde, kaynak aktör ile alıcı aktörlerin pozisyonları arasındaki sınırlar da belirgin ve açıktır.

Anonimliğin kitle iletişimi ve modernite bağlamında ne şekilde oluştuğunu ortaya açıklıkla koymak için, özellikle önceki kısımlarda ifade edilen anonimliğin yüz yüze halleri ve yazarlık deneyimlerindeki değişimlerle bir ilinti kurulabilir. Bu sayede tüm teze yayılan bütüncül bir tartışma ortaya konulabilmesi sağlanmış olacaktır. Öncelikle, modernite ile birlikte kentlerde deneyimlenen yüz yüze anonimlik hallerinin kitle iletişimde de izdüşümleri üzerine düşünülebilir. Kentlerdeki kalabalıklar içinde farksızlaşan, kimliksizleşen, birbirine “yabancı” bireylerin deneyimlediği anonimlik, bir tür kitle anonimliğidir. Burada kitle, bir bütünü, belli bir bağlamda homojen olarak görülen insanlar grubunu ifade eder. Kitle iletişim araçlarının hitap ettiği kitle de aynı düzlemde kentlerdeki kitle anonimliğini deneyimleyen modernitenin “kitle”sidir. Kitle iletişiminde mesaj doğrudan belirli bir kişiye yani belirgin bir alıcıya yönelik gönderilmemektedir. Burada kaynak açısından kitleyi oluşturan bireylerin tek tek

kimlikleri/kim oldukları belli değildir. Bu sebeple, kitle iletişiminde kaynak ve alıcı aktör ikilisinden – bu sefer – alıcı aktör - yani kitle - anonimdir.

Kitle iletişiminin bir ucunda alıcılar olarak kitle durmaktayken diğer ucunda mesajı gönderen kaynak olarak kurumlar durmaktadır. Bu noktada tezin önceki kısımlarında ifade edilen yazarlık ve yazar anonimliği konusunu hatırlamakta fayda vardır. Profesyonel anlamda “yazarlık” mesleğinin ortaya çıkmasıyla birlikte yazar ismi ve kimliği yazarla, yayıncı kurum arasında ve de piyasa odaklı üretimin kısılcacında daha görünür ve satılır olmuştur. Bu anlamda yazarın kendi üretimi olan edebi eseri ve bu eserine attığı şahsi imzası da (yazarın ismi ve kimliği) yayıncı kurumla ilişkisinin şartlarıyla belirlenen etkilere dolayısıyla da görünürlüğe daha fazla açık olmaktadır. Bir diğer ifade ile yazarın şahsının ve de şahsi üretiminin özerkliği yayıncı kurumla ilişkisi üzerinden azalmaktadır. Böylece yazarın alıcı aktörle arasında kurabileceği anonimlik ilişkisi aynı oranda özerkliğini yitirmektedir. Kitle iletişiminde ise bahsi geçen profesyonelleşme daha güçlü bir şekilde görülmektedir. Kitle iletişiminde içeriğin özgün üreticileri ile alıcılar arasında bir aracı aktör olan kurum oldukça güçlüdür. Hatta yayıncı kurum, istihdam ettiği içerik üreticileri ve yöneticileri ile birlikte kaynak aktörü bizzat kendisi temsil edebilmektedir. Kurum ayrıca bir *kapı bekçisi* rolüyle içeriğe müdahale etmekte onu yeniden şekillendirmektedir. Tüm bu özellikleri ile kitle iletişiminde kaynak kurum, içerik üreticisinin bir birey (ya da grup) olarak kendini temsili noktasında da söz sahibi aktör olarak durmaktadır. Anonimlik açısından da bakıldığında içeriği üreten kişinin ne derece/ne şekilde anonim olup olmayacağı da kitle iletişimi kurumları ile ilişkisine bağlanmaktadır. Kurumun kişinin oluşturduğu içeriği ne derecede/ne şekilde kitleye ulaştıracağı bir yana o kişinin kimlik bilgilerini ne

derecede/ne şekilde başkalarına aktaracağı (ya da aktarmayacağı) da önemli bir soru olarak durmaktadır. Anonimliğin tayini noktasında ipler çoğunlukla kurumun elindedir. Buradan hareketle denebilir ki, kitle iletişiminde güçlü kurumsallaşma bir yandan içerik üreticilerinin ve yöneticilerinin profesyonelliği artmaktadır ancak bir yandan da içerik yaratıcılarının anonimlikleri noktasındaki özerklikleri de kurumla ilişkileri oranında sınırlanmış ve bu açıdan bir özerklik erimesi yaşanmıştır.

Yeni medya ve sosyal medya ile birlikte ise kaynak ve alıcı ilişkisi arasında yaşanan değişime paralel olarak anonimlik deneyimi açısından da bir dizi değişiklikler meydana gelmiştir. Bu gelişmelerin daha iyi anlaşılması açısından da bir “yeni medya” olarak sosyal medyanın ne gibi niteliklerinin olduğu ve bu niteliklerinin anonimlik açısından ne ifade ettiği vurgulanmalıdır. Bu amaçla yeni medya ve spesifik olarak sosyal medya ile birlikte medyanın bu yapısında ve de bu teze konu olan anonimlik bağlamında irdelenmesi gerekmektedir.

3.3.1.1. Yeni Medya ve Sosyal Medya Üzerine Kısa Bir Tartışma

“Yeni Medya”nın medyanın değişimine dair ne ifade ettiği ve de “yeni” ifadesinin aslında ne anlama geldiğine dair farklı yorumlar yapılabilir. Yeni medya ile birlikte yeni anlamların yaratılıp yaratılmadığı; tarihsel akış içinde bu “yeni”nin sürekliliğin ve değişimin-gelişimin bir ifadesi mi olduğu; daha önce deneyimlenmemiş “yeni” iletişim ortamları yaratıp yaratmadığı; bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin keşiştiği noktada yeni kompozisyonlar oluşturup oluşturmadığı gibi pek çok soru sorulabilir. Ayrıca, yeni medyanın halen algılanmakta olan pek çok boyutuna dair de

tartışılmaya devam edilmektedir.²⁶ Yeni medyanın bu sorular çevresinde çeşitlenebilecek yönleri üzerine kapsamlı bir tartışma yapılması gerekmektedir. Ancak bu tez kapsamında amaçlanan, sosyal medyanın bir yeni medya olarak ele alınarak anonimlik tartışması noktasında önem arz eden niteliklerine odaklanarak bir analiz yapmaktır.

Temel olarak, yeni medyanın bazı öne çıkan nitelikleri şu şekilde sıralanabilir: Dijital yakınsama, çoktan-çoğa (*many-to-many*) iletişim, sanallık, etkileşimlilik, küresellik ve tekniklik (Silverstone, 1999, s.10). Kabul edilmelidir ki bu niteliklerden etkileşim, küresellik gibi nitelikler yeni medyadan evvel de farklı iletişim biçimlerinde vardır. Örneğin yüz yüze iletişimde karşılıklı etkileşim deneyimlenmekte iken; küresellik bir özellik olarak televizyon ve radyo gibi kitle iletişim medyalarında da mevcuttur. Ancak hem yeni medyanın bu niteliklerin hepsini birden içinde barındırması; hem de birey odaklı belli niteliklerin yeni medyada gittikçe öne çıkan nitelikler olması dikkate değerdir. Straubhaar, LaRose ve Davenport (2011, s.21) tarafından ise yeni medyanın fark yaratan şu özellikleri vurgulanmaktadır: Dijitallik, etkileşimlilik, sosyallik, multimedya, asenkronik olmak, dar-yayınlılık (*narrowcast*). Bahsi geçen bu özellikleri de katarak yeni medya üzerine genel bir çerçeve çizilmesi gerekirse şunlar söylenebilir: Yeni medya teknik açıdan bilgisayar ve enformasyon teknolojileri ile özdeşleşmiş bilginin dijital formda taşınıp iletiildiği bir medyadır. Yeni medya ile taşınan mesajlar küresel ağ sayesinde dünyanın herhangi bir noktasına anlık olarak iletilebilir. Bu iletim farklı noktalar arasında dağınık ağ yapısı üzerinden yapılabilir. Yeni medyanın iletildiği içerik senkronik olarak tüm alıcılara aynı anda iletilmek zorunda

²⁶ Yeni medyanın “yeni”liğine dair kapsamlı bir tartışma için bkz. What’s new about new media? (1999) Special themed section of *New Media & Society*, 1 (1): 10-82.

değildir. Farklı zamanlarda, farklı alıcılara iletmek üzere depolanabilir, ertelenebilir. Yeni medya ile çok noktadan çok noktaya iletişim kurulabilir. Bir merkezden çok noktaya mesaj iletimi zorunluluğu yoktur. Birden fazla kaynaktan birden fazla alıcıya gönderim yapılabilir. Bu, hiyerarşik olmayan herkesin kaynak olduğu gibi alıcı aktör de olabileceği bir ortamdır. Bu sayede daha dar alıcı gruplarına hitap edilebilir. Yeni medya sosyal etkileşime izin vermektedir. Kişiler kendi aralarında birebir ya da topluluk formlarında etkileşimde bulunabilirler. Yeni medya sanal deneyimleri mümkün kılmaktadır. Bedenin belli bir zaman ve mekâna kısıtlanmadığı ve de farazi kimlikler üzerinden de iletişimin mümkün olduğu bir medyadır.

