

T.C.

MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

**TÜRKİYE'DE WEB 2.0 ARAÇLARININ KAMUSAL ALAN GÜCÜ: ÇEVRE
HAREKETLERİ ÖRNEKLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MUAMMER ALTUNOK

TEZ DANIŞMANI: DR. ÖĞR. ÜYESİ HASİBE GÜL SEVİNÇ

MARDİN, 2020

TAAHHÜTNAME

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum 'Türkiye'de Web 2.0 Araçlarının Kamusal Alan Gücü: Çevre Hareketleri Örnekleri' adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

/ /

Muammer ALTUNOK

İmza

T.C.
MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Dok. No: MAU-FRM-04-ENSTİTÜ/07
İlk Düz. Tar.: 02/01/2020
Rev. No/Tar.: 00/...
Sayfa: 1/1

TEZ ONAY SAYFASI FORMU



TEZ ONAYI

Enstitümüz Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı 17759004 numaralı tezli yüksek lisans programı öğrencisi Muammer ALTUNOK'un hazırladığı "Türkiye'de Web 2.0 Araçlarının Kamusal Alan Gücü: Çevre Hareketleri Örnekleri" başlıklı Yüksek Lisans tezi ile ilgili Tez Savunma Sınavı, Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 27/08/2020 Perşembe günü saat 14:00'da yapılmış, tezin onayına oy çokluğu/oybirliğiyle karar verilmiştir.

Danışman Dr. Öğr. Üyesi Hasibe Gül SEVİNÇ	
Üye Doç. Dr. Hüseyin ŞEYHANLIOĞLU	
Üye Dr. Öğr. Üyesi Necmettin ACAR	

ONAY:

Bu tezin kabulü, Enstitü Yönetim Kurulu'nun/...../20.... tarih ve/..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

...../...../20...

Enstitü Müdürü

Hazırlayan: Birim Kalite Komisyonu	Kontrol Eden: Üniversite Kalite Komisyonu	Onaylayan: Üniversite Kalite Komisyon Başkanı
---------------------------------------	--	--

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

TÜRKİYE’DE WEB 2.0 ARAÇLARININ KAMUSAL ALAN GÜCÜ: ÇEVRE HAREKETLERİ ÖRNEKLERİ

Muammer ALTUNOK

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

2020: 150 Sayfa

Kullanıcıların araçları üzerinden içerik geliştirebildiği, birbirleriyle etkileşimde bulunabildiği ve işbirliği sağladıkları web 2.0 teknolojileri ve içinde bulunduğumuz yüzyılın belirleyici fenomeni olarak kabul edilen internetin toplum üzerindeki etkileri, günümüz sosyal çalışmacılarının üzerinde sıklıkla durduğu bir noktadır. Kendi içerisinde kamuoyuna benzer bir alanın oluşturulabileceği kamusal alan kavramı ise, toplumsal yaşamımızın temel bir parçası olarak tanımlanmaktadır.

Bu noktadan hareketle konusunu gerçek hayattan alan, Türkiye’deki çevre hareketlerinin Web 2.0 araçları üzerindeki toplumsal tartışmaları bu çalışmanın konusu olarak ele alınmıştır. Sosyal medya araçları üzerinde kamuoyu şekillenme süreçlerinin detayları üzerinde çalışılmıştır. Araştırmanın temel amacı gelişen Web 2.0 teknolojileri araçlarının, kamuoyunun yapısına olan etkilerini en güncel çevre hareketi vakaları üzerinden incelemek ve sosyal medya-kamusal alan kavramları arasındaki ilişkilere dair mevcut olan literatüre katkıda bulunmaktır. Tartışmaların gerçekleştiği tüm web ve sosyal medya ortamları üzerinde çalışma yapılabilmesi geniş bir alanı kapsadığı için, en uygun özellikleri taşıdığı kabul edilen sosyal medya platformu Twitter kapsam olarak seçilmiştir. Örnek vakalar için Twitter üzerinden elde edilen veriler etnografik içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiş ve öncüller ile karşılaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kamusal Alan, Kamuoyu, Web 2.0, İnternet.

ABSTRACT

Master Thesis

A RESEARCH ABOUT THE POWER OF WEB 2.0 TOOLS ON PUBLIC SPHERE VIA EXAMPLES OF ENVIRONMENTAL MOVEMENTS

Muammer ALTUNOK

Mardin Artuklu University

Institute of Social Sciences

Department Of Political Science

2020: 150 Pages

In this thesis the effects of the ‘the internet’ which is the new phenomenon of our millennium age and Web 2.0 technologies on which users can do content development and have interaction with each others and also collaborate are focused together with the another important notion of social studies ‘public sphere’ that is described as a part of our lives in which we can create a zone that is similar to and useful for public opinion. The public sphere on which most of the scholars discussed about intensely in the last century are at the center of German critical-philosopher Jürgen Habermas’ theory of communication action. By the growth of web 2.0 technologies based social media , the public sphere theories has make an appereance into social sciences again in the postmodern society.

Starting from this concept, social discussions of real life-based environmental movements on Web 2.0 tools are chosen as a thesis subject on this study. The importance of a great number of people’s expression of their opinions and its effects on the actualization of public sphere has been studied. The main goal of this study is to examine the effects of developing web 2.0 tools via current enviromental movement cases and to make a contribution to social media-public sphere relationship researches. Because of the fact that all the web and social media environments are impossible to carry on a study, Twitter has been chosen for scope of the study thanks to its best-matched qualifications for making analysis. Acquisited data from Twitter for the selected cases has been analysed by using the ethnographic content analysis and has been compared with the previous research results.

Key Words: Public sphere, public opinion, web 2.0, new media, social media.

İÇİNDEKİLER

TAAHHÜTNAME	iii
KABUL VE ONAY	ii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
RESİMLER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xi
ÖNSÖZ	xii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi	3
1.2. Araştırmanın Yöntemi.....	4
1.3. Araştırmanın Amacı	4
1.4. Araştırma Hipotezleri.....	5
1.5. Araştırmanın Sınırlıkları	5
1.6. Araştırmanın Anahtar Kavramları ve Tanımları	6
2. WEB 2.0 ARAÇLARI VE SOSYAL MEDYA.....	8
2.1. Medya.....	8
2.1.2. Geleneksel Medya Araçları.....	12
2.1.2.1. Gazete.....	12
2.1.2.2. Radyo	15
2.1.2.3. Televizyon.....	17
2.2. Yeni Bir İletişim Aracı: İnternet	20
2.2.1. İnternetin Ortaya Çıkışı.....	22
2.2.2. Web 1.0'dan Web 2.0'a Geçiş	26
2.2.3. Web 2.0 Araçları	29
2.2.3.1. Bloglar (Günlükler).....	30

2.2.3.2.	Wikiler.....	31
2.2.3.3.	Mashuplar.....	31
2.3.	Yeni Medya.....	32
2.3.1.	Vatandaş Gazeteciliği.....	33
2.3.2.	Sosyal Medya ve Uygulamaları	35
2.3.2.1.	Sosyal Medya.....	35
2.3.2.2.	Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi	38
2.3.2.3.	Sosyal Medya Ortamları ve Araçları.....	41
2.3.2.3.1.	Twitter	41
2.3.2.3.2.	Facebook	42
2.3.2.3.3.	Youtube	43
2.3.2.3.4.	Instagram.....	45
2.3.2.3.5.	Sözlükler ve Ekşi Sözlük	46
3.	KAMUSAL ALANIN GÜCÜ.....	48
3.1.	Kamusal Alan Kavramı.....	48
3.1.2.	Kamusal Alanın Tarihsel Gelişim Süreçleri	52
3.1.2.1.	Antik Yunan’da Kamu-Özel Alan İkiligi.....	53
3.1.2.2.	Bir Geçiş Dönemi Olarak Antik Roma’da Kamusal Alan	54
3.1.2.2.	Ortaçağ Feodalitesinde Kamusal ve Özel Alan	55
3.1.2.3.	Modern Kamusal Alanın Doğuşu.....	56
3.1.3.	Kamusal Alan Modelleri	61
3.1.3.1.	Hannah Arendt ve Agonistik Kamu Alan Modeli.....	62
3.1.3.2.	Liberal Kamu Yorumu	65
3.1.3.2.1.	Immanuel Kant’ta Kamusalılık: Aleniyet ve Akıl	65
3.1.3.2.2.	John Locke ve J. Stuart Mill’de Kamusal Alan	67
3.1.3.2.3.	Friedrich A. Hayek ve John Rawls’da Kamusal Alan	70
3.1.3.2.3.	Jürgen Habermas’ın Söylemsel Kamusal Alan Modeli	72
3.1.3.2.3.1.	Söylemsel Kamusal Alan’a Yönelik Eleştiriler.....	75
3.2.	Türkiye’de Kamusal Alan Tartışmaları	78
3.3.	Kamusal Alan Olarak Web 2.0 Araçlarının Tartışılması	79
3.3.1.	Sosyal Medya’nın Kamusal Alan Olma Potansiyeli.....	80
3.3.2.	Sosyal Medya Aracılığıyla Dağıtılan Haberler	81
3.3.3.	Yerel Demokrasi ve Ulusal Kampanya.....	84
3.3.4.	Sosyal Sermayeden Farklı Keyif Almak.....	84

4. ÇEVRE HAREKETLERİ VE ANALİZLERİ	86
4.1. Araştırma Yöntemi.....	86
4.1.1. Değişkenler	86
4.1.2. Araştırma Yöntemi olarak Vaka Çalışması.....	87
4.1.3. Benzer Çalışmalarda Kullanılan Yöntemler	89
4.1.4. Metodoloji.....	91
4.1.5. Araştırma Yöntemi.....	92
4.1.6. Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi.....	93
4.1.7. İçerik Analizi Yöntemi.....	94
4.2. Vaka İncelemeleri	95
4.2.1. Kazdağları Olayları	95
4.2.1.1. Olayın Arka planı.....	95
4.2.1.2. Konuya Gösterilen Rağbet	99
4.2.1.3. İçerik Analizi.....	100
4.2.1.4. Sonrası ve Sonuçları.....	104
4.2.2. Termik Santraller Olayları	105
4.2.2.1. Olayın Arka planı.....	105
4.2.2.2. Konuya Gösterilen Rağbet.....	107
4.2.2.3. İçerik Analizi.....	108
4.2.2.4. Sonrası ve Sonuçları.....	111
4.2.3. Kanal İstanbul Olayı	112
4.2.3.1. Olayın Arka planı.....	112
4.2.3.2. Konuya Gösterilen Rağbet	114
4.2.3.3. İçerik Analizi.....	115
4.2.3.4. Sonrası ve Sonuçları.....	120
5. SONUÇ	123
KAYNAKÇA	127
ÖZGEÇMİŞ	137

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 2.1: Kitle İletişim Araçlarının Özellikleri.....	11
Tablo 2.2: Web 1.0 ve Web 2.0 Arasındaki Farklar.....	29
Tablo 3.1: Kamusal Alanın Karakteristik Özellikleri	60
Tablo 4.1: Kazdağları Vakasının Twitter Üzerindeki İçerik Analizi.....	103
Tablo 4.2: Termik Santraller Vakasının Twitter Üzerindeki İçerik Analiz.....	109
Tablo 4.3: Kanal İstanbul Vakasının Twitter Üzerindeki İçerik Analizi.....	117

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1: Web'in Gelişimi	27
Şekil 2.2: Sosyal Medyanın Kısa Tarihi	39
Şekil 2.3: 2020 Yılında Dünyada İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları.....	40
Şekil 2.4: Platformlara Göre Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları.....	40
Şekil 4.1: Kazdağları Kelimesinin Arama Motorlarında Taranma İstatistiği.....	100
Şekil 4.2: Kazdağları Vakası Toplam Gönderi Sayısı Yüzdelerik Dağılımı.....	103
Şekil 4.3: Termik Santrallerin Aratılma Yoğunluğu.....	107
Şekil 4.4: Termik Santraller Vakası Toplam Gönderi Sayısı Yüzdelerik Dağılımı....	110
Şekil 4.5: Kanal İstanbul'un Aratılma Yoğunluğu.....	113
Şekil 4.6: Kanal İstanbul Vakası Toplam Gönderi Sayısı Yüzdelerik Dağılımı.....	119

RESİMLER LİSTESİ

Resim 4.1: İlgili Şirkete Ait Proje Tebliği.....	96
Resim 4.2: Kazdağları Maden Sahası Çalışmaları Sonrasına Dair Bir Fotoğraf.....	99
Resim 4.3: Kütahya’da Kapatılan Termik Santral.....	106



KISALTMALAR LİSTESİ

EİA: Etnografik İçerik Analizi

IWS: İnternet Dünya İstatistikleri

AKP: Adalet ve Kalkınma Partisi

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

DARPA: İleri Araştırma Projeleri Kurumu

ARPA: Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı

NFSNET: Ulusal Bilim Kurumu Ağı

HTTP: Hyper Text Markup Language

RSS: Rich Site Summary

WWW: World Wide Web

ÖNSÖZ

Bu yüksek lisans tezi çalışmasında Türkiye’de kamusal alan ve onun bir sonucu olarak ortaya çıkan kamuoyu kavramı ile insanoğlunun hayatına henüz çok kısa bir süre öncesinde girmiş olmasına rağmen etkilerini sosyal hayatın her alanında hissettiren Web 2.0 araçları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Daha özgür ve demokratik bir toplum için web 2.0 araçlarından sosyal medyanın sahip olduğu kamusal alan yaratma potansiyeli ve bunun Türkiye’de son zamanlarda yaşanan çevre hareketleri vakaları üzerindeki etkileri örnek olarak seçilmiş ve incelemeler yapılmıştır.

Öncelikle tez konusunu seçerken isteklerimi göz önünde bulundurup bana yardımcı olan tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Hasibe Gül Sevinç’e teşekkürlerimi sunarım. Kaynak aramak için yardım talep ettiğim ve bu zorlu tez sürecinde benden desteğini bir an için bile esirgemeyen sevgili Fatma Acarsoy’a, değerli arkadaşım Umut Güngörür’e ve tüm eğitim hayatım boyunca benden maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen her zaman yanımda olan aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Muammer ALTUNOK

1. GİRİŞ

İnternetin rolü Arap baharı, Türkiye ve Brezilya gibi gelişmekte olan ülkelerdeki gösteriler sırasında yaşanan olaylar göz önüne alındığında geniş bir akademik ve sosyal çevre tarafından tartışılmıştır. Değişen dünyadaki evrensel ağlarla birlikte gözlenen değişimler kamusal alanların oluşumlarını ve süreçlerini de yapısal olarak bir hayli etkilemiştir. Yeni kamusal alanların yükselen önemi ve ortaya çıkışı, araştırmacıları dünyanın önde gelen düşünürlerinden Jürgen Habermas ve bu alandaki diğer uzmanların ortak evrensel ve kamusal alan kuramları üzerinde yeniden çalışmalar yapmaya yönlendirmiştir. Ortak bir kamusal alanın meydana çıkışında Web 2.0 teknolojilerinin mevcudiyetinden faydalanarak olaylar için tahminlerde bulunabilmenin olasılığı ve tartışması ise doğal olarak gündeme gelmiştir.

Dünyada son yıllarda kamuoyunu yönlendiren araçlar arasında internet gözle kaydedilir bir ilerleme kaydetmiştir. Bir şekilde internete erişim sağlayan ve kullananların sayısı dünya nüfusunun yaklaşık %58'ine denk gelen 4,47 milyar olarak tarihe geçmiştir (Fletcher vd., 2019: 9). Türkiye'de de ayrıca internet kullanıcı sayısı büyük bir artış göstermiştir. 2019 yılında ülke nüfusunun yaklaşık yüzde 67'sini oluşturan 54.3 milyon internet kullanıcısı vardır. Öyle ki sadece bir yılda 6 milyon yeni insan internet dünyasına dâhil olmuştur (Statista, 2019). Bu istatistikler hesaba katıldığında Türkiye dünya internet kullanıcısı sıralamasında kendisine 9. sırada yer almış ve gelecek için büyük bir potansiyele sahip olarak görülmektedir.

Web 2.0 teknolojileri ile hepimizin hayatına giren sosyal medyanın Jürgen Habermas'ın kuramında yer alan modern kamusal alanın ortaya çıktığı kafelerin, okuma salonlarına benzer özellikler taşıyıp taşımadığı tartışmalıdır. 17. ve 18. yüzyıl burjuva kamusal alanında olduğu gibi her kesimden insanın bir araya gelip yönetim ve politika üzerine kamusal alan oluşturduğu bu mekânlar ile sosyal medya arasında hem zaman hem teknolojik olarak aleni farklar vardır. Bu noktada asıl fark yaratan eleştiri kahve evinde konuşabilmek için önkoşul kabul edilen bilgi ve entelektüel olmanın sosyal medya için geçerli olmadığıdır. Çağdaş sosyal ağlarda her insanın bildiği veya bilmediği konularda yorum yapması üzerinde durulması gereken bir noktadır.

Kamusal alan ve internet tartışmaları bölümünde bu konuya ilişkin farklı görüşlere yer verilmiştir.

İnsanoğlu ve toplumlar var olduğundan beri süren iktidarı ele geçirme ve iktidara karşı duruşun problemleri noktasında son yıllarda üzerinde sıkça durulan kamusal alan kavramı daha özgür ve demokratik bir birey-toplum tasavvuru üzerinde çalışılmayı değerli kılmaktadır. Çağımız kitle toplumunda ise kamusal alanın belirlenmesi noktasında sorunlar meydana gelmektedir. Dünyanın her yerinden birçok araştırmacı geleneksel medyayı ardında bırakan internet toplumundaki web teknolojileri gelişmeleri ve sosyal medya araçlarının sağladığı imkânlar üzerinden muhakemeler yürüterek her kesimden insanın sesini duyurması ve iletişim kurması noktasından hareketle kamusal alanı yeniden yorumlamak gayesindedir. Özellikle de son dönemde internet üzerinden organize olarak gerçekleşen kitle eylemleri bu çalışmalara hız vermiş, araştırmacılara sosyal medya üzerindeki verileri toplayarak ampirik çalışma, veri toplama ve analiz imkanı sunmuştur.

Türkiye’de hem medya hem de akademik çevrelerde insan ve toplum ilişkileri üzerine devam eden tartışmalardan birisi olan kamusal alan konusunda ortak bir anlayış, bir araştırma sınırı belirsizliği sürmektedir. Uzun yıllar boyunca İngilizce çevirideki ‘public sphere’e karşılık olarak kullanılan kamu alanı, kamusal alan gibi farklı anlamlara gelen kavramların bir arada kullanılması literatürde karışıklıklara yol açmaktadır. Kamu alanının ve kamusal alanın neresi olduğu hakkında siyasetçiler, akademisyenler ve hukukçular arasındaki tartışmalar halen devam etmektedir. Kamusal alan yorumları ve Web 2.0 teknolojilerinden vaka örneklerinin ele alınacağı bu çalışma beş bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde çalışmanın temel argümanı ve tartışmaları okuyucuya anlatılmıştır. İkinci bölümde Web 2.0 Araçları ve Sosyal Medya başlığı altında çağdaş medya teknolojileri ve politik hayatımıza etkilerine ilişkin detaylı bilgiler sunulmuştur. Kamusal Alanın Gücü isimli üçüncü bölümde konuya ilişkin temel kavram ve terimler açıklığa kavuşturulmuştur. Çalışma sırasında kullanılan araştırma yöntemini sunmak, yöntem ve vakalar üzerindeki uygulamaları göstermek için Çevre Hareketleri ve Analizleri başlığı dördüncü bölümde incelenmiştir. Sonuç bölümü ise konu hakkında gelecek araştırmacılara öneriler ve nihai tartışmaları içermektedir.

1.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi

İnternetin baş döndürücü bir hızla hayatımıza girmesi ve büyümesi doğal olarak çok fazla soru ve endişeyi de beraberinde getirmiştir. Dünyanın çeşitli yerlerinden birçok akademisyen ve araştırmacı internetin sosyal hayatımıza, siyasete, ekonomi vb. alanlara olan etkisini araştırmaya yönelmiştir. Dünya'nın ve Türkiye'nin içinde bulunduğu bu hızlı değişimi göz önünde bulundurduğumuzda, hayatın her noktasını etkileyen, hem yönetim hem de insanlar arası ilişkilerde sürece doğrudan katılım sağlanan bu alan, bahsedilen nedenlerden ötürü bu tezde çalışılmaya karar verilmiştir.

Bu tezin konusu gelişen internet imkânları sayesinde çevrimiçi araçlar üzerinden herkesin içerik geliştirebildiği, birbirleriyle etkileşimde bulunabildiği, işbirliği sağladığı ve bilgi-haber-fikir alışverişini destekleyen web teknolojileri olarak da bilinen web 2.0 teknolojilerinin yarattığı yeni medya devrimi ile sosyal bilimlerin alanının siyaset, sosyoloji gibi çeşitli alanları içerisinde disiplinler arası çalışmalara olanak veren ve son dönemde sosyal çalışmacılar arasında yeniden revaçta olan kamusal alan kavramı arasındaki ilişkilerdir. Çalışmanın teorik çatısı Alman düşünür Jürgen Habermas'ın demokratik bir toplum oluşturmayı temel alan İletişimsel Kamusal Alan kuramıdır. Habermas (2002) Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü'nde genel olarak demokrasinin, katılımcı bir demokrasi için gerekli olan kamuoyunu oluşturmak için şeffaf bir kamu fikir alışverişine nasıl bağlı olduğunu ele alır. Günümüzde ise kamusal alan üzerine yapılan benzer çalışmaların ortak olarak vurguladıkları nokta ise hem kamuoyu yapısı hem de sosyal ilişkileri potansiyel olarak değiştirerek gittikçe artan dijital bilgi akışının ve bunun gözle görünür şekilde gündelik yaşanan pratiğinin çatışmasıdır (Nielsen, 2018: 35).

Habermas ayrıca kamusal alan kavramının katılımcı demokrasi için önemli bir yer tuttuğunu ve bu kamusal alanın ekonomik ve ticari ilgilerden uzak olması gerektiğini öne çıkarmaktadır. Sosyal medyanın çekirdeğini oluşturduğu büyük dijital oluşumlar ve internet kamusal alanının bir parçası olarak görülebilir fakat diğer bir yandan ise bazı insanlar internetten geçim kapısı olarak ya da sadece ailelerine açık bir şekilde 'özel alan' olarak faydalanmaktadırlar. Aile de dâhil olmak üzere insanın bulunduğu her alanı sosyal bir kategori olarak kabul edildiğinde toplumsal yapının

bulunduğu her hat kamusal alana açık olarak çizebilmektedir. Bourdiu ise The Forms of Capital (1986) ve Sosyal Alan ve Sembolik Güç (1989) kitaplarında genel olarak kamusal alanda sosyal eşitsizlik ve toplumsal gruplaşma yaratan bazı farklılıklardan bahsetmektedir. Çalışmalarında sadece sosyal ve kültürel kapital değil aynı zamanda ekonomik kapital yoluyla da oluşturulan yapısal farklılıklara da dikkat çekmektedir. Çalışmaları sosyal medyada kamuoyu oluşumunda farklılaşan tercihlerin açıklanmasında önemli bir kaynak görevi ifa eder.

1.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma Türkiye’de kullanılan web 2.0 teknolojileri araçları ve dijital ortamların kamusal alanın temel özellikleriyle benzer özellikler taşıyıp taşımadığını incelemek için yapılmıştır. Sosyal medya ve kamusal alan arasındaki ilişkiyi görebilmek için ilk olarak kamuoyunun kamusal alanda şekillenip şekillenmediğine bakılmıştır. İnternet ortamındaki her veriyi işlemenin doğal olarak mümkün olmamasından dolayı vaka çalışması yöntemini tercih etmek uygun görülmüştür. Sosyal medyadaki kamuoyunu ölçmek için seçilen vakalardan elde edilen veriyi işlemek için etnografik bir içerik analizi uygulanmıştır. Dünya çapında bir sosyal medya sitesi ve Türkiye’de önemli bir yeri olan kullanıcı etkileşimli platform Twitter bu konuda örneklem olarak tercih edilmiştir. Seçilen konularda alınan kesit bilgi kodlanmış ve işlenmiştir. Twitter daha popüler ve sık kullanılan bir platform olduğu için, birçok araştırmacı ve kuruluş tarafından da veri elde etmek amacıyla tercih edilen Twitter’ın Statistics servisi üzerinden elde edilen veriler, manuel olarak içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu analiz işleminin sonucunda seçili vaka hakkında var olan kamuoyu eğiliminin Twitter üzerindeki tartışmalarla olumlu yahut olumsuz şekillenmesi süreci ve detayları yorumlanmıştır.

1.3. Araştırmanın Amacı

Konu çeşitli kaynaklar üzerinden araştırılmaya başlandığında, dünyada sosyal bilimlerde kamusal alanın yeni bir görüngü halini almasına rağmen ülkemizde henüz yeterince çalışma olmadığı fark edilmiştir. Bu çalışmaya benzer lakin sosyal medyanın yeni yükseldiği ve kullanıcı sayısının günümüze nispetle oldukça az olduğu zamanlarda, birkaç vaka üzerinde yapılmış, bu çalışma sırasında da oldukça faydalandığım The New Social Media and Public Sphere in Turkey (Köseoğlu, 2011)

ülkemizde bu alanda yapılmış olan nadir çalışmalardan birisidir. Sürekli ve çok hızlı bir değişim dönüşüm yaşanan sosyal medya alanında bahsedilen çalışma ‘The New Social Media and Public Sphere in Turkey’ ile farklı vakaları farklı zamanlarda aynı metodu kullanarak ne gibi sonuçlara ulaşılabileceği merak edilmiştir ve bu amaçla çalışma yürütülmüştür. Bu tez gelecek araştırmacılara kendi çalışmalarında buldukları sonuçları kronik olarak karşılaştırabilecekleri bilimsel bilgiler ve faydalı yöntemler sunan faydalı bir bilimsel literatür olmayı amaç edinir.

1.4. Araştırmanın Hipotezleri

Bu tezde Türkiye’deki web 2.0 teknolojilerinden sosyal medya ve kamusal alan arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırmanın alanı çevrimiçi ortamlardan olmasından dolayı Türkiye’de kullanıcılar arasında en çok tercih edilen ve kullanılan platformlardan birisi olan Twitter’daki tartışma ortamı örneklem olarak tercih edilmiştir. Kamusal alan ve yeni sosyal medya arasındaki ilişkiler üzerine, bu çalışmanın temel iddiası sosyal medya Habermasçı anlamda yeni kamusal alan olduğudur. Bu temel sav üzerinden aşağıdaki alt hipotezler vakalar üzerinden elde edilen veri ve analizler sonucunda tartışılmıştır:

- Politik olsun veya olmasın gerçek hayattaki olaylar sosyal medyanın konusu olmaktadır.
- Kamuoyu sosyal medyadaki tartışmalar aracılığı ile şekillenmektedir
- İnsanlar sosyal medyadaki tartışmalardan sonra gerçek-yaşam çevrelerinde eyleme geçmektedir.
- Bu tartışma ve eylemler, Habermasçı kamusal alan kavramı çerçevesinde gerçek hayatı doğrudan etkilemektedir.

1.5. Araştırmanın Sınırlıkları

Web sitelerinde gönderi takibi yaparken bazı zorluklarla karşılaşılmıştır. Kullanıcının fikir değiştirmesinden dolayı kaybolan gönderiler, otomatik veri elde edilmesi esnasında farklı dillerden çeviriler olmasından dolayı oluşan ters kodlama veya mahkeme kararı ile sildirilen girdiler bunlara birkaç örnek olarak verilebilir. Gerektiğinde ekran görüntüsü alma, silinen verileri manuel kodlamaya dâhil etme işlemleri ile analiz esnasında oluşabilecek hata en aza indirilmeye çalışılmıştır.

Günümüz sosyal medya kullanıcılarının kendisine has bir üslup taşıdığı herkes için aşikârdır. Özellikle kendine has bir kullanıcı kitlesi olan sosyal medya platformlarında zaman zaman gönderi (post) okumaları sırasında birtakım zorluklarla karşılaşmışlardır. Bunları okuyucunun daha iyi anlayabilmesi için çalışma içerisinde alıntılar şeklinde örnekler sunulmuştur.

1.6. Araştırmanın Anahtar Kavramları ve Tanımları

Kamu: Bu tezde tartışılacak olan kamunun ne kastettiğini söylemenin önemi açısından bakılırsa kullanılan kamu anlamı bütün topluma açık olan pragmatik, ideolojik ve pratik olan bir alanı ima etmektedir (Habermas, 1989: 18). Bu bağlamda kamu kurumları her ne kadar fikir, kültür ve bilgi olarak kamusal alanın oluşumunda rol alsalar da burada kullanılan kamu ifadesi ile ilgili değildir. Konuşma özgürlüğü ve sivil toplum kuruluşlarının içinde olduğu gibi demokrasinin diğer bir işlevi olarak kamuoyunun oluşumu, kamusal alanla kamuoyunun iç içe olmasından ötürü bu tezin doğal konusudur ve bu bahsi geçen konu şu anda geleneksel medyanın yapısından oldukça farklı bir şekilde işleyen dijital medyada, örneğin Twitter konseptinde gerçekleşmektedir.

Kamusal Alan: Türkiye’de sosyal bilimlerde ‘public sphere’ sözcüğünün karşılığı olarak kullanacağımız kamusal alan terimi, hem kamu alanı (public space) hem de kamusal alan (public sphere)’in karşılığı olarak karışık olarak kullanılmaktadır. Bunun bir karmaşaya yol açmaması için kamusal alan terimi Habermas’ın teorisinde karşılığını bulduğu şekilde kullanılmıştır. Bu yüzden kamusal alan; en basite indirgenmiş anlamıyla toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı ifade eder. Kamusal alanlar hangi kültürden, dilden ve sosyal statüden olursa olsun, her bireye sunulmuş veya açılmış alanlardır. 1950-1960’lı yıllarda "ortak" alanlar veya "yurttaşlara" ait alanlar şeklinde ortaya çıkan nitelendirmeler, 1970’li yıllarda ‘kamusal alan’ kavramına dönüşmüştür. Kamusal alanı kısaca ev dışındaki alanlar bütünü, halkın karşılaştığı alan, ekonomik yönüyle, ortaklaşa ekonominin merkezi ögesi, sosyal yönüyle ortak bir dünyanın arabulucusu, demokrasinin meşrulaştığı alan olarak tanımlamak mümkündür (Habermas, 1964: 18).

Son yıllarda internet üzerinden haber ve içerik tüketiminde de oldukça yüksek bir artış vardır (Statisca, 2019). Kamu kuruluşları, sivil toplum örgütlerinin Twitter ve

diğer platform sayfaları da işin içinde olduğu sosyal medya temelli dijital alanın bileşenleri, özel ile kamusalın, nesnel ile öznelin, söylemsel ile bilgisel olanın karıştığı geleneksel bir hal almış olmaktadır. Bu karmaşadan kaçınmak için bu çalışmada aşağıdaki kavramlar kullanılmıştır:

Web 2.0: Aralarında Web 1.0 ile kesin ayırım çizgileri olmamasına rağmen Web 2.0 internetin ve Web'in gelişi ile önceleri tek yönlü yani üretici ve tüketici arasındaki ilişkinin seyrini tamamen değiştirerek çok kanallı ve çok boyutlu iletişim imkânları sunan, anahtar kavram olarak da karşılıklı etkileşime olanak sağlayan ağ teknolojilerini tanımlamak için kullanılmaktadır (O'Reilly, 2019: 8).

Vatandaş Gazeteciliği: Kamu ve vatandaş odaklı olarak ortaya çıkan bu medya türü meslek olarak gazetecilikle iştilal etmeyen kişiler tarafından yapılan haber, duyuru ve paylaşımlardır. Bu sitelerde insanlar çoğunlukla merkezi bir editör tarafından denetlenen, kendi çektikleri video ve fotoğrafları paylaşmaktadırlar (Pratt, 2000: 114). Haber değeri taşıyan her şeyi paylaşabildikleri gibi bu paylaşımlarda vatandaş haber kaynağı değil bizzat haberin kendisidir. Vatandaş haberciliği genellikle Twitter- Facebook gibi kullanıcı katkılı sitelerde sık görülür.

Yeni Medya: Tarih boyunca farklı anlamlandırmalar yapılan yeni medya geçmişte televizyon ve radyo iken günümüzde kullanıcı merkezli sosyal medya siteleridir (Pratt, 2000: 58). Bu anlam çalışma boyunca kullanılacak olan yeni medyanın karşılığıdır. Zor bir süreçten geçerek günümüzde önemli bir yer edinen yeni medya egemen sermaye destekli medyayı kırarak, haber paylaşma, edinme ve öğrenme hakkına yeni bir yüz getirmiştir.

Sosyal Medya: İnternet'e erişimin kolaylaşması ile yine internet kullanımının kendisinin ortaya çıkardığı bu yeni iletişim türünde insanlar kendi ve potansiyel çevresi ile kendi fikirlerini, politik yaklaşımlarını, devlet meseleleri ve ticari konularda duygularını paylaşmaktadır (Boyd vd., 2007: 78). Geleneksel medya ile yeni sosyal medyayı birbirinden ayıran en temel özellik etkileşimdir ve diyalogdur. Bu tezde yeni medya ve sosyal medya incelenmiştir.

2. WEB 2.0 ARAÇLARI VE SOSYAL MEDYA

Bu bölümde medya kavramının etimolojik, tarihsel ve teknolojik gelişimleri incelenmiştir. Geleneksel medya kavramının işlevlerinden ve araçlarından başlanarak günümüz yeni ve sosyal medyada gelinen süreci anlamının kamusal alan ve yeni medya arasındaki ilişkileri anlamak ve incelemek için önemli olduğu düşünülmüştür.

2.1. Medya

Hemen her gün bir yerde adını duyduğumuz, kullandığımız medya sözcüğü; gazete, dergi, radyo, televizyon, internet vb. kitle iletişim araçlarının hepsini kapsayan ortak bir kavramdır. Etimolojisi Latin kökenli ‘Medium’ ya da ‘Mediae’ sözcükleridir ve ortaya, ortam, halka, kamuoyuna ait anlamlarına gelmektedir. Medyanın temel işlevi toplumda karşılıklı bilgi akışını sağlamak ve haber alıp vermek olarak bilinmektedir. Bunları sağlamak için de yazı, ses ve görüntü ortamlarını kullanır ve kendi içindeki ekonominin de gereği olarak ticaret ve reklamcılık faaliyetlerinde de bulunur. Gelişigüzel bir ayırım olarak medya, görsel, işitsel ve yazılı iletişim araçları olarak sınıflandırılır. Kendine ait özellikleri, işlevleri ve toplumda durduğu yer itibarıyla medya, kitleleri hem duygusal yönden hem de fikren değiştirebilecek ve etkileyebilecek bir potansiyele sahiptir. Bu yönü ile gerek bireyleri gerekse de toplum yönetimi ve siyaseti oldukça ilgilendirir. Medya, toplum bütünlüğünü ve düzenini sağlamada, hızlı iletişim ve bilgi akışında önemli bir yer tutar.

Bilim ve teknolojinin ilerlemesi ile paralel olarak sosyal hayatta da medyanın rolü artmıştır. 1800’ler Anadolu’su ile günümüz Anadolu’su için medya aynı anlamları taşımamaktadır. Günümüz modern anlamdaki demokrasilerinin en önemli niteliği olarak bilinen, yasama, yürütme ve yargı güçlerinin yanında artık medya da bir dördüncüsü olarak birçok akademisyen ve fikir adamı tarafından dillendirilmektedir. Bu yüzden, her bir önemli toplumsal kurum için olduğu gibi medya için de bir etik olması gerektiğine inanılmıştır. Bu konu üzerinde genel kabul gören düşünce medyanın daha özgürlükçü ve demokratik bir toplum için toplumu yönlendirmedeki gücünü şeffaf, manipülasyondan uzak olarak kullanması, içeriğinin gerçeklerle doğru olarak iletilmesi, sosyal güvenin sağlanmasıdır. Medyanın olmadığı ve ondan uzak bir toplumda yaşadığımız düşüncesi artık çok uzaklarda kalmıştır çünkü günümüzde

gerek politik gerek de sosyal yönden medyadan kaçmak mümkün görünmemektedir. İçinde bulunduğu çağın diğer dinamikleri ile kendine bir toplum yaratan medya şu an yöneten, karar veren, kararları etkileyen, şekillendiren, kontrol eden devasa bir sistem haline gelmiştir.

21. yüzyıl medyası özelliklerinden bahsedecek olursak o artık sadece bir iletişim aracı değildir (Akyıldız, 2019: 21). Neo-liberal ekonomiyle bütünleşmiş bir şekilde gelir elde ederek işleyen, anlık bir gönderi ile ulus ve ulus üstü milyonlarca insana temas edebilen devasa bir örgütlenmedir. Ekran başında geçirilen ortalama süre ve kullanım göz önüne alındığında insanların kimlik ediniminde belirleyici bir role sahiptir. Simülasyonun gerçekten, gerçeğin de simülasyondan bir farkının kalmadığının söylendiği bu post-modern çağda tek gerçek olarak gösterilen şey 'medium'un kendisi yani medya olmuştur.

Görüldüğü gibi kendisine oldukça büyük önem atfedilen medyanın sosyal yaşantıda önemli işlevleri olduğuna inanılır. Bunlardan bazıları topluma doğru bilgiyi ulaştırma, eğitim, eğlence vb.'dir. Medya işlevlerini yerine getirebilmek gazete, dergi, sinema, internet gibi araçlardan faydalanır. Bu işlevlerin yerine getirilmesinin yoğunluğu ve kalitesi içinde bulunduğu zaman ve toplumun teknolojik araçları ve sosyal-ekonomik durumu ile doğru orantılıdır. Bilgilendirme, farkındalık yaratma, toplumsallaştırma, eğlence ve kamuoyu oluşturma şeklinde sıralayabileceğimiz medyanın işlevleri aşağıda ayrıntılı bir şekilde yer almaktadır.

• **Bilgilendirme:** Belki de medyanın var olmasının en temel nedeni kamuoyunun bilgi edinme ihtiyacı ve çevresinde olan bitenleri bilme merakıdır. Aristoteles'in meşhur sözünde de geçtiği gibi insan doğası gereği bilmek ister. Zamanla farklı disiplinlere dönüşen estetik, doğa, ahlak bilgilerini edinmek insan için büyük önem arz eder. Medya, insanın bu genel bilgi edinme ihtiyacını gidermede büyük bir role sahiptir.

• **Farkındalık Yaratma:** Gelişmiş ülkeler ile üçüncü dünya ülkeleri göz önüne alındığında meydana gelen olayların açıklanması ve şeffaf bir şekilde eleştirilmesi noktasında önemli farklar dikkat çekmektedir. Uzun süre yönetimde kalan iktidar sahiplerinin, ister tek bir kişi isterse yönetici grup halinde birtakım gayri resmi

ilişkilerde bulunarak iktidarlarını kullandıkları ve yolsuzluklara bulaşabildikleri sıkça görülmüştür.

Medyanın burada işlevi nedir sorusuna verilebilecek olan cevap halkı ve bireyleri yönetime dâhil etme ve bilgilendirme konusunda yer alması olacaktır. Bu noktada medyanın eğitimle olan ilişkisi de de bu işleyişin bir başka yönüdür. Bir ülkede yaşayan tüm vatandaşların aynı imkânlarla ve fırsat eşitliğine sahip olmadığı ortadadır. Medya için biçilen bir diğer rol bu noktada, mümkün olan en adaletli şekilde insanların bilgiye ulaşabilmesini ve onu kullanabilmesini sağlamaya yardımcı olmaktır.

• **Toplumsallaştırma:** Bireyin içinde yaşadığı toplumda kendine bir kimlik benimsemesi ve topluma bir noktadan bağlanarak aidiyet hissi sağlanması konusunda medyanın rolü ve nerede durduğu tartışmalıdır. Farklı felsefi kuramlar medyaya olumlu veya olumsuz değerler atfedebilmektedirler. Post-modernizm öncesi disiplinlere hâkim olan pozitif bilim anlayışı perspektifinden bakıldığında, medyanın yurttaşlar arasında sağladığı iletişim sayesinde herhangi bir konu ve düşünce ile alakalı olarak sağduyuya dayalı ve akıl yürütme temelli ortak düşünce ve eylem gelişmesinde esastır. Medya sayesinde dolaşan bilgi seli hem toplumu hem de bireyin eş zamanlı olarak birbirleriyle etkileşimi sonucunda bütünleşmiş olur.

• **Eğlence:** Belki de medya kavramını düşündüğümüzde, son çeyrek asırda akla ilk geleni onun eğlence sektörü ile olan ilişkisidir. Neo-liberal kapitalist toplumda insanların sürekli bir meşguliyet ve hayat temposu içerisinde sağlıklı bir ruhsal yapı sürdürmelerinde zorlanmaları eğlence sektörüne olan ilgiyi tavan seviyeye çıkarmıştır. Günümüzün en büyük propaganda aracı olarak ele alınan sinema, televizyon ve internet yayıncılığı bu noktada medyanın ne kadar kritik bir pozisyonda yer aldığını apaçık göstermektedir.

• **Kamuoyu Oluşturma:** Medyanın kamuoyu oluşturma üzerindeki gücü bu tezde çalışılmasının da başlıca sebebidir. Kamuoyu; belirli bir olay, olgu ve düşünce hakkında toplumun büyük bir destek ve fikir birliği oluşturmasıdır (Yükselbaba, 2012: 17). İnsanların konu hakkında haberdar olması, farkına varması, anlama ve fikirlerini de diğer yurttaşlara yayması kamuoyunun oluşmasında ön gereksinimidir ve bunun gerçekleşmesini sağlayan da medyadır.

Medyanın kamuoyu ile olan ilişkisi çeşitli çalışmacılar tarafında farklı zamanlarda farklı şekillerde yorumlanmıştır (Kahn ve Kellner, 2004: 44). Geçtiğimiz yüzyılda medyanın hâlihazırda var olan bir konu hakkındaki kamuoyu oluşumu için bilgi yayma işlevi daha fazla öneme sahipken, çağımızda ise medyanın kendisi doğrudan gündem oluşturmaktadır. Yani artık medya tartışma konusunu bizzat kendisi ortaya çıkarmakta ve toplumu yönlendirmektedir. Medyanın işlevindeki bu değişime şüphesiz teknoloji ve buna bağlı olarak iletişim araçlarındaki gelişmeler neden olmuştur. Yukarıda temel özellikleri verilen medyanın sosyal, siyasal ve ekonomik olmak üzere üç temel işlevi bulunmaktadır. Bu işlevler aşağıdaki tabloda ayrıntılı bir şekilde verilmiştir:

Tablo 2.1. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

Sosyal	Siyasal	Ekonomik
Sosyalleşme işlevi	Kamuoyu oluşturma işlevi	Para-mal ilişkisini Güçlendirme işlevi
Sosyal yönlendirme işlevi	Sözcülük işlevi	
Dinlenme ve günlük stresi Unutturma işlevi	Siyasi sosyalleşme işlevi	
Toplumsal Sistem		

Kaynak: (Gökçe, 2002: 58)

2.1.2. Geleneksel Medya Araçları

Avrupa'da topyekûn bir toplumsal bilinçlenmenin başlamasıyla birlikte geleneksel medyanın da şekillenmeye başladığı söylenebilir. Birbirleriyle bağlantılı olarak gelişen ve yayın yapan radyo, telefon, telgraf, televizyon, gazete gibi kitle iletişim araçları literatürde geleneksel medya olarak sınıflandırılmıştır. Geleneksel medya araçları arasında yer alan gazete, radyo ve televizyonun ortaya çıkış süreçleri, yapısal özellikleri ve gelişimleri aşağıda alt başlıklar halinde ayrıntılı bir şekilde irdelenmiştir

2.1.2.1. Gazete

Tanikawa (2017: 59)'nın belirttiği gibi oldukça köklü bir yayın tarihine sahip olan gazeteler, içeriğinde haber, bilgi ve reklam bulundurarak halkı aydınlatma amacı güden süreli yayınlardır. İlk gazetenin ne zaman ve nerede yayımlandığına dair birkaç farklı iddia bulunmasına rağmen modern anlamda ilk gazete 1609'da Bremen yakınlarındaki Ausgburg'da yayınlanan Avisa Relation Oder Zeitung olarak kabul edilir. 1605'te ticari bültenlerden doğan Nieuwe Tijdingen'in de ilk gazete olduğunu kabul eden çevreler vardır.

Gazetenin gelişimi burjuvazi ve kapitalizmin gelişmesi ve ihtiyaçları ile paralellik gösterir. Liberal ekonominin geliştiği Batı Avrupa'da çıkan ilk gazeteler burjuvazinin ihtiyaç duyduğu içerik ve haber sağlamada yetersiz ve etkisiz kalmıştır. 19. yüzyıl ulusal ve uluslararası çalkantılar, teknolojik iyileşmeler, okuryazarlığın artması gibi toplumsal etkenler gazeteciliği geliştirip etkili bir iletişim aracı haline getirmiştir (Alemdar ve Uzun, 2013: 22).

19. yüzyıl Sanayi Devrimi'nin bütün diğer alanlarda olduğu gibi baskı ve matbaacılığa da olan pozitif etkisiyle birlikte kendine has bir baskıya ve teknolojik aletlere sahip olan gazete, tahta baskı makinesinden buharlı baskı makinesine geçişle, elle dizgi yerine makine ile dizginin ortaya çıkmasıyla çita atlamıştır. Gazeteciliğin gelişimi açısından bir kilometre taşı olan bu yüzyılda İngiltere'de başlayan sanayi ve bununla bağlantılı enformasyon devrimleriyle gazetecilik, teknoloji ve içerik açısından daha çok özgürlük kazanmış, ayrı bir meslek dalı haline gelmiş, okur sayısı da giderek artmıştır (Delal, 2018: 21). Diğer teknolojik gelişmelerin de etkisi ile haber edinme ve

dağıtma tekniklerinde gelişmeler görülmüş, gazeteciliğin özü olarak kabul edilen enferyasyon toplanması ve dağıtılmasında kalite yükselmiş ve gazetenin önemi artmıştır.

Baskı ve dağıtımdaki bu gelişmeler sonucunda gazete her yere ulaşabilme kapasitesine sahip olmuş, buna bağılı olarak sadece belli bir grubun ilgilerine değıil tüm halka yönelik çıkarılmaya başlanmıştır. Hedef kitlenin genişlemesi ile birlikte yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. İlgi çekme, önemli olma, sansasyon yaratma önem kazanmıştır. Ticari bir işletme haline gelmesi ile gazete kapitalist oluşumlara yakın bir gelişim göstermiş, bununla birlikte sermaye sahiplerinin ilgi alanına girmiştir.

Toplumsal hayat açısından giderek daha çok öneme sahip olmaya başlayan gazete altın çağını 18. Yüzyıl sonu 19. Yüzyılın ortaları olarak kabul edilen dönemde görmüştür. Bu duruma dair Briggs ve Burke (2011: 74) 1792 yılında İngiltere’de 15 milyon gazete satıldığını iddia etmektedir. Daha sonra günlük, haftalık ve iki haftalık gazetelere aylık ve üç aylık süreli yayımlar ve magazinler diye adlandırılmaya başlayan yayımlar da eklenmiştir. Ayrıca yeni keşifler, ölen bilim insanları ve kapsamlı olmak üzere yeni kitaplar hakkında enferyasyon yayımlayan The Transactions of the Royal Society of London (1665-) ve News of the Republic of Letters (1684-) gibi bilimsel dergiler de mevcuttur.

Yine bu dönemin en büyük kentleri olarak kabul edilen Paris ve Londra’da gelişen sosyal hayat ve hareketlilik içerisinde yönetim ve kralın denetiminden ayrı bir toplumsal hayatın belirmeye başladığı görülmüştür. Price (1992: 204)’e göre ticaret ve ilişkilerin artması beraberinde zaruri olarak bir bilgi akışının da olmasına yol açmış, ilk kamusal alan düşüncelerinin ortaya çıkması bu dönemde görülmüştür. Yine ayrıca büyük kentler başta olmak üzere çeşitli gruplar farklı mekânlarda bir araya gelme fırsatlarını yakalamış, kahve evleri gibi yerlerde sanat eserleri, edebiyatın yanı sıra gazete okunmaya başlanmıştır. Londra’daki kahvehane sahipleri gazete basmak istemişlerdir.

Kamusal Alan fikrinin ilk ortaya çıktığı bu dönemlerde, günlük ve siyasi bilgilerin kamuya akışı için basın ve yayın aracı olarak gazetenin önemli bir yeri olduğu düşünülmektedir. Gazetelerin kısa bir zaman içerisinde doğrudan bir bilgi akış aracı olmaktan çıkması ile siyasi partilerin ve iktidar amaçları doğrultusunda

toplulukların kamuoyu oluşturma ve yönlendirme ilişkileri içerisine girmelerinin bu konudaki önemi oldukça etkilidir. Habermas (1964: 115) 17. Yüzyılda haftalık baskı yapan gazeteleri ‘siyasal’ olarak nitelendirmektedir. Gelişimini sürdüren gazete 18. yüzyıla gelindiğinde devlet kurumlarını ve yönetenleri eleştirebilen, yönetenlerin faaliyetleri hakkında yorum yapabilen bir kurum haline gelmiştir.

Modernitenin temel özelliklerinden yüksek okuma oranlarının tesirini gösterdiği Avrupa’da edebiyatla beraber gazetenin de okunduğu kahve evlerinde yükselen edebi-politik bilincin etkisiyle artan okuma toplulukları, burjuva sınıfının otoriteye iktidardan pay almak için yönettiği eleştirilere dönüşmüştür. Avcı (2008: 79)’ya göre artık gazeteler burjuva kamusal alanında çok önemli bir yerde durmaktadır çünkü onlar artık sadece bilgi taşıyan birimler olmaktan çıkmış, kendisi haber üreten ve kamuoyu oluşturan bir nesne haline gelmiştir. ‘İnsan ve Yurttaş Hakları’ gibi toplumsal talep bildirilerinde mücadele eden bir taraf olarak yer almıştır.

Tokgöz (2008: 52) ise ilk gazetelerin ortaya çıkması demokrasi kurumlarının ortaya çıkmasını sağlayan bu siyasal süreçler içinde Avrupa’da yayınlanmaya başladığını savunmuştur. Amerikan bağımsızlığı ve Fransız ihtilalinin etkileri ile hareketli geçen 18 yüzyılda sosyal, siyasal ve askeri olarak çalkantılı olaylar görülmesi basın ve yayın tarihi açısından da oldukça önemlidir. Toplumun artan bilgi edinme ihtiyacı ve köklü değişimler gazeteciliği bir sektör haline getirmiştir ve zengin bir içeriğe sahip kılmıştır. Smith (1979: 122)’e göre politik işlevleri, toplumsal yararları ve ticari yönelimleri nedeniyle bu yüzyıl sonrasında gazetecilik bir meslek haline gelmeye başlamıştır.

Türkiye’de gazeteciliğin gelişimi göz önüne alındığında ise; Osmanlı Devleti’nden Cumhuriyet dönemine gelinceye dek özellikle Tanzimat ile başlayan pek çok yerli ve yabancı gazete basma girişimleri olduğu ve basıldığı görülmektedir. Dâhil oldukları politik dönemin şartları değiştikçe kimileri zor da olsa yayın hayatına devam edebilmiş, kimileri ise kapanmış veya kapatılmıştır. Gazeteciliğin merkezi başkent değişmesine rağmen her daim İstanbul olmuştur. Gazeteler için Cumhuriyet dönemi her alanda olduğu gibi bir milat olmuş, özellikle de Harf Devrimi’nden sonra da birçokları tiraj kaybederek kapanmıştır (Gürkan, 2002: 20). Kuruluşundan beri başlattığı yeni sosyal politikaların sıkı takipçisi olan Cumhuriyet yönetimi, iletişim ve

medya alanında da kontrolden ödün vermemiş ve gazeteler üzerinde de denetimini sürdürmüştür. Tek partili hayatın sona ermesi, dünya savaşları sonrası başlayan yumuşama döneminde artan demokratikleşme hareketleri ile daha özgür ve şeffaf gazetecilik yolunda umutlar artmış olsa da istenilen basın özgürlüğüne ulaşıldığı henüz söylenemez.

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde artan teknolojik gelişme hızı, gazetelerin baskı tekniğini değiştirmiş, ofset ve renkli baskı teknikleri ile gazeteler daha ekonomik bir baskı ve kolay bir dağıtım kavuşmuş, bu yüzden de yüksek tirajlara erişmişlerdir. Soğuk Savaş sonrası yıllara tekabül eden 1990'larda ise tüm dünyada etkisini gösteren sermaye artışı ve tekelleşme ile gazeteler büyük holding sahiplerinin eline geçmiş, küçük gazete ve dergiler kapanmıştır. Bu dönemde medyaya yöneltilen en büyük eleştiri, fikir yayan ve kamuoyu oluşturan gazeteden vazgeçilmesi ve gazetelerin ticari işletmelere dönüşmesidir. Tüm ana akım medyayı elinde tutan birkaç şirketin, kamuya hizmet misyonundan kar misyonuna yöneldiği, iktidar eleştirme ve kamusal alan oluşturmaktan ziyade alıp tüketilen bir tüketim ürünü, bir meta olma yolunu seçtiği sıkça yapılan tespitlerdendir. Radyo ve televizyon ile kıyaslandığında oldukça basit bir donanıma ve düşük bir hıza sahip olan gazete, kendine has birtakım özellikleri ile uzun bir süre medyada tutunmaya devam edebilmiş ve önemini korumuştur.

2.1.2.2. Radyo

Yazılı iletişim aracı gazetenin gelişiminden sonra sese dayalı bir sisteme dayanan radyo, iletişimde yeni bir dönemin kapılarını aralamıştır. Radyo yayını elektromanyetik dalgaların enerjisi aracılığı ve ses üzerinden bir olgunun, olayın topluma anlatılması, iletişim kurulmasıdır. İnsanoğlunun duyabileceği seviyeye getirilen sinyallerin radyo frekansları üzerinden boşlukta yayılması ve bu dağılmış haldeki sinyallerin belirli bir amaç için tasarlanan cihazlar aracılığı ile kişiler tarafından dinlenmesidir (Skretvedt ve Sterling, 2018: 14). Televizyonun insan hayatına girmesinden önce gündelik hayatta çok önemli bir yer tutan radyo, daha sonra önemini kaybetmiş gibi görünse de istasyon çeşitliliği ve FM bandının genişlemesi ile varlığını sürdürmeye devam etmiştir.

Alman fizikçi Heinrich Rudolf Hertz, 1888 yılında, titreşen elektrik yükünün ortaya çıkardığı radyasyon ile Maxwell'in elektromanyetik kuramı tezinin

birleşmesiyle radyo dalgalarının keşfedildiğini belirtmiştir. Radyo dalgalarının ölçülmesinde Hertz ölçü biriminin kullanılması bu keşfin sonucunda olmuştur ve radyoların üzerindeki Hz Hertz' in kısaltmasıdır. Fiziksel altyapısı böylelikle ortaya çıkan radyonun ortaya çıkmasındaki son önemli adımı ise İtalyan bilim insanı Guglielmo Marconi atmıştır. Çatı katındaki odasından bir kilometre uzaktaki kardeşine kontrollü olarak radyo sinyali göndermeyi başararak radyonun kuruluşundaki en önemli adımı gerçekleştirmiştir (Radio History Society, 2008). Hilmes ve Loviglio (2002: 26) göre ise radyonun mucidinin Guglielmo Marconi olarak sisteme geçmesine rağmen telsizin patentine sahip olan Nikolai Tesla ve Olive Lodge radyoyu kendilerinin bulduğu iddiasında bulunmuşlardır.

Coğrafi, ekonomik ve sosyo-ekonomik faktörlerce kullanılış amacı ve yoğunluğu değişim gösterse de radyo, toplumsal birçok olayı hem oluşum hem de gelişim süreçleri esnasında derinden etkilemiştir. Televizyon henüz icat edilmediğinden ve gazetenin sınırlı dağıtım gücünden dolayı radyo dünyanın her yerinde bir numaralı iletişim aracı rolünü üstlenmiştir. Dünyanın içinde bulunduğu dönemlerden dolayı sadece eğlence ve haber yayma görevi dışında savaş zamanlarında da propaganda için oldukça gözde bir araca dönüşen radyonun önemi ilk yayına başladığı yıllardan itibaren kademeli olarak oldukça artmıştır. Özellikle de İkinci Dünya Savaşı sırasında anlık verilen radyo haberleri insanların bir araya toplanarak bilgi edindikleri, en tercih edilen iletişim aracı olmuştur. Propaganda denilince akla gelen ilk isim olan Adolf Hitler, radyonun geniş kitlelere ulaşma ve etkilemesindeki gücü fark etmiş, hem iktidara gelirken hem de iktidarını sürdürmek için kurduğunu istasyonlarda yayınlar yapmış ve Nazi propagandasını yürütmüştür. Doğal olarak her türlü propagandaya karşı propaganda amacıyla yayınlar da ortaya çıkmıştır (Hilmes ve Loviglio, 2002: 78).

Radyonun Türkiye'deki serüvenine baktığımızda dünyaya paralel bir gelişim seyrettiği gözlemlenebilmektedir. Bilinen ilk radyo yayını ya da o zamanki adıyla telaffuz etmek gerekirse telsiz telefon çalışmaları 1921 yılına kadar uzanır. Amatör olarak İstanbul'da başlayan çalışmalara Fransızlardan alınan telsizlerle başlanmıştır. 1925 yılında çıkarılan "Telsiz Tesisi Hakkında Kanun" yasasıyla, esas girişimlere başlanmış, Fransızlara bir telsiz şebekesi kurdurulmuştur. Pilot çalışmaları Ankara ve İstanbul'da yapıldıktan sonra vericiler 1927 yılına gelindiğinde yayına hazır hale

getirilmiştir. Avrupa’da en güçlü propaganda aleti olarak görüldüğü için yüksek yatırımlar yapılan radyo yayınları ile dünyanın her yerindeki şehirlere de yayınlar yapılmaya, çeşitli dillerde programlar düzenlenmeye başlandığı görülmüştür.

Başlangıçta özel girişim (İş Bankası ile Fransız bir şirketin ortaklaşa kurdukları Türk Telsiz Anonim Şirketi) eliyle yürütülen radyo faaliyetlerinin seyri devletin bunun içte ve dışta ne kadar etkin bir propaganda aleti olduğunu anlaması ile değişmiştir (Oskay, 1971: 15). Devlet tekeline geçen radyo yayıncılığı önce PTT daha sonra da daha düzenli hale getirmek amacıyla kurulan TRT kontrolünde uzun yıllar devam etmiştir. Şeyhanlıoğlu (2019)’nun ülkemizde radyonun kuruluş ve gelişim sürecine değindiği çalışmasında da vurguladığı üzere, radyonun dünyada yayıldığı ve önemini artırdığı yıllarda iktidarda olan Demokrat Parti yönetiminin, radyoya ‘kültürel ve siyasal bir araç’ yaklaşımı, ülkemizde politikacıların radyoya verdiği önemin dünya ile paralellik gösterdiğini desteklemektedir. Uzun yıllar boyunca muhalefet partilerinin, iktidar partilerine yönelik ‘tek taraflı’ yayıncılık yapması nedeniyle yaptığı itirazlarına rağmen çok kanallı radyo ve özel sektör yayıncılığı için 1990’lar beklenecektir.

Gazeteye nispeten daha hızlı çoğaltılabilen, düzenli ve sürekli yayın yapabilen radyo daha dinamik olması sebebiyle de avantajlıdır. Gazetede yazısını okuduğu insanların bizzat kendi seslerini duymak radyoyu daha etkili ve daha güvenilir bir medya özelliğine kavuşturmuştur. İnternet yayıncılığı ile gelişimine devam eden radyo, yayınlarına internet üzerinden erişilmesiyle görselleşmiştir. Yeni teknolojilerin toplumlar tarafından hızla kabullenilip tüketilmesi, tüm bu gelişmelere bağlı olarak değişen radyoyu da, hızla işlevsel olarak tüketilen bir kitle iletişim aracı haline getirmiştir. Hem ses hem de yazı mediumlarını birleştiren televizyon ise radyodan daha sonra çıkmış ve oldukça güçlü bir iletişim aracı olduğunu göstermiştir.

2.1.2.3. Televizyon

Radyoda olduğu gibi televizyonun çıkışında da sanayi devriminin katkısı yadsınamaz. Çalışma prensiplerine bakıldığında radyonun icadı ile bir bakıma televizyon için de başlangıç oluşturulmuştur. Radyo için elektronik sinyallere dönüştürülen ses iletileri, artık televizyon için görüntüyü de ihtiva etmeliydi. Kendi ürettiği selenyum çubuklarının güneşe karşı fotoelektrik bir tepki yarattığını fark eden ve bu değişimleri elektromanyetik sinyallere dönüştürmeyi başaran İrlandalı Joseph

May, 1983 yılında yaptığı deneyler sonucu televizyonun keşfi için gerekli altyapısal bilgileri oluşturmuştur (Fisher, 2020: 90). Sonraki adımlardan da kısaca bahsedildiğinde, televizyonun temel çalışma prensiplerinden katot ışın tüpleri Alman bilim insanı Karl Ferdinand Braun ve elektronik taramada kullanılan iceneskope isimli aracı Rus radyo uzman Zworykin'in 1923 yılında geliştirdiğinden bahsetmek önemlidir.

Günümüz formatındaki televizyon teknolojileri için önemli olarak kabul edilen ilk televizyon yayını 27 Ocak 1926'da İngiltere'de bir noktadan başka bir noktaya elektrik devresi yardımı ile görüntü aktarılarak gerçekleştirilmiştir. Düzenli olarak yapılan yayınlar ise 1936 yılında yine İngiltere'de BBC tarafından gerçekleştirilmiştir fakat yeterince ilerleme ve gelişme kaydedilememiştir. Bunun başlıca sebeplerinden birisi İkinci Dünya Savaşı dönemine denk gelmesi ve reklam verenlerin ilk tercihinin televizyona nispeten daha çok kullanılan radyo olmasıdır. 1950'lerden sonra ise odak noktası radyodan televizyona kaymış, televizyon hem gazete hem de radyo ile rekabet eder hale gelmiştir. 1990'lardan sonra ise uydu teknolojisindeki gelişmeler ve renkli yayıncılığa geçen televizyon izleyicinin zihninde büyük bir etki yaratmış, rakiplerini alt ederek liderliği ele geçirmiştir (Havick, 2000:21). Televizyonun medyadaki ağırlığı o kadar artmıştır ki bu enformasyon akışı ve propaganda hızının etkileri ve sonuçları üzerine tezler oluşturulmuştur. Bunlardan belki de en bilinenlerinden birisi televizyonun dünyayı küresel bir köy haline getirdiği iddiasıdır.

Türkiye'de de televizyon alanında gelişmeler dünya ile paralellik göstermiştir. Kalkınma ve geniş halk kitlelerine ulaşarak kalkınmanın gerçekleşebileceğini düşünen gruplar televizyon yayınlarının başlaması için propaganda yapmışlardır. Nüfusun büyük bir bölümünün katılımıyla gerçekleşebilecek bir süreç olan kalkınmanın gerçekleşmesi için televizyon uygun bir araç olarak görülmüş ve halkın büyük bir kesimine ulaşmada kolaylık sağlayacağı düşünülmüştür (Mutlu'dan aktaran Delal, 2018: 25). 31 Ocak 1968'de ilk televizyon yayını TRT tarafından Ankara'da yapılmış daha sonra İstanbul ve diğer illere yayılmıştır. 1990'lardan sonra ise özel girişimciler kanallar kurmuş, Türk izleyicisine yönelik projeler geliştirmişlerdir.

Başlangıçta haber ve bilgi sağlama amacıyla yapılan yayınlar, özel televizyonların da devreye girmesinden sonra işin eğlence yönünü de keşfetmiş, buna

bağlı olarak ticari misyon olan reklam da içeriğe dahil olmuştur. Sıradan insanların gündelik yaşamının önemli bir parçası haline gelen televizyon, kendisine olan talep ve ilgi arttıkça değişim ve dönüşüm geçirmiş, ekran kalitesi, kanal çeşitliliği sürekli artmıştır. Sinemanın görüntüne, radyonun ses ve gazetenin yazı gücüne bir arada sahip olan televizyon, toplumsal bilinç oluşturma, ideoloji üretimi, toplumsal kültür oluşumunda başat faktörlerden birisi haline gelmiştir. Televizyon diğer kitle iletişim araçları gibi toplumsal yapıda ve değişimde hâkim olan imajları yaratan veya planlayan ileti sistemleri ve sembolleri üretmekte, başka bir deyişle de çağdaş kültürlerde değişikliği üreten ve var olan değerleri ve normları sürdüren kültürel bir araç olarak işlev görmektedir (Oğuz, 2000: 17-34).

Kendinden önceki iletişim araçlarıyla kıyaslandığında toplumsal rolü oldukça fazla olan televizyon yayıncılığı ve etkilerine ilişkin farklı gruplardan çeşitli düşünür ve akademisyenler eleştirilerde bulunmuşlardır. Örneğin Althusser'e göre televizyon, bireylerin gerçek anlamda birey olma özelliklerinin ortadan kalkmasına sebep olmuştur çünkü herkesi ağır bir enformasyon bombardımanına tutmuştur. Hem de yaptığı bu yöntemle kendi söylemlerini meşru ve doğrulama imkanını da edinmiştir. Bu noktada kendisine yöneltilen eleştirilerden birisi çok kanallı televizyon dünyasında çok sesliliğe elverişli bir durum olduğudur ancak buna verdiği yanıt ise kanalların çok olması ideolojilerinin farklı olacağına anlamına gelmemesi gerektiğidir. Neoliberal sistemde ticari televizyonlar kültür endüstrilerinin önemli bir parçası halindedir (Ben Calvert vd., 2005: 95-98).

Yine benzer noktada Çoban (2009: 25-32) insanların rutinine dönüşen ve doğallaşan televizyonun sinema ve radyodan olumlu yanlarını kullanarak toplumsal bilinç yapısının şekillenmesinde kendinden önceki kitle iletişim araçlarından çok daha etkili olmuştur. İdeolojiyi yeniden üreterek neoliberalizmin en etkili araçlarından birine dönüşen televizyon tüketim kültürünü yeni toplumsal düzenin merkezine oturtması bakımından hayati bir rol oynamıştır. İnsanların izlediği karakterler ile kendi davranışlarını gözden geçirmeleri, hayatı ekranda gördükleri ile öğrenmeleri ve bunu kendi çevresine iletmesi televizyon medya üretiminde göze çarpan bir işlevdir. Başka bir deyişle Baudrillard'ın da belirttiği gibi gerçeğin bir taklidinden yola çıkan medya üretimi ve asıl önemli olan tüketimi öyle bir noktaya gelmiştir ki simülasyon gerçeğin yerini almış ve onu sonsuza değin kovmuştur (Bodrilliard, 1982: 48).

Yukarıda detaylı olarak ortaya çıkış süreçleri, toplumsal hayata intibakı ve yarattıkları etkileri hakkındaki fikirleri ortaya konulan geleneksel medya araçlarının, geleneksel başlığı altında sınıflandırılmalarının kendilerine özgü bazı özelliklerden dolayı olduğunu belirtmekte fayda vardır. İnternette önceki iletişim araçları olarak bilinen bu medyaların içeriğin üretimi ve dağıtımını konusunda merkezî bir yapıyı desteklemeleri ve içeriği edinenlerin düzenli bir yapıda hazır bir veriyle karşılaşmaları bunlardan ilkidir. Bir diğeri ise geleneksel medya araçlarında geri bildirim sisteminin yok denecek kadar az olan mevcudiyetidir. Belki de ayırt etmekte en çok kullanılan kriter olan etkileşim internet öncesi araçlarda kısıtlı ve yok denecek kadar azdır. Belirli sayıdaki profesyonel çalışanlar tarafından önceden hedef olarak belirlenmiş belirli bir kitleye yönelik oluşturulan kısıtlı içerik miktarı da değerlendirmede önemli bir kıstastır.

Geleneksel kitle iletişim araçlarının her türlü bilgi, haber ve mesajı kendi ideolojik perspektifine göre biçimlendirmesi olarak tanımlanabilen gönderici kontrollü olması bir diğerkarakteristik özelliğidir. Tek yönlü iletişim yapısının bir sonucu olan bu özellik aslında geleneksel medya araçları ile ‘kitle iletişimi mi kitle iletimi mi’ sorusunu gündeme sıkça getirmektedir (Delal, 2018: 21). Enformasyonun denetimi ve biçimlenmesi konusunda geleneksel medya araçlarının sahip ve sahipleri olması faktöründen de bahsetmek önemlidir. Yurt içi ve yurt dışında çalışan muhabirlerin bağlı olduğu ajanslardan alınan haber ve bilgiler önce iletişim aracı sahibinin kontrolü ve denetiminden geçmektedir. Bu mekanizmanın hiyerarşik ve üretici merkezli yapısının yanında geleneksel medyanın özelliklerine bir dezavantaj olarak, aynı içeriği bütün izleyici grubu için aynı şekilde sunmasıdır.

2.2. Yeni Bir İletişim Aracı: İnternet

İnternet, dünya üzerindeki milyonlarca bilgisayarı ve elektronik cihazı birtakım standartlar ve protokoller kullanarak birbirlerine bağlayan, iletişim teknolojilerinde ve diğerk alanlarda kendisinden önceki tüm anlayışları değiştiren dönüştüren bir ağ teknolojisidir. Kelime olarak İngilizce’den dilimize olduğu gibi geçmiştir. Kavram olarak anlamını ise İngilizce ‘inter’ yani ‘arası’ ve ‘network’ yani ‘ağ’ kelimelerinin birleşiminden alır ve ‘ağlar arası’ anlamına gelmektedir (Encyclopædia Britannica, 2020).

Soğuk savaş döneminin askeri bir ürünü olarak meydana gelmesine rağmen günbegün geliştirilen yazılımlarla kullanılabilirliği ve işlevleri genişleyen internetin iletişim, ekonomik, politik tüm toplumsal hayatı değiştirdiği apaçıktır. Özellikle 1990'lı yıllardan sonra internet kendisine karşı giderek artan ilgi ve buna karşılık olarak her kullanıcıya yanıt veren bir sisteme dönüşmesiyle önemini oldukça artırmıştır. Aslında tek başına değil, bilgisayar, telekomünikasyon, fiber optik ve kitle iletişim araçlarından meydana gelen ve karma bir teknoloji olan internetin ortaya çıkması ile topluma yayılması arasında yirmi yıla yakın bir süre vardır. Birçok yenilikte olduğu gibi askeri amaçlarla ortaya çıkmış ve ilerleyen süreçte bir enformasyon mekânı haline dönüşmüştür. Diğer kitle iletişim araçları da varlıklarını internet üzerinde halen sürdürmektedir.

Kökleri daha eskiye dayanmasına rağmen 1980'lerden itibaren hızını artıran dijitalleşme, teknolojiyi olduğu kadar insanları da dönüştürmüştür ve internetin sanayi çağından bilgi çağına geçişte temel taşıyıcı olduğu çoğunlukla üzerinde hemfikir olunan bir düşüncedir. İnternetin bir kitle iletişim aracı niteliğine kavuşmasından sonra yarattığı toplumsal etkiye ilişkin Demircan (2006: 33) yeni bir kitle iletişim aracı olarak internetin toplumsal yapı ile etkileşimi bağlamında internet ve siyasal katılım başlığı altında tartışmaların sürdüğünü belirtmiştir. Bu tartışmaların başlangıcında geleneksel medyanın demokratik potansiyelinin değerlendirildiği bir alan yer almaktadır. İnternetin bu alana yeni argümanlarla girerek ilgi odağında olmasında 'sayısal devrim' kavramının önemli bir yeri vardır. Geleneksel medyanın demokratik potansiyeli noktasında yapılan değerlendirmelerde de açıkça görüldüğü gibi internet kamusal alanın en gözde unsurlarından biri halini almıştır. Ocak (2016: 64)'a göre internet günümüzde iletişim aracı olma noktasının çok daha ötesine geçerek toplumsal bir mekâna evrilmiştir. Özellikle de Web 2.0'in ortaya çıkması ile ortaya çıkan sosyal medya içinde bulunduğumuz çağın bütün yapılarını dönüştürmüştür.

İçinde bulunduğumuz çağın baş döndüren hızına adapte olan başlıca iletişim aracı internet, dolayısıyla kamuoyu oluşumunun ve siyaset yapıcılığının da odak noktası haline gelmiştir. Burada Jürgen Habermas'ın İletişimsel Eylem Kuramı'nda karşılaştığı sorunlarla 'challenge' mücadele etmek ve üstesinden gelmek ereği ile eylemde bulunan insanın, iletişimde bulunduğu alan olan iletişimsel alanı internet olabilir mi sorusu hemen akıllara gelmektedir. Yeni nesil iletişim araçları ve

teknolojileri üzerinden toplumu anlamaya çalışan enformasyon toplumu yaklaşımı, toplumsal gelişmeyi ilkel toplayıcı toplum, tarım toplumu, sanayi toplumu ve enformasyon toplumu olarak değerlendirmekte ve yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği olanaklarla birlikte son dönem toplumsal yapıyı açıklamaya çalışmaktadır (Tekman, 2002: 268). Buna paralel bir görüşün sahibi olan Toffler (1998: 9)'e göre ise internet ve ev bilgisayarları ile toplum kitlesizleştirilecektir. Tek tip ve herkes için aynı olan yayıncılığın esaretinden kurtulacak olan insanlar, farklı yapılarda, daha renkli ve çok katmanlı, politik olarak da tek merkezli değil çok merkezli olacaktır. Bu iyimser görüşe göre demokrasiler daha demokratik olacak, toplumların zaman, uzay, mantık ve nedenselliği ele alışında kendi yöntemlerine sahip bir uygarlık oluşacaktır. Nihayetinde Antik Yunan'ın yurttaşı dâhil eden kamusal katılımı gerçekleştirilecektir.

İnternetin demokratik potansiyeline ilişkin bu iyimser görüşlere karşın enformasyon toplumu yaklaşımlarının ekonomide enformasyon sektörünün başat bir rol oynayacağı savunusu ekonomide hâkim bir enformasyon sektörünün oluşmasını gösteren verilerin olmaması nedeniyle eleştirilir (Demircan,2010: 30). Eleştirilen temel nokta, internetin var olan toplumsal sınıfları kaldırmayacağı ve buna ek olarak yeni bir teknokrat sınıf çıkaracağı yönündeki öngörülerdir. Enformasyon toplumu iddiası toplumlarda ve toplumun bireyleri arasındaki eşitsizlik kaynaklarını göz ardı etmesi bakımından da eleştirilmektedir (Mutlu'dan aktaran Demircan, 2010: 30).

2.2.1. İnternetin Ortaya Çıkışı

Modern bilgisayarların ortaya çıkmasının üzerinden çok fazla değil on beş yıl geçmesinden sonra, birbirleri ile ilişkisi ve ağları ile ilgili çalışmalar başlamıştır. Yirminci yüzyılın ikinci yarısında başlayan bu çalışmaları finanse eden kuruluş Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı'dır. Desteğin askeri bir arka planının olmasının nedeni, olası bir nükleer savaşta muhtemel Sovyet saldırısında birimler arası iletişimi kaybetmemek ve Amerikan iletişim ağlarını çökertmemektir. Yani başlangıçta bu parlak projenin arkasında yeni iletişim teknolojilerinin ulusal savunmada faydalı olacağı düşüncesi yatmaktadır.

1960'lardan sonra aralarında ABD ve İngiltere'den seçkin araştırmacıların bulunduğu çalışmacılar, bu yeni olası teknolojinin sadece askeri değil sivil kullanımlar

için de uygun olabileceği ve piyasaya sürülebileceği düşüncesiyle sürece dâhil olmuşlardır. MIT'den Leonard Kleinrock ve İngiltere National Physical Laboratories'den Donald Davies'in aralarında bulunduğu araştırmacılar, o tarihe kadar kullanılan analog ağlara karşılık daha verimli ve güvenilir olan paket anahtarlama üzerine çalışmışlardır (Mowery ve Simcoe, 1999: 74).

En önemli özelliği merkezi olması ve potansiyel bir saldırı gerçekleşmesi durumunda çok kolay bir şekilde devre dışı kalan analog ağlara karşı paket anahtarlama tekniğinin bir merkeze ihtiyaç duymaması, pek çok alternatif yola sahip olması büyük bir avantaj sağlamaktadır. Tabii olarak bunun ortaya çıkma sebebinin altında ise içinde bulunduğu soğuk savaş yılları şartlarıdır ve tam olarak projede istenilen şeyi başarmak ve bilgiyi merkezde toplamayarak dağıtmak, birbirinden bağımsız özerk ağlara vermektir.

Paket anahtarlama çalışmalarından sonra ise bu gelişmeyi gerçeğe dönüştürüp faydalanmak amacıyla protokol ve cihaz geliştirme çabaları boy göstermiştir. 1970'lerin başına gelindiğinde Amerikan Savunma Bakanlığı'na ait bir bölüm olan DARPA (İleri Araştırma Projeleri Kurumu) bir prototip ağ kurulması için destek vermiş ve IMP (Mesaj İşlemci Arayüzü) adı verilen cihazın üretilmesi için bir mühendislik firmasıyla anlaşmıştır. IMP'e bağlı cihazlardan oluşan sisteme WAN (Geniş Alan Ağı) adı verilmiştir. ARPA (Gelişmiş Araştırma Projeleri Ajansı) bunun için kurulmuş ve onun kurduğu ve ilk internet olarak bilinen bu sistemin adı da Arpanet'tir. İlk ortaya çıkan internetin, paket anahtarlama sisteminin ne kadar merkezi olduğu ve askeri temelli olduğundan dolayı demokrasi ile ilişkisi hala tartışmalıdır.

Castells (2005: 154) Arpanet'in ilk dört bağlantısının Los Angeles'ta California Üniversitesi'nde, Stanford Araştırma Enstitüsü'nde, Santa Barbara California Üniversitesi'nde ve Utah Üniversitesi'nde kurulmasının önemini işaret eder. Bilim insanlarının askeri amaçlı ortaya çıkan ağı kullanmalarından yola çıkarak, savunma ve askeri merkezli araştırmaların bilimsel iletişimden ayrılmasının mümkün olmadığını belirtir. Arpanet'in ilk uygulamaları, tüm uygulamaları arasında da yüzde 73'lük bir yer tutan elektronik mektuplar olmuştur (Zakon, 2003: 15).

1975 yılına gelindiğinde ise Arpanet artık yüz düğümlü bir ağ haline gelmiştir. Bu tarihten sonra ise interneti bir mite dönüştüren ve kendinden önceki araçlardan farklı bir yere koyacak olan gelişmeler hızlanmaya başlamıştır. Bu yeniliklerden öne

çıkanlardan birisi TCP/IP protokolü ve bu protokolü internet için tek hale dönüştüren Unix işletim sistemidir. İnternetin bugünkü halini kazanmasında büyük öneme sahip olan bu sistem 1973 yılında DARPA tarafından finanse edilen iki mühendis tarafından gerçekleştirilmiştir. IMP'e olan ihtiyacı ortadan kaldırmış ve fiziksel olarak birbirinden uzak olan ağları 'gateway' adı verilen donanım ile birbirine bağlayabilmişlerdir. TCP (Gönderim Kontrol Protokolü) adı verilen bu protokol internetin gelecekteki yapısının temel taşı oluşturmuştur. TCP daha sonra ikiye bölünerek, TCP /IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) adını almıştır. Çok sayıda benzer protokol ortaya çıkmasına ve denenmesine rağmen TCP/IP herkese açık olması ve her türlü donanımda çalışması sebebiyle standart hale gelmiştir.

İnterneti diğerlerinden ayıran başka bir özelliği ise nispeten daha geç ticarileşmesidir. Teknolojide ortaya çıkan pek çok yenilik genelde askeri kökenlidir ve hükümet desteklidir. ABD'de bu yeniliklerle ilgili izlenen alışıl gelmiş yol; bir prototip oluşturulduktan sonra özel şirketlere devredilmesi ve ticarileştirilmesidir ancak Arpanet ilk gelişmelerden sonra uzun bir süre özel şirketlere devredilmemiştir. Bu durum hakkında farklı görüşler olmakla birlikte kimi araştırmacılar, bunun bir tercih olmadığını söylemektedirler. DARPA'nın interneti özel şirketlere devretmeye çalıştığını fakat şirketlerin ticari gerekçeler göstererek bunu kabul etmediklerini belirtmektedirler. Bazı çalışmacılar ise internetin ticari uygulamalara uygun olmadığını, internetin yapısının kar üreten bir yapı olmaktan ziyade kamu malı niteliği gösteren bir yapı olmasını bu gecikmeye sebep olarak sunmaktadırlar (Başaran, 2006: 17).

Araştırmacıların ve akademisyenlerin birbirleriyle iletişimlerinde hızlı ve kolay olmasından dolayı başat araç haline gelen internet, 1980'li yıllarda ticarileşmeye başlamıştır. DARPA ilk olarak interneti iki farklı ağ haline getirmiştir. Arpanet üniversite, sanayi ve diğer kurumların birbirleriyle iletişimine bırakılırken askeri amaçlar için Milnet kurulmuştur. İnternetin yayılması ve gelişmesi konusunda sorumluluk üstlenen NSF (Ulusal Bilim Kurumu) 1985 yılında kendi internet altyapısını NSFNET'i kurmuştur ve akademisyenlere hizmet vermeye başlamıştır (Kahn, 1994: 260). NSF'nin altyapısında erişim standardı olarak koyduğu kurallar TCP/IP'in elini güçlendirmiştir. 1988'de Kanada, Danimarka, Finlandiya, İzlanda, Norveç ve İsveç kendi araştırma ağlarını NSFNET'e bağlantılandırdı. 1989'da Avustralya, Almanya,

İsrail, İtalya, Japonya, Hollanda, Meksika, Yeni Zelanda ve İngiltere NSFNET'e bağlandı.

1990 yılında ise Arpanet'e bağlı olan tüm kullanıcılar ve ana bilgisayarlar NSFNET'e devredildi. NSFNET değişik üniversite, araştırma kurumu ve kamu idarelerinin ağlarından oluşan bir araştırma ağı haline geldi (Mowery ve Simcoe, 1999: 35). İnternetin tarihinde bir diğer önemli gelişme ise Avrupa'da CERN (Avrupa Nükleer Araştırmalar Merkezi)'de ortaya çıkmıştır. 1990 yılında Tim Berners-Lee tarafından geliştirilen WWW(World Wide Web) ile internet hem çoklu medya uygulamaları hem de ticari uygulamalar için uygun hale getirilmiş oldu. WWW'in iletişim kurallarını belileyen HTTP'nin de ortaya çıkması ile WWW çok daha hızlı yayılır olmuştur (Başaran, 2006: 51). İlk medya görüntülenme aracı Mosaic'in geliştirilmesi ve herkese açık olması ve diğer gelişmelerin de yardımı ile internet hızla yayılma imkanı buldu. NFS başlangıçta ticari oluşumlara erişim iznini engelleyen erişim politikasını değiştirenince internet 1995 yılında 6.6 milyon bağlı bilgisayar ve sunucu sayısına ulaştı. Artık birbirleri arasında bağlantılara sahip ticari ağlardan oluşan bir internet omurgası vardı.