Sosyal medya yeni medyanın taşıdığı tüm bahsi geçen nitelikleri de içinde barındırmakta; insanlar arasında çok çeşitli formlarda ve bağlamlarda sosyal etkileşim kurulmasını mümkün kılmaktadır. Böylece yarattığı içerik hem kapsamlı ve öznel hem de akışkandır. Sosyal medya, içeriğin sosyal etkileşimle yaratıldığı ve de dağıtıldığı medyadır (Straubhaar, LaRose ve Davenport, 2011, s.20). Bu sebeple etkileşimin gerçekleştiği sosyal medya platformları da oldukça çeşitlidir. Örneğin, sosyal ağ siteleri (Örn. facebook, friendster, friendfeed), video paylaşım siteleri (Örn. youtube, vimeo), forumlar, bloglar, mikrobloglar (Örn. twitter), fotoğraf paylaşım siteleri (Örn. flickr) vb. Sosyal medya platformlarının listesi sosyal etkileşimle üretilen içeriğin çeşitliliği oranında uzayabilir. İlerleyen yıllarda bu listeye yeni ihtiyaçlar ve trendlerle birlikte yeni platformlar eklenebilir. Buradan hareketle denebilir ki, sosyal medyanın bilginin üretimi ve de dağıtımı noktasında; gündelik hayatın içinde olağanlaştığı oranda potansiyel olarak büyümeye ve çeşitlenmeye açıktır. Bu durum, onun anonimlik bağlamında tartışılmasını da gerekli kılmaktadır. Sosyal medyanın sunduğu yeni

deneyimler duvar yazılarından, el yazmalarına ve matbaaya; radyo ve televizyondan yeni medyaya uzanan yolda değişimlere uğrayan anonimlik deneyiminin yeni bir katmanını oluşturmaktadır.

3.3.2. Sosyal Medya Etkisi

Anonimliğin belli nitelikleri sosyal medya ile tekrar tartışmaya açılmalı ve bu noktadaki değişimler ele alınarak anonimlik tahayyülünün yeniden bir değerlendirilmeye alınması gerekmektedir. Bu amaçla, bu kısım altında belli alt başlıklar içinde sosyal medyanın anonimlik bağlamında değerlendirilmesi gereken yönleri ifade edilecektir. Her bir alt başlık içinde anonimliğin değişime uğrayan yönleri ifade edilmeye çalışılacaktır.

Bilgi Zenginliği. Anonimlik ile identifikasyon arasında - bu tezin ilk kısmında da ifade edildiği üzere - doğrusal ters yönlü bir bağıntı bulunmaktadır. İdentifikasyonun gerçekleştirilebildiği noktada anonimlik de ortadan kalkmaktadır. Sosyal medya ise identifikasyon açısından bakıldığında kullanıcıların kimliklerini açığa vurabilecek bilgilerin toplandığı bir alan olarak düşünülebilir. Bu açıdan sosyal medya oldukça zengin çeşitlilikte bilgi sağlayan bir kaynak olarak görülebilir. Ancak sosyal medya özelinde identifikasyonun gerçekleştirilmesi için gerekli olan kimlik bilgilerinin ne olduğuna dair yapılan basit ve sınırlı bir kategori çalışması yetersiz olmaktadır. Bu tezin ilk kısmında da Clarke (1994) ve Marx (1999) tarafından ortaya konulan kimlik bilgisi kategorileri bu noktada tekrar tartışmaya açılmalıdır.

Sosyal medya etkileşimli ve dinamik bir yapıya sahiptir. Bu yapı içinde paylaşılan bilginin bir kısmı belli kategoriler altında toplanabilse de bir bütün olarak düşünüldüğünde oldukça bilgi çeşitliliği çok yüksek düzeydedir. Bu çeşitlilik, bilginin sınıflandırılması açısından da zorluk oluşturmaktadır. Sosyal medyanın bu sınırsızlığı, onun içinde bulunduğu postmodern durumu temsil eden yanıdır. Sosyal medyada bilgi etkileşimle beraber otaya çıktığından, gündelik hayatın her noktasına dair, detaylı, kimi zaman “gereksiz” görülebilecek fazlalıkta bir bilgi hazinesi oluşmaktadır. Bu bilgi hazinesi içinde elbette kategoriler içine alınabilir parçacıklar bulunabilmektedir. Kullanıcıların isimleri, adresleri, nerede çalıştıkları, yaşları gibi Clarke (1994) ve Marx (1999) tarafından da ortaya konulan kimlik tespiti açısından belirleyici bilgiler de bu sınıflandırma içine alınabilir. Bu noktada belli bir sınıflandırmanın, özellikle Marx’ın (1999) gerçekleştirdiği gibi bir tipolojik çalışmanın kendisi daha çok modernitenin, sınırları belli, tanımlı dünyasına dair bir çaba olarak görülebilir. Ancak bir yandan kabul edilmelidir ki bu tipoloji ile tanımlanan bilgilerin anonimlik noktasında belirleyici ve başat konumları - halen - varlıklarını sürdürmektedir. Bu tarz bir tipolojik çalışma halen anonimlik açısından geçerlidir. Ancak bunun ötesinde kişilerin kimliklerinin tespitinin yapıp yapılmaması noktasında önem arz eden bilgilerin ne oldukları sorusuna cevap olarak da tipolojik çalışma yetersiz kalmaktadır. Sosyal medya içinde kullanıcılar ayakkabı numaralarından sevdikleri dondurmanın çeşidine, nefret ettikleri ünlülerden gün içindeki farklı duygusal durumlarına değin “kategoriler üstü” denilebilecek çeşitlilikte hayatın kendisine dair bilgi paylaşmaktadırlar. Bu tarz bilgiler, bilinen kimlik tanımlayıcı bilgiler kategorisinde (Örn. isim, soyisim, adres vb) yer almasalar dahi anonimlik açısından belirleyici olabilirler. Herhangi bir kişinin farklı platformlardaki dağınık bilgilerin içeriğinde önemsiz gibi görünen parçalar belli bir

bağlam içinde kişinin kimlik tespiti açısından önemli olabilir. Bu noktada anonimliğin niteliklerinden olan bağlamsallığın sosyal medyada ifade ettiği anlam da ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyada kullanıcı, gündelik hayatındaki deneyimleri aktarırken bir yandan farklı bağlamlarını da sosyal medyanın bilgi hazinesine girdi olarak katmaktadır. Bu anlamda bu bağlamları birleştiren bir rolü de vardır sosyal medyanın. Bir yandan kişiye dair çok daha fazla bilgi açığa sunulmaktadır. Bu noktada, sosyal medyada anonimlik noktasında belirleyici olan ise bu zenginlikteki bilgi çeşidinin – Wallace’ın tabiriyle (1999, s.23) - belli bir noktada koordine edilebilmesi; bir birine ilmeklenip kullanıcının koordinatlarının belirlenebilmesi olmaktadır.

Sosyal medyada bir yandan bilgi paylaşımı dağınık bir şekilde gerçekleşmekteyken diğer yandan kategorili alanlar da varlığını sürdürmektedir. Örneğin, bir sosyal ağ sitesi olan Facebook’ta kullanıcı sisteme ilk kaydolurken ve de kaydolduktan sonra da tanımı belli (kategorik) kutucuklara girdiler yapmaktadır (Şekil 5 ve Şekil 6). Bu girdilerin çoğunluğu identifikasyon için belirleyici olan kimlik bilgisi kategorilerine karşılık gelmektedir. Ancak belirtmelidir ki bu alanlara kullanıcının gerçek bilgi girmesi (kaydolurken geçerli bir e-mail hariç) zorunluluk değildir. Bu alanlar dışında aslında bilgi zenginliğini sağlayan, kişilerin istedikleri herhangi yazılı mesajı, fotoğrafı, videoyu paylaşmalarını sağlayan “Durumunu Güncelle” başlığı altındaki “Ne düşünüyorsun?” alanıdır. Bu alanda bir kullanıcının *arkadaşları* tarafından paylaştıkları kullanıcının “Haber Kaynağı” olarak adlandırılan ana arayüzünde birikmektedir (Şekil 7). Bu alan bilgilerin aktığı sınırlanmamış açık uçlu bir paylaşım alanıdır.

Kayıt
Ücretsizdir ve her zaman ücretsiz kalacaktır.

Adın:

Soyadın:

E-posta Adresin:

E-postanı Tekrar Gir:

Yeni Şifre:

Cinsiyetin: Seç:

Doğum Tarihi: Gün: Ay: Yıl:

Doğum tarihini vermem neden gerekiyor?