Türkiye'de ilk olarak 1980'li yılların ortalarından sonra gündeme gelen internet ağı üniversiteler liderliğinde kurulmuş ve bu ağ yalnızca üniversiteler ve araştırma kuruluşlarına hizmet sağlamıştır. Bu ağın ihtiyaçları karşılayamaz duruma gelmesi, akademik kurumlar tarafından çok sayıda yeni bağlantının gerçekleştirilmesini sağlamıştır. Bugün ise gerek üniversitelerin, araştırma kuruluşlarının, gerekse ticari kuruluşların, kişilerin internete bağlantısını gerçekleştiren çok sayıda bağlantı merkezi bulunmaktadır (Şeker, 2005: 68-69). Türkiye'de ilk internet bağlantısı 12 Nisan 1993 tarihinde TÜBİTAK destekli bir proje çerçevesinde ODTÜ üzerinden gerçekleştirilmiştir. 1994 yılının başlarında Ege Üniversitesi bağlantısı kurulduktan sonra, Bilkent Üniversitesi Eylül 1995'te, Boğaziçi Üniversitesi Kasım 1995'te ve İstanbul Teknik Üniversitesi Şubat 1996'da internet bağlantılarını gerçekleştirmiştir (İçel, 2001: 415).

Kendisinden önceki yapıları kökünden değiştiren ve yeni-eski medya ayrımının temel faktörü olan internetin dinamosu web'in kısa tarihinden bahsettikten sonra sırasıyla onun telefonlara, televizyonlara ve diğer tüm araçlara uzanan evriminden bahsetmek gerekmektedir.

2.2.2. Web 1.0'dan Web 2.0'a Geçiş

İnternetin uygulama alanında bulunan Web'in temel unsurları web sayfaları ve bu sayfaların oluşturduğu web siteleridir. Film, animasyon, ses, resim, yazı gibi çeşitli ortamların aktarılmasını sağlayan web siteleri bir sistem özelliği taşır. İnsanlar Web'i, üzerinde herhangi bir konuda bir sayfa hazırlayarak bir iletişim aracı olarak kullanabilmektedirler. İlk dönemlerdeki tek taraflı yapısından dolayı statik olarak tanımlanan web sayfaları genelde bilgi vermeye yöneliktir ve sabit bir özellik taşırlar. Dinamik web sayfaları ise sayfayı ziyaret eden insanlarla etkileşim kurar ve geri bildirim sağlayarak ek bilgiler sunma özelliğini de haizdir.

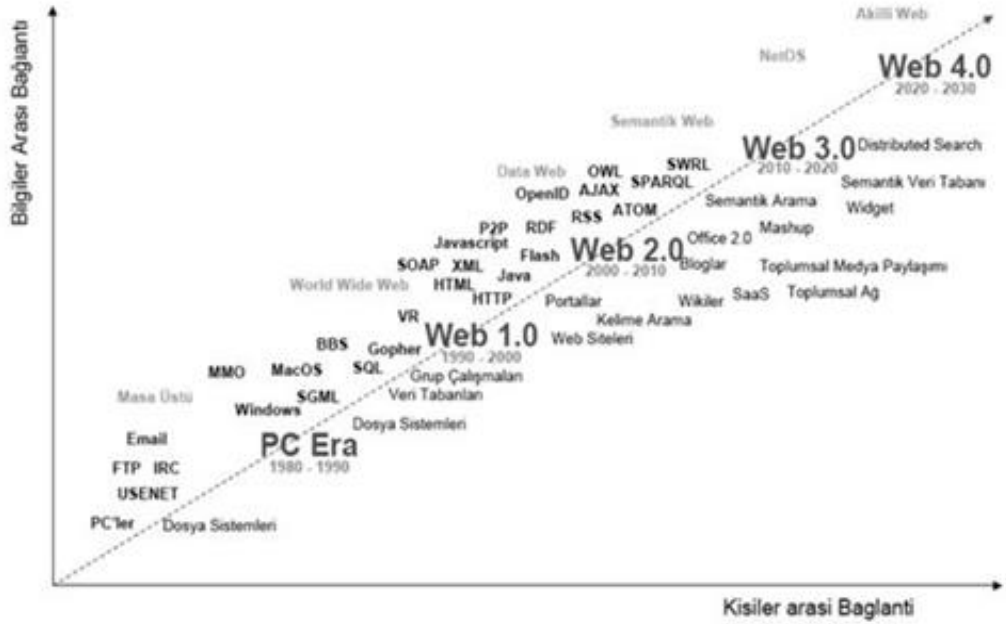
İnternetin tarihi bölümünde de bahsedildiği üzere web Tim Berners-Lee tarafından araştırmalar yapan kişiler arasında etkin ve kolay bir haberleşme platformu olarak CERN'de (European Particle Physics Laboratory) 1991 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Web tarayıcısı Mosaic'in ortaya çıkmasını ilk sanal mağazalar ve bankaların ortaya çıkması gibi diğer yenilikler izlemiştir. Microsoft ile Mosaic'in ileri sürümü sayılan Netscape arasında tarayıcı savaşları 1995'te yaşanmaya başlamış, yine aynı yıl java ve javascript kullanılmaya başlamıştır. Java dinamik web sayfalarının oluşturulmasında ve kullanılmasında önemlidir. 2000'li yılların başlarında çok sayıda kurulan internet şirketleri, teknoloji firmalarının yer aldığı borsa göstergesi (endeks) olan NASDAQ'daki senetlerin büyük değer kaybı yaşamıyla ortaya çıkan kriz (dot-com krizi) sonucunda zarar etmekten kurtulamamış ve batmıştır. Bundan sonraki dönemde ise altyapılara yatırım yapan telekomünikasyon şirketleri internete ulaşma maliyetlerinin düşmesini sağlamış ve bağlantının hızını da yükseltmişlerdir.

Gerekli altyapı sistemler ve şartlar oluştuktan sonradır ki yeni iş modelleri geliştiren bazı internet şirketleri görülmeye başlanmıştır ve bunlardan en bilinenleri bugün piyasada bir dev haline gelen google, amazon, ebay, myspace, facebook gibi sitelerdir. Her ne kadar aralarında siyahla beyaz kadar net bir ayırım olmasa da web üzerinde yer alan ve takriben 2003'lere kadar ortaya çıkan ve birtakım benzer özelliklere sahip olan ilk dönem tasarımlarına web 1.0 siteleri denmektedir. Web 1.0'ın mantığına göre tanıtım ve bilgi sunma temel özelliktir. Site tek bir kişi tarafında yönetilir ve ziyaretçiler sadece okuyucu olarak tanımlanır. Az sayıdaki içerik, çok sayıdaki istemciye cevap verir (Cormode ve Krishnamurthy, 2008: 93). Linklerin tek

tip ve aynı yapıda olmasının yanı sıra web 1.0'da var olan linkler diğer kaynak sitelere de yönlendirmektedir.

Web 1.0'da içerikler çeşitli zamanlarda yönetici ya da belli bir merkez tarafından yüklenir veya güncellenir. Yani site yöneticisinin kontrolünde bir ortam söz konusudur ve bu içerikleri görüntülemek isteyen ziyaretçinin sitelere üye olma, kayıt yaptırma zorunluluğu bulunmamaktadır. Web 1.0 sayfalarında sayfa düzenini oluşturmak için tablolar kullanılır. Ana sayfa ve bu sayfaya linklerle bağlanan detay sayfaları web sitesini oluşturmadaki en iyi stratejidir. Sayfa içeriği yatay çizgilerle anlamlı bölümlere ayrılır. Pencere (frames) sıklıkla kullanılır. Ancak pencere kullanımını sitenin sık kullanılanlar listesine eklenmesini ve yazıcıdan sayfa çıktısının alınmasını zorlaştıran bir etkidir (Baytar, 2011: 12).

Şekil 2.1. Web'in Gelişimi



Kaynak: (O'Reilly, 2019)

2001 yılında Amerika'da dot-com krizi olarak bilinen olaydan sonra yaşanan büyük kayıplardan sonra O'Reilly ve MediaLive International isimli firmaların düzenlediği ve yazılım dünyasından önde isimlerin bulunduğu konferansta, web için bu yaşanan krizin bir kırılma noktası olduğu ve yeni bir dönemin başladığı konuşulmuştur. 15 yıl gibi kısa bir sürede CERN'deki bilim adamlarının haberleşmeleri için ortaya çıkarılan araç amacını çoktan aşmış ve milyonlarca

kullanıcısı olan bir bilgi alanına dönüşmüştür. Daha sosyal ve daha katılımcı bir yöne doğru giden Web'in bu yeni dönemine 'Web 2.0' tanımlaması yapılmıştı. Dale Dougherty ve O'Reilly Web'in heyecan verici yeni uygulamalarıyla daha önce hiç olmadığı kadar önemli bir hale geldiğini belirttiler. Sonuç olarak bu kavram, belirlenmiş bir grup teknolojinin özünü yakalamak amacıyla değil aksine sınırları belli olmayan bir olguyu tanımlamak amacıyla üretilmiştir (O'Reilly, 2019).

Yazılan kaynaklar ve uzman görüşler incelendiği zaman web 2.0 kavramı nedir sorusu üzerinde uzlaşmış bir tanımın olduğuna rastlanamamıştır. Yeni bir teknoloji mi yoksa bir pazarlama terimi mi olduğuna dair kesin bir görüş birliği bulunmamaktadır. Örneğin Sun (2009: 47)'a göre web 2.0 teknolojik bir terim değil daha çok soyut bir kavramdır. Bir kullanıcı sıradan bir web sayfasını yeni ve zengin tasarımlar ve uygulamalar ile zenginleştirebilir ve artık bu sayfa web 2.0 olarak tanımlanabilir. Lin'e göre ise web 2.0 kullanıcının durumundaki değişikliği ifade eder. Web 1.0'da pasif durumda okuma işlevini gerçekleştiren ziyaretçiler web 2.0 uygulamalarının kullanıcılara web içeriğini değiştirme imkânını veren açık bir yapıya sahiptirler. Bu amaca ulaşırken kullanılan teknolojiler etkin rol oynamakla birlikte ikinci derecede öneme sahiptirler (Lin'den aktaran Baytar, 2011: 34).

Konuyu daha iyi anlamak için Web 1.0 ve Web 2.0 arasındaki farklardan bahsetmek daha faydalı olacaktır. Böyle bir farkın var olup olmadığı ve ne olduğu sorusu Web'in kurucusu Sir Tim Berners-Lee'e sorulduğunda ise "Web 1.0 insanların birbirleriyle iletişimini sağlamak içindi, etkileşimli bir alandı ve sanırım Web 2.0 bir parça jargondur, insanlar onun ne anlama geldiğini tam olarak bilmezler. Eğer sizin için Web 2.0 bloglar, wikiler demekse bu insanlar arasında bir paylaşım ağı kurulmuştur anlamına gelir ki Web'in de böyle olması gerekiyordu. Aslında Web 2.0, Web 1.0'ın standartlarıyla kullanımı anlamına gelir" yanıtını vermiştir (Anderson, 2007: 20).

Aşağıdaki tablo incelendiğinde göze çarpan en belirgin farkın sadece okuma yapılan ortamdaki ziyaretçinin kendisinin de fikir belirterek dâhil olduğu geçiş süreci olduğu görülebilmektedir. Kullanıcının hem okur hem de yazara dönüştüğü bu yeni profil web 2.0'ı da diğer tüm araçlardan ayıran en temel özellik olarak göze çarpar. Üstelik bu yeni nesil medyanın muhatabı yerelde de uluslararasıdır ve bir bakıma ilktir.

Tablo 2.2. Web 1.0 ve Web 2.0 Arasındaki Farklar

Web 1.0	Web 2.0
Statik Bannerlar	Sitedeki içeriğe göre reklam
Ofoto gibi fotoğrafları sadece kendi kullanımınız için saklayacağınız ortamlar	Fotoğraflarınızı milyonlarla paylaşabildiğiniz Flickr
Akamai	BitTorrent
Ansiklopedik bilgiyi arayacağınız yer Britannica Online	Ansiklopedik bilginin aşamalı şekilde oluştuğu Wikipedia
Kişisel web siteleri	Blogging
Alan adı spekülasyonu	Arama motoru optimasyonu
Sayfa görüntülenmesi	Her tık için maliyet tıklamaların değerlendirildiği dönem
Ekran scraping	Web hizmetleri
Yayınlama	Katılım
İçerik yönetim sistemleri	Wikis
Klasör yapıları (taxonomy)	Etiketleme ("folksonomy")
Yapışkanlık	Sendikasyon

Kaynak: (Aytekin, 2009: 22)

2.2.3. Web 2.0 Araçları

Web 2.0 kullanıcılarının daha fazla etkileşimle, daha toplumsal bir biçimde Web'i kullanmalarına imkânlar sağlamakta ve başlangıçta hiç tahmin dahi edilmeyen bir hızda gelişerek özellikle de sosyal uygulamalardan aldığı güçle gelişimine devam etmektedir. İşletmeler, kamu kurumları, akademiler ve diğer sosyal oluşumların hepsi web 2.0'ın getirdiği nimetlerden faydalanmakta ve kullanmaktadır. Daha fazla

kullanıcının katılımıyla Web 2.0'ın değerini fark eden birçok bilişim teknolojileri tedarikçisi ve hizmet sağlayıcısı ürünlerini ve hizmetlerini 'Web 2.0 uyumlu' olarak düzenlemekteler ve yeni Web 2.0 gelişim araçlarını pazara sunmaktadırlar. Eski Web'in yeni bir paradigması olarak kabul edilmesine rağmen artık Web 2.0 kısaca bahsedeceğimiz hizmetlerinin gelişmesinden dolayı web 1.0'dan çok farklı özelliklere sahiptir. Aşağıda öncelikle web 2.0'ın sağladığı hizmet türlerinden daha sonra da günümüzde bu hizmetleri sunan popüler uygulamalardan bahsedilmiştir.

2.2.3.1. Bloglar (Günlükler)

Kullanıcıların defterlerinde tuttıkları ve fikirlerini, düşüncelerini yazdıkları günlüklerini çevrimiçi ortama taşımalarına imkân sağlayan sitelere web blogları ya da web günlükleri adı verilir. Web blogları metinsel, fotoğraf veya video gibi medyaları içerebileceği gibi bunların hepsini aynı anda da ihtiva edebilir. Herkesin rahatça ulaşabileceği blogların kısa mesaj, elektronik mail servisleri vardır ve blogların hepsinin web ara yüzü ile rahatça toplu şekilde görülebileceği blog sphere oluşumları mevcuttur. Bir kullanıcı istediği kadar blog topluluğuna üye olabilir, diğer kullanıcıların sayfalarını takip edip anlık bildirim özelliği ile sürekli güncellemeleri takip edebilir. Doğal olarak her yıl milyonlarca yeni blog ve verinin işlendiği platformlara işletmeler de ilgi göstermekte ve verileri takip etmektedirler. Aytekin (2009: 61)'e göre günümüzde en popüler blog uygulamalarına örnek vermek gerekirse bunlar aşağıda belirtildiği gibidir:

- **Taşınabilir Tip (Movable Type):** Kullanıcının web sunucusuna yüklenmesi gereken bir blog yayınlama sistemidir. Kullanıcı hesapları, yorumlar, kategoriler, temalar ve geriye dönük izler dâhil çoğu blog özelliklerini taşırlar ve üçüncü parti eklentiler sayesinde geliştirilebilir.

- **WordPress:** Blog hosting sağlayıcısıdır. Çevrimiçi bu sistem kullanıcıların teknik bilgiye ihtiyaç duymadan kendi bloglarını oluşturmalarına ve yönetmelerine olanak tanır. Blog oluşturmak için kullanıcı WordPress'e kaydolur ve ücretsiz bir hosting hesabı oluşturur. Blog sahibi istemedikçe kullanıcıların blog mesajlarını okumak ve bunlara yorum yazmak için kayıt olmalarına gerek yoktur. Sitenin çoğu özellikleri ücretsizdir ancak bazıları, örneğin Cascading Style Sheet(CSS) düzenleyicisi ve alan adı haritalama ücretlidir.

2.2.3.2. Wikiler

Hawaii dilinde ‘hızlı’ anlamına gelen wikiwiki kelimesinden gelen wiki içerikler oluşturarak web tabanlı bir yazarlık sistemidir. Wiki’lerde bir web tarayıcısı yoluyla bütün kullanıcılar bir makale ekleyebilir, var olan diğer makaleleri denetleyebilirler ve onlarda buldukları noksanlıkların değiştirilmesini sağlayabilirler. Hamad (2009: 48)’a göre wikilerin yapısal özellikleri şu şekildedir:

- Wiki içinde otomatik hyperlinkler oluşan sayfalar yer alır. Wiki yazılım sistemi sayfaların başlıklarına göre bağlantıları ayarlar. Böylece yazarların sayfa bağlantılarını uzun uzun ayarlamasına ve kullanmasına gerek kalmaz.
- Editör onayı veya izni almadan yorum yapabilir düzenleyebilir ve yayına koyabilirsiniz. Wiki üzerinde önemli özellikler, içerik, değişim gözetme ve wikinin bir eski versiyona geçebilme ve spamleri engelleme yeteneği de kullanılabilir ve bir de kullanıcı erişimini ve ayrıcalıklarını kullanılabilir.
- Wiki’de aranılan belirli bir konu ya da bilgi ilgili anahtar kelimeler kullanılarak araştırılabilir.

Wiki hizmetlerinin avantajlarından bazıları ise araştırmacılar, öğrenciler, akademisyenler ve meraklılar tarafından yapılan katkılardır. Wikiler bilgileri açıklamakta ve güncel konuları ele almak için iyi bir sitedir ve e-postaya göre çok daha verimli ve işlevsel olduğu vurgulanmaktadır. Kolektif çalışmalarda birbirinden farklı grupların destekleri alınabilmektedir.

2.2.3.3. Mashuplar

Mashup, Web’de yer alan birden fazla kaynaktaki veriyi tek bir uygulama ile bilgi ve hizmet olarak bir araya getiren bir web siteleridir. Mashuplar topladıkları içerik türüne göre tanımlanmaktadır. Bir içerik mashup’ı örneğin, bir arayüz yoluyla sunmak için çok çeşitli içerikleri bir araya getirir. Bu içerikler metinler, veri-feedleri, videolar ve sosyal güncellemeler olabilmektedir. Çok fazla kategorilere ayrılmasına rağmen mashuplar genellikle haritalama, arama, spor, alışveriş, mobil ve filmler olarak tanımlanırlar.

Mashup'ın piyasa terminolojisinin yanı sıra bulut teknolojisi araçları ve veriye ulaşma gibi anlamlara da gelmektedir. Mahsuplara verilebilecek en güzel örneklerden birisi içerisinden çok fazla belki de yüzlerce uygulama çıkan Google Maps'tir. Yolların son durumunu anlatmak, şehirdeki ilgi çeken yerleri göstermek veya kiralık ilanları kullanmak isteyen bir web site, tüm bunları yapmak için en başından programlamak ve çalışır hale getirmek yerine, işine yarayan verileri Google Maps'ten alır ve kendi yazılımı ile birleştirir. Bu tipik bir mashup örneğidir (Technopedia, 2020). Web 2.0 teknolojileri arasında en önemli olanı ve sosyal hayatı en çok etkileyeni ise sosyal medyadır. Bir sonraki başlıklarda sosyal medya ve yeni medya ile ilgili olarak detaylı bilgilendirme yapılacaktır.

2.3. Yeni Medya

Literatürde çok fazla tanımı ve yorumu bulunan 'yeni medya' fenomeni ile ilgili söylenenlerden ortak bir tanım çıkarmak gerekirse yeni medya, modern iletişim teknolojileri ile baskı, ses ve görüntü kaydı gibi geleneksel medya formlarının hepsinin bir araya geldiği medyaya bir referanstır. Yeni medyanın en önemli açısı, daha fazla kullanıcı bazlı içerik, kullanıcılar arası devasa bir etkileşim, medyanın içeriğine anında ulaşım gibi teknolojilerle ulaşılabilirliğidir. Bilişim teknolojilerinin daha ucuz, daha güçlü ve taşınabilir olması ile medya üretim araçları ve neşri yükselmiştir. Bu sebeple toplu iletişim araçları gazete ve televizyon istasyonları gibi oldukça az olan çıkış kanallarından herhangi birisinin bir cihazla bağlanabildiği milyonlara ulaştı. İçerik üretiminin demokratikleşmesi ve neşriyatı geleneksel medyayı katı profesyonel ve hiyerarşik dünyasından ayıran şeydir.

Farklı kaynaklarda farklı kişilerce çeşitli değerlendirmeler bulunmasına rağmen yeni medyanın ne zaman ortaya çıktığı ve kullanılmaya bağlandığı üzerinde bir ortak görüş yoktur. Genel olarak yeni medyanın 1960'lardan itibaren hayatımıza girdiğini belirtmek önemlidir. Bu teknolojik ilerlemenin herhangi bir zaman diliminde yeni medya ile neyin kategorize edildiği belirleme trendini de gösterir. Bugün internet ve Web 2.0 yeni medyanın asıl bileşenini oluşturur. İnternet genel olarak yeni medyanın her yerde ve eşzamanlı olarak bulunma kapasitesine sahip olanı tanımlamıştır.

Yeni medya kavramı ile toplu iletişim ortamında alıcı-gönderici ilişkisinde daha katılımlı bir dağıtımını ve gazeteciliğe ait bilgi paylaşımını yeniden tanımlayan web temelli kolaylaştırılmış kanallar kastedilir (Nwabueze, 2009: 25). Yine Nwabueze iletişim sürecinde medyanın gelişen rolünü şu şekilde tarif eder: Özel ve kamu arasında ya da kişilerarası yahut toplu ayrımını bulanıklaştıran iç içe geçmiş bir ses, video ve elektronik yazı iletişimlerinin evrimidir.

Asemah (2012: 11) yeni medyayı eski medyadan ayıran temel özelliğın birbirine bağlanmışlık olduğunu yani gönderen ve alıcı olarak bireysel kullanıcılara erişimleri, etkileşimleri ve kesin bir lokasyona sahip olmamayı belirtir. Diğer bir deyişle yeni medya her yerde ve herhangi biri tarafından herhangi bir yerde erişilebilir. Temel olarak interneti aldığımızda yeni medya ne yaptı sorusuna verilebilecek cevap onun toplu iletişim kanalları ile var olanı yeniden tanımlamasıdır.

Yeni teknoloji olarak ifade edilen teknolojilerin çoğu dijitaldir yani manipülasyona açıktır, bütün ağı yayılabilir, baskılanabilir ve etkileşime geçebilir karaktere sahiptir. Bunlara verilebilecek bazı örnekler internet, web siteleri, bilgisayar oyunları vb.'dir. Televizyon programları, uzun metrajlı filmler, dergiler, kitaplar ve gazete gibi kâğıt basım yoluyla yayın yapan bütün ürünler Wikipedia gibi etkileşime açık olmadığı sürece bu kategoriye dâhil edilmez. Podcastleri, RSS kaynaklarını, sosyal ağları, wikileri ve daha fazlasını böylesine gözde yapan özellikler herkese açık, değiştirilebilir, basit ve en önemlisi de nispeten oldukça ucuz ya da bedava olmasıdır.

İnternet çağında en çok kullanılan sözlerden birisi yeni medyadır. Fakat genel kullanımın aksine yeni medya tanımı içerisine neler girdiği hakkında bazı sorunlar da mevcuttur. Örnek olarak merkezi haber kanallarının sosyal medya sayfaları ve web siteleri bu alana dâhil midir sorusu oldukça tartışılmıştır. Bu çalışmanın temel perspektifine göre bu tarz yayın araçları yeni medya değildir çünkü endüstriyel veya ideolojik amaçları yayınlar kullanıcı etkisine kapalıdır, bilgi dolaşımını bulunmadığı ve Wikipedi tarzı kapasiteleri bulunmadığı için geleneksel medyadan kopamamışlardır.

2.3.1. Vatandaş Gazeteciliği

Matbaanın icadından beri profesyonel olmayan yazarlar broşür vb. yoluyla zamanın öne çıkan olaylarını yazmışlar veya kamuoyu ile bilgilerini paylaşmışlardır.

Buna rağmen yurttaş gazeteciliğinin bu ilk formlarının bazı kısıtlamaları vardı. Bilgi sadece kısıtlı sayıda insan tarafından belirli bir alanda belirli bir maliyet karşılığında dağıtılabiliyordu. Web 2.0'ın ortaya çıkışı ile dünyanın her yerinden insan ile anında bilgi paylaşımını internete erişimi olan herkes için bir gerçeklik haline dönüşmüştür. Bu gerçekliğin bir sonucu olarak milyonlarca amatör gazeteci kendi tecrübelerini çevrimiçi olarak paylaşmaya başlamışlardır ve medyanın gündemi sadece ana akım medya tarafından yapılmamaya veya bir başka deyişle yapılamamaya başlanmıştır.

Yurttaş gazeteciliğinin bilinen isimlerinin değişkenliği kadar kendisi de değişkendir: Gerilla, ağ, katılımcı, sokak, açık kaynak gazeteciği bu değişkenliğe verilebilecek örnekler arasında yer alır. Bowman ve Willis (2003: 24) yurttaş gazeteciliğini bir bilgi ve haberin neşrinde, analizinde, raporlanmasında ya da toplanmasında vatandaş ya da bir grup yurttaşın aktif olarak yer alması şeklinde tanımlamaktadırlar. Uygulamada ise bu var olan bir habere yorum yapmaktan bir makale yayınlamaya, internetten radyo yayını yapmaya, Twitter'da ya da başka bir blogda fotoğraf ya da video paylaşmaya, CNN gibi kablo tv yayını yapan ana akım medya platformlarının etkileşimli eklentilerine katkıda bulunmaya kadar değişebilir. Yurttaş gazetecilerin bazıları kendilerini bir hikâyeye dâhil etmeye ve aktivist gibi davranmaya eğilimlidirler. Bazıları ise sadece doğru zamanda yanlış yerdedirler, büyük bir kasırganın ortasında kalmış ve buradan aldığı görüntüleri tv kanallarına aktaran mahalle sakinleri gibi. Gazetecilik onların asıl mesleği değildir ve sadece çok az kısmı bu yaptığı katkıdan dolayı bir ücret alır.

Vereceği haberleri izleyicisinin karşısına dikey bir formatta tamamlanmış bir ürün olarak getiren geleneksel gazeteciliğin aksine yurttaş gazeteciliği daha yatay bir zemindedir ve genellikle sunduğu bilgi tamamlanmamış ve olma aşamasındadır (Bruns, 2007: 77-80). Wikipedia'da uygulaması görülen Wiki gazeteciliği bunun en bariz örneğidir. Herkesin katkı vermesine, düzenleme yapmasına ve gerektiğinde kaldırmasına olanak sağlayan web tabanlı bir şekilde çalışmaktadır. Yani insanlar sadece gücü elinde bulunduran editör veya siyasetçilere dikey olarak bağlanmamakta aynı zamanda hareket halinde olmalarını sağlayan bir şekilde birbirleriyle de yatay bir bağ kurmaktadır (Rosen, 2010: 17). Bilgi akışı artık yukarıdan kontrollü değildir. Okuyucular muhabir olmaktadır ve gazeteciler tek bir kimlik paylaşmaktalar.

Açık kaynaklı ve kullanıcı dostu teknoloji sayesinde yurttaş gazeteci olmak için gerekli teknolojiye erişim bugünlerde oldukça kolaylaşmıştır ve internet erişimi olan bir bilgisayar veya cep telefonu, video veya fotoğraf yüklemek için bir genişband ve bir adet kameraya sahip olan herkes yurttaş gazeteci olabilmektedir. Bir blog kurmak için gerekli olan yazılım ise wordpress.org ve blogger.com'da ücretsizdir ve fotoğrafları-videoları Youtube ya da Flicker'a yüklemek ise sadece birkaç dakika sürmektedir. İzleyicilerin tüm yapması gereken tarayıcıda anahtar kelimelerden birini ya da birkaçını yazmak veya fotoğrafın hashtaglandığı alana denk gelmektir. Nihayetinde yurttaş gazeteciliğinin gelişmesi için teknolojik gelişmeler kadar kültürel değişimlere de ihtiyaç duyulmaktadır. Daha önceden pasif olan dinleyiciler artık haberlere aktif olarak katılmaya ihtiyaç duymaktadır ve diğer bir yandan ise ana akım medya da artık kullanıcı temelli kanalların önemini anlamak ve verimli bir şekilde birlikte çalışmayı öğrenmek zorundadır.

2.3.2. Sosyal Medya ve Uygulamaları

Belki de diğer teknolojik gelişmelerle kıyaslandığında göz açıp kapayıncaya kadar bir sürede hayatımıza giren ve yeni bir olgu olan sosyal medya içerisinde çok farklı medyaları bulunduran yeni bir medya türüdür. Geleneksel medyayı kısmen bünyesinde barındırmasına rağmen kendine has birtakım özellikleri ile de birçok araştırmanın konusu olmaktadır. Sosyal medya ve uygulamaları aşağıda alt başlıklar halinde irdelenmiştir.

2.3.2.1. Sosyal Medya

Çoğu ortamlarda web 2.0, sosyal medya ve mashup gibi kavramların birbirlerinin yerine kullanılmakta olduğu gözlemlenmiştir. Milenyum çağı olarak adlandırılan 2000'li yılların başında enformasyon teknolojilerinin geçirdiği büyük değişim, kişisel bilgisayarların üretimi ve maliyetlerinin düşmesi ile yaygınlaşması, web sisteminde yaşanan gelişmeler sonrasında medya üreticisi ve tüketicisi konumları yapısal değişiklikler göstermiştir.

Sosyal medya aynı zamanda yeni medya ile de sık sık birlikte kullanılan bir kavramdır. Büyük medya şirketlerinin tahakkümünde bulunan medya geleneksel medya kısmında da anlatıldığı gibi web 2.0 teknolojisi gelişene dek tek yönlü bir

iletişim ile yine tek yönlü bir üretim ve tüketim ilişkisi seyrinde ilerlemektedir. İnternetteki her bir ziyaretçinin dilediği zaman üretici konumuna geçmesini sağlayan web 2.0 teknolojilerinin hayatımıza girmesi ile yapısı değişen bu yeni medyaya sosyal medya ismi verilmektedir (Demircan, 2010: 12). Soyut kavramlarda genellikle karşılaşıldığı gibi sosyal medyanın da tek bir tanımı yoktur ve çeşitli görüşler mevcuttur.

Sosyal medya ile yeni medya arasındaki fark bu kavramsallaştırmanın çok önemli bir noktasıdır. Birbirine çok benzer kullanımları ve tarifleri bulunmasının yanı sıra dijital ortamda da beraber var olmaktadır. Aralarındaki farkı yaratan ince detay ise tartışma halindedir. Daha önce de bahsedildiği gibi yeni medyanın bilginin üretildiği ve dolaştığı ortam iken sosyal medya kavramı bu bilginin insanlar tarafından tartışıldığı çevrede başlar. İşte bu noktadan hareketle sosyal medya kamusal alan olarak değerlendirmeye alınabilmektedir. Sosyal medya diğer bir ifade ile sınırları belirlenmiş bir sistem içinde halka yarı açık ya da açık profil oluşturmasına, bağlantıda olduğu diğer kullanıcıların listesini açıkça vermesine, bu diğer kullanıcıların sistemdeki listelenmiş bağlantılarını görmesine ve aralarında gezmesine izin veren web tabanlı hizmetlerin tümüdür (Büyükşener, 2009: 88).

İnternetin enformasyon sistemini, medyayı ve dolayısıyla toplumu bu kadar hızlı domine etmesi çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Morgon Stanley 2004 yılında yürüttüğü bir araştırmada geleneksel kitle iletişim araçları ve interneti karşılaştırmış ve radyonun toplu kullanımla beraber 50 milyon kullanıcıya yayılma hızının 38 yıl, televizyonun 13 yıl, internetin ise sadece 5 yılda olduğu sonucuna ulaşmıştır (Kara ve Özgen, 2012: 19). Bu kadar kısa bir sürede hayatımızın önemli bir parçası haline gelen sosyal medya halen de kullanıcı sayısını artırmaktadır ve toplumun her kesimine ulaşabilmektedir. Yine sunduğu hizmetler noktasında da geleneksel medyanın aksine sadece bilgi sunma değil araştırma, eğlence, oyun oynama ve veri işleme gibi işlevleriyle etkileyicidir.

Sosyal medyayı insanların birbirleri ile sohbet ettikleri, diyaloglar kurup paylaşımlar yaptıkları her yer olarak gören bir görüş de bulunmaktadır. Küçük veya büyük çapta olsun bloglar, anlık mesajlaşma siteleri, forumlar da dâhil olmak üzere insanların istediklerine ulaşabildikleri ve katkıda buldukları her ortama sosyal

medya da denilebilmektedir. Facebook gibi sosyal ağ siteleri, Flickr gibi fotoğraf paylaşım siteleri, Youtube gibi video paylaşım siteleri, LinkedIn gibi iş ağ siteleri, Twitter gibi mikro bloglama siteleri vb. birçok sosyal ağ sitesi bulunmaktadır. Bu tür sitelerin kullanımını milyarlarca insanın dünyadaki diğer insanlarla etkileşim içerisinde olmasına fırsat sağlayan bir iletişim mekanizması haline gelmiştir (Whiting ve Williams, 2001: 362).

Sosyal ağ terimi, ortak olan bir amaç etrafında toplanan insanların fikir alışverişlerine ve diğer insanlarla etkileşime girmelerine imkan veren internet üzerinde topluluk oluşturmalarını ifade etmektedir Tosun (2010: 157) göre ise insan hayatının merkezine oturan ve insanların hayat tarzı ve vazgeçilmez bir meşgalesi haline gelen sosyal ağ uygulamaları, Web 2.0 teknolojisi ve internet aracılığıyla içerik ve etkileşim paylaşımlarında imkan tanıyan online uygulamalardır.

Yukarıda belirtildiği gibi çok fazla tanımı bulunan sosyal medyanın giderek daha da genişlemesi kavramsal olarak tanımlanmasını da karmaşıktır. Literatürde bulunan farklı yorumlar ve tespitler göz önüne alındığında ortak olan özellikleri sıralamak kavramı daha iyi anlamak açısından faydalıdır. Asemah (2002: 83) sosyal medya tanımlarının bazı ortak özellikleri arasında yer alan katılım, konuşma, topluluklar, bağlantısallık ve diyalog kavramlarına ayrıntılı bir şekilde aşağıdaki gibi yer verilmiştir:

- **Katılım:** Sosyal medya ziyaretçi ve kullanıcılarının hepsine paylaşımlara katılım ve geribildirim yapabileceği imkanı sunar. Üretici ve tüketici arasındaki ayrım grileşir.

- **Konuşma:** Kullanıcılar diğer kullanıcıları tanıyabilir veya tanınabilir çift yönlü etkileşime girebilir ve dönüt alabilir. Bu nitelik Sosyal medyanın en ayırt edici yönlerinden birisidir.

- **Topluluklar:** Sosyal medya araçları üzerinden kullanıcılar birtakım gruplara ve topluluklara katılabilir, bu topluluklardan isterse aradığı bilgiyi edinir isterse de aktif olarak video, resim, metin paylaşarak aktif olarak rol alabilir, çok sayıda insana anında ulaşabilir.

• **Bağlantısallık:** Web siteleri ve uygulamaların en temel prensiplerinden birisi diğer sitelerle ve uygulamalarla bağlantı kurup, orada oluşturulan veriyi kullanabilmektir.

• **Diyalog:** Geleneksel medyanın tek yönlü ve sadece okuma üzerine olan yapısının aksine sosyal medyada genelde iki veya daha çok yönlü bir konuşma-diyalog hali mevcuttur.

2.3.2.2. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi

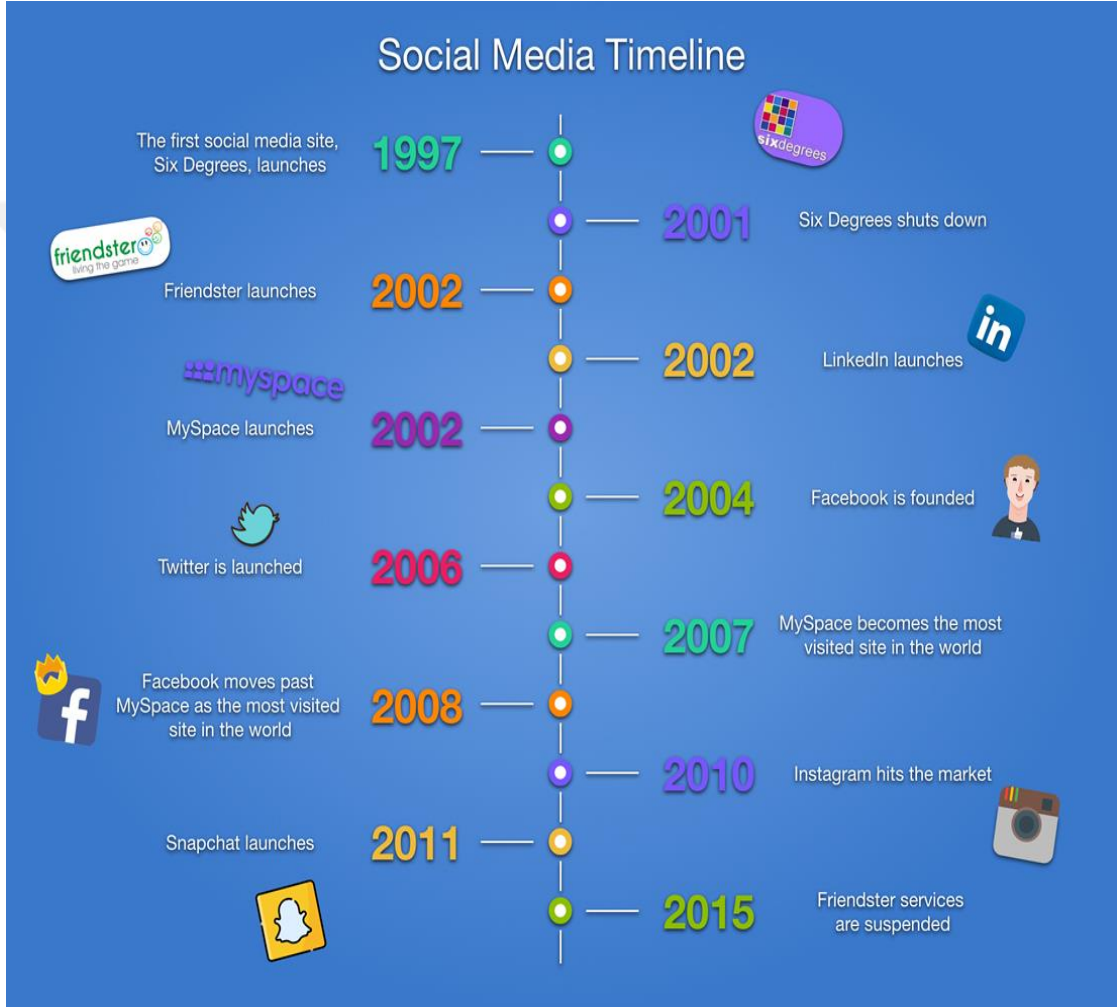
İlk sosyal ağ sitesi olarak kabul edilen oluşum 1997 yılında ortaya çıkan SixDegrees. com'dur. İnsanların eski arkadaşlarını bulmaları ve iletişime geçmeleri motivasyonu ile kurulan bu site oldukça popüler olmuş fakat benzerleri ile rekabet edememiş ve 2000 yılında kapatılmıştır. Yine de ileride daha kurumsal olanlar için ise öncül olarak kabul edilmişlerdir. 1999 yılında AsianAvenue, Black Planet, LiveJournal, 2000 senesinde ise LunarStorm, MiGente, 2001 yılında Cyworld, Ryze, 2002 yılında Fotolog, Friendster ve Skyblog siteleri kurulmuş ve halen birkaç günümüzde ziyaretçiler tarafından aktif olarak kullanılmaya devam etmektedir.

SixDegrees.com gibi ilk dönem sosyal ağlarında insanlar arkadaşlık davetlerini kabul etmek dışında pek fazla etkinliğe sahip olmadıkları gibi çevrimiçi olarak arkadaşları ile sohbet etme şansına da sahip değillerdir. Bu yüzden de ilk dönem sosyal medya ağları günümüze kıyasla başarısız olmuşlardır (Boyd ve Ellison, 2007: 214). Web 1.0 dönemi olarak bilinen 1990-2000 yılları arasında sadece elektronik mektup ile iletişime geçebilen insanlar web 2.0'in ortaya çıkması ile çok daha çeşitli ve gelişmiş sosyal ağlar ile tanışmışlardır ve zamanla arkadaşlarını bulmanın yanında fotoğraf ve video ekleme, müzik paylaşma, bir konu üzerinde tartışma imkânlarına sahip olmuşlardır.