Kayıt

Şekil 5. Facebook Kayıt Arayüzü

Temel Bilgiler

- Profil Resmi
- Arkadaşlar ve Aile
- Eğitim ve İş
- Felsefe
- Sanat ve Eğlence
- Spor
- Hobiler ve İlgi Alanları
- İletişim Bilgileri

E-postalar:

E-posta Ekle / Kaldır

Anlık Mesajlaşma Rumuzları: AIM

Başka bir rumuz ekle

Telefonlar: Cep Türkiye (+90)

Başka bir telefon numarası ekle

Adres: Naber

Şehir/Kasaba:

Posta Kodu:

Semt:

İnternet Sitesi:

Değişiklikleri Kaydet

Şekil 6. Facebook'taki Profil Bilgisi Kategorileri (solda) ve İletişim Bilgileri Arayüzü (sağda)

Gogo Aslan

SIK KULLANILANLAR

- Haber Kaynağı
- Mesajlar 5
- Etkinlikler 6

GRUPLAR

- Maastricht Universit... 20+
- KÜLT
- Bilgi Ne Oluyor?

Durumunu Güncelle Fotoğraf / Video Ekle Soru Sor

Ne düşünüyorsun?

Özel **Paylaş**

SON HABERLER

Gogo Aslan
Bu bir tez denemesidir!
Beğen · Yorum Yap · birkaç saniye önce

Şekil 7. Facebook'ta Ana Arayüzdeki "Haber Kaynağı"

Facebook örneğinden hareketle denebilir ki sosyal medyada asıl zenginliği “Ne düşünüyorsun?” alanı ve buna benzer açık uçlu alanlara girilen girdiler sağlamaktadır. Bu ve benzeri ucu açık alanlar Friendfeed ve Twitter gibi başka sosyal medya platformlarında da bulunmaktadır. Denilebilir ki; temel olarak kategorili bilgilerin girildiği (Şekil 5 ve Şekil 6’daki gibi) alanlar modernitenin sınırları belirlenmiş alanlarını çağrıştırmaktayken iken ucu açık alanlar (Şekil 7’deki gibi) postmodernitenin sınırsız, tanımlanmamış tamamen kullanıcıya bırakılmış alanlardır. Özellikle belirtilmelidir ki, postmodernitede, moderniteye dair durumlar, uygulamalar, kavramlar vd. tamamen ortadan kalkmamaktadır. Yeni durumların, deneyimlerin, uygulamaların, kavramların vd. moderniteye özgü olanlarla bir bakıma iç içe geçtiği bir postmodern durumdan bahsedilebilir. Anonimlik açısından da bakıldığında; sosyal medyada kimlik bilgisinin tespiti açısından kategorili alanlarla kategorisiz alanlar iç içe geçebilmekte, aynı yapı içinde bulunabilmektedir. Birinin tamamen ortadan kaybolmadığı; sınırlı alanlarla sınırsız alanların iç içe geçtiği bir durumu Facebook’taki yapı görünür şekilde ortaya koymaktadır.

Kullanıcı tarafından yaratılan içerik (User Generated Content - UGC). Sosyal medyada yaratılan zengin içeriğin temeli, kullanıcıların sosyal medyada aldığı aktif role bağlıdır. Bunu sağlayan da sosyal medyanın katılımcılığa izin veren açık yapısıdır. Sosyal medya, bir teknolojiyi ifade etmekle beraber, kendisi üzerinden etkileşim içinde olan kullanıcıların yarattığı içerik ve anlam dünyası olarak da düşünülebilir. Sosyal medya sadece birbirine bağlı bilgisayar donanımlı aygıtlarla açıklanamaz. Ayrıca, onu kullanılır kılan yazılımlar özellikle de “arayüz” bu noktada önem arz etmektedir. Sosyal medyayı sıradan biri için kullanılır yapan onun kullanıcı dostu arayüzüdür aynı

zamanda. Kullanıcıların bir “sosyal medya dünyası” yaratabilmelerinin anahtarlarından biri oluşturulan bu kolaylıktır. Bu sayede başkaları ile içerik paylaşmak isteyen her aktör, bilgisayar teknolojileri konusunda uzmanlık ihtiyacı olmadan sosyal medyada yer alabilmektedir. Sosyal medyanın bu özelliği demokratikleştirmekte, aktörlere - teknik anlamda - katılım noktasında eşitlik sağlamaktadır. Sosyal medya, kullanıcılara sunduğu bu imkânlar sayesinde bir bakıma bir “içerik toplumu” yaratılmasını mümkün kılmıştır. Bu toplumda herkes içeriğin hem üreticisi hem de tüketicisi olabilir (Blossom, 2009, s.xix).

Sosyal medyanın bu özelliği özellikle kurumsallaşma ile beraber oluşan geleneksel yazar-yayınevi-kitap ilişkisini ve de kitle iletişimindeki kurum-kitle ilişkisini hatırlayarak ele alınmalıdır. Bu ilişkideki değişim aynı zamanda moderniteden postmoderniteye geçişin izlerini de taşımaktadır. Sosyal medya ile birlikte, el yazmalarının ve ilk basılı eserlerin zamanında yazarın kendisi ve şahsi üretimi olan eseri ile arasında kurduğu özerk ilişki tekrar mümkün olabilmektedir. Kitle iletişimi noktasında da tekrar düşünüldüğünde, kaynak aktör ile alıcı ya da alıcıları arasındaki güçlü kurumsal aracı sosyal medyada söz konusu değildir. Görülmektedir ki, sosyal medya platformlarını üreten ve işleten kurumlar milyarlarca dolarlık piyasa değerleri ve karlılıkları olan büyük kurumlar olmalarına rağmen; kaynak aktörlerle alıcı aktörler arasına mümkün olduğunca girmemeye çalışan, içeriğe müdahaleden sakınan hizmet sağlayıcılarıdır. Herhangi bir kullanıcı bu sayede yarattığı içeriği doğrudan bir elemeye, denetime, yönlendirmeye maruz kalmadan belirli alıcılara ya da kitlelere ulaştırabilmektedir. Anonimlik noktasında da görülmektedir ki kullanıcının sosyal medyadaki aktif pozisyonu aynı zamanda ona, kendine dair kimlik bilgisini yönetme

konusunda da özerkliğini geri vermektedir. Kişi alıcı ya da alıcılarla kurduğu sosyal etkileşim esnasında kendine dair tanımlayıcı bilgiyi yönetme özerkliğine sahiptir. Kaynak aktör ile alıcı aktör arasında bilgiyi tutan/denetleyen belirgin bir kurumsal aktör ortadan kalkmıştır. Sosyal medyada kaynak ve alıcı arasındaki farkların kalkmaktadır. Kitle iletişimi medyasının gücü elinde tutan kurumsal aracı aktörlerinin yerine kaynak ile alıcı arasında bariyer olarak durmayan kurumlar sosyal medyaya yön vermektedir. Farksız-anonim kitle alıcılar yerine sosyal medyada her biri kendine özgü içerik üretebilen kullanıcı aktörler söz konusudur. Tüm bu farklar, sosyal medyanın moderniteden postmoderniteye geçişin niteliklerini taşıdığına da bir göstergesidir aynı zamanda.

Sosyal medyada, kaynak ve aktör arasındaki hiyerarşik ilişkiyle beraber kaynak ve alıcı arasındaki belirgin farklar da ortadan kalkmaktadır. Aynı internetin yapısını oluşturan dağınık ağ yapısında olduğu şekliyle sosyal medyada kullanıcıların her biri bir node gibi bilgiyi almakta, işlemekte ve diğer kullanıcılara - nodelara - aktarmaktadır. Bu sayede kurulan sayısız ilişki ile birlikte kullanıcılar tarafından oluşturulan bilgi, bu dağınık ağ içinde yayılmaktadır. Anonimlik açısından bu durum bir yandan bir tehdit de oluşturabilmektedir. Paylaşma esasına dayalı bu ağ içinde, kişinin identifikasyonunu sağlayabilecek herhangi bir bilgi parçacığı seri paylaşımlar ile milyonlarca kullanıcıya ulaşarak çok hızlı ve kontrolsüz bir şekilde kamusallaşabilir. Bu noktada her bir alıcının aslında başka bir kullanıcıya kaynak da olabildiği özellikle vurgulanmalıdır. Sosyal medya, kullanıcılara kaynak ve alıcı rolleri arasında esnek geçişler sağlayabilmektedir.

Sosyallik ve sosyal ağ. Anonimliğin niteliklerinden biri de sosyalliktir. Ancak sosyallik ile anonimlik arasında paradoksal bir ilişki bulunmaktadır. Anonimliğin değerlendirilmesi için en az iki kişiden oluşan bir iletişim ortamı gerekmektedir. Herhangi bir kaynak aktörün anonimliği de iletişimde olduğu alıcılar üzerinden değerlendirilir. Ancak sosyalliğin derecesi arttıkça anonimlik daha çok tehlikeye girer. Sosyal ilişkiler içinde kurulan bağların sayısı arttıkça herhangi bir kişiye dair daha fazla noktadan (kişiden) bilgi edinilebilmesi kolaylaşır. Bu şekilde, adım adım bir noktadan (kişiden) bir diğer kişiye ulaşılabilmesi mümkün olmaktadır.

Sosyal medyada kurulan ilişkilerin diğer bir ifade ile iletişim bağlarının kendisi kişilerin anonim kalmalarını zorlaştırmaktadır. Bu durumu iki açıdan açıklamak mümkündür. Birincisi, kullanıcıların kendilerine dair - kimliklerini de açığa verebilecek bilgileri - paylaşıp paylaşmadıklarına bakmaksızın, sadece belirli bir sosyal ağ içinde durdukları konum bile onların anonimliklerini tehdit etmektedir. Bu noktada paylaşılan içerikten ziyade içeriği paylaşan kullanıcının çevresi onun kimliğini ele vermektedir. Sosyal medyada kullanıcılar karşılıklı paylaşımında bulunmak ve etkileşimde olmak üzere birden fazla kullanıcı ile bağ kurarlar. Örneğin, söz konusu Facebook olduğunda bu bağ *arkadaşlık* iken Twitter’da *takipçilik*, Fienfeed’de *abonelik* üzerinden kurulmaktadır. Kurulan bağların sayısı arttıkça ortak *arkadaşların*, *takipçilerin*, *abonelerin* sayısı artmaktadır. Bu “ortaklık”lar üzerinden bir kişiden diğerine ulaşmak mümkün olabilmektedir. Bu durumda mümkün olduğunca çok kişi ile etkileşim kurmak isteyen bir kullanıcı için aynı zamanda kimliğini gizlemek zorlaşmaktadır. İkinci olarak da kurulan bağlarla artan içeriğe dairdir. Sosyal medyada farklı kişilerle kurulan sosyal bağlar arttıkça diğer bir ifade ile sosyallik arttıkça paylaşılan içeriğin miktarı ve

derinliği de artmaktadır. Kullanıcılar daha fazla içerik paylaştıkça daha etkin olmakta, daha etkin oldukça daha fazla sosyal bağ kurabilmektedir. Bu sayede *arkadaş*, *takipçi*, *abone* sayılarını arttırabilmektedirler. Paylaştıkları içeriğın kapsamının ve derinliğinin artması ile birlikte kullanıcının kendine dair kimlik tanımlayıcı bilgileri gizlemesi oldukça zorlamaktadır. Bu noktada çok titizlikle bir çaba sarf edilmediği müddetçe iletişimin akışı içinde birçok “önemli” bilgi açığa vurulmaktadır. Diğer bir yandan yine de kabul edilmelidir ki, sosyal medyadaki sosyallik ile anonimlik arasındaki bu zıt yönlülük, yüz yüze ve topluluk içi iletişimle karşılaştırıldığında çok daha esnektir. Yüz yüze iletişimde sosyal bağlar arttıkça anonimlik çok kolaylıkla kırılabilirken buna nazaran sosyal medyada bu noktada kullanıcı için esneklik daha fazladır. Kullanıcı yüz yüze iletişim ve topluluk içi iletişimle karşılaştırıldığında çok daha fazla kişiyle çok daha kolay şekilde anonim kalarak sosyal etkileşimde bulunma imkânına sahiptir.

Teknoloji: Bilgisayar. Sosyal medyada kurulan iletişim, bilgisayar aracılı bir etkileşimdir. Bilgisayar bu iletişim biçiminde bir iletişim aracı olarak telefonla ya da basılı materyalle karşılaştırıldığında onu ayıran bazı özellikleri ile öne çıkmaktadır. Öncelikle bilgisayar, sadece bilgiyi taşıyan değil aynı zamanda onu kullanıcılarından bağımsız olarak işleyebilen, depolayabilen ve de başka birimlere aktarabilen bir araçtır. Bu açıdan telefon ya da basılı materyalden özellikle otonom eylemleri ile ayırt edilmelidir. Bilgisayar üzerinden internet ağında kurulan iletişim, örneğın *cookie* adı verilen geçici dosyalarda, belli parametrelerle kayıt altında tutulabilmekte ve bu dosyalara başka bilgisayarlı birimlerden ulaşılabilir. Diğer bir yandan protokol ile belirlenen iletişim yapısı gereğince bilgisayarlara bağlantı noktalarında belli bir *IP (Internet Protocol)* numarası atanmaktadır. Bu numara üzerinden belli bir bağlantı

noktasından internete erişen bilgisayar kullanıcılarının takibatı uzmanlarca yapılabilmektedir. Bilgisayarın işleyişinde cookie ve IP numaraları dışında sıradan bir kullanıcının farkında olamayacağı pek çok mekanizma üzerinden kişi hakkında bilgi toplanabilir. Bu durumda bilgisayarın bu iletişime açık, yönlendirilebilir ve “kullanıcısına otonom” yapısı anonimlik açısından tehdit oluşturmaktadır. Sosyal medya kullanımını ve de genel olarak bilgisayar kullanımını kolaylaştıran kullanıcı-dostu arayüz bir yandan olabildiğinde çok sayıda kişinin bilgisayarlı iletişime katılımını arttırmaktayken aslında bir yanda arka plandaki işleyişin dolaylı yolla örtülmesine neden olabilmektedir. Bu noktada kendine dair ne tür bilginin ne şekilde ve ne oranda paylaşılıp paylaşılmadığını bilmek isteyen bir kullanıcının daha fazla teknik bilgiye ulaşma ve öğrenme zorunluluğu doğmaktadır. Aynı zamanda anonim kalabilmek için de ustalıklı hangi teknik yolları izlemesi gerektiği konusunda da olağan bir kullanıcıdan daha fazla teknik bilgi bilmesi gerekmektedir. Diğer bir yandan, kullanıcılara bu konularda kolaylık sağlamak için de belli yazılımlar ve hizmetler de mevcuttur. Örneğin, “youhide.com” gibi kişilerin internetteki etkinliklerine dair bilgilerini koruyan web servisleri, “Hide-IP” gibi IP numarasını saklamaya yardımcı olan bilgisayar yazılımları ve de anonim olarak içerik yayınlanmasını ve e-mail yazışması yapılmasını sağlayan anonim web ve e-mail sunucuları bulunmaktadır. Bu ve buna benzer taktiklerin olduğunu bilebilmek için ise kişinin “bilgisayar ve internet okuryazarlığı”nın sıradan bir kullanıcıdan daha fazla olması gerekmektedir. Buradan hareketle denebilir ki, bilgisayar ve iletişim teknolojileri bir yandan demokratikleştiren, eşitleyen bir olgu ortaya çıkarmaktayken, çeşitli teknik detaylara dair kişiler arasındaki uzmanlık/okuryazarlık farkı sebebiyle eşitliği bozan bir fark da aynı zamanda oluşabilmektedir. Bu açıdan, anonimlik noktasında da uzman kullanıcı ile sıradan

kullanıcı arasında benzer bir eşitsiz durum söz konusudur. Ancak yine de ifade edilmelidir ki, kendini geliştirmek isteyen kullanıcılar için sosyal medya platformlarında (youtube.com, uzman.tv, forumlar vb.) ve çeşitli web sitelerinde yardımcı bilgiler ve bu konularda eğitici videolar paylaşılmaktadır. Bu noktada oluşan eşitsizlik mutlak ve sürekli kalmak zorunda değildir.

Bilgisayar ve anonimlik ile ilgili olarak diğer bir konu da anonimliğin türlerini deneyimlemek noktasında sosyal medyanın sunduğu esnekliktir. Bilgisayar teknolojilerinin sunduğu teknik imkânlar sayesinde kişi, özellikle “görsel anonimlik”ini sağlayabilme noktasında yüz yüze iletişime nazaran oldukça güçlü bir konumdadır. Kimliğini gizlemek üzere kullanıcı, fotoğrafını veya hareketli görüntüsünü değiştirebilir, perdeleyebilir veya rahatlıkla deforme edebilir. Söylemsel anonimlik açısından bakıldığında ise; dijital düzlemde yazılı dile dair esnek bir şekilde değişiklik yapabilmek basılı materyallerle karşılaştırıldığında çok daha kolaydır. Pseudonymity de sosyal medyada çokça kullanılan bir yöntemdir. Sadece kimlik gizlemek amacıyla değil aynı zamanda kendini diğerlerinden farklılaştırmak ve hatta ilgi çekmek için de tercih edilmektedir. Sosyal medyada, kullanıcıları zorunlu olarak gerçek isimlerini kullanmaya iten katı kurallar söz konusu değildir. Tercih ettikleri şekilde ve istedikleri zaman sisteme girdikleri (kayd oldukları) isimlerini değiştirmeleri - çoğunlukla - mümkündür.

Zaman-Mekân. Sosyal medyada kurulan iletişimde eş-zamanlılık ve eş-mekânlılık kurulmak zorunda değildir. Özellikle yüz yüze iletişimle karşılaştırıldığında sosyal medyanın anonimlik noktasında kullanıcıya bu noktada esneklik sağladığı söylenebilir. Sosyal medyadaki etkileşimde beden üzerinden belli bir zaman ve

mekânda kısıtlı kalma zorunluluğu yoktur. Bu açıdan kullanıcı, kendine dair bilgisini ister anlık olarak isterse de tercih edilen belli bir zaman aralığında yönetebilir ve bunu yaparken etkileşimde olduğu kişilerle aynı mekânı paylaşmak zorunda değildir. Bu sayede kullanıcı, kendi kimlik bilgisini daha rahat düzenleyebilerek kendini gizleyebilir ya da gerçekte olduğundan farklı gösterebilir.

Sosyal medyada diğer bir yandan, paylaşılan içeriği zamanda sonsuzlaştıran bir boyut da söz konusudur. Dijital medya ile birlikte milyonlarca insanın paylaştığı içerik, çok küçük yer kaplayabilen dijital depolama aygıtlarına kaydedilebilmektedir.