Ülkelerin internet ve sosyal medya kullanımı ile ilgili yayımlanan "We Are Social 2018 " isimli istatistik raporunda, dünya genelinde bir internet kullanıcısının günde 6 saat internette zaman harcadığı fakat Türkiye'deki bir internet kullanıcısının günde 7 saatten fazla internette zaman geçirdiği belirtilmiştir. Yine aynı rapora göre Türkiye'de nüfusun %54,3'ü internette zaman geçirmektedir. Ayrıca buna ek olarak, ülkemizin %84'ünün her gün internet kullandığı ve dünya genelinde sosyal medya

kullanıcılarının oranının bir yılda %13 arttığı, Türkiye’de ise sosyal medya kullanıcısının son bir yılda % 6 oranında bir artış gösterdiği ve sosyal medya kullanıcı sayısının 51 milyona ulaştığı belirtilmiştir (Aslan, 2020: 19). İnternet kullanımında sosyal medyayı tarihsel süreçte ele alıp kullanım oranı aşağıdaki grafiklerle özetlenmiştir:

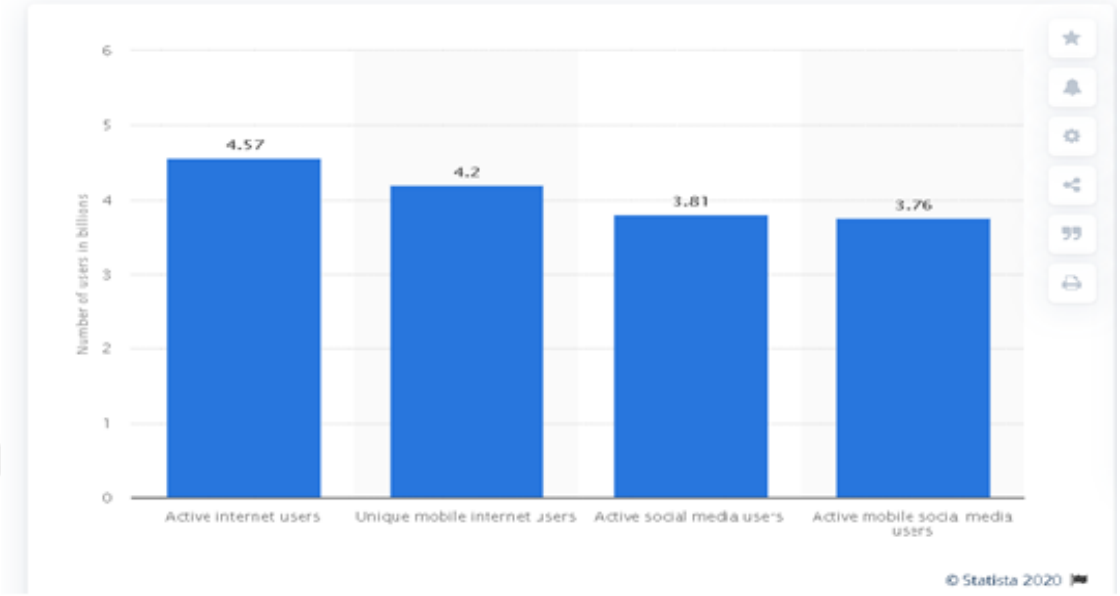
Şekil 2.2. Sosyal Medyanın Kısa Tarihi



Kaynak: (IWS, 2019).

Şekil 2.3: 2020 Yılında Dünyada İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları

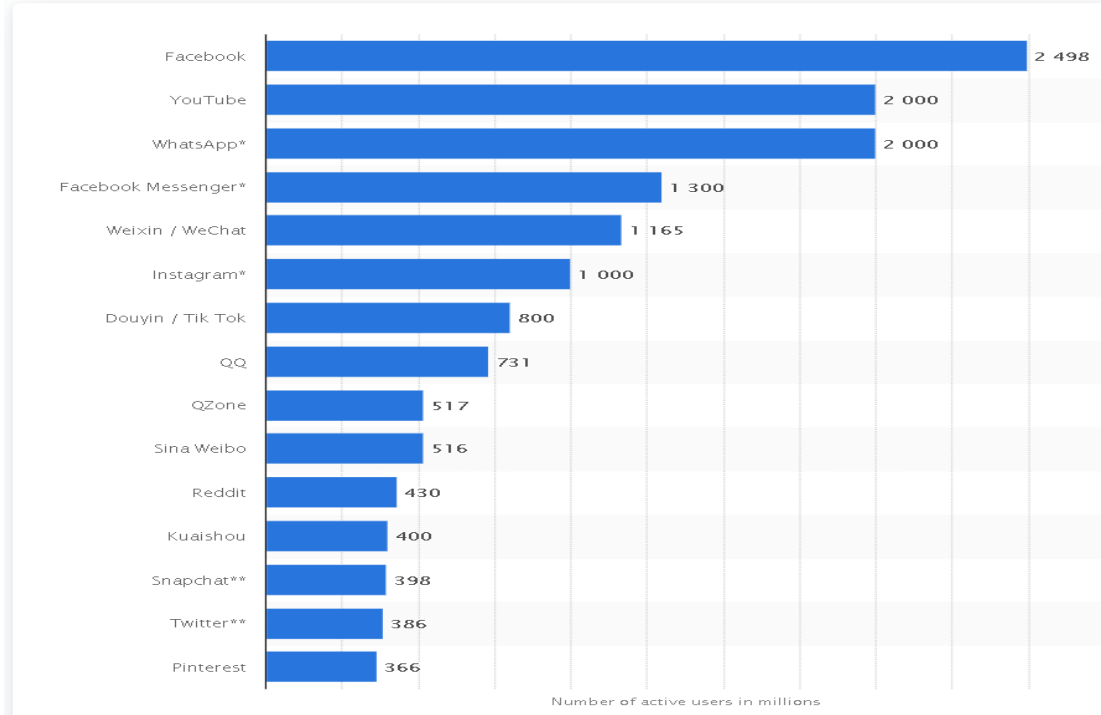
(in billions)



Kaynak : (Statista, 2020)

Şekil 2.4. Platformlara Göre Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları

(in millions)



Kaynak : (Statista, 2020)

2.3.2.3. Sosyal Medya Ortamları ve Araçları

Bilgisayarların yanında cep telefonlarına da indirilerek kullanılabilen sosyal medya uygulamaları her gün yaşanan gelişim ve güncellemeler ile geniş kullanıcı kitlelerine ulaşabilmekte ve her daim ilgiyi üzerlerine çekmeyi başarabilmektedirler. Önceleri daha tek tip ve sade olan tasarımlara sahip olan sosyal medya siteleri günümüzde çok farklı amaçlara hizmet eden geniş bir yelpazeye ulaşmışlardır. Kullanıcılar hem kendi beklentileri ve doyumları hem de gerek eğlence amaçlı gerekse de ticari kaygılarla karar verdiği sosyal medya aracını kullanmayı tercih etmektedir. Aşağıda yer alan alt başlıklarda en gözde sosyal medya uygulamaları olan Facebook, Twitter, Instagram, Ekşi Sözlük, Youtube ve Whatsapp ile ilgili özellikler ve kullanım şekilleri alt başlıklar halinde ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

2.3.2.3.1. Twitter

Özellikle son on yılda dünya genelinde popülerliği artan Twitter, her türden insanın duygu ve düşüncelerini paylaşabildiği bir mikroblog sosyal medya servisedir. 2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirilerek Obvious Cooperation şirketi adı altında piyasaya sürülen Twitter, kullanıcılarına ‘What’s happening’ yani ‘neler oluyor’ sorusunu yönelterek genellikle halktan bir şekilde fikirlerini paylaşmasını talep eder. Önceleri 140 karakter ile başlayan daha sonra gelen güncelleme ile 280 karaktere çıkan mesaj sınırlaması Twitter’ın en önemli özelliğidir. Bunu nedeni sıradan bloglara düzenli olarak yazı yazmanın zor olması ve oldukça uzun olan güncellemelerin okunmasının sıkıcı olduğunun düşünülmesidir.

Twitter’ın özünde tweet adı verilen kısa mesajlar bulunur. Kullanıcı oluşturduğu profil ile siteye kayıt olur, daha sonra attığı kısa mesajlar ile istediği insanlarla iletişim kurmaya başlar. Bu kısa tweetler ile yoluna başlayan Twitter kısa zamanda bir bilgi ortamına dönüşmüş, içerikleri resim, video ve diğer medyalar ile zenginleştirilmeye müsait basit, eğlenceli, hızlı ve evrensel olarak büyük bir sosyal ağ haline gelmiştir. Kullanıcılar tanıdıkları veya istedikleri herhangi birini takip edebilir, aramak istedikleri kişileri ‘@kullanıcıadı’ formatında taratarak veya telefon rehberi ile eşleyerek takipçiler edinebilmektedirler. Hashtag (#) kullanımı ile de gündemde

olan herhangi bir konu başlığı hakkında bireysel olmanın dışında kamusal olarak fikir paylaşabilmekte ve mention '@' özelliği ile bu başlık altındaki diğer kişiler ile doğrudan iletişim kurabilmektedirler. Twitter'da kullanıcının kendi ürettiği içeriğin yanı sıra diğer kullanıcıların ürettiği içeriği de kendi ağındaki kişilerle paylaşma imkânı (retweet) da bulunmaktadır (Technopedia, 2020).

Twitter'ın bu çalışmada da temel çalışma alanı olarak seçilmesine sebep olan toplumda kanaat ve kamuoyu oluşturmadaki etkisi kısa sürede kitlelerce fark edilmiştir. Bunun akabinde siyasiler ve ünlüler gibi bilinen simalar Twitter'a katılmıştır. Seçim kampanyalarında da yoğun bir şekilde kullanılan Twitter'ın siyasi ve sosyal vakalarda en büyük etkisi toplu halk hareketlerinde görülmüş, özellikle de Arap Baharı diye adlandırılan olaylar sırasında zirve yapmıştır. İnsanlar Twitter'ı kullanarak harekete geçmiş ve sokağa çıkarak ülke yönetimlerini devirmişlerdir (Ayan, 2013: 35). 2020 yılında toplam 360 milyon kullanıcısı olan Twitter'da saniyede 6,000 dakikada 350,000 ve günde yaklaşık 500 milyon tweet atılmaktadır (Statista, 2020).

2.3.2.3.2. Facebook

Sosyal paylaşım sitesi olarak Facebook bir Harvard Üniversitesi öğrencisi olan Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından 2004 yılında kurulmuştur ve kısa bir süre içerisinde büyük kitlelere ulaşmıştır. Facebook borsaya verdiği bildiriye kendisini insanların bağlanması, paylaşması, keşfetmesi, bilgisayar ve mobil cihazlar ile birbirleri ile iletişime geçmelerine olanak tanıyan ücretsiz ve tüm dünya tarafından kullanılabilen mobil bir uygulama ve web sitesi olarak tanımlamıştır. Şirket bilgilerinde Facebook misyonunu insanlara paylaşımlar yaparak dünya ile bağlı kılmak, girişimciler ve gelişim isteyenler için değerler yaratmak ve toplumun dünyayı keşfetmesine ve görüşlerini, fikirlerini arkadaşları ve diğer insanlarla paylaşmasına imkân sağlamak olarak belirtmiştir (Nasdaq, 2020). Facebook ismi diğer birçok Amerikan üniversitesi gibi Harvard'ın da okula yeni gelen öğrencilere dağıttığı, öğretim üyeleri ve öğrencilere ait isim, soy isim, yaş gibi bilgilerin bir arada tutulduğu kâğıt fotoğraf albümü uygulamasından gelmektedir (Acır, 2008: 81).

Çok geçmeden sadece Harvard değil diğer üniversitelerde de yayılan Facebook 2004 yılında bir milyon üyeye ulaşmıştır. Daha sonra liseleri de sistemine alan

Facebook 2005 yılı sonunda Avustralya, İngiltere, Kanada, İrlanda ve Yeni Zelanda'dan binlerce üniversitenin dâhil olduğu ve yaklaşık 25 milyon üyesi olan bir ortama dönüşmüştür. Facebook'un merkezinde kullanıcıların kendileri hakkında isim, cinsiyet, yaş, doğum günü, fotoğraf, yaşadığı bölge gibi bilgilere yer verdiği kişisel profilleri vardır. Uygulama içinde getirdiği yeni özellikler ile kullanıcılarının dikkatini sürekli tutmayı başaran Facebook, şu anda 2.6 milyar kullanıcı sayısı ile en büyük sosyal medya platformudur. Site kullanıcılarından hiçbir ücret talep etmemektedir. Facebook'un devasa reklam gelirlerine sahip olmasının ve sitenin yüksek fiyatlara değerlendirilmesinin sebebi, sadece sayfa gösterimindeki başarısından değil, aynı zamanda hızla büyüyen geniş kullanıcı kitlesine odaklı ve geri dönüşü yüksek reklam modellerini uygulayabilmesinden gelmektedir (Acır, 2008: 85). 2019 yılında 70 milyar doların üzerinde kar elde eden Facebook şu anda en değerli markalar sıralamasında dünyada ilk on içerisinde (Statista, 2020). Son dönemde yaşanan veri paylaşma ve kötüye kullanma gibi olaylarla zor dönemler yaşamasına rağmen halen popülaritesini korumaktadır.

2.3.2.3.3. Youtube

Bir video paylaşım sitesi olan Youtube 2005 yılında üç Paypal çalışanı tarafından "Broadcast Yourself" yani "Kendini Yayınla" sloganı ile kurulmuştur. Dünyada en çok kullanılan video paylaşım sitesi olan Youtube 2006 yılında Google şirketi tarafından 1.65 milyar dolara satın alınmıştır ve bu para Youtube çalışanları arasında paylaşılmıştır. Kişisel ve amatör videolarla çıkış yapmasına rağmen bugün internette video denilince akla ilk gelen site olma statüsünü kazanmıştır.

Günümüzde çok parlak bir fikir gibi görünmese de web 2.0'ın ilk yıllarında insanlar çektikleri videoyu yüklemek ve arkadaşlarına göndermek konusunda büyük sıkıntılar yaşamaktaydılar. Bu sorunla kendileri de sık sık karşılaşan Chad Hurley ve Steve Chen de herkesin bir çözüm aradığını düşünmüşlerdir ve Youtube'u kurma fikri akıllarına gelmiştir. Profesyonel sinemacılardan telefon kamerası ile yayın yapan amatör gençlere kadar hitap ettiği kitlesi bulunan Youtube günümüzde yazılı medyanın yerini alan videonun gücü düşünüldüğünde geleceği de oldukça açık bir platform olma özelliğine sahiptir.

Esas itibariyle Youtube'un çalışma prensibi kullanıcıların kendilerinin çektikleri veya başkasına ait olan videoları oluşturdukları profil üzerinden eğlence, eğitim, ilginç bir olguyu paylaşma gibi amaçlarla yayınlamalarıdır. Resim ve yazıdan ziyade görüntüye ağırlık vermesi diğer yeni nesil sosyal ağlardan ayırt edici olan özelliğidir. Geleneksel anlamdaki yönetici, yapımçı ve hiyerarşiyi devre dışı bırakan Youtube aslında kullanıcılarının meydana getirdiği bir ortamdır. Büyük çoğunlukla sıradan insanlar sıradan hikâyelerini anlatmaktadırlar. İçerik ve yenilik kullanıcıdan geldiği için Youtube herkesi siteye yeni özellikler kazandırmaya ve gelişim sürecine katılmaya davet etmektedir (Ying, 2007: 16).

Formatları kişisel amatör klipler, video klipler, film, TV programları parçacıkları ve müzik videoları olabilen içeriklerden dakikada 500 saatten fazla Youtube'a yüklenmektedir (Statista, 2019). Kullanım koşullarına uymayan video klipler kullanıcıların bildirimleri ile YouTube yetkilileri tarafından incelenerek silinmektedir. YouTube üyeleri izledikleri video klipleri değerlendirip not verebilmekte ve ayrıca izledikleri video klip hakkında yorum yazabilmektedir. YouTube üyelerinin kanallarını daha uygun hale getirebilmesi için "kanal türleri" vardır ve bu kanallar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Technopedia, 2020):

- YouTuber (YouTube'çu): Standart YouTube hesabıdır.
- Director (Yönetmen): Deneyimli film yapımcıları için ayarlanmıştır. Bu hesaba sahip üyelerin yükledikleri video boyutunda avantaj getirilmiştir.
- Musician (Müzisyen): Müzik eserleri bulunanlar içindir.
- Comedian (Komedyen): Mizahi video yapımcıları içindir.
- Guru (Uzman): İlgi alanına bağlı video yapanlar içindir.
- Reporter (Bildirici): Uygunsuz videoları rapor edenler içindir.

Amacın en çok izlenmek ve tıklanabilmek yolunda evrilmesi ile Youtube, üzerinden yayınladığı reklamlar ile insanlar için bir iş haline almaya başlamıştır. Bundan dolayı da Youtube'u iş olarak algılayan ve YouTuber denilen insanlar diğer kullanıcılara müşteri gözüyle bakmaya başlamışlardır. Kanallarına 'tık alabilmek' için ilginç yollara başvurmaya başlamış, farklı yollar denemeye çalışılmıştır. Bu denli

dinamik ve etkili bir alana siyasetçilerin de girmemiş olması düşünülemez. Her türden yerel ve ulusal çapta siyaset ve seçim kampanyaları için Youtube'a videolar hazırlanmıştır. Siyasi partiler sosyal medya ve Youtube için bölümler kurmuşlar, profesyonel danışmanlık alma girişimlerinde bulunmuşlardır.

2.3.2.3.4. Instagram

2010 yılının sonlarına doğru özellikle mobil cihazlar için geliştirilen fotoğraf paylaşma uygulaması olan Instagram Kevin Systorm ve Mike Krieger tarafından kurulmuştur. Kullanımı oldukça basit olan uygulama ilk olarak Iphone ve App. Store'da kullanıma açılmış, 2012 yılında da android pazarına girmiştir. Instagram kelimesi İngilizce'deki anlık anlamına gelen 'instant' ve telgraf anlamına gelen 'telegram' kelimelerinin kesilip birleştirilmesinden oluşmaktadır.

Instagram, resimler ve kısa videolar yoluyla kişisel tecrübelerin arkadaşlar ile paylaşılmasını amaçlayan, kısa ve eğlenceli olarak paylaşılan hayat anlarını ölümsüzleştiren, bu yönleriyle de insanların sosyal medyaya daha fazla süre harcamasını sağlayan bir sosyal ağıdır. Kısaca anlatmak gerekirse kullanıcı tarafından bir resim çekilir, uygulamanın muhtevasında bulunan filtrelerden birini kullanır ve paylaşarak an ölümsüzleştirmiş olur. Böylelikle eğlenceli ve hızlı bir şekilde hayatın her anı arkadaşlar ile paylaşılır.

Kendisiyle yakın zamanlarda çıkan birçok benzerine rağmen Instagram sadece kullanıcıların kendi fotoğraflarını paylaştığı basit bir blog'dan ziyade eklenen çok fazla özelliği ile hızla popülaritesini artırmıştır. Instagram'ın benzer uygulamalar arasından sıyrılarak popüler bir hale gelmesinin bir diğer sebebi de Twitter ve Facebook'ta da kullanılan hashtag (#) etiketleme özelliğidir. Fotoğrafın sınıflandırılması ve daha kolay erişilebilir olmasını sağlamak için belirli bir konudaki fotoğrafın etiketlemesi belli bir başlık altında toplanması anlamına gelen hashtag, o fotoğraf için bir anahtar kelime olarak kabul edilmekte ve arama yapıldığı zaman o konudaki fotoğraflar arasında listelenmektedir (Türkmenoğlu, 2014: 97). Üzerinde çok kolay fotoğraf düzenleme ve değiştirme imkânları sunan Instagram'da paylaşılan herhangi bir fotoğraf profesyonel bir sanatçının ürünü gibi ilgi görmektedir.

Rakiplerine göre nispeten oldukça yeni olmasına rağmen Instagram, yıllardır hizmet veren ve milyonlarca kullanıcıya sahip Facebook, Twitter ve YouTube gibi sosyal ağ devlerini geride bırakmış, henüz 3 yıllık geçmişine rağmen %23 büyüme hızı

ile en yakın rakibine yaklaşık 2 katı fark atarak büyük bir başarı yakalamıştır (Mustafa, 2018: 26). Mobil cihazlara erişimin kolaylaşması ve ucuzlaması ile akıllı telefonların uygulamalara sağladığı kolaylıklar sonucunda Youtube gibi bir iş koluna da dönüşen Intagram'ın 2020 yılında 1 milyar kullanıcısı bulunmaktadır ve 9.45 milyar dolar yıllık gelire sahiptir. Sadece story özelliği ile paylaşılan içerik sayısı günlük 500 milyondur (Statisca, 2020). Nisan 2012'de Instagram'ın yaklaşık bir düzine çalışanı ile birlikte 1 milyar dolar nakit karşılığında Facebook'a satılması bu hızlı kullanım artışının bir diğer önemli sebebi olarak değerlendirilmektedir.

2.3.2.3.5. Sözlükler ve Ekşi Sözlük

Her yaş grubundan tüm zamanlar boyunca insanın kullandığı araçlar olan sözlüklerin tercih edilmesinin en temel sebeplerinden biri, insanların bilme ve öğrenme çabasıdır. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ve internetin bu kadar yaygın hale gelmesiyle birlikte, sözlükler de bu durumdan etkilenerek gelişmeye ve elektronik ortamlara aktarılmaya başlanmıştır (Yıldırım ve Başer, 2016: 186).

Yaşama dair tüm alanlara, işleyerek değer ve kavramların değişmesinde aracı olan yeni iletişim teknolojileri ve internet bu konuda geleneksel sözlük anlayışını değiştirmiştir. Artık sözlüklerin yeni iletişim teknolojileri ile değişime uymuş ve sanal ortamda varlığını göstererek e-sözlük anlayışına dönüştüğü fark edilmiştir. E-sözlük, internet ortamında bulunan ve sözcükleri ya da deyimleri alfabetik bir sistemle sunan platform olarak tanımlanabilmektedir. Geleneksel sözlük anlayışının fikirlerinin yok olduğu ve çağın gerektirdiği yenilikler olarak sunulan sözlükler yazarların bilgi birikimleri fikirleri ve yaratıcılıklarını kullanarak herhangi bir kişi, kavram ya da durumla tanım yapmaları ya da örnek vermeleri esasına göre faaliyet gösteren sanal oluşumlardır (Delal, 2018: 65).

Web 2.0'ın kullanıcı merkezli dünyasının dışında kalmayan e-sözlükler, ziyaretçi ve katılımcılar tarafından oluşturulmaktadır ve bu yüzden 'katılımcı sözlük' olarak da bilinmektedirler. Bununla birlikte bu özelliğinin getirdiği bir dezavantaj olarak eski tarz sözlükler ve ansiklopedilerde doğrudan sunulan akademik bilgilere e-sözlüklerde ulaşılmaz. Bu ortamlarda açılan başlık altında yanıltıcı bilgiler olabileceği gibi son derece sübjektif bilgiler de mevcuttur. Bu konuda somut bir örnek olarak ülkemizden Ekşi Sözlük platformu gösterilebilir. Ekşi Sözlük' ün her ne kadar sosyal medya olarak tanımlanması ve üzerinde çalışma yapılabilmesi konusunda tartışmalar

olsa da 2019 yılında yaklaşık 283 milyon farklı ziyaretçi ve 5.5 milyar sayfa görüntülenmesi ile en çok ziyaret edilen platformlardan birisidir (Sözlük, 2019).

Kullanıcılarının anonim olması ve herhangi bir yönetsel bağlayıcı etik kuraldan yoksun olması, araştırmalarda veri edinmek için güvenilir olup olmadığı konusundaki tartışmaların temel odağıdır. Bununla birlikte bu çalışmanın temel aldığı karşılıklı etkileşime olanak sağlaması kriteri ve insanların tercih sayısı göz önüne alındığında kamuoyu oluşumundaki potansiyel gücü ile bu araştırmada sosyal medya sınıflandırmasına dâhil edilmesine karar verilmiştir.

1999 yılında 'ssg' rumuzuyla bilgisayar programcısı Sedat Kapanoğlu tarafından kurulan Ekşi Sözlük olaylar, kişiler, kavramlar, sözcükler, terimler vb. konularla alakalı anket, yorum ve değerlendirme yapılabilmesine imkân veren etkileşimli bir platformdur. Türkiye'de siber kültürün oluşmasında önemli bir yeri vardır. Ekşi Sözlük, doğrunun ve bilginin yanı sıra toplumsal tabanda etkili olan pek çok tabu ve değer sorgulanmasına aracılık ederek kendine özgü bir kültür oluşturmuştur. Suser adı verilen yazarlarının kendilerine has bir espri anlayışı ve jargonu vardır. Sözlükte gündem olan konular çok geniş bir çerçevede olabilmek, günün futbol maçı ve politik konularından pırasa tarifine, bilimde yaşanan bir tartışmadan yazarların günlük acıklarına kadar absürt bir yelpazede görülebilmektedir. İlk zamanlarda küçük bir arkadaş grubu arasında başlayan yazarlık sözlüğe duyulan ilgiyle paralel olarak yükselmiştir. Yazarlar bir rumuz olarak ve belirli bir deneme sürecinden geçtikten sonra başlıklara katkıda bulunabilmektedirler.

3. KAMUSAL ALANIN GÜCÜ

Çalışmanın bir diğer ana bölümü olan kamusal alanın gücü başlığı altında kamusal alanın çeşitli tanımlarından, farklı tarihsel dönemlerde hangi anlamları ihtiva ettiğinden ve farklı bakış açılarından yola çıkılarak oluşturulan kamusal alan modellerinden bahsedilmiştir.

3.1. Kamusal Alan Kavramı

Kamusal alan kavramı siyaset felsefesi ve hukuk temelli tartışmaların yanı sıra içerisinde sinema, medya, tarih, iletişim ve mimarlık gibi alanların da bulunduğu çok geniş alanda çalışılmaktadır ve bu çeşitliliğin bir sonucu olarak da üzerinde zengin bir literatüre sahiptir. Başlangıç olarak kavramın etimolojik anlamda neye karşılık geldiği üzerinde durulduğunda kamusal alan, özel kişilerin dışında kalan ve herkese açık olan yer anlamını taşımaktadır. Bununla birlikte farklı disiplinlerde farklı anlamlar ihtiva ettiği sıklıkla görülmüştür. Bu yüzden kamusal alan kavramını tam olarak tanımlamak birçok zorluğu da beraberinde getirmektedir. İçerisinde bir resmiyet anlamı bulunduran kamusal alana mimaride evsel olmayan mekânlar anlamı yüklenebilirken insanların hal ve hareketlerine dikkat etmesi gerekmesi düşünülen parklar kastedilebilmektedir. Politika konuşmalarında medyatik alanlar, hukukta ise aleniyet ilkesine bağlı demokratik talepler kamusal alan tartışmalarının merkezinde yer alabilmektedir.

Oldukça farklı disiplinlerde çeşitli perspektiflerden beslenerek oluşan ve birbirinden alakasız kavramlar görünmesine rağmen disiplinler arası çalışmalara imkân sağlayabilmesinden dolayı kamusal alana günümüzde halen yüksek bir ilgi bulunmaktadır. Bu çalışmanın doğası gereği kamusal alanın sosyoloji ve siyaset biliminde işlendiği bağlamda kullanılacaktır. Siyaset felsefesinde de kamusal alan tanımlamasının içerisine ne girdiği hakkında çalışmacılar arasında tam bir uzlaşma bulunmamaktadır. Buna rağmen Habermas'ın modern toplumda kamusal alanın nasıl işleyeceğine dair verdiği direktifler oldukça pragmatiktir (Habermas, 2002:200-208).

Kamusal alan kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşam içerisinde kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alan kastedilmektedir. Kamusal alan, insanların cinsiyet, ırk, din, dil, meslek vb. tüm özelliklerinden bağımsız olarak ve

özgürce bir araya gelebildiği, toplum yararına ve topluma dair müşterek konularda devlet bürokrasisinin sınırları ötesinde ve devlet otoritesinin de eleştirisinin geliştirildiği/geliştirilmesi beklenen, böylece devlet eliyle üretilen egemen siyasal iktidarı kontrol eden ve bir taraftan da meşrulaştıran bir iletişim ortamı anlamlarına gelmektedir (Habermas, 1989). Bir diğer deyişle, kamuoyu ifadesi devlet formunda örgütlenmiş egemen yapıya karşı insanların eleştiri yapabilme, kontrol ve teyit edebilme görev ve yetilerini işaret etmektedir. Dolayısıyla, kamunun kendisi yani tüm vatandaşlar, devletin üzerinde, onu üreten ve yeniden üreten bir otorite teşkil etmektedir.

Kamusal alan kavramının ortaya atıldığı bir ortamda ilk akla gelen çağrışımlardan birisi de kamu kurum ve kuruluşları, iştirakleri ve bu devlet kurumlarında tabandan yukarı doğru daralarak hiyerarşik bir düzende birtakım kurallara göre çalışan bürokrasi olgusudur. Habermasçı kamusal alan kavramsallaştırmasında ise devlet ve toplum yönetimi adına karar alan bu bürokrasi mekanizmasının karşısına sivil meslek örgütleri, ticaret kuruluşları gibi halkın bir araya gelerek devlet otoritesini denetlediği ve eleştirdiği yapılar akla gelmektedir.

Kamusal alanın asıl tartışma merkezinde modernite-postmodernite tartışması yer almaktadır. Soğuk Savaş sonrası dönemde egemen değerler dizisi modernite üzerine entelektüel bir meydan okuma olarak ortaya çıkan post-modernizm özellikle edebiyat, politika, sanat alanlarında etkili olmuştur. Akli öne çıkararak, inanca karşı bilimsel bilgiyi, bilim ve aydınlanma ile nesnel ve evrensel iyiye ulaşma iddiası taşıyan modernizmin dünya savaşları, sömürgecilik ve doğa katliamları gibi olguları önleyememesi gibi hayal kırıklıkları ona duyulan toplumsal iyileşmeye dönük inançları zayıflatmıştır. Bilim, sanat ve teknoloji ile hedeflenen insanın nihai özgürleşmesi uğruna gösterdiği temel dayanağı aklın artık araçsal bir akıl olduğu ve logosun yeniden mitosa dönüştüğü iddia edilmiştir (Adorno, 2006: 47).

Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası yaşanan büyük yıkımlar ve toplumların yaşadığı büyük kırılmalar modernizm için büyük eleştirilerin başlangıcı olmuştur. Modernizmin sert akılcılığı ve tek tip insan tasavvuruna yöneltilen postmodernist eleştiriler fikir adamları ve çalışmacıların ilgi gösterdiği bir yaklaşım olmuştur. Buna rağmen içinde buldukları süreçlere ve olgulara bakış açısında bu yaklaşımı

benimsemeyen bilim insanları da olmuştur ve Anthony Giddens ve Jurgen Habermas bu düşünürlerin en bilinenlerindedir. Bu bakış açısına göre modernite bitmiş bir proje değildir ve rasyonalite adına her tekilleştiren, yeknesak, totaliter bir proje de değildir. Moderniteye inanan düşünürlere göre farklı hayat anlayışlarının, modernliğin koşulları altında sığınak bulması mümkündür (Hekimoğlu, 2018: 23).

Postmodernizme karşı modernitenin savunucu olan Habermas'a göre modernizmi farklı bakış açılarından okumak mümkündür. Milyonlarca insanı kamplara toplayarak insanlığın daha önce hiç görmediği katliamlara 'holocaust' bakıldığında görülen bir modernizm yüzü vardır ama bir yandan da içinde bulunduğumuz çağın sağlık imkânları, sosyal hakları, teknolojik nimetleri ile binlerce insanın refah ve yaşam seviyesini artıran modernizmin diğer yüzü vardır. Özünde buna benzer yaklaşımı benimseyen düşünürlere göre bu yüzden modernizm henüz bitmemiş bir projedir ve postmodernizm modernliğin sadece bir yüzünü yansıtır ve aslında modernliğin bir vizyonudur.

Kamusal alan kavramının en bilinen isimlerinden birisi olan Habermas'ın kamusal alanı haklar, hukuk devleti ve sekülerlik üzerine kurarak, bize modernist bir görüş süzer (Yükselbaba, 2012: 2). Bu noktada modernizme yöneltilen temel eleştirilerden birçoğu onun kamusal alanı için de geçerli sayılmaktadır. Örneğin kamusal alanın meta anlatısında bütün batı felsefi metinlerinde olduğu gibi bir dichotomi 'ikilik' olduğu ve özel alan-kamusal alan yapısının anlatısının kendiliğinden var olduğu anlatısı ile bir yapı oluşturulmaktadır ve bu yapı modernitenin öğretilerindedir. Modern kamusal alana yönelik post-modern ve feminist yaklaşımların sıkça gündeme getirdiği bir diğer eleştiri de Kant, Rousseau ve Lock gibi modernist felsefecilerin altyapısı oluşturduğu kamusal alanın erkekle özdeşleştirildiğidir. Modern kamusal alan ile iki farklı hayat oluşturulmuştur ve bunlar "Biri kadınların, çocukların ve özürülülerin dünyası olan 'özel'; biri de devletle özdeşleşmiş, devleti tanrısal bir aşk ve muhabbet gibi yüreğinde hisseden ve bu sevdıyla adeta kendinden geçen erkeklerin dünyası olan 'kamusal alan' dır (Çaha'dan aktaran Hekimoğlu, 2018: 38).

Postmodern felsefede önemli bir yer tutan Fransız post-yapısalcılarından Lyotart, Baudrillard, Foucault ve Derrida gibi düşünürlerin iktidar, söylem ve yapı

sökümü gibi kavramlarıyla okunduğunda ise modern kamusal alanın var olan bu anlatısı ile siyaset ve uluslararası bu sayede kamusal alan adı altında erkeğin yönetimine ve karar almasına bırakılmaktadır. Ayrıca özel alan anlatısı ile de kadınların karar ve kültür oluşumuna katılmalarından uzak tutulması meşrulaştırılmaktadır. Feministlere göre ise bu yapı kamusal alanda erkek tahakkümünü oluşturmaktadır ve yapı sökülmesine uğratılması gerekmektedir.

Yine kamusal alan kavramının ne olduğu çok geniş bir olguyu kapsadığından ötürü ne olmadığından bahsetmek de oldukça faydalıdır. Habermas, kamusal alanı ticari alandan oldukça net bir biçimde ayırmaktadır. Reklam ve maddi konularla alakalı olan tartışmaları diğerlerinden ayırırken üzerinde çok titiz bir şekilde düşünmemiz gerektiğini söylemektedir. Bu bakış açısı özellikle bir şeye dikkat çekmek için kasten şekillendirmeyi işaret eden propagandaya dikkat çeker ve işte tam da bu yüzden Habermas'ın Kamusal Alan motivasyonunda tahakküm kurmaması için uyardığı ekonomik getiri ve ticaret ile doğrudan bağlantılıdır. Habermas'a göre kamu bireylerin grup soyut veya somut olarak bağlandığı üst bir kavramdır. Bu bağlamda ticaret asıl motivasyonun yükselen ekonomik kapitalle alakalı eylemler olarak ele alınır. Bu konu üzerindeki son paradigmaya göre ise ticaret sadece ticari, finans, sanayi ve üretim kapitali ile alakalı değil ayrıca ticari kapitali sosyal ve kültürel sermayeye de çevirmekle alakalıdır. Adorno (2006: 194)'dan doğrudan alınan bu perspektifle ticari ve kamusal ile alakalı olanın kamusal alan ile arasındaki sınırların nasıl tam olarak çizilmediğini tarif etmektedir. Toplu eğlence ve reklam sektörünün bu tarz bir entegrasyonu, devletin de kendi kodlarına işaret etmektedir. Bu durumda devlet de kendi vatandaşlarına 'müşteri' gözüyle bakar ve sonuç olarak kamu otoritesi de bizzat propaganda için rekabet eder (Habermas, 1989: 88).

Bourdieu (1986) ekonomik kapital ile sosyal ve kültürel kapitalin nasıl etkileşim kurduğunu gösteren deneysel çalışmalar gerçekleştirmiştir. Habermas'ın kamusal alanı ve Bourdieu'nun sosyal farklılıklarla ilgili bu köklü açıklamaları bu çalışma için güçlü bir kaynak olarak görülmektedir. Buna ek olarak Habermas'ın kamusal alanın 'yeniden feodalleşmesi' ile ilgili endişelerinden de bahsetmek gerekmektedir. Onu bu endişeleri haksız çıkaracak tutumlarını ise analiz, değerlendirme, derin düşünme gibi değerlere yer bırakan bir tavır olarak düşünebiliriz. Son zamanlarda politik kampanyalar için kişisel verilerin kullanılmasında Facebook

örneğinde olduğu gibi kişisel verilerin üçüncü kişilere çıkar sağlamak amacıyla satılması ve fayda sağlaması ‘yeniden feodalleşmeye’ güzel bir örnektir.

Devlet ve kamusal alanın kesiştiği bir alanın olmadığı aksine karşı taraflar olduğu kabulünün üzerinde 19. ve 20. yüzyılda devlet ile toplumun birbirlerine karşılıklı nüfuz etmeleriyle kamusal burjuvazi lehine yapısal bir dönüşüm sürecine girmiştir. Habermas’ın (1991: 55) yeniden feodalleşme olarak tanımladığı bu süreçte neyin kamusal neyin ise özel alana ait olduğunu saptamak yeniden güçleşmiş ve bulanıklaşmıştır. Uzun vadede, ‘kamusal’ ve ‘özel’ arasındaki ayırım, özel çıkar mücadelelerinin siyasal alana taşınması ve söz konusu çıkar ilişkilerinin de devlet otoritesi tarafından benimsenmesi, kamusal işlevlerin ise özel girişime devredilmesi nedeniyle yeniden yitirilmiştir. Bu burjuva kamusal alanı, özel şahısların kamu olarak bir araya gelmesi ve kamusal alanın kamuyu oluşturan kişilerin kendilerinin değil aksine yukarıdan düzenlendiğini iddia etmeleriyle başlamıştır. Daha sonra ise kendilerini ilgilendiren toplum yönetimi, toplumsal işler ve ticaret konularında tartışmalara dâhil olmuşlardır. Bu yüzleşme ortamı alışlagelmemiştir ve tarihte daha önce emsali görülmemiştir (Habermas, 1989: 94).

Yukarıda bahsedildiği gibi Habermas kendisinin kamusal alan olarak kavramlaştırdığı şeyi eleştirmektedir. Kamusal alanın Yapısal Dönüşümü’nü incelediğimiz zaman kamusal alanın yeniden feodalleşmesi görsel ve diğer medya üretimiyle bağlantılı gibi görünmektedir. Bir yandan, internet, sosyal medya, küreselleşme, çok kaynaklı bilginin çok kanallı olması vb. şeyler Habermas’ın yeniden feodalleşmede çekindiği şeyleri etkisizleştiriyor gibiyse de diğer yandan ise bu kadar bol imkânların olması sadece magazin ve dedikodu gibi yayınlar yapan sitelerin varlığı ile farklı tartışmalar, toplumda küçümsenmeye ve aşağılanmaya yol açabilmektedir.

3.1.2. Kamusal Alanın Tarihsel Gelişim Süreçleri

Araştırmacılardan kamusal alan kavramının köklerinin oldukça eski olduğunu düşünen ve Antik Yunan’a kadar dayandıranlar bulunmaktadır. Günümüzde dahi farklı disiplinlerde farklı anlamları imgeleyen kavramın kadim topluluklarda farklı anlamlara geleceği şüphe götürmemektedir. Aşağıda kamusal alan kavramının toplumların tarihinde kronolojik olarak nasıl kullanıldığına değinilmiştir.

3.1.2.1. Antik Yunan'da Kamu-Özel Alan İkiliği

Kamusal-özel alan ayrımının ilk tarihsel örneği olarak Antik Yunan şehir devletlerinin örgütlenme şekli gösterilmektedir. Şehir devletlerinin belirli aşamalardan geçtikten ve bilinen anlamında şehir devletleri özelliklerini kazanmaları ile iki farklı hayat tarzı ortaya çıkmıştır. Bunlar özgür yurttaşların 'ortak olarak' kurdukları ve yaşattıkları kamusal alan ve her bir kişinin sadece kendine düşen alana sahip olduğu özel alan (oikos)'dır (Zapçı, 1997: 22). Özel alan ev hayatı ile zaruri ve geçici bir alanı temsil ederken kamusal alan ise mahkemeler, pazarlar, savaşlar gibi ortamlar ile sürekli ve özgür bir ortamı temsil etmektedir (Habermas, 1989: 3).

Yine kelimelerin kavramsal yükünü daha iyi idrak edebilmek için dilsel ve etimolojik köken ve kullanımına bakıldığında, dönemin edebi metinlerinde özel anlamına gelen 'idios' sözcüğü 'kişiye ait olan, kişinin kendi benliğini sürdürmesi' anlamında kullanılmaktadır. Kamu ve kamusala ait olan anlamına gelen 'demios' ortak olarak, insanların birlikte yapılan' anlamına gelmektedir. Bir diğer kamusal anlamında kullanılan kelime ise özeli karşıtı, olumsuz ve genele ait anlamına gelen 'koinos'tur (Zapçı, 1997: 20). Bu kelimelerden idiosun isim hali idiotenin metinlerde kamusal bir meşgalesi olmayan, özel işleri olan sıradan insan anlamında kullanıldığı ve ek olarak kamusal alanda konuşma becerisi ve işinden yoksun, cahil anlamlarını da içerdiği anlaşılmaktadır. Yunan dünyası için oldukça önemli olan ortak siyaset yapma, yüce bir etkinlik olarak toplum yönetiminde yer alma düşüncesi göz önüne alındığında kamusal alanın özel olana karşı olan üstünlüğü göze çarpmaktadır.

Antik Yunan'da kamusal ve özel ayrımının özellikleri incelendiğinde bu alanların kesin çizgilerle ayrılmasının önemli olduğu görülmektedir. Kamusal alanda yer alabilmek ve siyaset yapabilmenin en temel şartı yurttaş olmaktan geçmektedir. Kadınlar, köleler ve Yunan dünyası dışında kalanlar barbar sayıldığı için yabancılar kamusal alanın dışında bırakılmaktadır ve siyasal ve ortak alanlar erkek özgür yurttaşların tahakkümüne bırakılmaktadır. Erkek Yunan yurttaş özel alanda bir aile reisi görevi üstlenmekteyken yine de var olması ve ayrıcalıklı olmasının yolu kamusal alandan ve kent yaşamındaki yerinden kaynaklanmaktadır. Antik Yunanlılarla ilgili olarak Gülaşık ise şu bilgileri vermektedir: Klasik Çağ Atina'sında yurttaşlar için paylaşılması en çok önem taşıyan şey elbette polis çevresinde yönetme, karar verme

ve yargılama gücü, bu gücün kamusallaştırılması ise politikaydı. Özel alan ise tam anlamıyla eve bağlıydı (Gülaşık'tan aktaran Ocak, 2016: 22).

Burada belirtilmesi gereken bir nokta ise Yunan dünyası denildiği zaman akla bütün yapının her yerde aynı olduğunun gelmemesi gerektiğidir. Onlarca bağımsız şehir devletlerinden (polis) oluşan Antik Yunan dünyasına dair yukarıda bahsi geçen konular içerisinde en üstün ve ileri olarak kabul edilen Atina şehir devletine aittir ve farklı zaman diliminde farklı polisler farklı özellikler gösterebilmektedir. Antik Yunan'a dair kısa bir bilgilendirmeden sonra birçok pratiğini buradan alan ve bu kültürün bir devamı niteliğinde olan Antik Roma'da kamusal alan ve özel alan kavramlarından bahsedilmiştir.

3.1.2.2. Bir Geçiş Dönemi Olarak Antik Roma'da Kamusal Alan

Yaklaşık 1200 yıllık tarihi ile oldukça uzun bir süreye tekabül eden Roma dönemi birbirinden ayrılan siyasi, hukuksal ve yapısal özellikleri ile farklı dönemler altında incelenmektedir. Yine de sahip oldukları müşterek özellikler neticesinde oluşan ortak kavramlardan ve yapılardan söz etmek mümkündür. Her dönemde de benzer yapılar taşıyan kurumlarda yönetimle ilgili olan Magistra yürütme ve iktidara sahip olan kişiyi, savaş ve barış koşullarına göre rolü değişen ve kimi zaman yönetim kimi zaman magistranın danışma meclisi olabilen Senato yani günümüz şekliyle meclis ve son olarak halk meclisleri olan Comitia bu kurumlara örnek olarak verilebilir.

'Res publica' ve 'res private' şeklindeki kamusal ve özel alan ayrımı Antik Roma'da da Antik Yunan'da olduğu gibi görülmektedir. Eski Yunan ile benzerlikler gösteren res publica ifadesi ile birbirleri ile aile ve kan bağı ilişkisi dışında birliktelik ve ortak yapılan işler ifade edilmektedir. Meclislere ve yönetime dolayısı ile kamusal alana katılmak benzer şekilde önem arz etmektedir ve yine şartı özgür yurttaş olmaktan geçmektedir. Bununla birlikte özgür bir yurttaş olmanın statüsünde kayda değer bir değişiklik meydana gelmiştir. Roma toplumunda yaşanan değişim ile yurttaşlık Antik Yunan'daki gibi soy bağına değil konaklama ve özel mülkiyet ilkesine şartlı hale getirilmiştir. Gelir durumu ve mülkiyetin önemi artmıştır.

Roma İmparatorluğu döneminde kamusal alan ve özel alan kavramlarının kullanım alanlarına ilişkin bilgiler veren Avcı, Roma İmparatorluğu dönemine kadar özel ve kamusal alan farklılaşması üzerinde durur. Kapitalist ekonominin gelişmesine değinen Avcı, burjuva anayasal devletin kurulduğu 17. yüzyıldan 18. yüzyılın sonuna doğru bürokrasi, yargı, ordu, feodal otoritelerden giderek bağımsızlaşarak kamusal otorite organlarına dönüştüğünü anlatır. Kent kökenli tacirlerin kurdukları meslek örgütlerinin bir kısmının burjuva toplumunu oluşturduğuna dikkat çeken Avcı (2016: 28) sivil (burjuva) toplumunun, bir açıdan kamu otoritesinin altında gelişen özel ekonomik ilişkilerin alanı olarak ortaya çıkacağını ve kapitalizmin ulusal bir pazar yaratabilmesinin bir sonucu olarak ortaya çıkan ulus-devletin de, iktidarın kamusal temsili için ortaya çıkan yeni bir kamusal otorite alanı olduğunu iddia eder.

İçinde bulunduğu Antik Yunan ve Roma dönemlerinde siyasete katılım ve özgürleşme ile arasında kurulan ilişki göz önüne alındığında önemi oldukça yüksek olan kamusal alan Roma'nın son döneminde çağın politik ve sosyo-ekonomik koşulları gereği sönmeye başlamıştır. Kamusal alanı kaybolan ve varoluşunu kuracağı yeni bir alan, benimseyeceği yeni ilkeler arayışı içine girmiştir. Bu şartlar içerisinde Hıristiyanlığın etkisi artmış ve dinsel ilkeler ile yönetilen özel alan yurttaşın alanı olmuştur. Hıristiyanlık bu yönelişin de sağladığı güçle, daha sonraları güçlenerek kamusal düzenin yeni bir ilkesi haline gelecektir (Senneth, 1996: 16).

3.1.2.2. Ortaçağ Feodalitesinde Kamusal ve Özel Alan

Erken orta çağa denk gelen beşinci ve altıncı yüzyıllara gelindiğinde Roma İmparatorluğunun da çökmesi ile kamusal ve özel arasındaki ayrımın izlerinin ortadan kalktığı görülmektedir. Feodal efendi lord siyasetin ve ekonominin yani hem özeline hem de kamusalın kendisi haline gelmiştir. Merkezde güçlü bir kral ve hanedan veyahut senatonun bulunmadığı ortaçağda toprak sahibi olan lordun önemi artmıştır. Birçok kaynakta yer aldığı gibi feodalite de daha çok toprak hakimiyetine dayanan bir yönetim biçimi ortaya çıkar. Bu da göstermektedir ki bu rejimde kamusal alanda hakimiyetin esas belirleyici olan kısmı toprak sahipliğidir. Toprağı çok miktarda olan derebeyi kamusal alan da hakimiyet konusunda daha fazla söz sahibi olduğunu anlamak için fazla düşünmeye gerek olmadığı anlaşılır (Ocak, 2016: 33).

Antik Yunan ve Roma’da kamusal alanın vazgeçilmezi olan şehir ve kent hayatının yerini kırsal hayatın alması ile kamusalın üzeri örtülmüş, özel yaşam önem kazanmıştır. Özeline kamusal karşısında hakimiyet kurmasının en önemli sonucu olarak siyasal gücün kişiselleşmesi gösterilmektedir. Böylelikle Roma ve Antik Yunan’da toplumu biraraya getiren ve tutan ortak çıkar düşüncesi ortadan kalkmış, özel çıkara dayanan yaklaşım ve pratikler toplumsal hayata damga vurmuştur. Hayat alanlarındaki bu esaslı değişimin dilde ve kavramlarda da yansımaları gözlemlenmiştir. Toplumsal olana yönelik kavramlar güç kazanırken siyasete ait olanlar düşüş yaşamıştır. Antik Yunan’daki özgür yurttaşların katılımını ve siyasetin önemini vurgulayan aynı kavramlar, ortaçağ düşünürlerince yeniden yorumlanmıştır. Buna örnek olarak Arendt’in üzerinde durduğu ve göstermeye çalıştığı bir anlamsal kayma olan ‘zoon logon ekhon’ yani ‘konuşmaya muktedir varlık’ ın latin kültürüne geçerken ‘animale rationale’ yani ‘akıllı hayvan’a dönüşmesi verilebilir (Arendt’ten aktaran Zabcı, 2008: 19).

Konuşmanın ve kamuya etkin katılımın önemli olduğu Yunan’dan, birlikte yaşamının ve haneye uyumun önemini çizen feodal düzendeki kavramlara geçiş, hayat tarzındaki özeline ve toplumun siyasalın önüne geçmesinin bir nişanesi olarak gösterilebilir. Bu düzen üzerine Habermas lordun ‘kamusal’ ve ‘özel’ ölçütleri arasında tarafsız bir yerde durduğunu belirtir ve toprak beyinin özeli de kamuyu da statü olarak sunabileceğini söyler (Habermas, 1989: 178). Yine burjuvazinin yükselmeye başladığı 18. Yüzyıla kadar varlıkları sürdürebilen feodal erkler, küçük prenslikler ve kiliseye bağlı yapılar, kamusal ve özel olanlar olarak ayrışmaya girmişlerdir ve özelden kamuya geçen din ise yeniden özel alandaki asıl konumuna dönmüştür (Habermas, 2002: 71).

3.1.2.3. Modern Kamusal Alanın Doğuşu

Üretim ilişkileri ve coğrafi keşiflerden sonra Avrupa toplumunun yaşadığı sosyo-ekonomik gelişmeler sonucunda feodalizmin zayıflaması ve kapitalizmin ortaya çıkışı ile yeni bir toplumsal düzen meydana gelmeye başlamıştır. Önem kazanan ve teknolojik gelişmeler ile kapsamı genişleyen ticaretin ortaya çıkardığı iki önemli değişiklik ‘meta ve bilgi akışı’, bu yeni toplumsal düzenin kurucu unsurları olmuştur (Habermas, 1989: 14). Öncesine göre hızlı ve etkili biçimde gelişen haber ve bilgi akışı

sonucunda büyük ticari şehirler ve bilgi akışı meydana gelen ortamlar ortaya çıkmıştır. Modern kamusal alanın ortaya çıkmasını ve kurumsallaşmasını sağlayan değişimleri Zapcı (1997: 83) üç aşamada özetlemektedir:

İlk aşamada 13. Yüzyıldan itibaren feodal toprak beylerinden otoritesini geri almaya başlayan kraliyet, Roma Hukuku'nun yeniden yorumlanması ile birlikte kendisine uygun bir zemin hazırlamıştır. Dinden ve feodal beylerden ayrı mutlak güce sahip kral Antik Roma'daki gibi gücünün kaynağını yeniden 'imperium' yani halktan almaktadır ve yeniden kamusal otoriteyi simgelemektedir. Fiziksel ve ölümlü bir doğal bünye ile ölümsüz bir siyasi bünye gibi iki farklı yapıya sahip olduğuna inanılan kralın doğal bünyesi devleti ve siyaseti temsil etmektedir. Bu anlamda Kral'ın kendisi kamusal otoritedir ve feodal bey gibi bir özel alanının varlığı düşünülemez.

17. yüzyıla dek kamusal alan ve hâkimiyeti elinde bulunduran mutlakiyet, kral, siyasal önemi ve egemenliğini kaybetmeye başlamıştır. Kralın şahsından ve sarayında ayrı ve kurumsallaşmış yapılar ön plana çıkmıştır. Devlet denilince akla artık sadece kral ve onun etrafındaki birkaç kişi değil, sistemli 'kamu' kuruluşları gelmeye başlamıştır. Kamu ve kamusallık yöneticinin şahsında değil güçlü bir 'kamu' otoritesinde temsil edilmektedir. Devlete ait olan ve devlete çalışan kişiler kamusaldır ve devlet kurumları da 'kamu' kurumlarıdır. Feodal yapıda arasındaki ayrım kalkan özel-kamu arasındaki ilişki kamusallığın devlet elinde yeniden ortaya çıkması ile özel alanın da yeniden ortaya çıkmasını sağlamıştır. Kişisel işler, görevler, alanlar yani kişisel fayda ve yarar için yapılan çabalar özel iş, yapılan alan da özel alan olarak nitelendirilmiştir. Kamusallık da doğası gereği kamu yararı ve çıkarı ile eşlenmiştir. Kamu zamanla mahkeme, ordu ve meclis gibi yapılanmalar arasında dağılırken ortaya çıkmaya başlayan mesleki örgütler ise sivil toplumun ilk örneği kabul edilmektedir.

İkinci aşamada devletin saray ve idari kurumlar olarak kamusallaşması sonucunda resmi ve farklı olması durumu devlet ve toplum (siyaset ve ekonomi) arasındaki temel önkoşuldur. 17 yüzyılda siyasi otorite devlet ve toplum yani ekonomi kesin olarak birbirlerinden ayrılmış durumdadır. 18. yüzyılda ise pazarın ortaya çıkması ile ekonomi hane içinde özel bir alan olmaktan çıkmıştır ve sivil toplumun bir parçası olarak idari otoriteye bağımlı hale gelmiştir. Kamusal bütün etkinlikleri düzenleyen devlet ekonomik uğraşları da bir standarta oturtmaya ve kurallara bağlı

yönetmeye başlamıştır. Bununla beraber toplumda düzenin değişmesi ve ticaret ile birlikte yeni ve güçlü bir sınıf olarak beliren burjuvazi, başlangıçta hâkim devlet paradigmasından faydalar sağlamasına rağmen ilerde kendi çıkarlarına göre eleştirilerde bulunacaktır ve bu devlet otoritesinden ayrı olarak gelişen sınıf sivil toplumun oluşmasını destekleyecektir.

Üçüncü aşamada ise modern kamusal alanın doğuşunda bir diğer önemli değişiklik bilgi ve haber kaynağının niteliğinde görülen gelişmelerdir. Bu yeni kamunun varoluşunda gereği elzem olan bilgi ve haber akışı gazetenin ortaya çıkması ve etkin dağılımı ile gerçekleşmiştir. Yeni toplumsal düzende kendisini yeniden biçimlendiren devlet de kendisine ait düzenleme ve yönetmelikleri bastığı gazetelerle dağıtmış bu ve bu yolla 'kamusal' hale gelmiştir. Bu kamusal hal ise toplumun okuyan ve dâhil olabilen kesimi için geçerlidir. Habermas'a göre bu kesim devlet otoritesi dışındaki kamudan hukukçuları, doktorları, memurları ve akademisyenleri ihtiva eder ve eski mesleki alışkanlıklarından kopamayan zanaatkâr ve satıcılar oluşan bu yeni kesimin altında konuşlanmışlardır (Habermas,1989: 307). Devletin temsil ettiği kamusal otoriteye rakip olarak çıkan bu yeni toplumsal kesim sivil toplumda kamusal alanı ortaya çıkan bir güç olarak doğmuştur. Büyük bir kısmını burjuvazinin oluşturduğu fakat alt sınıf memurlar ve soylulardan da katılım olan bu toplumsal tabaka devletin kamusal alandaki mutlakiyetçi egemenliğini eleştirebilecek bir grup olarak belirmişlerdir.

İlk ortaya çıktığında devlete karşı doğrudan bir başkaldırı şeklinde olmayan ve daha çok edebiyat, felsefe ve bilimsel tartışmaların var olduğu burjuva kamusal alanı kafeler, okuma salonları, dernekler, tiyatrolar ve konser salonlarında boy göstermiştir. Burjuva sınıfının güçlenmesi ve okuma oranlarında kayda değer artışın etkisi ile zamanla tartışmalar siyasal içerikleri de kapsamıştır. Bu noktada da kamuyu oluşturan bireyler, özel alandaki kendi çıkarlarını aşır, bir kamuoyu oluşturarak devlet yönetimini etkileyen bir kamusal alan çıkarmayı amaç edinmişlerdir. Burjuva sınıfı kendisine kıyasla okuma oranı ve kültüre erişimi kısıtlı olan alt sosyal sınıflardan çiftçiler ve kasaba halkları gibi grupları da kendisine dâhil edebilmeyi başarmış, daha önce sadece soylular, kilise ve devlet adamlarının tartıştığı siyasal, felsefi ve edebi konuları kamuya açmıştır.

19. yüzyılda zenginleşen ve dinamik bir yapıya sahip olan Fransız şehirleri, canlı kamusal mekânları, düşünce ortamları ve içerisinde bulunduğu sisteme ait özellikler ile burjuva kamusal alanının stereotipidir. Fransız Devrimine giden süreçte günlük hayatın politikleşmesi ile birlikte kamusal alanın güçlenmesiyle beraber aykırı bir biçimde özel alanın da sınırları belirginleşmiştir. Özel alanın sınırları artık sadece ev ve aile içi yaşama ait olmuştur. Devrim sırasında ve sonrasında ise genel devrim süreçleri ruhuna uygun bir şekilde kamusal olan yüceltilmiş, geneli ilgilendiren şeyler özelle alakalı olanları baskılamıştır. Bütün toplumu ve hayatı yeniden düzenlemek isteyen devrimciler, kamu ve kamusala ait olan her şeyin özel üzerine olan tahakkümünü oldukça önemsemişlerdir ve özel olan politik ve felsefi olarak değersizleştirilmiştir. Kamuyu ve ortak çıkarı düşünmek vatanseverleri, özeli ilgilendiren konular ise anti-devrimcileri ve vatan hainlerini temsil etmektedir.

Habermas burjuva toplumunun (eski toplumdaki) devletin benzeri olarak inşa edildiği tezini savunur. O zamana dek ev ekonomisinin çerçevesi ile sınırlanmış faaliyetler ve bağımlılıkların, evin eşliğinden kamunun ışığına çıktığını kaydeden Habermas, Schumpeter'in saptamasına dikkat çeker. Schumpeter'in tüm kişiliğin şahıs üstü amaçlara bağlı olduğu sistemlerin yok olmaya başladığı ve özel alanın oluşmasına ilişkin fikirlerine değinen Habermas, bu saptamanın sadece yeniden üretim sürecine değindiğini ve bunun kazandığı kamusal alanın önemini atlandığına yönelik eleştirisi de önemlidir (Habermas, 2014: 81).

Habermas'ın burjuva kamusal alanı hakkındaki düşünceleri, tarihsel olarak oluşturduğu üç çeşit kamusal alan kategorisi yerinde görülmektedir. Bu kategorideki kamular: temsili kamusal alan, edebi (yazınsal) kamusal alan ve politik kamusal alanıdır. Temsili kamusal alanı -her ne kadar kamusal olarak adlandırmak zor da olsa- Avrupa'nın feodal zamanlarında var olmuştur. Kamunun önünde gösterilen egemen politik güçleri içerir. Habermas tarafından 'harflerin dünyası' olarak da adlandırılan yazınsal kamusal alan ise erken kapitalist toplumların kamusal alanı idi. Yazınsal kamusal alanın ilk kurumsal örnekleri Fransa'daki salonlar, İngiltere'deki kafeler ve Almanya'daki okuma toplulukları idi. Bu topluluklardaki temel tartışma konuları genel olarak sanat ve edebiyattı.

Kamusal alana katılan insanlar gazete ve dergileri takip ederlerdi. Politik alandaki kamusal alan olarak da adlandırılan politik kamusal alan ise yazınsal kamusal alan ile beraber ortaya çıktı. Habermas (1989: 80) politik evrendeki kamusal alan harflerin dünyasındaki kamusal alandan ortaya çıkmıştır ve kamusal fikir aracılığıyla toplumun ihtiyaçlarını ve devleti iletişime sokmuştur der. Politik kamusal alanın asıl meselesi devletin hareketleri ve gerçekleştirdiği olaylardır. Burada burjuva toplumunun bireylerinin kamusal alanın tam merkezinde duran akılcı-eleştirel tartışmayı gazetelerde soylu bireylerin tartışmalarından öğrendiği savının üzerinde durmak gerekiyor (Habermas, 1989:208).

Kamusal alanla ilgili önemli bir diğer önemli ayırım ise onun özel alan ve devlet otoritesine ait olan sınırlarıyla ilgilidir. Habermas'a göre insanlar kamusal alana yönetici güç ya da devlet otoritesinden devirle olmaktan ziyade özel kişiler olarak katılırlar ve ayrıca şahsi ve ticari ilişkileri dahil etmezler. Kamusal alan insanların kamusal bir vücut oluşturdukları yerdir (Habermas, 1964: 211). Yeni toplumsallık, kahve evleri ve benzeri diğer yerlerde büyüyen akılcı-eleştirel söylemle birlikte erken kapitalist dönemin temelinde olan ulus ve bölgesel devletin olmasına bağlıdır. Bu süreç yöneten ayrı bir toplum ve kamudan ayrı özel bir alan fikrine ortam açtı (Calhoon, 1996: 421-461).

Tablo 3.1. Kamusal Alanın Karakteristik Özellikleri

Kişisel Alan	Kamusal Alan	Kamusal Otoritenin Alanı
Sivil Toplum(Ticaret, Borsa ve iş gücü..)	Politik evrendeki kamusal alan	Devlet ('Polis' Alanı)
Çekirdek Ailenin İç Alanı (Burjuva Entelektüelleri)	Yazın alanının kamusal alanı	
	Kültür Üretiminin Marketi (Şehir)	Saray (Üst-Soylu Toplum)

Kaynak: (Habermas, 1989: 120)

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü gibi Habermas kamusal alanı, özel alan ile otorite arasında duran olarak tasvir etmektedir. Habermasçı literatürde devlet ve kamusal asla birbirinin dengi gibi düşünülmemelidir. ‘Devlet politik kamusal alanın yürütmesi olarak konuşlanmasına rağmen onun bir parçası değildir’ (Habermas, 1964: 121). Habermas sivil toplumun, ortaçağ şehirlerinde ticaret ve borsa yoluyla ortaya çıktığını ve devletin gayrişahsi hale gelmesi, ticaretin ve buna bağlı iş gücünün devletten bağımsızlaşmasıyla kendini bulduğunu söyler. Ortaya çıkan yeni sivil oluşumlu yapılar ile burjuva kamusal alanı devlet otoritesi ile toplum arasında bir yerde durmaktadır. Burada üzerinde durulması gereken esas nokta burjuvazinin kamusal alan oluşturarak girdiği iktidar talebi mücadelesi değil, devlet egemenliğini ve faaliyetlerinin eleştirilmeye ve yorum andırmaya yönelik bir alan teşekkül ettirmesidir.

3.1.3. Kamusal Alan Modelleri

Farklı tarihsel süreçleri konumları ve anlamları değişimler gösteren kamusal alan kavramı farklı düşünürlerce de çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Rappa (2002: 49)’ya göre kamusal alan beş farklı boyutta söz konusudur: İlk boyutta insanların iletişiminin ve etkileşiminin fiziksel bir alanı, ikinci boyutta insan eylemlerinin oluşturduğu fiziksel olmayan metaforik bir alan, üçüncü boyutta iki taraf arasındaki bilgi alış verişinin farklı biçimlerinin bulunduğu bir mekan, dördüncü boyutta ilişkilerin farklı eklemleme biçimlerinin ve entelektüel veya entelektüel olmayan tartışmaların meydana geldiği bir alan, son boyutta ise devletlerin ve devlet dışı aktörlerin planlanmış veya planlanmamış politikalarının ortaya çıktığı bir alan olabilir. Herhangi bir dönemde farklı grupların çıkar çatışmalarının ve uyumsuzluklarının yapısını belirlediği kamusal alan, hangi dönemde ne gibi karakteristik özelliklere sahip olduğuna bakılmaksızın özgürlük ve demokrasi açısından önem arz etmektedir.

Kamusal alan kavramı tartışmalarında ilk akla gelen düşünür şüphesiz Jürgen Habermas’tır ve bunun kaynağı ise Habermas’ın kamusal alan kavramını ‘Söylemsel Kamusal Alan’ olarak ilk kez kuramsallaştıran çalışmacı olmasıdır. Kamusal alan kavramı özellikle Habermas’ın *The Structural Transformation of Public Sphere* (Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü) kitabının İngilizce’ye çevrilmesinden sonra akademik çevrelerde oldukça ses getirmesinden sonra tartışılmaya başlanmıştır.

Ortaya yeni kamusal modeller sunulmuştur fakat Yükselbaba (2012: 96)'ya göre bu ortaya çıkan modeller yeni oluşturulmamıştır ve aslında kamusal alan kuramsallaştırıldıktan sonra bu perspektifinden bakılarak kavramlar değerlendirilmiştir.

Literatür göz önüne alındığında üç temel kamusal alan modelinin çalışmacılar tarafından esas alındığı gözlemlenmiştir. Bunlar Hannah Arendt'in katılımcı demokrasi ve sivil yaşamı erdeme dayandıran ortak kamu alanı yaklaşımı olarak bilinen 'agonistik', kökleri ünlü Alman filozofu Immanuel Kant'a kadar götürülen liberal kamusal alan anlayışı 'legalistik' ve üçüncü ve son olarak ise Jürgen Habermas'ın içinde bulunduğu Habermasçı ya da 'söylemsel' kamusal alan modelleridir.

3.1.3.1. Hannah Arendt ve Agonistik Kamu Alan Modeli

Rekabetçi ve birleşimsel kamusal alan görüşü olarak tanımlanan agonistik kamusal alan, cumhuriyet ve sivil yaşam için erdem kavramını takdim etmektedir ve Hannah Arendt bu yaklaşımın en önemli temsilcisidir. Antik Yunan'daki polis yönetimini ve siyasal yapıyı incelediği İnsanlık Durumu ve Totalitarizmin Kaynakları adlı kitaplarından yola çıkılarak Arendt'in kamusal alan ile fikirleriyle bağlantı kurulabilmektedir. Eserlerinde sıkı bir katılımcı demokrasi taraftarı olduğu görülebilen Arendt, siyaset ve ahlak arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir ve bu ikisinin birlikteliğini yüceltmektedir. Bunu mümkün kılacak altyapıyı da Kant'ın ortak aklında ve kamusalında bulur.

Yahudi bir ailenin çocuğu olması ve Hitler Almanya'sının şartlarına bizzat tanıklık etmesinin sonuçlarıyla kaçak bir hayat sürmesi gibi kendi içinde yaşadığı dönemin şartlarından etkilenmesi muhtemel olarak Arendt 20. yüzyılın en büyük problemini totaliterlik olarak tanımlamaktadır. Bunun nedenlerini ise modern insanın içinde bulunduğu tüketim kültürünün etkisiyle kendisini doğrudan ilgilendirmeyen durumlara ilişkin akılsal sorgulamalardan kaçınması ve konformist hali olarak açıklamaktadır. Modernite üzerindeki tahlillerinde devam ederek, modern ideallerin hayal kırıklığı ile bittiğini, modernitenin bitmiş ve artık geçerliliğini yitirdiğini belirtmiştir. Doğal ihtiyaçların çok ötesinde metalara dönüşen eşyalar, evler ve kültür insanların doğasına yabancılaşmasına sebep olmuştur ve bu tüketim zincirleri

ussallaştırılmıştır. Saptanan benzer özellikler dolayısı ile modern çağın sona erdiğini ve yeni bir dönemde yaşanıldığını iddia etmiştir (Arendt, 2011: 30) .

Arendt İnsanlık Durumu kitabında eylem ve iş, güç ve şiddet, yeryüzü ve dünya kavramların arasındaki ayrımlardan bahsetmektedir. Ona göre insanların birlikte yaşıyor olmaları gerçeği, bütün insani etkinliklerin koşuludur, ama insan toplumu dışında tahayyülü bile mümkün olmayan yegâne insani etkinlik eylemdir (Arendt, 2011: 74). Hekimoğlu (2018:48)'na göre bu nokta önemlidir çünkü Arendt' in insan eyleminin içerdiği gücü vurgulaması ve bizi arzu ettiği bir düşünme ve tartışma ortamına çekmek istemesi ile asıl kastettiği şey başkalarını da düşünmeye sevk etmektir. Hala insanların uyum içerisinde eyledikleri vakit neler değiştirebileceklerini çözemeyen bireylerin, eylemi ve çoğulluğu ciddi bir biçimde ele almaya isteksiz olan bireylerin Arendt 'ten öğreneceği şeyler olduğu ortadadır. Arendt'in kamusal alanın özünü oluşturan noktaya işaret eden bu yorumda vurgulanan şey, kamusal alanın herkese açıklık ve iletilebilirlik yani gizliliğin devre dışı kalması ilkesidir.

Toplum yönetiminde ve karar alma süreçlerinde savunulan bir çıkarın ve konunun herkese açık bir şekilde olması Arendt'in kamusal alan için çok önemlidir. İletilebilirlik, bir toplulukta savunulan bir çıkarın ya da amacın kamuya sunulması, kamusal alan içinde tanıtılmasıdır (Hekimoğlu, 2018: 64). İletilebilirlik ilkesine uyan eylemler eleştiriye açılmış olur ve kamusal bir niteliğe kavuşmuştur. Özel ve kamusal arasındaki ayrımın izlerini Antik Yunan'a kadar süren Arendt, Antik Yunan'daki polis (şehir) yönetimindeki rekabetçi siyasal alanı ideal alan olarak öne sürmektedir. Bu çalışmada Antik Yunan'da Kamusal Alan bölümünde yapısından bahsedilen polisin anlatılan yapısından bilindiği üzere, hane alanının dışına çıkmak ve karar alma sürecine katılmak için özgür bir erkek yurttaş olmak şarttı ve özel alandaki zaruri ihtiyaçlarından kurtulmuş olmak en temel şarttı.

Arendt'te ise kamusal alanda polisin iki işlevi bulunmaktaydı. İlk olarak polisteki insanların hanelerinden yani özel alanlarından çıkarak kamusal olana katılmaları bir devamlılık teşkil etmesi beklenmekteydi. Bir diğeri ise polisteki bu yapı ile insanlar kendi fikir ve yetkinliklerini topluma daha çok gösterme şansına ve var olma şansına sahip olmaktadır. Arendt' göre var olmaları birbirlerine bağlı olan kamusal ve özel alan arasındaki sınır yıllardır aşınmaktadır ve kitle toplumu ile ortaya

çıkan pazar alanını varlığı haneden ayrılmıştır, kamusal ortadan kalkmıştır ve özel de yok olmuştur. Bu gelişmeleri toplumsalın yükselişi olarak kavramsallaştıran Arendt'e göre toplumsalın yükselişi, polisteki siyasal katılımcı insan anlamında kamusal insanın çöküşü demek olmuştur.

Benhabib (1997: 58) Arendt'in kamusal kavramında iki karşıt alanın bulunduğunu belirtmiştir. Bu karşıtlık durumu 'agonistik' ve 'birleşimsel' kavramları ile açıklanmaktadır. Agonistik yaklaşıma göre kamu alanı, kahramanlık ve seçkinliğin öne çıktığı ve paylaşıldığı, erdemlerin sergilendiği bir alandır. Arendt, bu kamusal alanı 'görünümler sahnesi' olarak ifade eder. İnsanlar burada üstün olmak, itibar görmek ve insan olmanın getirdiği ölümlülüğü aşmak için bulunurlar. İkincisi ise insanların bir uyum sağlayarak eylemde buldukları her yerde meydana gelir. Birleşimsel kamusal alan olarak tanımlanan bu bölümde kamusal alan özgürlüğü oluşmaktadır. İnsanların bir konuşmayı dinlemek amacıyla bir araya geldikleri bir toplantı salonu, çevreci bir eylem için bir araya geldikleri bir ormanlık, bir 'birleşimsel' görüşe örnektir (Yükselbaba, 2012: 63).

Arendt'in kamusal alanı anlatıldığı şekilde kavramsallaştırması ile politika üzerindeki görüşleri arasında bir ilişki vardır. Bu yüzden politika sadece bir iktidar alanı değildir. Politika, farklılık, çoğulluk, iletişim, diyalog ve özgürlük gibi insan yaşamının daha yüksek potansiyellerinin ortaya çıkmasına olanak sağlar. Çoğulluk, insani eylemin koşuludur, çünkü hepimiz aynıyız; yani hiç kimsenin şimdiye dek yaşayan, yaşayacak başka herhangi biriyle asla aynı olmayacağı tarzda insanız (Arendt, 1958: 226). Özgürlük politikanın varoluşunun olmazsa olmaz bir değeridir ve eylem ise onun deneyim alanıdır. Buradan yola çıkıldığında özgürlük felsefi değildir çünkü felsefede egemenlik ve kendini inkâra gidebileceğinden dolayı özgürlük Arendt'te politiktir. Özgürlük düşünen ve eylemde bulunan insanın poliste politika yapmasıdır.

Arendt'te görüldüğü üzere dikkat çeken Antik Yunan merkezli esinlenme model geliştirme üzerinde dile getirilen ilk eleştiri, bu kavramların günümüz post-modern kitle toplumundaki uygulamalarına dair muğlaklıklardır. Yine de Batı merkezli metafizik geleneğine karşı alternatif bir kamusal alan kavramsallaşması amacıyla yola çıkan Arendt'in bireysel mutluluk ve özgürleşme üzerine sağladığı

kavramlar ile toplumsal alana dair katkıları yok saymak mümkün değildir. Zaten Arendt de bir siyasal toplumda nüfusun artmasıyla kamusal alanın siyasal alandan çok toplumsal alan tarafından belirleneceğini kabul etmektedir. Bu bakımdan Arendt'in kamusal alan kavramsallaştırmasını, Antik Yunan Polisi'nin özelliklerine sahip bir mekânda gerçekleşebilecek kamusal alan modellerinin özel bir türü olarak değerlendirmek olasıdır (Karadağ, 2010: 3-15).

3.1.3.2. Liberal Kamu Yorumu

Günümüzde içinde yaşadığımız toplumun düzenini ve düşüncelerini şekillendirmede en etkili düşünce sistemlerinden birisi olan liberalizmin oldukça uzun bir tarihi ve farklı yorumları mevcuttur. Birbirinden farklı liberal yorumların merkezinde ortak olarak bireyin özgürlüğüne ve devletin kamusal özgürlük ve mutluluk için tarafsız ve müdahalesiz olmasına olan vurgu önemli bir yer teşkil etmektedir. Yine liberal gelenekte toplumsal sorunları haklarla çözme eğilimi de mevcuttur. Aşağıda bu çalışmanın konusu olan kamusal alan ile ilgisi itibarıyla öncelikle liberal geleneğin beslendiği önemli kaynaklardan Immanuel Kant'ın kamusal alana dair görüşlerine, daha sonra belirli dönemlerde liberal düşüncede yaşanan anlayış farklılıklarından yola çıkarak sırasıyla klasik ve çağdaş liberal kamusal alan yorumlarına değinilmiştir.

3.1.3.2.1. Immanuel Kant'ta Kamusalılık: Aleniyet ve Akıl

Modern zaman düşünürleri arasında temelinde felsefe olmak üzere bütün disiplinlerde oldukça derin ve kalıcı bir etki bırakan büyük Alman filozofu Immanuel Kant, çalışmaları ile bilimi bir temele oturtmuş, inancın ve ahlakın da akılcılığını savunarak eleştirel felsefenin temelini oluşturmuştur. Hümanist olarak değerlendirilen Kant'a göre arzularını, tutkularını ve çıkarlarını saf aklı ile değerlendiren ve rasyonel olan insan her şeyden önde gelmektedir. Modernite için de oldukça önemli bir yere sahip olan ve akli temele alan bu görüş, kamusal alan kavramı ve Habermas için de hayati bir önem taşımaktadır. Habermas' a göre kamuoyu terimi henüz Alman diline yerleşmeden önce, burjuva kamusalılığı fikri, Kant'ın 'aleniyet' ilkesini hukuk ve tarih felsefesi açısından geliştirmesiyle teorik olgunluğa sahip bir yapıya kavuşmuştur (Habermas, 2002: 200).

Kant ünlü ‘Saf Aklın Eleştirisi’ kitabında insanın özellikle kendi aklını kullanarak kendi yasalarını koymasına vurgu yaparak insanın önemli ve değerli bir varlık olduğunu belirtmektedir. İnsan yine kendi aklını kullanarak davranış ve ahlak kurallarını koymakta ve düzenlemektedir. “Kamusallığın olmaması halinde adaletin de olmayacağı”, onun bir başka önemli önermesidir. Evrensel bir etik ilke belirlemeye çalışırken, siyaset ve etiğin uzlaşım alanı olarak ‘kamusallık’ ilkesini ortaya koymuştur. Bu ilke ona göre, adaletin dayanak noktalarından biridir. Kamusal alan ve kamuya karşı açıklık gerektirir. Aleniyeti siyasal egemenliğin, kamusal akıl karşısında çıplaklaşması olarak gören ve fazlasıyla önemseyen Habermas, tam da bu nedenle kendi kamusal alan kuramında aleniyet ilkesini sık sık vurgulamayı ihmal etmeyecektir” (Hekimoğlu, 2018: 38). Toplum yönetimini ilgilendiren ve başkalarının hayatına dair eylemler ve değerler düzenlemeleri herkese açık ve kamusal değilse meşruiyet kazanmayacaktır.

Akıl aracılığı ile eleştiri veya aydınlanma düşüncesinin ortaya çıkmasında ve devamındaki düşünürler üzerinde oldukça etkili olan Kant felsefesinde aleniyet ve adalet kavramlarının sıkça yer aldığı görülmektedir. Bu çalışmada işlenen konunun kamusal alan olmasından ötürü Kant’ın tarih ve hukuk felsefesini kamusal alan perspektifinden okuduğumuzda, yasamanın ve birlikte yaşamın yolu akıldan geçmektedir. Toplum yönetimi ve onun araçları olan kanunlar ve yasalar, kamusal bir toplumun üzerinde akıyla eleştirilerek mutabakata vardığı kamusal alanlardır. Kant’ta bu derece önemli yer tutan ve merkezde duran kamusal alan Habermas’ın dikkatinden kaçmamaktadır. Herkes için hukuken yapılabilecek ve yapılamayacak şeyleri belirleyen bir kamusal yasa, bütün hukukun kendisinden kaynaklandığı ve bundan dolayı hiç kimseye haksızlık yapamaması gereken bir kamusal iradenin edimidir. Lakin böyle bir irade herkes hakkında dolayısıyla da herkes kendi hakkında karar verdiğinden, bütün halkın iradesinden başka bir şey olamaz (Habermas, 2002: 205).

İşte Kant’ın sosyal hayata dair belirlediği ahlak ve hukuk kuramlarının tutunduğu varlık akıldır ve Aydınlanmanın da çekirdeğinde bu vardır. Bütün bu ilerleme ve aydınlanma projeksiyonunun gerçekleşebilmesinin ön şartı da siyaset ve toplum yönetiminin ahlak yasası çerçevesinde gerçekleşmesidir. Siyaset, ahlak ve hukuk arasında bir arabulucu olan kamusal alan da, pratik aklın koşulsuz buyruğu tarafından belirlenen özgür, tarafsız ve iletilebilir düşüncelerin serbest ve ‘aleni’ bir

şekilde dile getirildiği bir eleştiri ortamıdır. Böylesi bir kamusal alanın gelişmesi, dünya barışını sağlayacak olan Uluslar Federasyonuna doğru yol alan gerçek bir ilerlemenin önünü açacaktır. Bu ilerleme, yasallığın ilerlemesidir. Kant'ın kamusal ilkesi, siyasetin ahlakla uyumunu güvence altına alabilecek bir ilkedir (Kalaycı'dan aktaran Hekimoğlu, 2008: 88).

Kant'ın kamusal alanın siyasal işlevini belirleme noktasında kadın ve çocukları dışarda bırakarak siyasal akıl üreten kesimi mülk sahibi özgür vatandaşların tahakkümüne bırakması eleştirildiği noktalardan birisidir. Köle olmayan, geçinmek için başkalarına ihtiyaç duymayan, ortak yaşam gereksinimleri dışında kimseye hizmet etmesi zorunlu olmayan her birey, kamusal alan ilkelerinin yasaların üretimine katılmaktadır. Özel mülkü olmayan ve siyaset belirleme süreçlerinin dışında bırakılan bireyler ise kamusal alanın korumasından faydalanabilmektedir. Açıkça görüldüğü gibi Kant'ın ortaya koyduğu kamusal ilkesindeki adalet problemi tartışmaya bir hayli açıktır. Özgürlüğe yaptığı vurgu ve birey düşüncesine verdiği önemle kendinden sonra gelen liberal gelenek arasında ilişkiler ve köprüler bulunduğu kabul edilen Kant'ın kamusal alan kavramının, liberal gelenekte farklı yorumlamalar ile kendisini güncellediği ve zamanla oldukça farklılaştığı gözlemlenmiştir.

3.1.3.2.2. John Locke ve J. Stuart Mill'de Kamusal Alan

Liberalizm denilince akla gelen ilk isimlerden olan John Locke' un toplum yönetim kuramı, siyasal toplum ve doğasına dayanmaktadır. Bu kavramsallaştırmasında kamusal ve özel arasında güçlü bir ayrım bulunmaktadır. Öyle ki özel alan ve kamusal alan arasındaki çizgi yok sayıldığında Locke'un toplum yönetimi ve siyaset kuramı geçerliliğini kaybetme seviyesine gelmektedir. Siyaset felsefesinde sıkça karşılaşılan toplum sözleşmesi kuramları arasından Locke'un temelini attığı liberal sistemin öncesindeki doğal durumda Lock'a göre herkes eşit durumdadır. Efendi-köle, anne-baba ve karı-koca gibi ayrımlar siyasal bir özellik teşkil etmemektedir ve özel alana dâhil olmaktadır.

Doğa durumunda insanlar kimseden izin almadan, başkalarının iradelerinden bağımsız olarak ve eylemlerini diledikleri gibi yapabilmek noktasında özgür bir şekilde yaşamaktadırlar. Lock'a göre doğa durumu özgürlük ve eşitlik durumudur. Hiçbir kimse diğerinden daha fazla veya eksik yetki ve hakka sahip olmadığı için toplumda erk ve yargı hakkı karşılıklıdır. Doğa durumunda karşılıklı etkileşimler ve

bireysel etkinlikler doğa yasasına göre işler. Doğa yasası ise, bizzat aklın kendisidir. Doğa yasası olan akıl sayesinde kişiler kendilerini korumaktan daha ‘soylu’ bir neden olmadıkça diğer kişilerin özgürlüğüne zarar vermezler (Karadağ, 2010: 179).