Kaydedilen bu bilgi yıllar sonra da tekrar okunabilir, kopyalanabilir, dağıtılabilir.

Arama motorlarında yıllar evvel yazılan yazılar, yorumlar; paylaşılan görsel içerik sonsuz bir boşluktaymışçasına, ulaşılabilir bir uzaklıkta asılı durmaktadırlar. Özellikle yüz yüze iletişim gibi anlık iletişim biçimleri ile karşılaştırıldığında sosyal medya bu arşiv kapasitesi ve ulaşılabilirliği sebebiyle anonimliği tehdit etmektedir. Yakın zaman önce paylaştıkları dışında kişinin uzak geçmişte paylaştığı bilgiler, veri madenciliği yoluyla bir araya getirilerek kişiye dair bir profil oluşturulabilir ve bu yolla bir kimlik tespiti yapılabilir.

Çokluluk. Sosyal medya denildiğinde sınırları tamamen belirgin yekpare bir yapıdan bahsedilemez. Herhangi bir sosyal medya servisinin tek başına sosyal medyayı temsil etmesi de söz konusu değildir. Bugün farklı yanları ile öne çıkan, kişilerin ihtiyaçlarını farklı özellikleri ile karşılayan, birbiri ile rekabet içinde olan birden fazla sosyal medya platformu mevcuttur. Kullanıcılar bu servislerden sadece birini seçmeyip birden fazla serviste, aynı ya da farklı kimliklerle/isimlerle yer alabilmektedirler. Sosyal

medya gündelik hayatın farklı alanlarına hitap edebilmektedir. Örneğin, “LinkedIn.com”da²⁷ kullanıcılar profesyonel mesleki bilgileri üzerinden bir sosyal bağ kurmakta iken; “foursquare.com”da²⁸ kullanıcıların konum bilgilerine ulaşılabilir ve bu yolla bir sosyallik kurulmaktadır. Bu şekilde, kişilerin sosyal medya ile farklı ihtiyaçları ve istekleri üzerinden temas ettikleri nokta sayısı gittikçe artmaktadır. Görülmektedir ki, gündelik hayatın kendisi ne kadar çoklu ise sosyal medya da o kadar çoklu olmaya doğru gitmektedir. Sosyal medya sunduğu bu çoklu yapı sayesinde sosyal katılımı oldukça artırarak kişilerin gündelik hayatlarının farklı alanlarıyla temas noktaları yaratmaktadır. Bu temas noktaları da sosyal medyaya içerik olarak akmaktadır. Bu temas noktalarının çeşitliliğinin ve derinliğinin artması ile birlikte kullanıcıların görünürlüğü artmakta ve dolayısıyla anonimliğinin azalmaktadır.

Sosyal medyanın çokluluğu, çeşitliliği kadar anonimlik deneyiminin de şekli ve derecesi değişebilmektedir. Örneğin, Peterson ve Siek (2009) tarafından yapılan çalışmada, ülkelere gelen ziyaretçilere - karşılıksız olarak - evlerini açan kullanıcıları bir araya getiren “couchsurfing.com” isimli sosyal ağ sitesi baz alınarak ne tür bilgilerin kullanıcılar tarafından paylaşıldığı araştırılmıştır. Bu çalışmaya göre bu siteyi kullanan katılımcıların yüzde yüzü cinsiyet ve posta kodu bilgilerini açıkça paylaşıyor; isim, meslek ve kendilerine ait fotoğrafları paylaşma oranları da yüzde yetmiş beş ve üzeridir. Ayrıca bu sitedeki kullanıcıların kendileri ve evleri hakkında da, hem kendilerinin hem de onları ziyaret eden kişilerin verdikleri bilgilere de bu siteden ulaşılabilir. Bir başka çalışmada; Stutzman (2006) tarafından üç farklı sosyal ağ sitesinde

²⁷ “LinkedIn.com” kullanıcıların iş yaşamı üzerinden profesyonel hayatlarına dair bir ağ oluşturabildikleri sosyal medya platformudur.

²⁸ “foursquare.com” kullanıcıların özellikle mobil cihazlar üzerinden konum bilgilerini ileterek gittikleri mekânları çevresiyle paylaşabildiği ve bu sayede bir sosyal etkileşimin sağlandığı bir sosyal medya platformudur.

kullanıcıların hangi tür bilgileri ne derecede paylaştıkları incelenmiştir. Facebook, MySpace ve Friendster'daki kullanıcıların karşılaştırmalı olarak değerlendirmeye alındığı çalışmanın sonuçlarına göre ise kullanıcıların isim, e-mail adresi, meslek, adres gibi bilgilerine bu sitelerden ulaşmak kolaylıkla mümkündür. Bu çalışmanın çarpıcı yanlarında biri ise bu üç sosyal ağ sitesi arasında en popüler olanı olan Facebook'ta fiziki adres, telefon numarası, akademik geçmiş gibi bilgiler paylaşılmaktayken Friendster ve MySpace'te bu bilgilere ulaşmak daha az mümkündür.

Peterson ve Siek (2009) ve Stutzman (2006) tarafından yapılan çalışmalar beraber düşünüldüğünde anonimliğin sosyal medyanın farklı platformlarında farklı biçimlerde ve derecelerde gerçekleştiği ortaya çıkmaktadır. Couchsurfing.com'da kişinin ev ve yerleşim bilgilerine dair daha zengin bilgi bulunmaktayken; bir başka sosyal ağ sitesinde bu konuda aynı zenginlikte bilgi bulunamayabilir. Facebook hem *arkadaş* listeleri ile kurulan sosyal ağın bağlayıcılığı sebebiyle hem de paylaşılan içeriğin fazlalığı sebebiyle anonimliğin daha zor gerçekleştiği bir platform iken, Friendster ve MySpace'de görece daha az kimlik kimlik tanımlayıcı bilgi ve içerik paylaşıldığından anonimliğin gerçekleşmesi daha olasıdır. Sosyal medya, görüldüğü üzere hem sunduğu servisler ve içerik farklılıkları hem de kişilerin bu servislerdeki anonimlik durumları açısından çoklu bir yapıdadır.

Gerçeklik. Sosyal medyada iletişim doğrudan beden üzerinden değil aracılı olarak gerçekleştirilmektedir. Bu alanda aracı olan dijital medya, kişinin olabildiğince içine girip (immersiyon) bir gerçeklik algısı yaratmasına imkân veren bir medyadır. Bu noktada kişinin “ben”i ile kişinin *personası* arasındaki mesafe de azalmakta, iç içe

geçmektedir. Bu durumun anonimlik deneyimi noktasında da etkileri görülmektedir. Sosyal medyada kişinin kendi anonimliğine dair olan algısı gerçeklikle uyuşmayabilmektedir. Bu konuda Kennedy'nin (2006) anonimlik algısı üzerine dikkate değer sonuçlar sunan çalışması -tekrar- örnek verilebilir. Bu çalışmada belirli bir öğrenci grubu ve onların yıl boyunca kendi şahsi deneyimlerini, problemlerini, düşüncelerini aktardıkları kişisel web sayfaları üzerine bir araştırma yapılmıştır. Özellikle derinlemesine mülakatlarda fark edilmiştir ki; bu web sayfalarında kullanıcılar kendilerini oldukça anonim hissetmektedirler. Ancak, bu web sayfaları bir kimlik bilgisi analizine tabi tutulduğunda kendileri hakkında detaylı şahsi bilgileri de paylaştıkları görülmüştür. Bir diğer ifade ile “gerçekte” anonimlikleri ortadan kaldıracak bilgiler paylaşmaktadırlar. Bu noktada hissedilen anonimlik ile olunan anonimlik arasında bir denksizlik oluşmaktadır, bir başka ifade ile anonimlik gerçekleştirilememektedir. Buradan hareketle denilebilir ki, sosyal medyada genel olarak “gerçekleştirilmemiş anonimlik” durumunun yaşanması ihtimali oldukça fazladır. Bu durumun nedenlerinden biri, kişilerin kendi anonimliklerine başkalarının gözünden bakarken yaşadıkları yanılısamadır. Bu sebeplerden biri “benliğin” bütüncül (holistik) yapısıdır. Kişiler “ben anonimlikleri”ni daha bütüncül ve tek merkezli bir çerçeveden değerlendirmektedirler. Oysa farklı platformlarda ve farklı alıcı grupları ile iletişimlerinde ortaya koydukları kimlik tanımlayıcı bilgiler - ve kimlikleri - çok çeşitli ve dağınıktır. Bir bütün olarak bu bilgilerin hangi bağlamlarda anonimliği ortadan kaldırıp kaldırmayacağı noktasında kişinin isabetli bir analiz yapabilmesi çok zordur. Sosyal medyada fiziki dünyadaki sosyal etkileşimde olmadığı kadar fazla kişi ve grupla iletişim içinde olan bir kullanıcının anonimliğini muhafaza edebilmesi için uyumlu bir şekilde yönetmesi gereken bir bilgi akışı bulunmaktadır. Bu akışta kişinin hitap ettiği alıcılar “farazi

izleyiciler”dir (Marwick ve boyd, 2011, s.2). Burada kişi kendini bir profil üzerinden temsil ederken karşısındakini de zihninde kurmaktadır. Alıcının kendisini nasıl görüdüğü üzerine bir varsayımı vardır. Sosyal medyada tahayyül edilen alıcılar sabit olmayıp aynı platform içinde bile değişmekte iken aynı kişinin farklı ağlardaki “farazi izleyicileri” arasında da bir sabitlik kurması zorlaşmaktadır. Birbirinden farklı platformlarda farklı alıcılara (*arkadaş, takipçi*) dair değişken bir temsiliyet yaratılması gerekebilmektedir. Bu değişkenlik sebebiyle kişinin yönetilebilir bir ben anonimliği deneyimlemesi ve bu “ben anonimliği”nin belirli bir alıcının öteki anonimliği ile denkleşmesi gittikçe zorlaşmaktadır. Buradaki yarık gittikçe artmakta ve sonuç olarak gerçeleştirilmiş anonimliğin deneyimlenmesi ihtimali de giderek azalmaktadır.

4. Sonuç

Anonimlik, kelime anlamını aşarak kişilerin yeni deneyimleri ile birlikte farklı anlamlar kazanmaktadır. Anonimliğin bu farklı halleri ile birlikte açıklanabilmesi için adım adım onun ne şekilde deneyimlenebileceğinin ve bu noktada belirleyici olabilecek unsurların ne olduğunun anlaşılması gerekmektedir. Bu çalışmanın da ilk paragraflarından itibaren önce kelime anlamı ile bir başlangıç noktası belirlenip daha sonra bu anlam açılarak anonimliğin kimlik ve identifikasyon ile ilişkisine dair bir tartışma yapılmıştır. Bir sonraki aşamada, anonimliğin farklı nitelikleri ile de ortaya konulması anonimlik deneyiminin değerlendirilebileceği köşe taşlarının belirlenmesi açısından önem arz etmektedir.

Görülmektedir ki anonimlik en az iki kişinin etkileşimi noktasında değerlendirilmeye alınabilecek; sosyalliğin gereklilik olduğu bir durumdur.

Anonimliğin gerçekleşip gerçekleşmeyeceği iki kişinin etkileşiminin doğasına bağlıdır. Bir diğer ifade ile anonimlik bir tür iletişim unsurudur. Bu sebeple onun bir iletişim ortamında iletilen mesajların formu ve içeriği üzerinden tekrar ifade edilmesi gerekmektedir (görsel, işitsel, dilsel). Anonimliğin bu farklı kanallar üzerinden ortaya konan analizi farklı iletişim durumları için bir değerlendirme yapılması noktasında bir tanımlayıcı yönerge niteliği taşımaktadır. Bu çalışma bu noktada tanımlayıcı, çerçeve çizici bir işlev görmektedir.

Bu çalışma ile birlikte görülmüştür ki, anonimlik farklı iletişim durumları özelinde ayrı ayrı incelemeye alınmalıdır. Bu farklı iletişim durumları yapıları ve nitelikleri ile kesin ve mutlak değildirler. Zaman içinde toplumda meydana gelen ekonomik, siyasi, sosyal ve teknolojik değişimlerle birlikte bu deneyimler de değişmektedir. Bu değişimlerle beraber elbette anonimliğin de farklı halleri ortaya çıkmaktadır. Bu durumda anonimliğin bir tanım içinde kapsamlı şekilde tarif edilmesi de gittikçe zorlaşabilmektedir. Örneğin, yüz yüze iletişimdeki anonimlik durumunun sınırlılığı için belli bir açıklama yapılabilirken bir yandan modern kent deneyimi ile birlikte yüz yüze karşılaşmalarda bu açıklamaya tezat oluşturan anonimlik artışı ile karşılaşmaktadır. Bir başka alanda, yazılı iletişimde de benzer şekilde gündelik hayatın bir alanında, kent deneyiminde yazar kendini anonim hissedebilirken; bir başka alanda, okuyucusuyla kurduğu ilişkide hem sosyal, hem ekonomik hem de şahsi dinamiklerin etkisi ile anonimlik deneyiminin sınırlandığı görülmektedir. Modernite ile postmodernite farkı üzerinden bakıldığında da toplumdaki değişimlerle birlikte, yeni teknolojilerin de ortaya çıkması ile anonimlik noktasında da çok çeşitli deneyimlerin mümkün olduğu bir -postmodern- durumu yaratmıştır. Anonimliğin bu noktalar

üzerinden, farklı dinamikler ile etkileşimli olarak belli bir tarihsel süreçten diğerine değişkenlik gösterdiğinin vurgulanması bu çalışmanın öne çıkardığı noktalardan biridir.

Sosyal medya hem *toplumsal*, hem *teknolojik* zeminlerinin kurduğu düzlemde hem de yeni medya olarak taşıdığı özellikleri anonimlik ve anonimliğin deneyimi noktasında yeni değerlendirmeler yapılması gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. Bu tez çalışması kapsamında, sosyal medya ile anonimlik deneyiminin statik bir olgu olarak değerlendirilmesinden ziyade belirsizlik, akışkanlık, çeşitlilik ve çokluluk vaad eden yönleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca, sosyal medyadaki anonimlik durumu açıklanmaya çalışılırken görülmüştür ki bu noktada “sosyal medya ile birlikte anonimlik azalmaktadır/artmaktadır” şeklinde belirgin bir sonuç açıklaması yapabilmek oldukça zordur.

Medyadaki ve özelde sosyal medyadaki değişimler süresince de konulan tanımlamalar ve yapılan açıklamalar belli bir süre sonra yeniden değerlendirilme ihtiyacını doğurmaktadır. Görülmektedir ki bu durum anonimlik için de geçerlidir. Sosyal medya ile birlikte bu değişkenlik daha da güçlü şekilde kendini hissettirmektedir. Ayrıca, medyaların birbirine yakınsaması; yapılanmalarının, içeriklerinin ve de kullanımlarının birbiri içine girmeye başlaması ile birlikte bu değişkenlik kapsayıcı bir hal almaktadır. Örneğin, farklı web siteleri, hatta büyük televizyon ve gazetelerin hizmetlerini sundukları servisleri (Örn. ağa bağlı dijital yayın kutuları ve mobil hizmetler gibi) sosyal medya ile daha çok entegre olmaya başlamaktadır. Hatta bazı *online* platformlar, kullanıcılarının ilk kayıtlarını alırken kendi sitelerindeki formlarını doldurmak yerine - isterlerse - Twitter, Facebook vb.

hesapları ile sistemlerine kayıt olmalarını teşvik etmektedirler. Büyük haber kuruluşlarının web sayfalarında okuyucular sosyal medya hesapları ile yorum bırakabilmektedir. Buradan hareketle iddia edilebilir ki, sosyal medya bu entegrasyonda bir “yutan eleman etkisi” ile, bağlantılı olduğu tüm sayfaları da “sosyalleştirmekte”dir. Bu noktada anonimlik konusunun gelecekte sadece belli sosyal medya platformları ile sınırlı kalmayıp tüm online deneyime dair bir tartışma başlığı olacağı görülmektedir. Sosyal medya deneyimi gittikçe kapsamlı bir iletişim deneyiminin kendisi olmaya doğru ilerlemektedir. Bu süreçteki hızlı değişimler de önceden ortaya konulan tanımlamaları ve öngörülerini de yetersiz, eksik kılmaktadır. Anonimliğe dair yapılan değerlendirmelerin zaman içinde güncellenmesi gerektiğine örnek olarak, yeni medya deneyimi üzerine önemli eserler vermiş Sherry Turkle’in Henry Jenkins²⁹ ile yaptığı röportajdaki şu sözleri dikkate değerdir:

1990’ların ortalarında internetten, anonimliğin mümkün olabildiği bir alan olarak bahsetmiştim. Bu alanda kişi, güvenli bir çevre içinde kendine dair yönlerini deneyimleyebilirdi. Bugünse, ergen yaştakiler, bir bakıma üzerilerine giydikleri online benlikleri ile birlikte, bu duyguyla yetişiyorlar, aynı bir kaplumbağanın kabuğuyla hayatını geçirmesi gibi. Bu anlamda internetin ebedi olduğu söylenebilir. Ve internette anonimlik başka bir yüzyılın, başka bir teknolojinin rüyası olarak kalacak gibi görünüyor. İnsanlar oyunları, sanal dünyadaki avaturları ve de sosyal ağ *personalarını* bir tür kimlik oyunu için kullanıyorlar. Ancak bu duruma paralel, ayrık ve anonim bir sanal hayat beklemek artık mümkün değil.

²⁹ Henry Jenkins, özellikle *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* adlı eseri ile tanınan medya teorisyenlerindedir. Bkz. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press

[Mümkün] olamaz. Bu şekildeki deneyimlerin çoğu aslında bir kredi kartı kullanmak için kayıt yaptırmakla başladı (Turkle, 2011, parag. 20).