Çünkü Locke'a göre tüm insanlar Tanrı'nın malıdır ve aralarında ontolojik bir hiyerarşiden söz edilemez. Doğa yasasına aykırı hareket edenler, herkes karşılıklı olarak ceza verme yetkisine sahip olduğundan, bu yetki çerçevesinde cezalandırılır. Ancak insanların benlik sevgisi ve huy kötülüğü nedeniyle ortaya çıkacak sorunların çözümü karmaşaya yol açabilir. Çünkü doğal düzende belirli, yerleşik ve bilinen bir yasa, bilinen ve nesnel bir yargıç ve etkin bir yürütme erki bulunmamaktadır. Bu nedenle insanlar siyasal topluma geçerler (Locke, 1986: 230).

Siyasal alana ilişkin olarak Müftüoğlu, John Lock'un kamusal alanına dair, siyasal topluma geçtikten sonra bu alana doğa durumunda herkesin eşit olmasına rağmen yalnızca özgür erkeklerin dâhil edildiğini belirtmektedir. Bunun ardında yatan nedenin ise Locke kavramsallaştırmasında önemli yer tutan mülkiyet fikrinin yattığını ve efendi-köle, ana-baba ve çocuklar, karı ve koca arasındaki ayrımların siyasi nitelik taşımamasından dolayı kamusal gündeme dâhil edilmediklerini anlatır (Müftüoğlu, 2003: 33). İngiliz iktisatçı ve fikir adamı olarak bilinen John Stuart Mill'in ise günümüz anlamında aklımıza gelen liberalizmin şekillenmesinde önemli etkilere sahip olduğu kabul edilmektedir. Ekonomi ve toplum üzerine yazdığı Politik Ekonominin Kuralları, Özgürlük Üzerine ve Temsili Yönetim Hakkında Düşünceler isimli kitapları oldukça ünlüdür.

John Stuart Mill'de siyasal alan ile toplumsal alanın birbirlerinden ayrıldığı görülmektedir. Onun felsefesinde toplumsal alan farklı bireylerin birbirleri ile etkileşimlerde bulunduğu bir alanı teşkil etmektedir. Bir toplum içerisinde bir arada yaşayan insanlar, bu ilişkinin beraberinde getirdiği birtakım sorumluluklarla mükelleftir. Herkesi kapsayan bu sorumluluklardan birisi yasalarla güvence altına alınan haklara ve bunun getirdiği menfaatlere zarar vermemektedir. Diğerisi ise sosyal hayatın ve birlikte yaşadığı diğer insanların olası zarar görmelerini engellemek için yapılan ve çalışma ve görevlerden herkesin payına düşene katlanmasıdır. Mill, bu iki gerekçe dışında bireylerin yaptıkları hareketlerin sadece kendileri için sonuç doğurması durumlarına müdahale edilmemesi gerektiğini savunur. Bu gibi durumlarda bireyler gerek yasal gerekse sosyal açıdan özgür olmalıdırlar. “Mill, bu iki gerekçe

dışında bireylerin yaptıkları hareketlerin sadece kendileri için sonuç doğurması durumlarına müdahale edilmemesi gerektiğini savunur. Bu gibi durumlarda bireyler gerek yasal gerekse sosyal açıdan özgür olmalıdırlar. Ancak, Mill bunun tam bir kayıtsızlık durumu olarak anlaşılabilmesi gerektiğini belirtir” (Karadağ, 2010: 180).

Yükselbaba ise Mill’in bu ayrımından yola çıkarak yukarıda bahsedilen toplumsal yükümlülükler haricinde bireylerin bizzat kendisini ilgilendiren olaylara müdahale edilmemesi ve özgürlüğün önemine dikkat çektiği yorumunda bulunmuştur (Yükselbaba, 2012: 133-134). Liberalizmde temel ilke konumunda bulunan özgürlük bireyin hareket alanı anlamında büyük önem taşımaktadır. Yine Yükselbaba ek olarak sonuçları bakımından sadece bireyleri ilgilendiren durumlar, diğer bireyler veya yasal-siyasal otorite tarafından beğenilmeyebilir. Bu gibi durumlarda diğerlerinin telkinden başka yapabileceği hiçbir şey olmamalıdır ve Mill’e göre toplumsal alanda yer alan kesimler ancak karşılıklı saygı çerçevesinde diyalog sağlanabilir.

Siyasal alanın oluşturulmasında iki ana ilkedен yola çıkan Mill’in birinci ilkesi uzmanlarca teleolojik (erekbilimsel) olarak nitelendirilmektedir. Kendi tanımlaması ile belirtmek gerekirse bu “en iyi hükümet biçimi her türlü uygarlık durumunda uygulanabilir ya da seçilebilir bir biçim değil, fakat uygulanabilir ve seçilebilir olduğu koşullarda, o gün ve daha ileride, en büyük nicelikte yararlı sonuçları doğuran bir hükümet biçimidir” şeklindedir. Diğer ilkesini ise “her yurttaşın arada sırada, yerel ya da genel bir kamu görevini kişisel olarak yerine getirmek üzere, hükümette gerçek bir görevi yüklenmeye çağırılması” olarak tanımlamaktadır (Mill, 1986: 70).

Başlangıçta kamusal alana oldukça geniş bir yer ayıran Mill ilerleyen dönemlerinde kamusal topluluğun genişlemesi ile kamusal alanda boy gösteren sonuç gelmez çıkarlar silsilesi ve yönetim gücünün cahil insanların eline geçmesi tehlikesinin ihtimaline karşı kamusal alanı sınırlandırmaya ve değersizleştirmeye çalışmıştır. Kamusal alanın ve demokrasinin potansiyel gücünün farkında olan ve buna rağmen gerekli ahlaki ve bilişsel seviyeye ulaşılmadan iktidarın bilinçsiz halk kitleleri tarafından kullanılmasının ‘demokratik tiranlık ve ‘çoğunluğun tahakkümü’ gibi istenmeyen yönetim şekillerine yol açacağı kaygısına karşılık Mill gücü dengelemek için bireyin özgürlüğü ve otonomluğuna vurgu yapmaktadır. Mill’de görülen temel endişe kamusal alanın bireyin özgürlüğünü kısıtlamaya başlaması ve müdahale ederek tahakküm oluşturmasıdır.

3.1.3.2.3. Friedrich A. Hayek ve John Rawls'da Kamusal Alan

Avusturya okulundan siyaset bilimci ve ekonomist Friedrich August von Hayek 20. yüzyılda yükselmekte olan sosyalist harekete karşı liberal piyasa ekonomisini savunması ile tanınmaktadır. Çağdaş liberaller arasında anti-rasyonel çizgiye yakın olarak bilinmektedir. Hayek'e göre toplumsal kitlelerin ihtiyaçlarının birçoğu siyasal mekanizmalar ve iktidar tarafından bilinmeyen süreçlerin ilişkileri sonucunda meydana gelir. Buradan yola çıkıldığında iktidarın amacı, kamusal iyiyi sağlamak için kimi özgül gereksinimleri gerçekleştirmek olmayıp, farklı kesimlerin kendi gereksinimlerini sağlayabilecekleri koşulları oluşturmaktır (Hayek, 1995: 22).

Hayek modern anlamda özgürlük düşüncesi çerçevesinde fikir ortaya koyan düşünürlerin çoğu zaman kamu yararı ile adaleti birbiriyle dönüşümlü olarak ve yanlış kullandıklarını belirtmiştir. Toplumda birbirlerini tanımayan bireylerin hepsinin kendi görelî önem ve gereksinimleri doğrultusunda farklı çıkarlar peşinde koşmalarından dolayı mutlak bir ortak çıkar ve kamusal üzerinde uzlaşmanın mümkün olmadığını, bu yüzden ortak amaçlardan ziyade ortak araçlar üzerinde bir mutabakat sağlanarak eşit şartlar belli bir oranda sağlanabileceğini düşünür.

Bu görüşlerinden yola çıkarak toplumsal düzen ile ilgili kuramına gelindiğinde ise Hayek, düzen kavramı düşünüldüğünde akla gelen unsurları ve ilkeleri belirli bir merkez tarafından oluşturulmuş ve hareketleri de bu merkez tarafından denetlenen, inşa edilmiş yapıların akla geldiğini fakat düzenlerin tanımında geçtiği kadar basit ve yönetilebilir yapılar olmadığını ileri sürer. İçerisine toplumsal düzenlerin de dâhil olduğu birtakım düzenler, rasyonalistlerin düşündüğü gibi akıl ile kavranıp tayin edilecek kadar insan aklının muktedir olduğu yapılar değil, oldukça karmaşık ve dolaylı ilişkiler ağına sahip organizasyonlardır. İnsanlar sınırlı maddi bilgisi ile bu devasa yapıları düzenleyip yönetemeyeceği için siyasal iktidarlar da 'kamusal iyi'yi elde etmek gibi toplum mühendisliklerine girişmemelidir. İktidarlar, bireylerin ihtiyaç ve eğilimlerini belirlemeye çalışmamalı sadece insanların kendi gereksinimlerini sağlamalarına yardım edecek imkânlarla olanak sağlamalıdır.

Düzen ve sosyal anlamda özet olarak yukarıdaki fikirlerden hareketle bir kuram geliştiren Hayek, toplum yönetiminde ise sınırlı bir siyasal alan çoğunluğunu işaret etmektedir. Demokrasiyi "negatif karakterli bir "usul" değeri" (Hayek, 1995: 257) olarak değerlendiren düşünür, siyasal bir düzen oluşturulurken düzeni meydana

getiren kurucu unsurun, toplumun tüm kesimlerini ve gereksinimlerini anlama kudretine malik olması mümkün değildir. Bundan dolayı demokrasinin en iyi yönetim olabilmesi için çoğunluğun da sınırlandırılması gerekmektedir. Sistem çoğunluğun yönetiminden çoğunluğun egemenliğine döndüğü tahlilde iyi bir yönetim olduğundan bahsetmek zorlaşmaktadır.

Amerikalı siyaset ve ahlak filozofu John Rawls yirminci yüzyılda yazılmış en etkili kitaplardan biri olarak belirtilen ‘A Theory of Justice’ (Bir Adalet Kuramı)’ın yazarıdır. MIT, Harvard ve Princeton gibi dünyanın seçkin üniversitelerinde hocalık ve kürsü başkanlıklarında bulunmuştur. Çalışmalarında ve yazılarında genellikle toplumsal adalet kavramı üzerinde durmuş ve yaşadığı toplumda hâkim olan egemen ahlak anlayışı olan faydacılığın karşısında alternatif bir ahlak felsefesi koymaya çalışmıştır. Buna ek olarak liberal adalet kuramının temel prensiplerini toplum sözleşmesi geleneğinde bir kuramla destekleyerek toplum sözleşmesi geleneğini yeniden canlandırmak istemiştir.

Rawls’ın kamusal alana dair görüşlerinde başlangıç durumu, siyasal adalet, kamusal akıl ve örtüşen uzlaşma kavramları sıklıkla görülmektedir. Anayasal demokratik bir ortamda yurttaşların eşit ve özgür olma hakkından vazgeçmeksizin birbiriyle çatışan farklı felsefi, dini ve ahlaki öğretilerle bölünmüş bir toplumda nasıl yaşanılacağı sorunundan yola çıkan Rawls, siyasal adaleti böyle bir toplumda yaşayabilmenin koşulu olarak öne sürer. Rawls'a göre siyasal adaletin bu işlevini yerine getirebilmesi için kökeninde hiçbir öğreti, kuram, dünya görüşü barındırmaması, herhangi bir öğretden veya genel iyi anlayışından türetilmemiş olması gerekir. Ancak böyle bir adalet anlayışı ile farklı iyi anlayışlarının, farklı ve çatışan çıkarların bulunduğu toplumlarda özgür ve eşit olarak yaşanabilir (Karadağ, 2010: 14).

Toplum sözleşmesi geleneğine bağlı kuramlara benzer bir şekilde Rawls bahsettiği siyasi adalete ulaşmak için bir başlangıç durumundan yola çıkmaktadır. Bu başlangıç durumunda özgür ve eşit halde bulunan bireyler, zaman ve mekânın dışında ve hayali bir ortamdadır. Bu yüzden bu toplumda dil, din, cinsiyet gibi ayrımlardan bihaberdirler. Bu insanlara nasıl bir toplumun oluşması gerektiği sorulduğunda verecekleri cevaplar Rawls’a göre siyasi adaletin de sağlanması için eşitlik ve farklar noktasında olacaktır. Bu kişiler ahlaki ve akli yetileri noktasında özgür ve eşittir.

Davranış ve akli yetilerinde iki farklı kapasiteye sahip olan bireyler makul ve rasyonel olma özelliklerini taşımaktadır. Kişinin kendi iyisini oluşturabilme kapasitesidir. Makul her kişi kendi hareketlerinin sonuçlarını hesaba katabilen ve diğerlerinin iyiliğini de gözetebilen bir kişidir. Makul kişi kendisini başkalarına feda etmeyeceği gibi bencil de değildir. Rasyonel kişi ise kendi iyisini seçebilen ve bu iyiyi gerçekleştirebilmek için eyleme geçebilen kişidir (Rawls, 1993: 49).

Rawls'ın kuramında siyasal alan için önemli olan bir diğer kavram ise kamusal akıldır. Demokratik bir toplumda anayasa yapmak ve yasa değiştirmek için toplu olarak birbirleri üzerinde siyasal ve zorlayıcı güç kullanan eşit yurttaşların akli olarak gördüğü kamusal akli siyasi alanla sınırlandırmak istemektedir. Kültürel alana ait sorunlar siyasal değerlerce çözümlenebilecek sorunlardır (Rawls, 1993: 214). Kamusal aklın fonksiyonel olduğu alanlarda sınırlı olan kamusal tartışma ortamına örnek olarak siyasi adalet kavramı verilebilir. Siyasi adalet noktasında herkes bir kere uzlaştıktan sonra diğer ilkeler hakkında farklı görüşler olması mevcut olabilmektedir. Burada önemli olan nokta herhangi birinin kendi adalet anlayışını ortak olarak kabul ettirmeye çalışmamasıdır. Toplumsal uzlaşma olarak tanımladığı yani toplumdaki farklı kesimlerin siyasi adaleti makul olarak görebilmesi kavramı mümkün olduğunda, siyasi adalet ve demokratik bir yönetim olağan bir sonuç olarak meydana gelmektedir.

3.1.3.2.3. Jürgen Habermas'ın Söylemsel Kamusal Alan Modeli

Frankfurt Okulu'nun Adorno ve Horkheimer'dan sonraki ikinci kuşağının en öne çıkan düşünürlerinden biri olan Jürgen Habermas 'Kamusallığın Yapısal Dönüşümü' adlı siyaset kuramında bir klasik olarak kabul edilen eserini kaleme almıştır. Kamusal alan kavramına bakış açısını değiştiren kuramında Habermas kamusal alan modelini tarihsel ve toplumsal koşullarla birlikte kapitalist sisteme entegre etmektedir. Çeşitli çevrelerden farklı eleştirilere tabi tutulmuş olmasına rağmen kamusal alan kavramının bir siyasal tarih kuramı olarak algılanması bu eser sayesinde olmuştur.

Kamusallığın Yapısal Dönüşümü'nde Habermas kamusal alanın çeşitli tarihi süreçlerdeki konumundan bahsetmektedir. Üç tür kamusal alanın varlığına değinen Habermas'a göre bunlar temsili kamu, edebi kamu ve siyasal kamudur. Temsili kamu kapitalizm öncesi toplumlarda görülmektedir ve esasen bir kamu alanı veya toplumsal alan olmayıp, üstün bir güçten beslenen feodal hükümdarların iktidarlarını halkın

önünde temsil etmesi ve statüsüdür. Bu tür kamusal alan varlığını 19. yüzyıl başlarına kadar sürdürmüştür. 19. yüzyılın başlarına kadar etkisini sürdüren temsili kamuda soyluluk ön plandadır (Habermas, 1989: 82). Burjuvazinin güçlenmesi ve kapitalist sisteme geçilmesiyle temsili kamu ve onun kurumları olan kilise, krallık ve aristokrasi dönüşüme uğramıştır. Kurumların etkisini kaybetmesi ile yeni aktörler ortaya çıkmış ve bireysel özerklik ilk defa bir alan olarak belirmiştir.

Erken kapitalist dönemde ilk olarak siyasi kamunun oluşmasına zemin sağlayacak olan edebi kamu gelişmiştir. Karadağ (2010: 186)'a göre edebi kamu henüz kendi içinde dönüp duran kamusal akıl yürütme faaliyetinin deneme alanı; özel şahısların, içinde var oldukları yeni özellik alanının sahici deneyimleri hakkında kendilerini aydınlatma sürecidir. Edebi kamu kapitalizm öncesi dönemde de vardır. Ancak, birçok şey gibi o da saraya ve soylulara aittir. Yeni bir dönem olarak ele alınmasının sebebi burjuvaların güçlenmesiyle halkın bireysel olarak bu ortamlarda boy göstermeye başlamasıdır.

Gerçekleşen kamusal alanın yapısal dönüşümü sonrasında soylular yeni sistemde parlamento, hukuki organlar ve otorite kurumlarını oluşturmuşlardır. Ticaret ile uğraşan burjuva kesimi ise kentlerde organize olmuşlar, meslek örgütleri ve bölgesel yapılanmalar ile devletten ayrı bir toplumsal alan meydana getirmişlerdir (Habermas, 2015: 98). Habermas'ın da vurguladığı gibi bu hususta önemli olan şey devlete karşı ve ondan ayrı özel bir alan olarak burjuva kamusal alanı, iktidar mekanizmasının aldığı kararları eleştiren ve denetleyen bir yapı olarak ortaya çıkmıştır. Üzerinde durulması gereken bir diğer nokta da burjuva hareketlerinin ve toplumsal alanın ortaya çıkmasında hayati bir rol oynayan medya ve basın-yayın tekniklerinde yaşanan gelişmeleri akabinde artan okuma-yazma oranlarıdır. Yayınevleri, okuma salonları gibi yeni kurumlar özel kişilerin düşünmeleri ve tartışmaları dolayısı ile dönüşümleri için oldukça etkili olmuşlardır.

Gelişen kamusal toplulukla beraber doğrudan ve yüz yüze yapılan tartışmaların yerini medya ve kitle iletişim araçları ile yapılan dolaylı tartışmalar almıştır. Siyasal kamusal müzakerenin kurumsal güvenceleri hukuk devletiyle oluşturulmuştur. Burjuva hukuk devletinde kamu erki, tarafsızlaştırılmış ve egemenlikten arındırılmış bir özel alanın ihtiyaçlarına tabi duruma gelmiştir (Habermas, 2002: 73). Oluşan bu

burjuva kamusalılığı da toplumsal yaşamın gelişmesiyle kamusal alanın özel alanla kaynaşması ölçüsünde geçerliliğini kaybetmiştir (Habermas, 2002: 79).

Habermas'ın idealize ettiği burjuva kamusal alan modelinde kamusal alan ile özel alanın kesin çizgilerle ayrılması esastır. Bu ayrımında, bir kamusal topluluk halinde bir araya gelen özel şahısların oluşturduğu ve devletle toplumun ihtiyaçları arasında aracılık eden kamuoyunun kendisi, özel alana aittir (Hekimoğlu, 2018:54). Bununla birlikte Habermas'a göre günümüz modern toplumunda bu alanlar iç içe geçmiştir ve uygulanabilme kapasitesi bulunmamaktadır. Siyasal düşünce üreten ve kamuya dâhil olan özel bireyin görevi, kolektif olarak örgütlenen dernekler veya kamusal erkin organları içerisinde oluşan ve köken olarak kamuoyuna ait olan ama zaman içerisinde ondan yabancılaşan siyasal partilerdir. Siyasal açıdan önemli iktidar kullanımı ve güçlerin dengelenmesi süreci, doğrudan doğruya özel idareler, dernekler, partiler ve kamu yönetimi arasında cereyan eder; kamusal topluluğun kendisi ise bu iktidar dolaşımına ancak münferit durumlarda ve o zaman da sırf alkış ve onay alma maksadıyla dâhil edilir (Habermas, 1989: 298).

Habermasçı kamusal alan kavramsallaştırmasına göre kamusal alanda iletişim süreçlerinin daha yüksek düzeyde bir özneler arasılık sağlaması gerekmektedir çünkü Habermas'ın kamusal alanda istediği temel şey toplumda ussal ve eleştirel bir müzakere alanıdır. Her kimlikten farklı hayat biçimlerinin kısıtlanmamış bir biçimde kendini ifade etme fırsatı bulması ile yaşanan tartışmalar aracılığıyla katılımcılar hem kendi kimlikleri hem de sosyal çevreleri ile birlikte getirdikleri özellikleriyle yüzleşme şansına sahip olacaklardır. Habermas'ın kamusal alan ile ilgili görüşleri aslında yine kendisine ait olan 'iletişimsel eylem kuramı' ile bağlantılıdır. Bu kuramda ileri sürdüğü söylemsel kamu modelinde kamusal eylem sürecine bütün bireylerin herhangi bir kategoriye sokulmadan sadece birey olmasından dolayı katılmasının esas olduğu sıklıkla dile getirilir. Bundan dolayı Habermasçı kamusal alanda da herhangi bir kural ve siyasi eylem kararı alınacağı zaman bu eylemin etkileyeceği bütün bireylerin söz hakkı olması ve bunu diğer bireyler ile tartışması ve müzakere etmesi kilit noktasıdır.

Günümüz post-modern toplumunda ve post-truth (hakikat-askıda) çağında güç kaybeden kamusal alanın yeniden sahalara dönebilmesi için çözümler öneren Habermas bunun sağlanabilmesi için öncelikle siyasi partilerin, kitle iletişim araçlarının ve kamusal organizasyonların mutlak bir aleniyete karşı karşıya kalması

gerektiğini söylemektedir. Bu kurumların karar mekanizmalarında ve kanaat belirtme yapılarında kamusal ilkeleriyle uyumlu olarak aleni ve engelsiz bir iletişim sağlanmalıdır. Habermas'ın modelinin neden 'söylemsel' bir model olduğu da bu noktada anlaşılabilir. O, iletişimi önemser ve söze önem verir. Habermasçı kamu alanı, halkın ussal ve eleştirel müzakereyi amaçladığı kamu modelidir (Hekimoğlu, 2018: 55).

3.1.3.3.1. Söylemsel Kamusal Alan'a Yönelik Eleştiriler

'Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek' adlı makalesinde Fraser (1990: 57) kamusal alanın kavramsallaştırılmasında ve tanımlanmasında ailesel ve ev dışındaki her şeye atıfta bulunurken 'kamusal alan' ifadesini kullanmanın önemli farklarına işaret eder. Bu eleştirisini biraz daha da ileri götürerek kamusal alan görüşünün en az üç farklı alandaki kullanımının anlamca birleştirilmesini tartışır: Devlet, ücretli ve resmi iş ekonomisi ve kamusal söylem alanı. Habermasçı kavramlarla kamusal alan erkek merkezlidir ve kadını dışlar. Fraser'in kamusal alan olarak burjuva kamusal alanı hakkındaki eleştirilerini sunarken karşı kamusal alanın çoğulluğuna işaret eder. Buna ek olarak dört varsayım üzerine kurulan 'maskülen burjuva' kamusal alanın aşağıda var olan noktalarını tespit eder ve bunların temel alınarak eksikliklerinin gözden geçirilmesi gerektiğini belirtir. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Politik demokrasi için sosyal eşitliğin gerekli bir şart olmadığı
- Tek bir kapsayan kamusal alan her zaman çoklu kamunun kesişim noktasına göre daha tercih edilen olduğu.
- Kamusal alandaki söylemlerin her zaman şahsi ilgiler ve şahsi işleri dışlaması gerektiği
- İşleyen bir demokratik kamusal alanın sivil toplum ve devlet arasında keskin bir ayrım gerektirdiğidir.

Fraser ayrıca Habermasçı kamusal alanın var olan toplumlara tam olarak uymadığını düşünmektedir. Kamusal ve var olan durum arasındaki ilişkinin Habermas'ın öngördüğünden daha karmaşık olduğunu söylemekle beraber, kamusal

alanların burjuva kamusal alanından farklı olduğuyla oldukça ilgilenir ve kendi teorisini destekleyen diğer eleştirilerle işbirliği yapar. Fraser (1990: 74) tarihin alt sosyal grup üyelerinin -kadınlar, işçiler, farklı ırktan insanlar, geylekler ve lezbiyenler- alternatif kamusal alanlar oluşturmalarının avantajlarını defalarca gösterdiğini belirtmiştir ve bu gruplara alt-karşı kamular demeyi önermiştir çünkü bu alt grup üyelerinin kendi ihtiyaçlarını, ilgileri ve kimliklerini egemen anlayışa karşı olarak yorumlayabilmelerine imkân veren bu alt paralel alanları icat edip geliştirilebileceğini iddia etmiştir. Fraser'in bu karşı kamu fikrini ortaya atmasından sonra uzmanlar grupların duygularına bağlı olan yeni kamusal alanlar tanımladılar.

Squires (2002: 134) karşı-kamular hakkındaki uzmanlar arasındaki kavramsallaştırma sorunlarından bahsetmiştir. Afro-Amerikan karşı-kamusal alanı bazlı çalışmasından yola çıkarak alt sınıf kamularının birbirleriyle ve hegemon kamu ile nasıl iletişim kurduğundan hareketle yeni bir terminoloji oluşturmuştur. Kamuların etkileşimi ile ilgili olarak üç tür model sunmuştur. Bunlar kuşatılmış (yabancılaşmış), karşı kamu ve uydu kamularıdır. Kuşatılmış kamular kanuni (legal) problemlerden kaçınmak için kendilerini toplumun geri kalanına kapatırlar. Karşı kamular kamu tartışmalarında daha geniş bir toplum ile karışarak baş göstermek ve fikirlerini anlatmak isterler. Uydu kamular ise bu iki modelin arasında kalan kısımlardır. Daha geniş topluluklarla etkileşim kurmak için kendilerini her zaman hariç tutmazlar ve bunun sebebi legal problemler değildir.

Alman ve Avrupa çalışmalarında uzmanlaşmış sosyolog Myra Marx Ferree, kamusal alanı yukarıda ayrıntılı bir şekilde irdelenen dört alanda kategorize eder: Temsili liberal, katılımcı liberal, söylemsel (discursive) ve yapısalcı (yorumsal) yaklaşımlar. Ferree'ye göre temsili kuram geleneği otoritenin bütün vatandaşlar arasında dağılacağına dair vaatte bulunur. Temsili liberalizme göre kamusal alan kamunun temsilini yansıtmalıdır. Daha geniş ve daha fazla katılımcının bulunduğu bir parti veya organizasyonun sesi doğru orantılı olarak daha güçlü yankılanacaktır ve karar verme süreçlerini şekillendirecektir (Ferree, 2010: 34). Katılımcı kuramın temel amacı katılımcı sayısını maksimize etmektir. Habermas'ın fikirleri temel alınan söylemsel (discursive) yaklaşım önemli normatif sorulara cevaplar ararken tartışmalarda başlıca politik figürlerle sınırlı kalmaması gerektiğini tartışır.

Söylemsel kuram aynı zamanda temsili kuramın çoğunluğu dâhil etme fikrini de benimser. Buna rağmen temel vurgu noktası etraflıca düşünme ve müzakerededir. Söylemsel teori katılımcıların aynı ahlaki topluluktan olduğunu ve benzer temel değerleri paylaştığını iddia eder. Söylemsel kamusal alanın özü karşılıklı saygı ve diyalogdur. Görüldüğü gibi temsili ve söylemsel kuramları özellikle ‘kamusal alanın kimi muhteva etmesi gerektiği’ konusunda birbirlerinden ayırt etmek çok kolay görünmemektedir. Yapısalcı yaklaşım ise bu dördü arasında en eleştirici olandır. Bu yaklaşım genellikle Fransız filozof ve sosyolog M. Foucault’un fikirlerinden etkilenmiştir. Katılımcının kim ve ne zaman olması gerektiği soruları üzerine yapısalcı yaklaşımın özellikle toplu katılım noktasında güçlü normatif değerleri vardır. Bu geleneğe göre toplu katılım, güçlü formu ile kamusal söylem ‘politik’ olanın sınırlarını sorgulamaya açmalı ve bu sayede farklılıkların tanınması ve dışlananların güçlenmesine hizmet etmelidir (Ferree, 2010: 272).

Kamusal Alan kuramına ilişkin erken ve en önemli eleştiri yayınlarından birisi de Alman filozof Oskar Negt ve yazar Alexander Kluge tarafından yazılan ‘Kamusal alan ve Deneyimi’ kitabıdır. Negt ve Kluge (1993) burjuva ve işçi kamusal alanları arasında ilişkinin diyalektiğini değerlendirmeye alırlar. İşçi kamusal alanını nüfusun yüksek çoğunluğunun tecrübelerini ve çıkarlarını yansıtan olarak tanımlamaktadırlar. Burjuva hayat tarzının toplumun geri kalanı ile bir bağlantısı olmadığını savunurlar ve bununla birlikte burjuvaların da toplumun her kesimini temsil ettiğini iddia ettiğini söylerler. Bu yüzden emekçilerin toplumdaki egemen kamusal alanla baş etmeyi bilmeleri gerektiğini savunurlar.

Kadın çalışmaları alanında çalışmaları bulunan Amerikan tarihçi Mary P. Ryan Habermas’ı cinsiyet ayrımı bakış açısı yoluyla eleştirmektedir. Ryan (1996: 259) kadınların 18. yüzyıl boyunca kamusal alana dâhil edilmediklerini belirtmektedir ve Ryan Amerika’yı taban alarak kadınların 19. Yüzyılın ikinci yarısında feminist hareketlerin meydana gelmesinden sonra kamusal alana dâhil olmaya başladıklarını ifade etmektedir. Habermasçı kamusal alanın kadınların olaya müdahil olmaya başladıktan sonra meydana geldiğini savunmaktadır ve 20. yüzyılın sonunda, kadınların kamuyla olan tarihsel problemlili ilişkisi, Jürgen Habermas’ın yirmi beş yıl önce önümüze koyduğu ütöpik özlemlere hem pratik hem de teorik bir lütuf olarak kamusal bir niteliğe dönüştü diye eklemektedir.

Kamusal alan kavramı 1997 yılında Yapısallığın Yapısal Dönüşümü'nün Türkçe tercümesinin yayınlanması ile akademisyenler arasında gözde bir alan olmaya başlamıştır. Çevirmenler 'public sphere' karşılık gelen kamusal alan yerine 'publicity' kelimesine karşılık gelen kamusallık ifadesini kullanmayı tercih etmişlerdir. Buna rağmen şu an literatürde kamusal alan kavramı çok daha fazla tercih edilmektedir. 'Yapısallığın Yapısal Dönüşümü' isimli kitabı orijinal dili Almanya'dan İngilizceye çeviren Thomas Burger da aynı problemden bahseder. Orijinali 'Öffentlichkeit' olan kelime İngilizce'ye de kamu, kamusallık, kamusal alan olarak çevrilebilmektedir. Bununla birlikte bu çeviri İngilizce' de çok fazla bulanıklığa sebep vermese de Türkçe'de ciddi problemler yaratabilmektedir. Hem 'public sphere' hem de 'public place' Türkçe'ye kamusal alan olarak çevrilebilmektedir ve çok farklı noktalara karşılık gelen bu kavramlar anlam kargaşasına sebebiyet vermiştir.

Özbek (2004: 124) kamu veya kamusal alan kavramsallaştırmasını egemen (hegemonik), alternatif ve karşıt kamular şeklinde yapmaktadır. Egemen kamudan bahsederken Fraser ve Squires ile aynı çizgide olurken, karşıt kamudan bahsederken yeni bir kategoriden bahsediyor. Özbek'in karşıt kamusu diğer düşünürlerden göreceli olarak daha çok sınıf mücadelesi merkezlidir. Karşıt kamuların doğrudan sermaye-emek çatışmasından yükselen bir emekçi kamusu olduğunu söyler. Alternatif kamulardan bahsederken de egemen kamuya karşı olan ama sınıf mücadelesine dayanmayan olarak bahseder. Özbek'in kullandığı terminolojide alternatif kamu ve karşıt kamular birbirini destekler.

3.2. Türkiye'de Kamusal Alan Tartışmaları

Türk toplumunda ve Türkçe sosyal bilimler literatüründe kamusal alan kavramı ele alındığı zaman uzun süre boyunca siyasal alanda popüler bir konu olan türban meselesi ile alakalı tartışmalar akla gelmiştir. Tartışmalar genellikle türbanın nasıl takılması gerektiği ve bunu kullanan kadınların bunu nerede takmaları veya devlet kurumlarında takıp takmamaları konularında merkezlenmiştir. Meselenin siyasi bir hal teşkil ettikten sonra önünde sonunda bir noktada düğümlendiği görülmüştür: Kamusal Alan. Bu ifade Türkiye'de yaşayan insanların birçoğu tarafından sıklıkla zamanın devlete egemen güçlerinin retoriğinde mutlaka duyulmuştur. Üniversitelerde kavga ve tartışma konularına dönen bu meselede öne çıkan bazı açıklamalarda kamusal alanın

'mekânsal' değil 'işlevsel' olduğunun vurgulandığı görülmüştür. Örnek olarak bir vatandaşın bir parkta zaman geçirdiği sırada orası kişisel bir alan olarak kabul edilirken bir güvenlik görevlisi size kimliğinizi göstermenizi istediğinde orası 'kamusal alan' olarak geçerlilik kazanmaktadır.

Bahsedilen dönemde kamusal alanın kavramın nasıl kullanıldığını anlamak için Dönemin Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'in Harp Akademisi'nde yaptığı konuşmadan örnekler sunulabilir. Sezer (2006) türbanın kamusal alandan çıkarılması gerektiğini ve kişilerin özel hayatında türban takmalarının bir sorun oluşturmadığını söylemiştir. Bununla birlikte Sezer'in kamusal alan kavramı ile ifade etmek istediği şey aslında kamusal alan değil kamu mekânıdır. Özbek'in vurguladığı ve yukarıda verilen örnekle bahsedildiği üzere kamusal alan ve kamu alanı (kamu mekânı) Türkiye'de dönüşümlü olarak kullanılmaktadır.

Türban meselesi çerçevesinde zamanın statükosunu destekleyen akademik yazılar olduğu gibi kaçınılmaz olarak karşı argümanlara sahip çalışmalar da mevcuttur. Bu tarz çalışmalara birinci grup dersek bir de ikinci grup olarak bahsedebileceğimiz kadın hakları, egemen güçler konularında genellikle tarihsel yaklaşımlarla çalışmalar yapan akademisyenlerin mevcudiyeti de vardır. Birçok Türk akademisyen kamusal alan ve demokrasi arasındaki ilişkiyi inceleyen ve tartışan çalışmalar yayınladılar. Türk siyaset bilimci Ömer Çapa kamusal alanda kadınların statüsü ile ilgili ilk çalışmaları gerçekleştirmiştir. Kadınların toplumsal alana katılım ve sivil toplumdaki rollerine değinmiştir. Çağdaşlarının birçoğunun yaptığı gibi aksine kendisi türban meselesiyle ilgilenmemiştir. Bir diğer siyaset bilimci Aykut Çelebi ise yeni bir terim olan hareket halindeki kamusal alan konusuna katkıda bulunmuştur. Kendisine göre hareket halindeki kamu ortak fikir, pratik ve siyasi hedefleri paylaşan kurumsal bir yapıdır. Bu yapı kendisini genel topluma ifade edebilmek için yeni yollar, formatlar ve alanlar yaratır. Çelebi'nin bu yaklaşımı Squieres'in karşıt kamular kavramına yakın bir konumdadır.

3.3. Kamusal Alan Olarak Web 2.0 Araçlarının Tartışılması

Medya ve kamusal alan hakkındaki temel kavramlar ve tarihsel gelişim süreçlerine değindikten sonra günümüzde bu iki kavram arasındaki ilişkilerin irdelendiği noktalar aşağıdaki başlıklar altında ele alınmıştır.

3.3.1. Sosyal Medya'nın Kamusal Alan Olma Potansiyeli

Kamusal alan, özel kişilerin bir kamu görüşü oluşturmak için bir araya geldiği ve iletişimde bulunduğu her ortamda ortaya çıkmaktadır. Daha sonra bu ortamda mevcut bulunan insanlar, devlet bürokrasisinin yasal kısıtlamalarına tabi olan anayasal bir düzenin üyeleri gibi davranmazlar (Lennox, 1974:214).

Dünya İfade Özgürlüğü barometresine göre, çoğu insanın konuşma özgürlüğü konusunda paylaştığı ideal ile bu ifade özgürlüğünü uygulamada ne derece özgür olduklarını deneyimledikleri arasında kayda değer bir tutarsızlık vardır. Yine aynı araştırmaya göre, aşırı görüşlerin ve açıklamaların yazılı olarak yayınlanmasına veya toplantılarda veya gösterilerde tanıtılmasına izin verilmesi oldukça kabul edilebilir, ancak çok az insan sosyal medyanın ifade özgürlüğü uygulama fırsatlarını arttırdığını düşünmektedir. Çoğunluk, görece geniş bir topluluktan ziyade küçük veya yerel bir toplulukta açıklama yapmanın veya fikirlerini ifade etmenin daha güvenli olduğunu düşünmektedir (Cato, 2019). Bunun ışığında, birçoğunun politik ve sosyal medyada toplumsal katılımı teşvik eden bir şekilde aktif olması korkutucu görünmektedir. Örneğin Norveç vatandaşlarının ifade özgürlüğü konusunda sınırlamalar hissettikleri fikri şaşırtıcı bir durumdur çünkü Norveç özgür bir basın ve temelleri sağlam atılmış demokratik süreçlerle oldukça huzurlu bir ulus olarak kabul edilmektedir (Engelstad vd., 2017: 5).

İfade özgürlüğünün deneyimlenen sınırlamaları, sosyal medya ve sosyal ağ toplumlarındaki politik söylemi azaltabilir ve bu da yine daha elitist ve tek tip bir dijital kamusal alana yol açabilir. Öte yandan bu, internetin ve sosyal medyanın verimli bir şekilde kullanıldığı daha kasıtlı ve hoşgörülü bir tartışmayı açığa çıkarırsa, seçkin politikacılardan başka alanlara da yer veren daha çok herkesi çevreleyen bir ortam olabilir. Çevrimiçi yorum alanlarında çevrimiçi taciz ve trolleme, bireyleri ve grupları, dijital ortamı acımasızca susturmaktan korkutmak suretiyle kamuoyundaki tartışmaları açıkça kontrol etme potansiyeline sahiptir.

Bunun aksine, bazıları sosyal medyanın yapıcı fikir ve görüş alışverişine katkıda bulunmak yerine benzer görüşlere sahip olanlar arasında kendini referans alan ve kendini geliştiren bir pozitiflik ürettiğini belirtmektedir. Sosyal medyada çok fazla zaman geçirmek, herkesin bu dijital alanları kullandığına inandığı gerçekte çarpık bir

gerçeklik görüşü verebilirken, gerçekte özelleştirilmiş ayarlar ve dinamik algoritmalar nedeniyle farklı karşılaşan belirli gruplarla sınırlı olabilir. Farklı bir bakış açısı, olumlu ve dolaylı olarak toplum odaklı bir dijital kürenin, mevcut konuya uyarlanmış bazı ortak temel ilkelere dayanan bir söylem içinde daha farklı görüşlere olanak sağlamasıdır. Herhangi bir şey hakkında söylemi mümkün kılmak için, tartışma konusu hakkında ortak bir anlayış olması gerekir. Bazıları tarafından ‘yankı odaları’ olarak kabul edilen bir söylem, diğerleri tarafından daha geniş bir kamusal alanın parçası olarak kabul edilecektir (Nielsen, 2018: 18).

Sosyal medya ve blogların ortaya çıkışı, çoğulcu ve nüanslı bir toplumsal söylem için mükemmel bir fırsat verir. Dezavantajı ise interneti fikirleri ve fikirleri paylaşmak için bu kadar dinamik ve uygun kılan aynı mekanizmaların, bu ücretsiz söylemi kapatmak için tehdit ve taciz kullananların gerçekliğini maskeleyerek için kullanılmasıdır. Çevrimiçi zorbalık ve taciz, sosyal medyada ve dijitalleştirilmiş söylemsel katılımı da gruplara yönelme ihtiyacını açıklayan bir başka faktördür. Kamusal bir tartışma alanı olması için sadece özel yaşam dünyası ve devlet arasında yer alan bir alana değil, aynı zamanda azınlık görüşlerini ve açıklamalarını dile getirmek için yaptırımsız fırsat deneyimine de ihtiyaç vardır. Bunu kurmayı amaçlayan öncülerden biri ise özgür basın ve hukuki konuşma özgürlüğüdür. İdeal kamusal alan, kamusal ve hükümet aygıtı arasında iletişimsel, yorumlayıcı, arabuluculuk ve müzakere görevi görür. Bu nedenle, bu arabuluculuk ve müzakerelerin uygulandığı tesisler, hem devletin hem de halkın (yani seçmenlerin) ortak çıkarlarına göre olabildiğince kapsayıcı ve çoğulcu bir şekilde işlev görür.