Sosyal medya ile anonimlik özelinde bir kez daha görülmüştür ki toplumdaki değişimle birlikte (moderniteden postmoderniteye; tarım ve endüstri toplumundan enformasyon toplumuna ve kapitalizme) net ve kesin tariflere, tanımlara ve sonuçlara ulaşmak gittikçe zorlaşmaktadır. Yapılan açıklamaların hepsi yakın bir tarihte yeniden değerlendirilmeye gereksinim duymaktadır. Anonimlik konusu da şimdiye kadar yapılan anonimlik tartışmalarının ötesinde yeni deneyimler ele alınarak tekrar ele alınmalıdır. Bu çalışma ile sosyal medya üzerinden bu yönde bir tartışmanın gerekliliği vurgulanmaktadır.

Kaynakça

anonim. (b.t.). *Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük*.

<http://tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=anonim>, Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2011.

anonymous. (2010). *Online Etymology Dictionary*.

<http://www.etymonline.com/index.php?term=anonymous>, Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2011.

anonymous. (2011a). *Merriam-Webster Dictionary*. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/anonymous>, Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2011.

anonymous. (2011b). *Oxford Dictionaries*.

<http://oxforddictionaries.com/definition/anonymous>, Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2011.

Anonymous (1998). To Reveal or Not to Reveal: A Theoretical Model of Anonymous Communication. *Communication Theory*, 8: 381–407. doi: 10.1111/j.1468-2885.1998.tb00226.x.

Aslan, S. ve Yılmaz, A. (2001). Modernizme Bir Başkaldırı Projesi Olarak Postmodernizm. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(2). 93-108.

Baudrillard, J.(1995). *Simulacra and Simulation*. Çev. S. Fraser. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

Bauman, Z. (1993). Postmodernity, or living with ambivalence. J. Natoli & L. Hutcheon (Ed.), *A postmodern reader* (ss. 9-24). New York: SUNY.

- Bell, D. (2009). On the Net: navigating the world wide web. Glen Creeber & Royston Martin (Ed.), *Digital Cultures: Understanding New Media* (ss.30-38). McGraw Hill.
- Blossom, J. (2009). *Content Nation: Surviving and thriving as social media changes our work, our lives, and our future*. IN: John Wiley.
- Brey, P. (2003). Theorizing Technology and Modernity. Misa, Brey and Andrew (Ed.), *Modernity and Technology* (ss.33-71). MIT Press.
- Burkell, J., West, P. (2005). *Names, nyms, addresses and reputations: The experience of anonymity in the wired world*. On the Identity Trail. London, Ontario, Canada: University of Western Ontario. <http://idtrail.org/content/view/117/42>, Erişim Tarihi: 25 Mayıs 2011.
- Canby, H. S. (1926). Anon Is Dead, *American Mercury*, 8 (Mayıs, 1926), 79–84.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. 1. Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology*, Vol. 51, No. 1, ss. 5-24.
- Chua, Z., Jiang, Z. (2006). Effects of anonymity, media richness, and chat-room activeness on online chatting experience. *ECIS 2006 Proceedings*. Paper 153. <http://aisel.aisnet.org/ecis2006/153>, Erişim Tarihi: 10 Haziran 2011.

- Clarke, R. (1994). *Human Identification in Information Systems: Management Challenges and Public Policy Issues*.
<http://www.rogerclarke.com/DV/HumanID.html>, Erişim Tarihi: 7 Őubat 2011.
- Clarke, R. (1999). *Identified, Anonymous and Pseudonymous Transactions: The Spectrum of Choice*. <http://www.rogerclarke.com/DV/UIPP99.html>, Erişim Tarihi: 7 Őubat 2011.
- Clarke, R. (2001). *Biometrics and Privacy*.
<http://www.rogerclarke.com/DV/Biometrics.html>, Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2011.
- Clarke, R. (2006). *Introduction to Dataveillance and Information Privacy, and Definitions of Terms*. <http://www.rogerclarke.com/DV/Intro.html>, Erişim Tarihi: 8 Őubat 2011.
- Davis, S. (2009). A conceptual analysis of identity. In I. Kerr, V. Steeves, & C. Lucock (Ed.), *Lessons from the identity trail* (ss.213-226). New York: Oxford University Press.
- Detweiler, L. (1993). *Identity, privacy and anonymity on the Internet*.
<http://internet.eserver.org/Identity-Privacy-Anonymity.txt>, Erişim Tarihi: 21 Mart 2011.
- Dewdney, A. ve Ride, P. (2006) *The New Media Handbook*. New York: Routledge.
- Durukan, A. (2004). *Vedat Türkali: Mayıs Delikanlısı*. BİA Haber Merkezi.
<http://eski.bianet.org/2004/05/14/34228.htm>, Erişim Tarihi: 10 Haziran 2011.

- Dumsday, T. (2005). Anonymity and Privacy: Conceptual Links and Normative Implications. *Contours of Privacy: Normative, Psychological and Social Perspectives* (Konferans Bildirisi). Ottawa, Ontario: Carleton University. 5-6 Kasım 2005.
- Dwyer, C. (2007). "Digital Relationships in the 'MySpace' Generation: Results From a Qualitative Study." *Proceedings of the 40th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), Hawaii*.
- Ferry, A. (2002). Anonymity: The literary history of a word. *New Literary History* 33(2), 193-214.
- Frois, C. (2006). Identification and Anonymity: Two Sides of the Same Coin. In *Re/defining the Matrix. Reflections on Time-Space-Agency*. eds. Bartels, Anke, Michael Schultze, Agara Stopi_ska, 103-114. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Froomkin, A.M. (1995). Anonymity and Its Enmities. *Journal of Online Law*, art. 4. http://articles.umlaw.net/froomkin/Anonymity_Enmities.htm, Erişim Tarihi: 15 Mart 2011.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford, CA:Stanford University Press.
- Gies, L. (2008). How material are cyberbodies? Broadband Internet and embodied subjectivity. *Crime Media Culture*, 4/3.

- Goddyn, B. (2001). Defining anonymity and its dimensions in the electronic world.
Law and Information Science Seminar (Seminer bildirisi). Leuven:
The Catholic University of Leuven.
<http://users.skynet.be/bgoddyn/publpdf/defining.pdf>, Erişim Tarihi: 10 Nisan
2011.
- Green, L. (2010). *The internet: An introduction to new media*. London: Berg Publishing.
- Griffin, R. J. (Ed.). (2003). *The Faces of Anonymity: Anonymous and
Pseudonymous Publications from the Sixteenth to the Twentieth Century*. New
York: Palgrave Macmillan.
- Harvey, D. (1990). *The Condition of Postmodernity*. Malden, MA: Blackwell
Publishing.
- Hazlitt, H. (1930). The Cult of Anonymity, *Nation*, 131 (Ekim. 1, 1930), 350.
Internetworldstats.com. (2011). *World Stats*.
<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, Erişim Tarihi: 1 Ekim 2011
- Kennedy, H. (2006). Beyond anonymity, or future directions for Internet identity
research. *New Media and Society*, 8/6, 859-876.
- kimlik. (b.t.). *Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük*.
[http://tdk.org.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B
2EF4376734BED947CDE&Kelime=kimlik](http://tdk.org.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=kimlik), Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2011.
- Kirschenbaum, H. & Henderson, V. (Ed.). (1989). *The Carl Rogers Reader*. Boston:
Houghton Mifflin.

- Korkea-Aho, M. (1999). Anonymity and Privacy in the Electronic World. *Network Security* (Konferans bildirisi). Helsinki: Helsinki University of Technology. www.tml.tkk.fi/Opinnot/Tik110.501/1999/papers/anonymity/anonpriv.htm, Erişim Tarihi: 15 Mart 2011.
- Lietzau, K. (2010). Pseudonymous Diary Blogging A Journey Through Time and Intentions. *Twenty-Fifth Annual Student Research Symposium* (Sempozyum bildirisi). Virginia: University of Richmond. 16 Nisan 2010.
- Lyon, D. (1994). *The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society*. Oxford: Polity.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Marwick, A. and boyd, d. (2011). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media and Society*, 13, 96-113.
- Marx, G. T. (1999). What's in a Name? Some Reflections on the Sociology of Anonymity. *The Information Society*, 15 (2), 99-112. <http://web.mit.edu/gtmarx/www/anon.html>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2011.
- Miller, V. (2011). *Understanding Digital Culture*. London: Sage.
- Mullan, J. (2008). *Anonymity: A Secret History of English Literature*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Neumann P.G. (1996). 'Risks of Anonymity' Insider Risks Column. *Commun. ACM* 39, 12.

- Nissenbaum, H. (1999). The meaning of anonymity in an information age. *The Information Society*, 15, 141–144.
- Nişanyan S. (2011). *Sözlerin Soyağacı: Çağdaş Türkçenin Etimolojik Sözlüğü*.
<http://www.nisanyansozluk.com/?k=anonim>, Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2011.
- Oğuz, C. E. (2007). Bir Çağdaş Yaşam Gözlemcisi: Zygmunt Bauman. *Sosyoloji Notları*, 3. Temmuz-Ağustos-Eylül, 19-28.
- Özyurt, C. (2007). Yirminci Yüzyıl Sosyolojisinde Kentsel Yaşam. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 10, sayı 18, Aralık, 111-126.
- Peterson, K., Siek, K. A. (2009). Analysis of Information Disclosure on a Social Networking Site. *HCI (12)*, ss.256-264.
- pseudo. (2010). *Online Etymology Dictionary*.
<http://www.etymonline.com/index.php?term=pseudo>, Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2011.
- pseudo. (2011). *Online Etymology Dictionary*.
http://oxforddictionaries.com/definition/pseudo-#DWS-m-en_gb-msdict-00002051272, Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2011.
- Qian, H., Scott, C. R. (2007). Anonymity and self-disclosure on weblogs. *Journal of Computer Mediated Communication*, 12, 1428–1451.