3.3.2. Sosyal Medya Aracılığıyla Dağıtılan Haberler

Fiziksel olarak basılan bir gazetede tüm makaleler eşit olarak bulunacak ve ekonomik sermaye faktörü en çok okunan, hatırlanan ve tartışılan konu ile alakasız olacaktır. Bu durum sadece, büyük ailelerde, işyeri yemekhanelerinde ve benzeri yerlerde hayal bile edilebilecek bir durumun aynı örneğini okumak için bekleyen çok insan olmadığı sürece geçerlidir. Zamansal yönler ve kişisel ilgi ve motivasyonlar, seçimi ve nelerin gözden geçirildiğini veya derinlemesine okunduğunu yönlendirecektir. İnternette ve özellikle sosyal medyada yüksek oranda dağıtım yapan haberlerin büyük miktarlarda insana ulaşma olasılığı daha yüksektir. Birçok insana

daha büyük ölçüde ulaşan haberler, işyerinde, yemek masalarında ve kamuoyunun görüşüne yanıt olarak ve kamuoyu oluşturmaya bağlı olarak görüşmenin yapıldığı diğer resmi, yarı resmi ve gayri resmi durumlarda görüşülme potansiyeline sahiptir.

Bloglarda veya Twitter ve Facebook gibi sosyal medyada yayınlanan dijital gazetelerin yanı sıra vakalar da daha kolay dağıtılabilir. Medya profesyonelleri, hem geleneksel kanallar hem de sosyal medya aracılığıyla medyanın aktif tüketicileridir ve yeni vakalar oluşturmak için fikirlerini ve diğer kaynaklardan önerilerini kullanırlar. Vurgulanan ve kişisel güncellemelerden veya sosyal medya veya bloglardaki girişimlerden kaynaklanan sorunlar, bazen konuyu geleneksel medya aracılığıyla öne çıkaran gazeteciler tarafından daha da ileriye götürülmektedir. Geleneksel haber medyasına ulaşan tweetlerle ilgili güncellemeler, devre dışı bırakılmadığı sürece Twitter kullanıcılarına posta yoluyla dağıtılır. Haber ve bilginin çevrimiçi dağıtımı, haber dünyasında ve kamusal alanda gündemin tanımlanmasında güçlü hale gelmiştir.

Televizyon, gazete ve radyo gibi geleneksel medyaya da ulaşacak şekilde sosyal medyadaki kampanyalarla daha fazla vaka odaklı konuya ek olarak genelleştirilmiş içerik dağıtım olasılığı, kolektif olarak dijitalleştirilmiş söylem uygulamasının bir parçası olabilir. Bunu gösteren bir örnek #hashtag kampanyasıdır. #Hashtag fenomeni, medya ve kültür endüstrisinde herhangi bir konuyu hedefleyen ve vurgulayan anonim ve tanımlanmış öz raporlara ve anlatılara dayanan dağıtılmış çevrimiçi aktivizm olarak tanımlanabilir. Bunun en bilinen örneklerinden birisi #metoo hareketidir (The Guardian, 2017).

Kampanyanın başlangıçta nasıl ve kim tarafından öne çıkarıldığına birçok farklı versiyonu vardır ve birçok farklı haber makalesi, kültürel aktivizm ve sosyal medya segmentleri ve ulusal gazetelerde ve özellikle çıkış noktası olan ABD’de olmak üzere dünyanın diğer bölgelerinde yeni kampanyalarla sonuçlanmıştır. Temel odak noktası, kampanyanın internetin sağladığı etkin dağıtım potansiyelinin sorunları ortaya çıkarmak, tartışma ve topluluk eylemi oluşturmak için nasıl kullanıldığına dair mükemmel bir örnek olmasıdır.

Büyük kitlelere ulaşan haberler, bir popülasyonun çoğunluğu için deneyimlenen ve potansiyel olarak gerçek ve önemli olanı yaratma potansiyeline sahiptir; bizi çevreleyen şey kavrayabildiğimiz kadarıyla gerçekliktir. Bireyler ayrıca

güvenilir olduğunu düşündüğümüz kaynaklardan gelen bilgilere güvenme eğilimindedir. Güvenilir olarak kavradığımız şey, çoğunlukla bildiğimiz, tanıdık olan ve kültürel uygulama ve deneyimle kabul ettiğimiz sembolik veya olgusal bir fenomenle ilişkili veya otorite iddia eden kaynaklardan tanıdıklarımızdır. Bu tür kaynaklar genellikle arkadaşlar, aile ve iş arkadaşları ve ayrıca güvenilirlik veya kaliteyi gösteren semboller, ikon haline gelen veya gerçek bağlantı olabilir. Bu bakış açısıyla, Facebook arkadaşlarının ve Facebook'ta paylaşılan bilgi seçiminin haber makalelerinin zımnı meşruiyetini artırabileceği mantıklıdır (Boulianne, 2016: 286). Çoğu kişi, belirsiz bilgileri filtrelerken, yorumlarken, hangi bilgilerin (bu özel bağlamda haberler) gereksiz olduğunu ve daha yakın analize ihtiyaç duymadığına karar verirken kendi zihinlerindeki ek olarak başkalarının seçtiği geri bildirimlere ve görüşlerine güvenir. Bilgiyi sıralamanın bu yolları, küçük ölçekli grup kimliğini yaratan şeyin bir parçasıdır ve daha büyük ölçekte kültürel, etnik, dini, ulusal veya politik farklı gruplara ait zımnı bir duygudur.

Genel anlamda bilgi okuryazarlığımıza rehberlik eden iki merkezi psikolojik faktör vardır: Tekdüze ve büyük miktarda mevcut olan bilgiyi evrensel olarak doğru görme eğilimi ve kaynakları seçilmiş bireyler aracılığıyla doğrulama eğilimimizdir (Tversky ve Kahneman, 1976: 185). Bu faktörler, sübjektif olarak deneyimli güvenilir kaynaklarla birlikte dağıtım oranı ile birlikte, sosyal medyada yüksek bir dolaşım ve dağılıma ulaşan materyalin, toplumsal ve politik manzara açısından bir nüfusa ağırlık verebileceğini göstermektedir. Başka bir deyişle, görünürlük güçlü bir söylemdir. Bu ayrıca dağıtım ve tüketmeyi, fiziksel formatta gazeteler veya ulusal televizyon haberleri gibi daha az dinamik ve daha az kişiselleştirilmiş kaynaklara dayanan haber tüketiminden farklı bir şekilde ifade eder.

Bizim için görünen şey, hâkim olan ve çoğunluk olarak yorumlanma eğilimindedir ve çoğu zaman verilen ortamda böyle olur. Haberlerin sadece bilgi veya bilgi bakımından ücretsiz olarak yayınlanan haberlerden farklı niteliklere sahip olan sadece ödeme yapan okuyucuları için belirli bir özellik varsa, gazetelere abone olmayan kitlenin bir bölümü belirli kültürel ve toplumsal söylemleri kaçırmaz. Tanınmış bir kaynak aracılığıyla açık ve ücretsiz olarak yayınlanan haberler gibi bilgilerin, gerçekliği, ilgi düzeyi veya kalitesi nedeniyle zorunlu olarak değil de büyük ölçüde ekonomik sermayenin bağımsız olması nedeniyle daha sık okunması ve dağıtılması

olasılığı yüksektir. Bu görüş ayrıca ücretsiz olarak yayınlananları yöneten kararların ortak gayri resmi bilgi yaratma ve uygulamalı söylem üzerinde bir etkisi olabileceğini ima eder.

3.3.3. Yerel Demokrasi ve Ulusal Kampanya

Bock Seggaard 2017 yılında sosyal medya kullanımı ve seçimlere katılma üzerine bir çalışma yürütmüştür. Araştırmasında sosyal medyada siyasi olarak aktif olanlar ayrıca çevrimdışı durumlarda da en aktif olanlar arası olduğunu ve genç seçmenlerin sosyal medyayı yaşlılardan daha fazla kullanacağı yönde yaşın etkisi eğilimini gözlemlemiştir (Nielsen, 2018: 45). Bu sosyal medyanın ekonomik sermayeye sosyal veya kültürel sermayeden daha az bağımlı olduğunu gösterebilmesi açısından önemlidir. Yaş etkisi temel etkenlerden birisi olarak açıklanabilir çünkü genç vatandaşlar daha büyük ölçüde internet ve sosyal medya ile günlük iletişimin, haber tüketiminin, bilgi toplamanın ve sosyal ilişkileri sürdürmenin ayrılmaz bir parçası olarak büyümüştür.

Yaş etkisi, muhtemelen farklı yaşam durumlarına özgü faktörlere doğrudan bağlı olabilir. Bu durumda, en aktif sosyal medya kullanıcıları zaman içinde kullanım biçimini değiştirebilirken, yaş segmentlerine ulaşanlar daha ileri yaş segmentinde olanlar tarafından daha önce engellenen kullanım modellerini benimseyebilirler. Başka bir olasılık ise tarihsel olarak internetin yeni bir fenomen olması nedeniyle popülasyondaki kullanım örüntülerinin zamanla ve gelişen teknolojiyle değişeceği. Yerel politikalar ve yerel politikacılar Twitter’da hem özel bir kişi olarak hem de siyasi temsilci olarak ayrı olarak mevcut ve temsil edilmektedirler. Güvenen ve iyi işleyen bir yerel toplulukla ilgili yerel olarak gömülü faaliyetlerin çoğu Twitter’da da uygulanmaktadır. Yerel spor takımları, yerel kültürel kurumlar, çocukların okul sonrası aktivitelerini yürüten farklı kurumlar, yerel yürüyüş grupları vb.

3.3.4. Sosyal Sermayeden Farklı Keyif Almak

Bourdieu tarafından yapılan Distinction (Ayrım) isimli çalışmada sunulan kapsayıcı analizler sayesinde toplumsal yapıların zevkle nasıl yeniden ortaya konduğu ve yeniden kurulduğu ve dahası eğitim sistemi aracılığıyla nasıl olabileceği gösterilmiştir. Dijital teknolojinin ve sosyal medyanın farklı türleri ve farklı

kullanımları, bireylerin normalde görüntülenen tercihleriyle uyumlu olması beklenen alışkanlıklarına dayalı olarak tutarlı ve önceden tanımlanmış tahminler verebilirler. Reklamcılıkta ve özelleştirilmiş içerikte kullanılan bu tür kullanım biçimleri, sosyal medyada belki de sosyal ve kültürel sermayenin, özelleştirilmiş reklam içeren sosyal medya platformlarının ücretsiz kullanımı için alınıp satıldığı ekonomik sermayenin ana kaynağıdır. Bireyin kendini temsil etmeyi nasıl seçtiği, beklenen grup üyeliği ve kategorilerdeki mevcut şema ve bilişsel önyargılara eklenir.

Bireyler ve gruplar kendilerini hangi sayfaları takip ettikleri, beğendikleri şeyleri, grup üyelikleri ve daha da önemlisi, hangi içeriği paylaşmayı seçtikleri esas alınarak konumlandırılır. Arkadaşlık dernekleri ve sosyal medyadaki diğer tercihler tarafından bağlılık veya muhtemelen çoğunlukla bunların karışımı olan şekillerde ilişki gösterirler. Sosyal medyada kendini temsil etmenin yorumları, çok sığ ve görünüşte boş görünebilir fakat aynı zamanda gerçek bireye veya sadece bireyin ötesine işaret eden sembolik karmaşıklığa ve potansiyel anlamlara da sahip olabilir. Yemek tercihleri, medeni durum, demografik özellikler ve sosyoekonomik değişkenler Instagram gibi çoğu sosyal medya kullanıcısı tarafından bariz bir biçimde veya daha dolaylı olarak görüntülenirler.

Bourdieu tarafından *The Distinction*'da yapılan araştırmalardan birisi de, kültür ve zevk alma yorumunun, sosyal ve kültürel sermayeyi ve ekonomik hareketliliği kolaylaştıran veya bozan yapısal ayrımlarla nasıl ilişkilendirilebileceğini göstermektedir. Buradan hareketle Bourdieu (1986: 39) baskın sosyal sınıfta, bir gün batımı fotoğrafının takipçilerinde güzel çağrışımlar yapacağını düşünenlerin oranının, en düşük eğitim düzeyinde en yüksek olduğunu, bu oranın iki yıllık bir yükseköğretim grubunda orta seviyelerde olduğunu, yükseköğretimi tamamlamış bireyler arasında ise güzel görünen her şeyin güzel bir fotoğrafı olmasını gerektirmediğini ve paylaşılmaması yönünde bir eğilim olduğunu belirtmiştir.

4. ÇEVRE HAREKETLERİ VE ANALİZLERİ

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak seçilen araştırma yönteminin tercih edilme sebepleri, kullanılma şekline dair detaylar ve bu çalışmaya benzer özellikler taşıyan araştırmalardan örnekler paylaşılmıştır. İkinci bölümde ise seçilen örnek vakaların arka planı, gündem olma süreçleri ve veri analizleri irdelenmiştir.

4.1. Araştırma Yöntemi

Bu tezde Türkiye'deki web 2.0 teknolojileri temelli sosyal medya araçları ve kamusal alan arasındaki ilişki çevre hareketleri üzerinden incelenmiştir. Araştırmanın alanının çevrimiçi ortamlar olmasından dolayı Türkiye'de sosyal medya kullanıcıları arasında en çok tercih edilen ve kamusal alan olarak değerlendirilebilecek özellikleri ve benzeri tartışmaları içerisinde en fazla muhafaza eden platformlardan birisi olan Twitter örneklem olarak seçilmiştir.

4.1.1. Değişkenler

Bu çalışmanın temel iddiası sosyal medyanın Habermasçı anlamda yeni kamusal alan olduğudur. Bu temel sav üzerinden aşağıdaki alt hipotezler vakalar üzerinden elde edilen veri ve analizler sonucunda tartışılmıştır:

H1: Politik olsun veya olmasın gerçek hayattaki çevre hareketleri sosyal medyanın konusu olmaktadır.

H2: Çevre hareketlerine dair kamuoyu sosyal medyadaki tartışmalar aracılığı ile şekillenmektedir.

H3: İnsanlar sosyal medyadaki tartışmalardan sonra gerçek-yaşam çevrelerinde eyleme geçmektedir.

H4: Bu tartışma ve eylemler Habermasçı kamusal alan kavramı çerçevesinde gerçek hayatı doğrudan etkilemektedir.

Daha önce de bahsedildiği gibi kamuoyu kamusal alanın en önemli ürünüdür. Bu çalışmanın bağımlı değişkeni kamuoyudur. Bu sorulara cevap aramak için yöntem olarak vaka analizi yöntemi seçilmiştir.

4.1.2. Araştırma Yöntemi Olarak Vaka Çalışması

Akademik alanda öğrenme amaçlı olarak bir durumu açıklamak ve bilgi edinmeyi başarmak geçmişten günümüze kadar kullanılmaktadır. Olaya yaklaşım tarzı her zaman anlamlı bir öğrenme için önemlidir ve detaylı düşünme sürecince olduğu gibi vaka tartışmasına da bağlanarak etki edebileceği derecesinde önemlidir. Vaka analiz metodu, öğrencilerinin fikirlerinde yatan karmaşık gerçekleri çözümlene dürtüsü ile Sokrates'ten, olası çözümlere araştırma geliştirebilen tartışmalara girişmek için paradoksları tartıştırdığı zaman kullanan Konfüçyüs'ten gelmektedir. Nihayetinde kökleri antik zamanlara kadar dayanan örnek olay çözümlenmesini entelektüeller bilinmeyen fenomenleri belirlemek için düşünme yaklaşımları ve açıklama girişimleri ile bilgi edinmeye çalışırken denemişlerdir.

Örnek olay çözümlenmesi tarihsel olduğu için daha önemsiz olarak algılanmasına rağmen, günümüzde hala araştırmalarda oldukça faydalı bir araç olarak kullanılmaya devam edilmektedir. En çok tercih edilen metot olmasa da bazı zamanlarda oldukça kıymetli bir bilgi kaynağıdır. Yin (2011: 72)'e göre vaka araştırma metodu vaka analizi metodu “gerçek-hayat bağlamı çağdaş bir fenomeni araştıran deneye dayalı bir incelemedir. Bu özel araştırma metodu ekonomiden medya ve siyasete kadar çeşitli alanlarda sıkça kullanılmaya başlamıştır. Bu bilgiler ışığında vaka analizi için gerçek hayattaki problemleri akademik alana tanımlamaya yarayan bir yol olduğu söylenebilmektedir. Örnek olay analizi bir teori inşa etmede ve doğrulamada nicel ya da nitel farklı metotları birleştiren, çoklu veya tekil vaka çalışmaları olabilen, belirli bağlamlardaki dinamikleri kavramaya hizmet eden bir yaklaşımdır.

Bir diğer deyişle akademik alanda vaka analizi belirlenen problemi çözebilen teorik kavramlar ve araçlar sağlamak için akla yatkın olayları kavramada önemli bir rol oynamaktadır. Bu yüzden, her disiplinin gereklerine göre değişebilen vaka analizi özellikleri ve standart prosedürlerinden bahsetmek önemlidir. Bu konuda beşeri bilimler ve medya bağlamında bu metotla ilgili ufak detaylar belirlenmiştir. Bu araştırma yönteminin sosyal, politik ve kültürel değişkenlerin incelenmesi ile özdeşleşen derin bir inceleme sürecinin önemine vurgu yapılmıştır. Bunun sonucu olarak, vaka analizinin sosyal dinamikleri yoğun bir şekilde kavrayan bir alanı teşkil

ettiği vurgulanmıştır (Ancela vd., 2008: 21). Yin (2011: 17) vaka çalışması araştırmalarında üç temel amaç saptamıştır: Çıktıların araştırma sorusunu oluşturmada kullanıldığı keşfedici, sadece tek bir vakayı tanımlamaya çalışan betimsel, yorumlamayı çeşitlendiren açıklayıcı araştırmalar. Araştırmanın analiz birimini belirlemek için vakanın ne olduğunun farkında olarak kurum, grup, birey çalışması veya hangi konuda çalışma yapılacaksa daha önceden belirlenmesi oldukça önemlidir.

Vaka analizi akademik çevrelerde köklü bir yöntem olsa da bazı yazarlar bu metodu bilimsel veri elde etmek için bilimsel işlem noktasında sorgularlar. Zanotti (1987: 48) gibi yazarlar eski tarz bilimsel araştırmaların kesin bir bilimsel sonuç göstermediğini iddia ederler ve bilimsel olarak toplanan verilerin yorumlardan kaçmak için yeterli olmadığını söylerler çünkü iddia edilen tarafsız gerçeklere her zaman insan düşüncesi tarafından karışımlar yaşanır. Kuhn (2013: 52) bu noktada Zanotti'ye katılarak geleneksel ve araçsal bilimsel metotların bilimin kesin gerçekleri bulup kanıtlayabileceğine dayanan tarihsel paradigmalarna bağlı olduğunu belirtir. Bazı yazarların ise geçerlilik, güvenilirlik ve genelleme konusunda çekinceleri vardır. Genelleme konusunda en tartışmalı nokta, tek bir vaka çalışılan alanlarda analiz noktasında hiçbir zaman yeterli olamayacağıdır. Bu yüzden herhangi bir çalışmada oldukça fazla vakanın karşılaştırmalı olarak incelenmesi tavsiye edilir. Latorre ve arkadaşları (1996: 30) ise vaka çalışmalarının avantajlarını şu şekilde belirtmişlerdir:

- Analiz edilen vaka aracılığı ile araştırma işlemini derinleştirmeye yardımcı olur.
- Sınırlı alan, zaman ve kaynak çerçevesinde küçük ölçekte çok önemli bir metottur.
- Hem kişisel hem kurumsal şartları dâhil eden bir yöntemdir.
- Disiplinler arası çalışmalar üzerinden farklı profesyonel perspektifleri katarak işbirliği ve ortak çalışmayı destekler.
- Ön yargı ve peşin hükümleri çürütebilir.

Yukarıda verilen bilgiler ışığında araştırma metodunun güçlü ve zayıf yanları göz önünde bulundurulduğunda sınırlı kaynak ve zamanda etkili bir sonuca ulaşmak amacıyla vaka çalışma ve analizi yönteminin yerinde olduğu fikri benimsenmiştir ve

bu çalışmayı daha verimli hale getirmek için farklı vakaların incelenmesine karar verilmiştir.

4.1.3. Benzer Çalışmalarda Kullanılan Yöntemler

Günümüzde kamusal alan çalışmalarında internet temelli araştırmalar oldukça ilgi görmektedir. Araştırma yöntemi seçerken daha önce yapılan çalışmalara bakınca internet, sosyal ağ, Web 2.0 ve kamusal alan çalışan araştırmacıların, çalışma alanı genişliğinden ötürü ve verimlilik göz önüne alındığında belirli vakalar seçerek çalışma yapmayı uygun gördükleri tespit edilmiştir. Bundan dolayı hem okuyucunun zihninde benzer çalışmaların anlaşılması hem de bu çalışmada siteler üzerinden bilgi toplarken yöntemin nasıl belirlendiğini göstermek için yapılmış bazı çalışmalardan örnekler verilmesi doğru bulunmuştur.

Daha önce bahsedildiği gibi ülkemizde sosyal ağların geniş kitleler üzerinde henüz yeni yeni yer edinmeye başladığı yıllarda yapılmış olan ve bu çalışmaya öncül kabul ettiğimiz Köseoğlu (2011) tarafından yapılan The New Public Sphere and Social Media adlı çalışmada, benzer hipotezler ile zamanında ilgi gören bazı vakalar incelemeye alınmış ve karşılaştırılmıştır. On yılın internet ve ağ teknolojileri için oldukça uzun bir süre olduğu kabul edildiğinde çalışmayı benzer metotlarla tekrar ederek güncel vakalar ile karşılaştırıp yenilemek ve elde edeceğimiz sonuçları karşılaştırdığımızda yoğunluk ve sosyal ağlara uyum sağlama süreçlerinin ardından ortaya çıkan yeni ortamların farklılıkları incelenmiştir. Köseoğlu seçtiği vakalar ile ilgili problemlerini incelerken kullandığı yöntemde elde ettiği veriyi incelerken manuel bir kodlama sistemi oluşturmuş ve elde ettiği bulguları diğer vakalardaki bulgular ile karşılaştırmıştır. Bahsedilen araştırmada kullanılan manuel içerik kodlama sisteminin yanı sıra bu çalışmada ek olarak çok daha verimli olan reklam ve işletme sektörlerinde kullanılan içerik inceleme ve dijital analiz sitelerinden de faydalanılmıştır.

Giovanna Mascheroni (2008) yayınladığı çalışmasında İtalya'da Avrupa seçimleri kampanyaları sırasında Web 2.0 kullanımını incelemiştir. Araştırma iki safhadan ibaret olup, birinci kısımda adayların kişisel web siteleri, gazete ve ana akım haber kanalları gözlemlenip kodlanırken, ikinci kısımda ise Web 2.0 araçları, Facebook, sosyal ağ ve etkileşimler verilenmiştir. Adayların kampanya süresince

popülerliğini hangi kanallardan sağlamak üzere yöneldiği tespit edilmiş ve sosyal ağlarda ilgi arttıkça haberlerin ana akım medyada öne çıktığı ve gazete sayfalarında ise arka sayfalardan ön kısımlara yerleştiği görülmüştür. Web 1.0 ve 2.0 arasındaki etkileşim ve karmaşık ilişkiler oranlanmış, inovasyon yapan adaylar ve yapmayanlar arasındaki bağlantılar incelenmiştir.

Vaka çalışması ve içerik analizi yöntemi seçilen başka bir çalışmada ise David Scozarro (2011: 25) gençlerin teknoloji yardımıyla direnişlerini incelemiştir. Teknoloji ve direniş, eylem çeşitlilikleri gibi faktörlerden dolayı çok boyutlu olan çalışması sırasında veri toplamak için öğrencilerin Myspace sayfalarından, belge incelemelerinden ve birebir mülakatlar yoluyla topladığı verileri tematik kodlama ve sosyal medya analizi ile işlemiştir.

Araştırmalar sırasında karşılaşılan ve ilgi çekici olan diğer bir çalışmada ise hem konusu hem de bulguları ile bu araştırmanın önemli sorgulamalarından olan değişken iki yani 'kamuoyu sosyal medyadaki tartışmalar aracılığı ile şekillenmekte midir ve değişken üç yani 'insanlar sosyal medyadaki tartışmalardan sonra eyleme geçmekte midir' önermelerini destekleyici bulgular içermektedir. Sitaram Asur ve Bernardo A. Huberman (2010) 'Sosyal Medya ile Geleceği Tahmin Etmek' isimli çalışmalarında gün geçtikçe artan sosyal ağ ve içerik paylaşımlarının gerçek-hayat çıktılarını incelemişlerdir. Sosyal medya içeriklerini incelerken Twitter'ı merkeze alıp bu verileri filmlerin bilet hasılatlarını tahmin etmede nasıl kullanılabileceğini göstermişlerdir. Twitter üzerinden çeşitli filmler hakkında oluşan yorum ve ilgiyi gözlemlemişler, filmler yayına çıkmadan önce viral-pazarlama ve yayın öncesi reklamları kayıt altına almışlardır. 'Daha çok konuşulan film daha çok izlenecektir' hipotezi üzerinde çalışmalarını temellendirmişlerdir.

Olumlu, olumsuz ve tarafsız fikirlerin paylaşılması ile nasıl bir duygu ortamının yaratıldığını ve bunun insanları nasıl etkilediğini çalışmışlardır. Örneğin kötü bir film için ön yorumların insanları izlemekten vazgeçirilebilmesine karşılık pozitif yorumlar ile tam tersinin yaşanabilmekte olduğu gözlemlenmiştir. Buradan yola çıkarak olumsuz yorumları olumlu olanlardan ayıran bir metin duygu analiz sınıflandırıcısı kullanmışlardır ve yaklaşık 1 milyon twit incelemişlerdir. Sonuç olarak sosyal medyanın kamuoyu üzerinde yüksek bir etkisi olduğu ve gelecek üzerine

tahminlerde bulunulabilecek verilere erişilebilecek bir ortam olduğunu belirtilmişlerdir. Hangi filmin ne kadar gişe yapacağı üzerine yaptıkları tahminler ile Amerikan Altın Borsası'nın yılsonu tahminlerinden bile daha yüksek bir yüzde yakalamışlardır (Asur, 2010).

Gerhards and Schafer (2010) adlı iki Alman sosyal bilimci internetin geleneksel medyadan daha iyi bir kamusal alanı destekleyip desteklemediğini inceleyen bir araştırma yürüttüler. Araştırmaları insan genomu hakkında internetteki ve yazılı medyadaki haberler üzerinedir. Çalışmalarında arama motorlarını geleneksel medyanın eşdeğeri olarak kabul etmişlerdir ve bu iki tip medyayı organizasyon yapısı, şeffaflık ve sosyal etkilerine ilişkin olarak karşılaştırmışlardır. Arama motorlarını gazeteler ile karşılaştırmak için 'kaliteli' olarak belirledikleri iki Alman ve iki Amerikan gazetelerini ve google.de/com ve yahoo.de/com'u belirlemişlerdir. Haberlerin kapsamının, değerlendirmelerinin ne olduğu ve bilgiyi kimin verdiğiine ilişkin makaleleri kodladılar ve içerik analizine tabi tuttular. Sonuç olarak, çoğunluğun düşündüğünün aksine internetin daha iyi bir kamusal alan olmadığına kanaat getirdiler. Araştırma yöntemleri ve sistemleriyle alakalı övgüler alsalar da arama motorları ile gazeteleri eşleştirme konusunda çok yönlü eleştiriler aldılar.

Sonuç olarak, verilen çeşitli örneklerde görüldüğü gibi araştırmacılar farklı problemler üzerinde farklı çalışmalara imza atsalar dahi genellikle çalışma metodu olarak vaka incelemeyi seçmiş ve üzerinde içerik analizleri uygulamışlardır. Bu çalışmada da sistematik bir kodlama uygulanmış ve çevrimiçi analiz sistemlerinden faydalanılmıştır.

4.1.4. Metodoloji

Bu tezde üzerinde çalışılmak üzere üç adet çevre hareketi kaynaklı vaka belirlenmiştir. Olaylar, daha önce yapılan çalışmalarla karşılaştırılabilmesi amacıyla kasıtlı olarak güncel olaylardan seçilmiştir. Bunlar: Kazdağları olayı, termik santraller olayı ve Kanal İstanbul projesi ile ilgilidir. Her üçünde de gerçek yaşamdan kaynaklanan vakalar sosyal medyada en çok konuşulan konular olmuş ve birçok insan konu üzerine fikirlerini belirtmişlerdir. Sosyal platform kullanıcıları, olaylar üzerine doğrudan veya dolaylı olarak politik mesajlar göndermişler ve birbirleri ile etkileşime geçmişlerdir. İnternet ortamındaki bu verileri elde edip sonuçlara ulaşmak için hem

nicel hem de nitel yöntemler kullanılmıştır. Araştırmanın birinci varsayımına yanıt almak için Google Trends üzerinde konu ve alakalı içeriklerin kullanım yoğunluğu grafikleri çalışılmıştır. Diğer varsayımlar için ise iki yöntem seçilmiştir. İlk olarak hem Facebook hem de Twitter üzerinden verilere kolay erişim ve analiz sağlama kolaylığı sağlayan çevrimiçi analiz web sitelerinden otomatik analiz yapılması düşünülmüştür. Bununla birlikte bu yöntemde ‘text sentimental’ analizi sırasında fark edilen genelleme hatalarının sonuçlara doğrudan etkisinin fazla olmasının anlaşılması üzerine Twitter’ın Twitter Statistics servisi üzerinden alınan API verileri sayesinde en çok paylaşım ve etkileşim alan gönderiler manuel olarak analiz tablosunda kodlanarak hem nicel hem de nitel veri elde edilmemiştir. Ulaşılan sonuçlar birbirleri ile karşılaştırılmıştır.

4.1.5. Araştırma Yöntemi

İlk hipotezi araştırmak için istatistiksel veriler kullanılmıştır. Temel olarak, herhangi bir olayda kamuoyunun sosyal medyada şekillenip şekillenmediğini sorgulamak için, konunun sosyal medyada bir tartışma konusuna dönüşüp dönüşmediğinin gösterilmesi bir zorunluluktur. Bu yüzden diğer sorgulamalara geçebilmek için birinci sorgulama bir önkoşuldur. Bahsi geçen istatistiksel veri arama motoru Google’un yan kuruluşlarından olan Google Trends’ten elde edilmiştir. Bu tercihin sebebi hem Google’ın Türkiye’de kullanılan en popüler arama motoru olması hem de araştırmacılara verilerini sunarak yardımcı olmasıdır. Google’ın açıkladığı politikalara göre, veriler arayıcılar tarafından yapılan sorgulamalara göre rastgele belirlenmektedir ve aynı bilgisayardan belirli zaman aralığı içerisinde yapılan aramalar diğer verilerden ayrılmaktadır (Google, 2020).

Google Trends’deki veriler ölçeklendirilmiş haldedir ve en yüksek arama yüzdesi ölçekte 100’e tekabül eder. Bu işlem dağınık haldeki veriyi genel bir ölçüğe getirerek yardımcı olur. Trends sizlere ayrıca aranılan sorgulamalar ile ilgili haber başlıkları, yan etkinlikler vb. görmenizi de sağlar. Ayrıca belirli zaman aralığında farklı başlıkları birbirleri ile karşılaştırarak da veri toplanabilir. Diğer değişkenler için ise Twitter üzerinden otomatik olarak toplanan veriler manuel olarak kodlanarak diğer değişkenlere yanıt aranmıştır. Seçili web siteleri ve sosyal platformlarda yaşanan tartışmalar ile gerçek hayata geçen eylemlerin arasındaki ilişkiler gözlemlenmiş ve

analizler sonucunda sosyal medya ve kamusal alan arasındaki ilişkilere dair çalışmanın hipotezleri değerlendirilmiştir. Çeşitli platform ve tartışma ortamları bulunmasına rağmen gözlemlendiği üzere, ülkemizde en popüler sosyal medya tartışma ortamı olan Twitter veri elde etmek için temel alınmıştır (Alexa, 2020). Seçilen twitler olayın tartışılmakta olduğu zamana ait olup, 'rt' haricinde diğer tüm girdiler tek bir girdi olarak sistematik olarak kodlanmıştır.

4.1.6. Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi

İçerik analizi sosyal bilimlerde son yarım asırda gözde olan bir araştırma yöntemidir ve özellikle medya ve iletişim araştırmalarında sıklıkla kullanılır. Metot başlangıçta nicel veri toplama aracı olarak gazetelerin içeriklerine uygulanmıştır ve sonrasında giderek popülaritesini artırmıştır. Nicel özelliklerinin yanı sıra yöntemin nitel olarak kullanılabilir kapasitesi vardır. Literatüre bakıldığında genel olarak içerik analizi nitel yöntemlerinin, fenomenlerin nasıl betimlendiğine odaklanan söylem analizi, gerçeklerin etkileşimler yoluyla nasıl oluşturulduğunu anlamak için sosyal inşacı analiz, mesajların nasıl iletildiğini değerlendirmek için retorik analiz, detayları, anlamları ve durumları derinlemesine inceleyen etnografik içerik analizi ve karşılıklı konuşmanın yapısını bütünlemesine anlamaya çalışan iletişim (conversation) analizi türleri vardır.

Öncesinde bahsedildiği gibi bu çalışmada yapılan içerik analizinin kaynağı Twitter'dır. İncelenecek olan vakanın durumuna dair, sıcak tartışmanın yaşandığı zaman dilimi içerisindeki bütün girdiler (entry) ve Twitter' da insanlar tarafından en fazla rt ve mention alan twitler sistematik olarak kodlanmıştır. Otomatik olarak yapılan analizlerde ise twitlerde kodlama ve sınıflandırmaya yarayan kelimeler titizlikle incelenmiştir. İşlenmesi gereken veri evreninin büyüklüğü ve çalışma zorluğundan dolayı araştırmaya imkân vermek için en fazla işlem gören (trending ve top) twitler seçilerek kodlanmıştır.

Her web tabanlı araştırmada karşılaşıldığı gibi, bu çalışmada da çok çeşitli kullanıcı profilleri göz önüne alındığında, kişisel yorum, espri, kendine has üsluptan kaynaklanan problemlerin yaşanması öngörülmektedir. Araştırmanın şeffaflığı ve verilerin değerlendirilmesi göz önüne alındığında, ilk bakışta anlaşılması zor ve

içerisinde espri veya sosyal medya jargonundan izler görülebileceği tarzda olan veriler okuyucuyu ile de zaman zaman paylaşmıştır.

Yukarıda bahsedilen nedenler ve imkânlardan dolayı ve daha önce yapılan örnek çalışmalardan da esinlenilerek bu çalışmada Etnografik İçerik Analizi (EİA) kullanılması kararlaştırılmıştır. EİA ilk olarak 1982’de daha çok kitlesel iletişim ve nitel araştırmalar yürüten Amerikalı bilim insanı David L. Altheide tarafından kullanılmıştır (Köseoğlu, 2011: 40). Altheide (2009) çalışmalarında Amerika ve İran arasında 1979’dan 1981’e kadar süregelen rehine krizi sırasında ana akım Amerikan medyası haber raporlarını incelemiştir. EİA’nın en temel özelliğinin etkileşimlilik ve dönüşümlülük (reflexivity) olduğunu belirtmiştir. EİA’da hem rakamsal hem de anlatsal özellikler kullanılabilir. Rakamsal veriler daha çok analiz edilen verinin süresi ve sıklığı ile ilgiliyken, anlatsal veriler ise daha çok biçim ve ifade edilen mesajla ilgilidir.

4.1.7. İçerik Analizi Yöntemi

Konulara ait twitlerden güvenilir istatistiksel bilgiler geliştirmek için, girdilerin yazarlarının çalışılmakta olan vaka ile ilgili fikirleri analiz edilmiştir. Seçilen girdiler bu analize göre taşıdıkları anlamsal yükler göz önüne alınarak sınıflandırılmıştır ve sayısal olarak sembolleştirilmiştir:

- Çok Olumlu: (+2)
- Olumlu (+1)
- Tarafsız (0)
- Olumsuz (-1)
- Çok Olumsuz (-2)

Analiz sonucunda olumlu ve olumsuz değer belirten yorumların hepsi, belirlenen vakanın sosyal medya üzerindeki kamuoyu eğilimi olarak kabul edilmiştir. Analiz sonucunu gösteren tablodaki toplam değer, kamunun olay hakkındaki eğilimlerini gösterdiği kabul edilmiştir. Kamuoyu gücünün anlaşıldığı nokta ise sonuçlar üzerinden açıklanmış olan yüzdelik oranlar ve medyan sonuçlarıdır. Konuya ait fikirlerin ne kadar farklılaştığını veya yoğunlaştığını anlamak için ise standart

sapma kullanılmıştır. Vakalardaki farklı yoğunlaşma veya farklılaşma sonuçları, ek olarak ayrıca daha önce bahsedilen Bourdieu ve sosyal sermayede farklılaşma kuramı perspektifince sonuçlar bölümünde yorumlanmıştır.

Belirlenen konular üzerine yazılan girdilerin her biri tek bir defaya mahsus olmak üzere değerlendirilmeye alınmıştır. ‘Rt’ ise bu sınıflandırmaya dâhil olmayıp, eylemde bulunan kişinin ismi altında paylaşıldığı için ve işleme halleri dışında ‘bu fikre katılıyorum’ olarak kabul edildiğinden dolayı, rt yapılma sayısınca analize dâhil edilmiştir. Yani olumlu olarak (+2) değerlendirilen bir twit, 100 kere rt edildiyse (+2) görüş sayısı ‘101’ adet gönderi olarak değerlendirilmiştir.

4.2. Vaka İncelemeleri

2019 yılında gerçekleşen ve üzerinde çalışılma kararı alınan Kazdağları, Termik Santraller ve Kanal İstanbul çevre hareketi kaynaklı vakalar sırasıyla öncesi, sosyal medya tartışmaları ve sonuçları olarak incelenmiştir.

4.2.1. Kazdağları Olayları

2019 yılında uzun bir süre ülke gündeminde kalan ve sosyal medya üzerinde de yoğun bir içeriğin mevcut olduğu Kazdağları olayı gelişim-süreç ve sonuç olarak incelenmiştir.

4.2.1.1. Olayın Arka Planı

Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve Meksika gibi dünyanın çeşitli yerlerinde yatırımları bulunan Alamos Gold maden şirketi 2010 yılında Türkiye’de de Kirazlı, Ağı Dağı ve Çamyurt isimli üç adet projeye başlayacağını ve ön çalışmaların yapıldığını duyurmuştur (Alamosgold, 2017). Şirket Türkiye’deki faaliyetlerini ise hisselerinin yüzde 100’üne yani tamamına sahip olduğu Doğu Biga Madencilik adı altında yürütmektedir. Şirketin resmi internet sitesindeki projeler ve devam eden yatırımlar sayfasında Kirazlı altın çıkarma projesine dair verdiği açıklamada Türkiye’deki kur farkı ve yatırım maliyetlerinin düşüklüğünden dolayı yüksek kar oranı vurgusu dikkat çekmektedir.

Resim 4.1. İlgili Şirkete Ait Proje Tebliği



ALAMOS GOLD INC. 2020-06-19 20 mins delay | Get full quote
TSX:AGI 10.89 ▲0.79 NYSE:AGI 7.99 ▲0.58 GOLD PRICE 1748.17 ▲4.32

ABOUT US MINES AND PROJECTS INVESTORS SUSTAINABILITY NEWS AND MEDIA CONTACT ALAMOS CAREERS

MINES AND PROJECTS > DEVELOPMENT PROJECTS > KIRAZLI, TURKEY

Our **Kirazlı Gold Project** in Turkey represents a significant near term source of **low cost** production growth. With its **low capital** and operating costs, Kirazlı is one of the **highest return**, undeveloped gold projects in any gold price environment.

HIGHLIGHTS OVERVIEW LOCATION HISTORY GEOLOGY AND MINERALIZATION MINING AND PROCESSING

KIRAZLI GOLD PROJECT	
Ownership	100%
Location	Çanakkale, Turkey
Status	Permitting
Operation	Open Pit, heap leach
Commodity	Gold & Silver

PROJECT INFORMATION

Kirazlı Fact Sheet

Kirazlı Environmental Impact Assessment –

Kaynak : (Alamosgold, 2019)

Devamında ise şirketin CEO'su John McCluskey 22 Mayıs 2019'da projenin iç verimlilik oranının çok yüksek olduğunu belirtmiştir. Proje başladığında 1'e 3 olan Türk lirası/Dolar kurunun güncel halinin 1'e 6 lira olması sebebiyle oldukça kârlı ve gerçekten istisnai bir projeye sahip olduklarını vurgulamıştır. Devamında yine aynı yönetici projeye dair gerçekleştirdiği sunum esnasında gösterdiği bir fotoğrafla, Devlet Su İşleri'yle birlikte geliştirdiklerini iddia ettiği yan projelere atıfta bulunarak Türk hükümeti ile iyi ilişkilerinin bulunduğunu ve ilk kez kamu-özel ortaklığında yapımı üstlenilen bir gölete birlikte imza attıklarını ifade etmiştir (BBC, 2019).

Kirazlı ve Gümüşlü Maden Projeleri Çevresel Etki Değerlendirilmesi (ÇED) raporunun olumlu çıkmasına yapılan hukuki itirazlara rağmen Çanakkale Valiliği tarafından verilen izinle başlamıştır. Projeye karşı çıkanlar farklı gerekçeler açıklamışlardır ve bunların en başta gelenlerinden birisi Çanakkale'nin içme suyunu sağlayan Atikhisar Barajı'nın yapılacak olan altın arama faaliyetleri esnasında kullanılacak olan siyanür ile arama yönteminden dolayı büyük zarar göreceğidir.