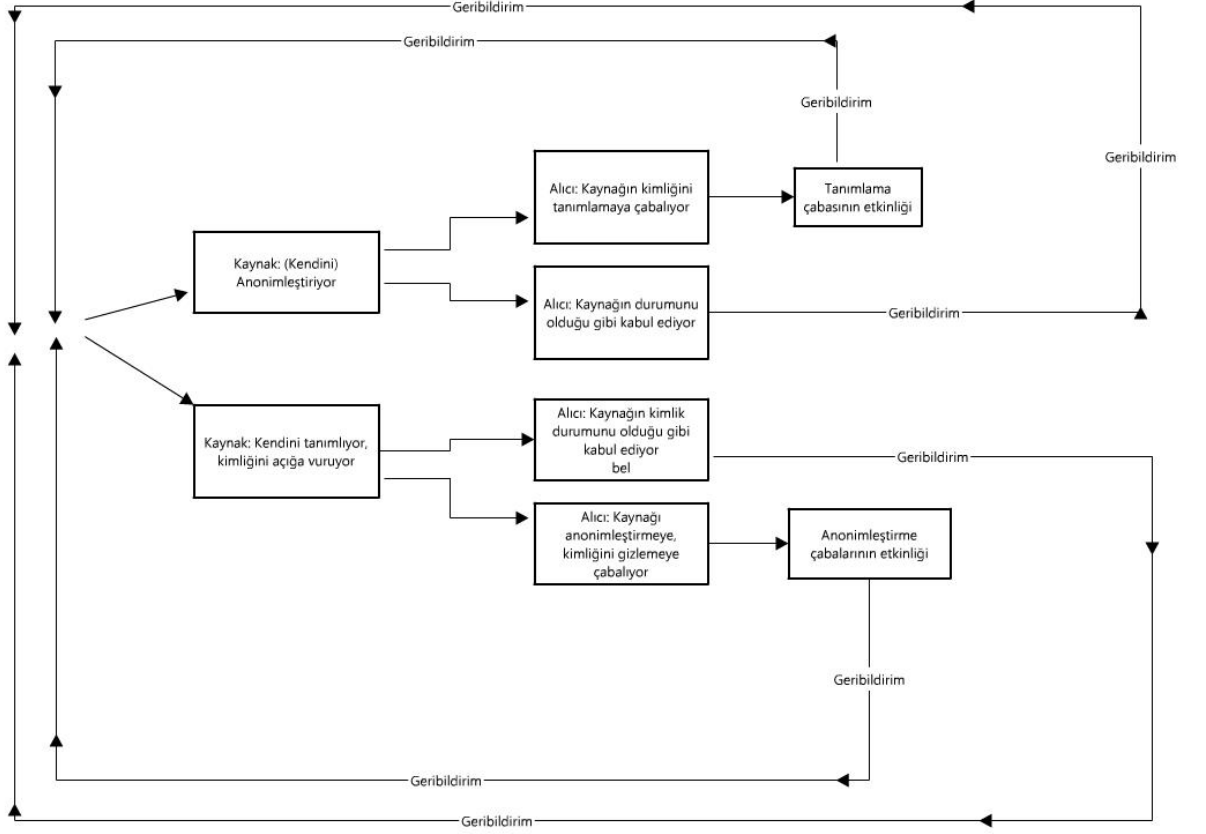
- Rains, S. A., Scott, C. R. (2007). To identify or not to identify: A theoretical model of receiver responses to anonymous communication. *Communication Theory*, 17, 61-91.
- Rao, J.R., Rohatgi, P. (2000). Can Pseudonyms Really Guarantee Privacy? (Konferans Bildirisi). *Proceedings of the 9th USENIX Security Symposium*. Denver, Colorado, 14-17 Ağustos 2000.
- Raven, J. (2003). The Anonymous Novel in Britain and Ireland, 1750-1830. Robert J. Griffin (Ed.), *The faces of anonymity: anonymous and pseudonymous publications from the sixteenth to the nineteenth century* (ss. 141-146). New York: Palgrave Macmillan.
- Rodriguez, A., Clair, R. P. (1999). Graffiti as communication: Exploring the discursive tensions of anonymous texts. *Southern Communication Journal*, 65, 1-15.
- Rogers, C.R. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. Houghton Mifflin, Boston.
- Rule, J. (1974). *Private Lives, Public Surveillance*. London: Allen-Lane.
- Scott, C. R. (2004). Benefits and drawbacks of anonymous online communication: Legal challenges and communicative recommendations. S. Drucker (Ed.), *Free speech yearbook* (Vol. 41, pp. 127–141). Washington, DC: National Communication Association.

- Scott, C. R., Rains, S. A., & Haseki, M. (2011). Anonymous communication: Unmasking findings across fields. C. T. Salmon (Ed.), *Communication Yearbook* (vol. 35, ss. 299-342). Routledge: New York.
- Shannon, C.E. & Weaver, W. (1969). *The mathematical theory of communication*. Urbana: The University of Illinois.
- Silverstone, R. (1999). What's new about new media? *New Media & Society* 1(1): 10-12.
- Simmel, G. (1903). The Metropolis and Mental Life. Bridge, G. ve Watson, S. (Ed.), *The Blackwell City Reader* (ss. 11-19). Oxford and Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2002.
- Simmel, G. (1950). *The Sociology of Georg Simmel* (Kurt Wolff, Çev.). New York: Free Press.
- Straubhaar, J., LaRose, R. & Davenport, L. (2009). *Media now: understanding media, culture and technology*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Stutzman, F. (2006). An Evaluation of Identity-Sharing Behavior in Social Network Communities. *iDMAa and IMS Code Conference 2006* (Konferans Bildirisi), Oxford, OH.
- Şaylan, G. (1996). *Çağdaş Düşünce Akımları: Postmodernizm*, (Ders Notları), TODAİE Yayınları, Ankara.
- Thurlow, C., Lengel, L. & Tonic, A. (2004). *Computer-Mediated Communication: Social Interaction and the Internet*. Thousand Oaks: Sage.

- Tottel, R. (1965). *Tottel's Miscellany*, vol. 2. (Hyder Rollins, Ed.). Cambridge, Mass.
- Turkle, S. (2011). "*Does This Technology Serve Human Purposes?*": A "Necessary Conversation" with Sherry Turkle (Part Three). Henry Kissinger (Ed.).
http://www.henryjenkins.org/2011/08/does_this_technology_serve_hum_1.html, Erişim Tarihi: 5 Eylül 2011.
- Tüzen, H. (2008). Postmodernizm Mitosu. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 145-158.
- Wallace, K. A. (1999). Anonymity. *Ethics and Information Technology* 1: 23-35.
- Weiten, W. (2007). *Psychology: Themes and variations* (7th ed.). Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
- What's new about new media? (1999). Special themed section of *New Media & Society*, 1 (1): 10-82.
- Zimbardo, R. G. (1969). The human choice: Individuation, reason and order versus deindividuation, impulse, and chaos. W. J. Arnold & D. Levine (Eds.), *Nebraska symposium on motivation* (Vol. 17, ss. 237-307). Lincoln: University of Nebraska Press.

EKLER

Ek 1. Anonim İletişim Modeli (Basitleştirilmiş ve Türkçeleştirilmiş Şema)



Made with [lovelycharts.com](https://www.lovelycharts.com)

Kaynak: Anonymous (1998, s. 393)

Ek. 2. Modernizm-Postmodernizm Karşıtlıklar Şeması

<i>modernism</i>	<i>postmodernism</i>
romanticism/Symbolism	paraphysics/Dadaism
form (conjunctive, closed)	antiform (disjunctive, open)
purpose	play
design	chance
hierarchy	anarchy
mastery/logos	exhaustion/silence
art object/finished work	process/performance/happening
distance	participation
creation/totalization/synthesis	decreation/deconstruction/antithesis
presence	absence
centring	dispersal
genre/boundary	text/intertext
semantics	rhetoric
paradigm	syntagm
hypotaxis	parataxis
metaphor	metonymy
selection	combination

Ek. 2. Modernizm-Postmodernizm Karşıtlıklar Şeması (Devamı)

root/depth	rhizome/surface
interpretation/reading	against interpretation/misreading
signified	signifier
lisible (readerly)	scriptible (writerly)
narrative/ <i>grande histoire</i>	anti-narrative/ <i>petite histoire</i>
master code	idiolect
symptom	desire
type	mutant
genital/phallic	polymorphous/androgynous
paranoia	schizophrenia
origin/cause	difference-difference/trace
God the Father	The Holy Ghost
metaphysics	irony
determinacy	indeterminacy
transcendence	immanence

Source: Hassan (1985, 123-4)

Kaynak: Hassan (1985, ss.123-124, aktaran Harvey, 1990, s.43).