Konuya dair sorumluluğun Çanakkale Belediyesi'ne düştüğünü öne süren Çanakkale Belediye Başkan Yardımcısı Rebiye Ünüvar bahsi geçen havzanın, Çanakkale'nin tek içme suyu olan Atikhisar Barajı'nı beslediğini ve burasının şehrin hem içme suyu kaynağı hem de tarımsal sulama kaynağı olduğunu belirtmiştir. Buradaki madencilik faaliyetlerinin açık, vahşi madencilik olduğu için altın ya da gümüş siyanürle ayrıştırılacağını ve buradan kaynaklanan kirlenmenin de hem yüzey sularıyla hem de yer altı sularıyla direkt baraja akması söz konusu olduğunu vurgulayan beyanlar vermiştir (BBC, 2019).

Proje ile ilgili 2013 yılında yazılan fakat daha sonra iptal edilen ÇED raporunda proje ünitelerine isabet eden meşcere tiplerine ait alanlar ve bu meşcere tiplerine dair hektardaki ağaç sayısı bilgileri kullanılmıştır. Alan büyüklükleri ile hektardaki ağaç sayısının çarpımı sonucunda ÇED alanı içerisinde ünitelerin kurulacakları alanlarda kesilmesi öngörülen ağaç sayısı 45 bin 650 adet olarak hesaplanmıştır. Rapordaki bu ve benzeri ifadeler ise tartışmalara yol açmıştır. TEMA (Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma) Vakfı şirketin açıkladığı rakamlara itiraz etmiştir. TEMA Bilim Kurulu Üyesi İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Orman Fakültesi'nde Prof. Dr. Doğanay Tolunay fidan sayılan ağaçların kesilirken yok sayıldığını ama hatıra ormanı için dikilen fidanların ağaç kabul edildiğini ve buna göre ÇED raporuna göre 45 bin 650, Orman Genel Müdürlüğü'ne göre 13 bin 400, Tema'ya göre ise 195 bin ağaç kesildiğini belirtmiştir (Anka Haber Ajansı, 2019).

Bu iddiaların kamuoyunda karşılık bulması ve ses getirmesinden sonra konuya ilişkin yazılı bir açıklamada bulunan şirket yöneticileri Kirazlı Altın Gümüş Madeni Projesi'nin tüm uluslararası standartları barındıran ve tüm yasal uygulamaları tamamlamış bir proje olduğunu ve ayrıca benzer çalışma yapısında olan, kendilerine ait Meksika maden işletmelerinin aldığı Uluslararası Çevre Koruma Ödülü'nü örnek göstermişlerdir. Kirazlı projesinin de diğer projelerde olduğu gibi çevreye gösterdikleri hassasiyetin bir örneği olduğu açıklamasında bulunmuşlardır. Projenin iddia edildiği gibi içme suyu ve baraja bir zararda bulunmayacağını iddia etmişlerdir.

Şirketin resmi interneti sitesinde verilen bilgilerde Kirazlı Altın ve Gümüş Madeni Projesi, Çanakkale il merkezine yaklaşık 30 kilometre, Atikhisar Barajı'na yaklaşık 14 kilometre, Kaz Dağları Milli Parkı'na ise 40 kilometre uzaklıkta olduğu,

ayrıca Atikhisar Barajı'nın her içme suyu sağlayan su barajı gibi kendine ait bir yağış havzası bulunduğu vurgulanmıştır. Buraya düşen yağmur tanelerinin bu su yapısı içerisinde toplandığını ve proje kapsamında siyanürün kullanılacağı hiçbir alanın, söz konusu su havzası içinde olmadığı belirtilmiştir. Atikhisar Barajı havzasının sınırlarının sızdırmazlığı sağlanmış ve dünya standartlarında önlemlerin alınmış olduğu ve madenin buna dikkat edilerek konumlandırıldığı şirketin bir diğer iddiasıdır. Özet olarak şirket projenin Atikhisar Barajı'na olumsuz bir etkisinin olmayacağını söylemektedir (Dogubiga, 2019). Yine şirket resmi web sitesinde projeye ilişkin sıkça sorulan sorular bölümünde 'İzin verileden daha çok mu ağaç kesildi?' sorusuna 'izne konu olan ve madencilik faaliyetlerinin yapılacağı ormanlık sahadaki ağaç kesimi işlemlerinin tümü verilen orman ve çevre izinleri kapsamında ve hukuki zeminde gerçekleşmiştir' cevabını vermiştir. Madencilik faaliyetlerinin başlaması ile eş zamanlı olarak da sahanın doğaya yeniden kazandırılması sağlanacağını ve bölgeye önemli bir istihdam da sağlayan tüm faaliyetlerin ilgili kamu kurumları tarafından düzenli olarak denetlenmekte olduğunu ifade etmiştir.

Maden kapandıktan sonra alan olduğu gibi mi bırakılacağı yoksa doğaya yeniden kazandırılıp kazandırılmayacağı sorusuna karşılık şirket projenin tamamlanmasını takiben, proje nedeni ile bozulmaya uğramış alanların tamamını, fiziksel ve kimyasal açıdan duraylı (stabil) koşullarda ve uygun bir eğimde bırakacağı vaadinde bulunmuştur. Ocak çukurlarının uygun nitelikte ekonomik olmayan kayaç (EOK) ile 600 metre kotuna kadar doldurulacağı ve sahanın, işletme sonrasında da öngörülen sismik hareketlere karşı duyarlı bir yapıda olacağı söylenmiştir. Açık ocak sahası ve EOK depolama sahasının işletme sonrasında da duyarlılığını koruyacak eğimde tasarlanacağı ve yığın içi ve EOK depolama alanlarının yan eğimleri, iyileştirme faaliyetleri sırasında sağlamlaştırılacağı şirketin kendisine yöneltilen iddialara karşı üzerinde durduğu başlıca noktalardandır (dogubiga, 2019). Diğer kuşukulara dair verilen yanıtlar da şirketin resmi web sitesinde bulunmaktadır.

Sonuç olarak resmi kanallardan ve şirket yetkilileri tarafından yapılan açıklamalar toplumun bir kesiminde endişeleri giderememiştir. Özellikle 2019 yılı yazında bölgenin ağaç kesiminden önceki ve sonraki durumunu karşılaştıran fotoğraflar medya ve sosyal medyada yer almıştır ve her platformda konuşulan bir numaralı konu halini almıştır.

4.2.1.2. Konuya Gösterilen Rağbet

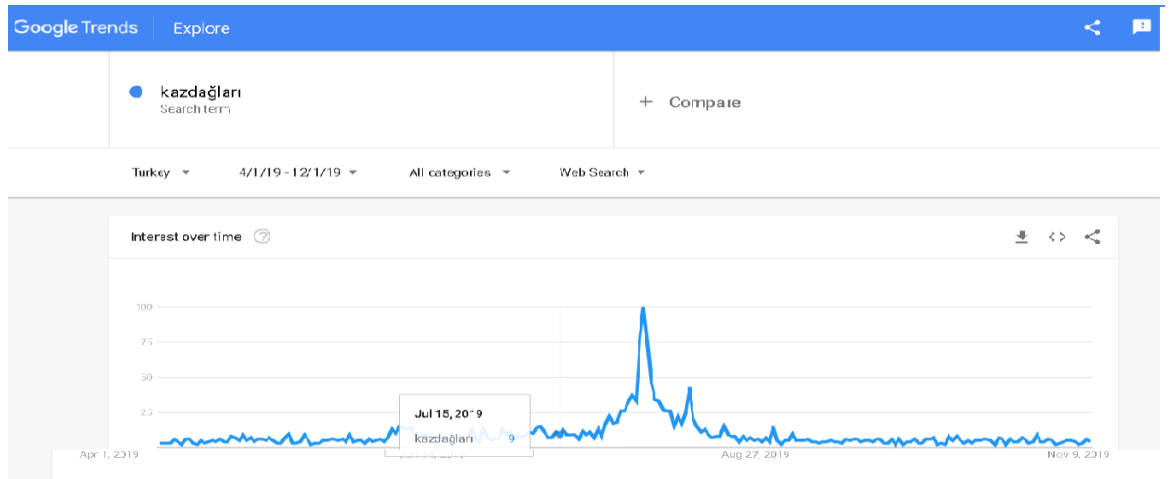
Resim 4.2. Kazdağları Maden Sahası Çalışmaları Sonrasına Dair Bir Fotoğraf



Kaynak: (BBC, 2019).

Kazdağları ile ilişkili yukarıda gösterilen ve buna benzer medyalar çeşitli ortamlarda paylaşıldıktan sonra konu sosyal medyada her kesimden insanların katılması ile bir numaralı gündem maddesi olmuştur. Özellikle Ağustos ayının başında yükselen tartışmalar 5 Ağustos günü zirve yapmış ve uzun bir süre gündemden inmemiştir. Sanatçılar kampanyalar ve konserler düzenlemiş, yürüyüş ve doğa nöbeti gibi organizasyonlar gerçekleştirilmiştir.

Şekil 4.1. Kazdağları Kelimesinin Arama Motorlarında Taranma İstatistiği



Kaynak: (Google Trends,2019).

Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere KazDağları'na dair haberler gün yüzüne çıkmaya başladıktan sonra çok kısa bir sürede Kazdağları ve olayla bağlantılı benzeri kelimeler (Kazdağları, Çanakkale Ormanları vb.) içeren ifadeler sosyal medyada yer almıştır. Kazdağları ile alakalı normal seyrinde tatil vb. amaçlarla çok düşük frekanslarda içerik ve ileti mevcutken, maden haberlerinden sonra kısa bir süre içerisinde Google ve diğer sitelerde '100' olan en yüksek konuşulma frekansına ulaşmıştır. Bu veriler göz önüne alındığında 'H1: Politik olsun veya olmasın gerçek hayattaki çevre hareketleri sosyal medyanın konusu olmaktadır' varsayımı doğrulanmaktadır. Bu sebeple konuya dair kamuoyu oluşumu ve olgunun seyrini sosyal medya üzerindeki tartışmaların oluşturduğu veri analizi ile incelenmiştir.

4.2.1.3. İçerik Analizi

Vakaya ilişkin verileri elde etmek için konunun trend topic (üzerinde en çok konuşulan) olduğu 21/07/2019 ve 18/08/2019 tarihleri arasındaki twitler incelenmeye alınmıştır. #Kazdagları hashtagı üzerinden atılmış ve içerisinde kazdağları kelimesini içeren yaklaşık 22.8 milyon tweetin mevcut olduğu görülmüştür. Belirlenen tarihler arasında Twitter'ın çalışmacılar için sağladığı hizmetlerden Twitter Analytics sayesinde en çok işlem gören ve en fazla kullanıcıya ulaşan 2100 adet twit örneklem olarak seçilmiştir. Seçilen twitler manuel olarak değer-veri tablosunda kodlanmıştır. Taşıdığı yorum ve değerlendirmeye göre birbirleriyle benzer ifadeler taşıyan ve aynı gruba konulan twitlerin aldıkları retweet sayıları da hemen yanındaki değer kolonuna eklenmiştir.

-2 kodlama grubuna alınan ve çok olumsuz olarak sınıflandırılan twitler, Kazdağları maden projesine dair sert bir karşı tavır ifade etmektedir. Kazdağları Projesine karşı olduklarını içermelerine ek olarak iktidarın genel diğer çevre politikalarına da göndermede bulunmaktadırlar. Mesaj içeriklerinde Kazdağları'nda devam eden faaliyetleri durdurma çağrısının yanı sıra iktidarı bu proje üzerinden yola çıkarak protesto etme teması bulunmaktadır. Karar mekanizmasındaki kişilerin eylemlerinde kasıt bulunduğunu ima etmektedirler. Bu twit grubuna "Tıpkı ODTÜ gibi, Kazdağları, Hasankeyf ve Anadolu'nun her köşesinde yalana-talana-katliama karşı ayağa kalkın insanlık gibi asla yalnız değilsiniz. Ülkemizin başına bela olan

gericilik sizin dayanışmanız ile defolup gidecek” (Twitter, 2019) örnek olarak verilebilir. Bu twite benzer ifadeler içeren diğer twitler ve aldıkları retweetler kodlanmıştır.

-1 kodlama grubuna dâhil olan twitlerde -2 kodlama grubuna benzer olarak Kazdağları projesine karşı olma durumu söz konusudur. Farklı olarak kodlanmalarının sebebi twit içeriklerinde doğrudan Kazdağları projesinin durdurulması çağrısı olması ve bundan başka bir mesajın bulunmamasıdır. Genel olarak kitlelerin yoğunlaştığı ve retweet veya yanıtlar ile en çok etkileşimin mevcut olduğu bu gruba ait içeriklerde hükümete veya yetkililere gönderme yapılmasından ziyade Kazdağları'nın milli bir hazine olduğu ve bütün vatandaşlar olarak buraya sahip çıkılması gerektiği motivasyonu vardır. “Lütfen Kazdağları'ndaki doğal doku daha fazla yok olmasın. Duyarlı olalım. Sayın yetkililerden ricamız bu konuda olumlu adım atmaları.. #kazdağlarıyokolmasın” (Twitter, 2019) twiti bu grubun genel özelliklerini taşımaktadır.

Vakaya dair yapılan kampanyaların ve eylemlerin bir samimiyeti bulunmadığını, hem projeye karşı çıkanları hem de destekleyenlerin sadece politik kaygılarla hareket ettiğini belirten kullanıcıların twitleri ‘0’ yani tarafsız olarak kodlanmıştır. Bu tarz twitlere örnek olarak @arapkirli isimli kullanıcının “İğneyi biraz da kendimize..Kazdağları, Kuzey Ormanları filan diyoruz da...Yıllardır ormanın içinde binlerce ağaç katledilip yapılmış, mis gibi çam kokulu, doğanın bağrında diye ilan edilen ayrıcalıklı siteler'den evleri kapış kapış kimler alıyor ? Bu âlemdeki hepsi yalan” (Twitter, 2019) gönderisi örnek olarak verilebilir. Haber sitelerinin konuya dair bilgilendirme amaçlı yaptıkları paylaşımları ve internet jargonunda bilinen adıyla ‘troll’ hesapların reklam veya konuyla hiçbir alakası olmayan gönderileri de herhangi bir değer taşımadıkları için ‘0’ olarak kodlanmıştır.

Sosyal medya ve Web 2.0 kaynaklı diğer ortamlarda iddia edildiğinin aksine projenin çevre katliamına yol açmayacağını ve ülkenin büyümesi, ekonomik kalkınma gibi nedenlerden ötürü desteklenmesi gerektiğini düşünen kullanıcıların gönderileri +1 olarak kodlanmıştır. @sabriisbilen isimli kullanıcının “Kazdağları için sözde çevrecilik yapanlar İzmir'in leş kokulu körfezine, Fethiye'nin lağımla kirletilen cennet

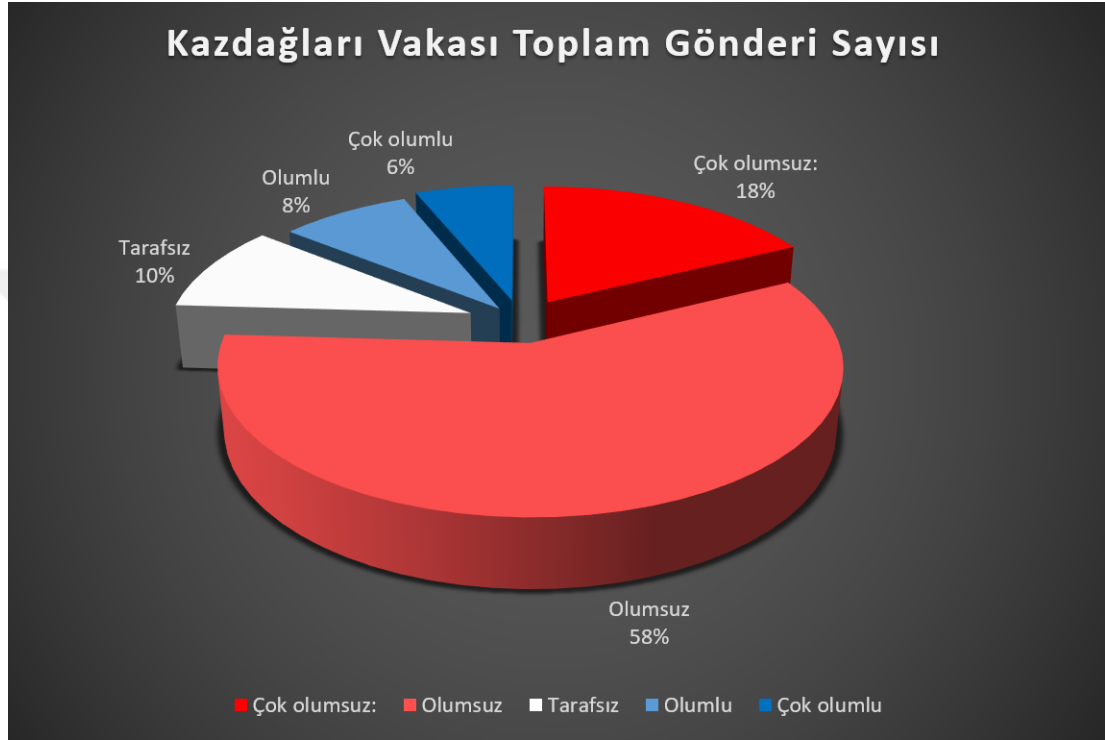
denizine tek kelime ettiler mi? Hayır. Meseleleri ne? Türkiye, altın çıkarmasını, ekonomi büyümesini..” (Twitter, 2019) twiti örnektir.

Muhallif parti ve grupların Kazdağları’ndaki gerçekleri çarpıttığını, devletin çevreye zarar verilmesine müsaade etmeyeceğini düşünen kullanıcılar ise ilgili yöneticilere ve projeye destek ifadeleri paylaşmışlardır. Muhalefetin sosyal medyada çevre ve doğa gibi kavramları kullanarak yapay bir baskı oluşturduğunu düşünen bu gruptaki kullanıcıların twitleri +2 olarak kodlanmıştır. Fikir oluşturması için bu gruba dâhil edilen bir kullanıcının “Beykoz Konakları için on binlerce ağaç kesildi. Belgrad Ormanı'nda Sarıköy villaları için on binlerce kesildi. Muhallifler o zaman neden ses edemedi. Ayrıca #kazdağlarında 13 bin ağaç kesildi. 14 bin yeni fidan dikildi” (Twitter, 2019) twiti örnek olarak gösterilebilir.

Tablo 4.1. Kazdağları Vakasının Twitter Üzerindeki İçerik Analizi

DEĞER	TWEET	TOPLAM RETWEET	TOPLAM Gönderi	Toplam Değer
-2	475	15269	15744	-31.488
-1	1248	50536	51784	-51784
0	96	8602	8698	0
+1	103	7125	7228	7228
+2	178	5468	5481	11292
Toplam Gönderi Sayısı			88.935	-
Toplam Veri Değeri			-	-64752
Ortalama			-	-0,72
Standart Sapma				1,77
Medyan				-1

Şekil 4.2. Kazdağları Vakası Toplam Gönderi Sayısı Yüzdeler Dağılımı



Yukarıdaki analiz verilerinden de anlaşıldığı üzere Kazdağları vakasının Twitter üzerindeki kamuoyu analiz merkezi eğilim ölçüleri: -0,72 ortalama ve -1 medyanıdır. Merkezi yayılım ölçüsü standart sapma 1,77'dir. Twitter üzerindeki genel eğilimin olumsuz yöne doğru olduğu ortalama ve medyan sonuçlarından anlaşılmaktadır. -0,72 ortalama ile tartışmaya katılım gösteren kullanıcılar proje ile ilgili genel olarak olumsuzya çok yakın bir pozisyonda konumlanmışlardır ve projenin karşısında yer almışlardır. Twitter üzerinde şekillenen kamuoyunun, Kazdağları'na yapılacak olan maden işletmelerini istemediği net olarak anlaşılmaktadır. -1 olarak ölçülen medyan sonuçlarına göre kullanıcıların konumlandığı nokta 'olumsuz' kodlama grubudur ve projeye gerçekçi, vakanın orijinalinde olduğu gibi çevreci nedenlerle karşı çıkan insanların merkezde olduğunu göstermektedir. %76'yı bulan olumsuz ve çok olumsuz toplam gönderi değer yüzdesi de şekillenen kamuoyunun netliğini saptamak açısından önemli bir sonuçtur. Bu analiz sonuçları neticesinde

vakaya dair sonrasında nelerin yaşandığı aşağıda yer alan sonuç kısmında ele alınmıştır.

4.2.1.4. Sonrası ve Sonuçları

Yukarıda gösterilen verilerin içerik analizinde de görüldüğü gibi Kazdağları'na ait olan görüntü ve haberlerin sosyal medya platformlarında yer almasından sonra özellikle Twitter' da tartışmalar baş göstermiştir. Haberin sadece bir sosyal medya gündemi olarak kalmasını istemeyen gruplar, konu üzerinde net bir kamuoyu oluşturarak eyleme geçme kararları almışlardır. Öncelikle yerel bölge halkı 'çevre nöbetleri' adı altında organize olmuşlardır. Devamında dünyaca ünlü piyanist Fazıl Say 18 Ağustos tarihinde Twitter üzerinden eylemlere destek amacıyla kamp yerinde konser vereceğini duyurmuştur (Euronews, 2019). 26 Ağustos'ta bölgede arama yapan Alamos Gold şirketinin ruhsat tarihinin 13 Ekim'de biteceği haberleri sosyal medyada duyulduktan sonra harekete geçen eylemciler ruhsatın yenilenmesinden bir gün önce yani 12 Ekim 2019'da 'Su ve Vicdan Nöbeti' adından daha büyük bir eylem gerçekleştirmişlerdir.

Konuya ilişkin web 2.0 teknolojilerini kullanılarak güçlü bir kamuoyu oluşturulması ve aralık verilmeden devam eden eylemler siyasetçi ve yöneticilerin de kararlarında değişikliklere yol açmıştır. Özellikle Twitter üzerinden insanlar Cumhurbaşkanı, bakanlar, muhalefet liderleri, milletvekilleri ve dış dünyadan etkili olabilecek kişilere seslerini duyurmuş, kampanyalara davet etmiş ve kararın değiştirilmesini istemişlerdir. Her çevreden binlerce insanın bir şekilde fikirlerini iletmeleri ve sonucunda kamuoyu oluşturabilmeleri neticesinde şirketin önce Kirazlı Bölgesi'nde yaptığı çalışmaları için daha sonra da Çamyurt Bölgesi'ndeki madenleri için biten ruhsatları ÇED raporlarını yetiştiremediği sebep gösterilerek iptal edilmiştir ve faaliyetleri askıya alınmıştır. Şirket konuya dair açıklamasında "Ruhsatın yenilenmesi için tüm düzenleyici gereksinimleri ve şartları yerine getirmiş ve makul olarak ruhsatın yenilenmesini bekliyorduk. Şirketimiz, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı ile ruhsatın yenilenmesi için görüşmelerini sürdürüyor" ifadelerini kullanmış ve ardından sosyal medyadaki kamuoyunu doğrudan hedef alarak Kirazlı çevresindeki yerel halkın projeyi desteklemektedir ve sosyal medyada projeye ilgili olarak yanlış bilgiler dolaşmaktadır beyanatında bulunmuştur (BBC, 2020).

Yukarıdaki veriler ve analizler göz önüne alındığında sonuç olarak: Politik olsun veya olmasın gerçek hayattaki çevre hareketleri sosyal medyanın konusu olmaktadır hipotezi, çevre hareketlerine dair kamuoyu sosyal medyadaki tartışmalar aracılığı ile şekillenmektedir hipotezi, insanlar sosyal medyadaki tartışmalardan sonra gerçek-yaşam çevrelerinde eyleme geçmektedir hipotezi ve bu tartışma ve eylemlerin gerçek hayata doğrudan etkileri vardır hipotezi doğrulanmıştır.

4.2.2. Termik Santraller Olayları

Bir anda gündem haline gelerek her kesimden insanın paylaşımlarda bulunmuş olduğu Termik Santraller yasası düzenlemesine dair tartışmaların arka planı, gündem olması süreçleri ve veri analizlerine yönelik bilgiler aşağıdaki bölümlerde sunulmuştur.

4.2.2.1. Olayın Arka Planı

Kömür veya doğalgaz gibi yakıtları kullanarak elektrik üretimi yapan termik santrallerin çevre ve halk sağlığına ilişkin zararları dünyada uzun bir süredir tartışma konusu olduğu ve ülkemizde de devam ettiği bilinmektedir (Aytaç, 2018: 34). İlk olarak 2011 yılındaki seçimlerde bütün siyasi partiler tarafından termik santraller üzerinde gerekli iyileştirmelerin yapılacağı vaadinde bulunulmuştur. İzleyen süreçte termik santraller ile ilgili gelişmeler WWF (Dünya Yaban Hayatı Fonu) tarafından açıklanmıştır ve kısaca aşağıda belirtildiği gibidir:

- 2013 yılında, 6446 Sayılı Elektrik Piyasası Kanunu ilk yürürlüğe girdiğinde, yasanın Geçici 8. Maddesi; özelleştirme kapsamına alınan termik santrallerin iyileştirme ve filtrasyon sistemi kurmalarının 3 yıl ertelenmesi öngörüldü. İlk olarak 2013 yılında kömürlü termik santrallerin özelleştirilmesinin ardından, bu santrallerin çevre yatırımlarını tamamlamaları için 2018'e kadar süre tanındı.

- 2014 yılında Anayasa Mahkemesi, Anayasa'nın 56. maddesi gereğince, çevre yatırımlarının bu kadar ertelenmesinin anayasaya aykırı olduğuna karar vererek Geçici 8. Maddeyi iptal etti.

- 2016 yılında kanunda tekrar düzenleme yapıldı ve çevre yatırımlarının tamamlanması için verilen süre Aralık 2019'a kadar uzatıldı.

- 2018 yılında dönemin Enerji ve Tabii Kaynakları Bakanı Berat Albayrak, Çan Termik Santrali ziyaretinde, santrallerin çevre için gerekli yatırımları yapması için verilen sürenin 2019 sonunda biteceği ve bir daha böyle bir erteleme olmayacağı sözünü verdi.

- Bu seferki düzenlemenin diğerlerinden farkı, çevre muafiyeti için süre uzatmayı şarta bağlıyor. Haziran 2019'a kadar yatırımlara ilişkin hazırlıklarını (iş temrin/yatırım planları) tamamlamaları şartıyla Aralık 2021'e kadar süreyi uzatıyor (WWF, 2019).

Bu gelişmelerin akabinde ise 2019 yılında santrallerin kanunun gerektirdiği şekilde filtreleme ve çevreye uyum standartlarını sağlamalarını ertelemelerine olanak sağlayan ve kamuoyunda '15 termik santralin baca filtrelerinin takılmasını 2,5 yıl daha erteleyen kanun teklifi' olarak bilinen yasa maddesi meclisten geçmiştir. Konunun haber olması ve yayılmasından sonra termik santrallerden mustarip olan yerel halkın sesini duyurmaya çalışması ve yaşanan sağlık sorunları sosyal medyada yayılmıştır. Santrallerin bulunduğu köylerde kanser oranının oldukça yüksek olmasının nedeni olduğundan dolayı termik santrallerin kapatılması gerektiği açıklamaları yapılmıştır.

Resim 4.3. Kütahya'da kapatılan Termik Santral



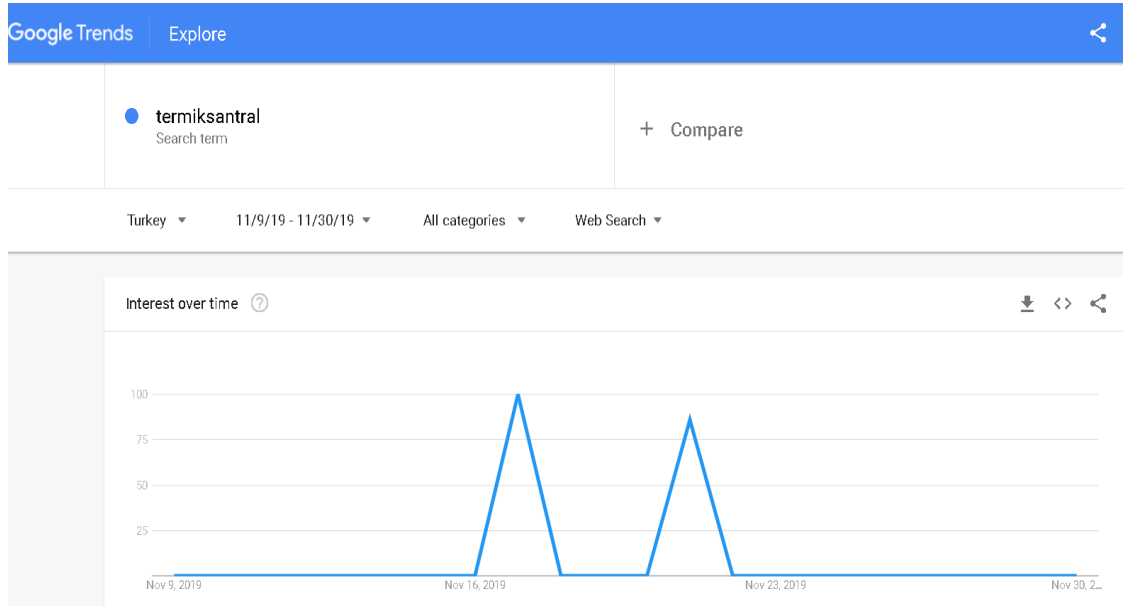
Kaynak: (BBC, 2019).

Yukarıda belirtilen medya ve benzeri haberlerin yayılmasından sonra sosyal medya üzerinde olaya dikkat çekmek amacıyla kampanyalar düzenlenmiştir. Ortak imza kampanyası düzenleyen çevre vakıfları ve dernekleri yoğun ilgi ile karşılaşmışlardır. Şirket sahipleri ve konunun ilgilileri ise santralleri kapatmak veya önlemler almanın çok maliyet gerektirdiğini ve belirtilen istekleri yapmaları sonucunda binlerce kişinin işsiz kalacağını belirtmişlerdir. Haberlerin gündeme oturmasından sonra kamu iştiraki olan santrallerin özelleştirme esnasında filtre takmaları şartı ve buna sağlanan teşvik ücretleri tartışmalara yeni bir boyut getirmiş, kamuoyu oluşumunda başka faktörler de ortaya çıkmıştır.

4.2.2.2. Konuya Gösterilen Rağbet

Yasanın meclise gelmesinden önce oldukça kısıtlı bir topluluk ve sınırlı geleneksel medyanın ulaştığı kitlenin üzerinde tartıştığı termik santral konusu, özellikle yasa tasarısının tekrardan meclise geleceği 12 Kasım tarihinin duyulması ve zorunlu düzenleme ile şirketleri bağlayan yaptırımlarının iki yıldan daha fazla süre erteleneceği haberleri ile çok hızlı bir sürede gündemin bir numaralı maddesi haline gelmiştir. Bu hareketi istatistik tablosu ile göreceğ olursak aşağıdaki gibidir:

Şekil 4.3. Termik Santral'in Aratılma Yoğunluğu



Kaynak: (Google Trends, 2019)

Yukarıdaki grafikte görüldüğü üzere konunun meclis gündemine gelmesinden önceki zaman dilimin internet ortamlarında neredeyse ‘0’ frekansa sahip olan termik santral söz öbeği konu sosyal medya kullanıcılarının iştirak etmesi ile bir anda ‘100’ ve daha sonraki gelişmeler neticesinde ‘96’ gibi oldukça yüksek oranlara ulaşmışlardır. Bu veriler neticesinde termik santraller meselesi politik olsun veya olmasın gerçek hayattaki çevre hareketleri sosyal medyanın konusu olmuştur ve kamuoyunu oluşturmadaki etkisi incelenmek için içerik analizine tabi tutulmuştur.

4.2.2.3. İçerik Analizi

Vakaya ilişkin verileri elde etmek için konunun trend topic (üzerinde en çok konuşulan) olduğu 12/11/2019 ve 26/11/2019 tarihleri arasındaki twitler incelenmeye alınmıştır. #termiksantral hashtagı üzerinden atılmış ve içerisinde termik santraller ve dumansız hava kelimelerini içeren yaklaşık 11.4 milyon tweetin mevcut olduğu görülmüştür. Belirlenen tarihler arasında Twitter’ın çalışmacılar için sağladığı hizmetlerden Twitter Analytics sayesinde en çok işlem gören ve en fazla kullanıcıya ulaşan 1580 adet twit örneklem olarak seçilmiştir. Seçilen twitler manuel olarak değerlendirildiğinde tablosunda kodlanmıştır. Taşıdığı yorum ve değerlendirmeye göre birbirleriyle benzer ifadeler taşıyan ve aynı gruba konulan twitlerin aldıkları retweet sayıları da hemen yanındaki değer kolonuna eklenmiştir.

‘-2’ kodlama grubuna alınan ve çok olumsuz olarak sınıflandırılan twitler, Kazdağları maden projesinde olduğu gibi termik santrallerin filtre takma zorunluluğu erteleyen yasa teklifine karşı sert muhalefet göstermişlerdir. Gönderilerinde sadece termik santrallere dair mesajlara yer vermemiş, hükümet ve idarecilerin daha önceki politikalarını ve kararlarını eleştiren içerikler görülmüştür. Aynı döneme denk gelen araç içi sigara yasağı ve egzoz muayene ücreti zammı eleştirilere malzeme oluşturmuş, hükümetin kirli ve insan sağlığını tehdit eden dumanlar konusunda bir standart olmadığı vurgulanmıştır. Ayrıca yöneticilerin halkın sağlığı yerine fabrika sahiplerinin menfaatlerini düşündüğünü iddia etmişlerdir ve sermaye sahipleri ile siyasetçilerin kirli ilişkilerde bulduklarını ileri sürmüşlerdir. Bir kullanıcının “15 Termik santralin baca filtresiz 2,5 yıl daha çalışması AKP ve MHP oylarıyla kabul edilmiş. Sigaradan kat kat daha zehirli olan santrallerin gazını çekmek serbest ve ücretsiz. Tekellerin ve

patronların santral oyunları. Halk zehirlensin’’ (Twitter, 2019) şeklindeki gönderisi çok olumsuz twitlere örnek olarak verilebilir.

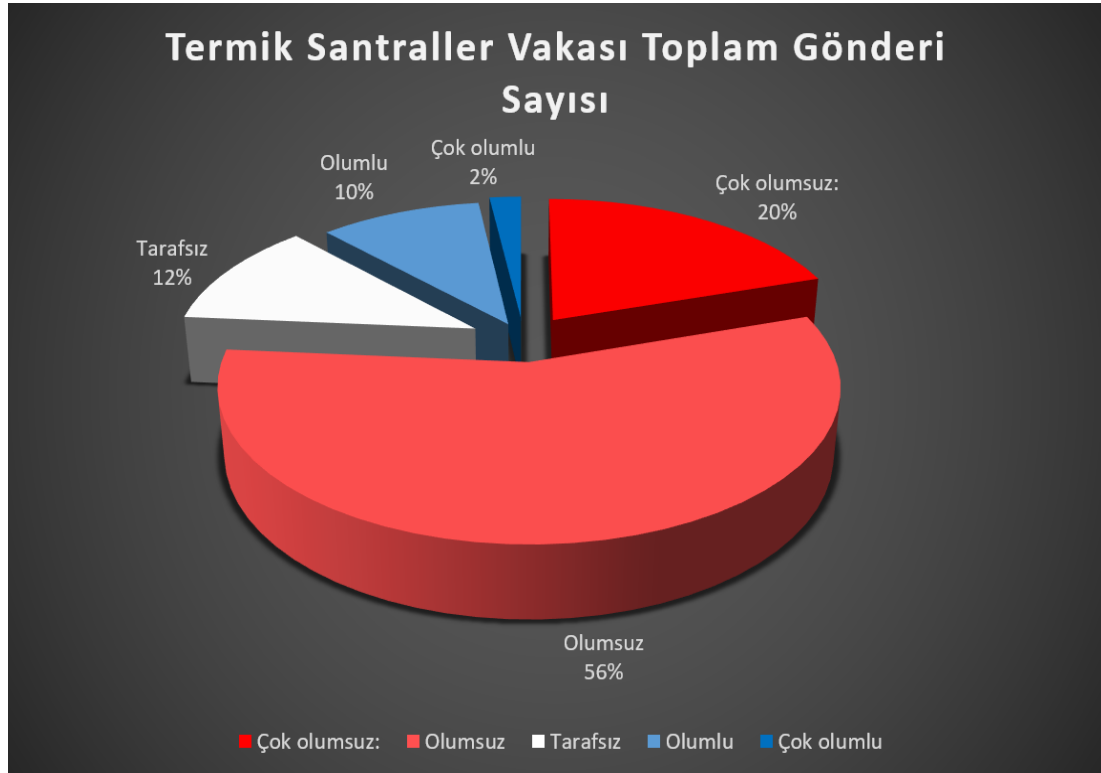
‘-1’ yani olumsuz olarak kodlanan twitlerde ise termik santrallerin mevcut haliyle üretime devam etmeleri halinde ortaya çıkacak sağlıksal ve çevresel riskleri anlatmaya çalışarak kamuoyuna şekil vermek isteyen kullanıcılar bulunmaktadır. Sadece termik santraller kararının yanlışlığını ve kapatılmalarını mesaj olarak takipçilerine ve yöneticilerine iletmeye çalışan kullanıcılar, ‘‘15 termik santrale filtre takmaları için 2.5 yıl daha süre verildi. AKP ve MHP Sayın Cumhurbaşkanı'nın açıklamalarına rağmen süreyi uzattı. 2.5 yıl daha zehir soluyacağız. Unutmayın su buharı da bir sera gazıdır. İklimi etkiler’’ (Twitter, 2019) benzeri gönderilerde bulunmuşlardır. ‘-2’ ve ‘-1’ kodlama grubu arasında kalan ‘gri’ bazı twitler ise her iki gruba eşit dağıtılmıştır. Tarafsız ve kamuoyuna yön verme açısından herhangi bir değer yorumunu içermeyen twitler ise haber sitelerinin bilgi vermek amaçlı gönderileri, troll hesaplardan gönderilen otomatik iletilerdir.

Hükümete termik santraller üzerinde baskı yapan insanların bir kısmının asıl niyetinin çevre ve insan hayatı olmadığını ileri süren kimi kullanıcılar, muhalefetin siyasi rant peşinde olduğunu belirtmişlerdir. Nitekim bu kullanıcılar da termik santrallerin mevcut şekliyle kalmasının doğru olmadığını kabul etmekle birlikte, santrallerin çalışmalarını hemen yasaklamalarının ortaya çıkaracağı maliyet sonucunda işletmelerin işten çıkarmalara başvuracağını, bu yüzden erteleme sağlayan yasanın doğru olduğunu savunmuşlardır. ‘+1’ kodlama grubuna dâhil olan benzer kullanıcılar oranı düşük olarak mevcuttur fakat bu vakada ‘+2’ olarak değerlendirilebilecek twitlerin de çok olumlu ve olumlu olanlara kıyasla çok daha düşük oldukları görülmüştür.

Tablo 4.2. Termik Santraller Vakasının Twitter Üzerindeki İçerik Analizi

DEĞER	TWEET	TOPLAM RETWEET	TOPLAM GÖNDERİ	TOPLAM DEĞER
-2	405	8.476	8.881	-17.762
-1	943	24.126	25.069	-25.069
0	118	5.016	5134	0
+1	91	4.420	4511	4.511
+2	7	877	884	1.768
Toplam Gönderi Sayısı			44.439	-
Toplam Veri Değeri			-	-36.552
Ortalama			-	-0,82
Standart Sapma			-	1,86
Medyan			-	-1

Şekil 4.4. Termik Santraller Vakası Toplam Gönderi Sayısı Yüzdelerik Dağılımı



Tablodaki veri analiz sonuçları bir önceki Kazdağları vakası ile kıyaslandığında daha düşük bir kullanıcı ve twit sayısı olmasına rağmen içeriğin kodlamadaki dağılımı benzer özellikler göstermiştir. Twitter üzerindeki verilerin merkezi eğilim ölçüleri ortalama -0,84, -1 medyandır. Sonuçlara göre Twitter'daki tartışmalarda genel eğilimin olumsuz yöne doğru olduğu ortalama ve medyan sonuçlarıyla ortaya çıkmaktadır. -0,82 ortalama sonucu tartışmaya katılım gösteren kullanıcıların proje ile ilgili çok kararlı ve net bir olumsuz tavır edindiğini ve projenin karşısında yer aldıklarını göstermektedir.

Twitter üzerinde şekillenen kamuoyunun, termik santrallerin mevcut şartlarıyla çalışmaya devam etmelerine olanak sağlayan yasayı istemediği net olarak anlaşılmaktadır. -1 olarak ölçülen medyan sonuçlarına göre kullanıcıların konumlandığı nokta 'olumsuz' kodlama grubudur ve projeye gerçekçi, vakanın orijinalinde olduğu gibi çevreci nedenlerle karşı çıkan insanların merkezde olduğunu göstermektedir. %76'yı bulan olumsuz ve çok olumsuz toplam gönderi değer yüzdesi de şekillenen kamuoyunun netliğini saptamak açısından önemli bir sonuçtur. Bu analiz sonuçları neticesinde vakaya dair sonrasında nelerin yaşandığı aşağıda yer alan sonuç kısmında ele alınmıştır.

4.2.2.4. Sonrası ve Sonuçları

Yukarıda gösterilen veriler ve analizleri değerlendirildiğinde daha önce toplumda çok az bir insanı ilgilendiren ve onların üzerinde konuştuğu termik santraller ve filtre sorunları çok kısa bir süre içerisinde ülke gündemi olmuştur. Termik santrallerin iki yıldan daha fazla bir süre daha var oldukları biçimde üretime devam etmesini öngören yasanın kabul edileceği haberi geleneksel medya ve sosyal medya araçları üzerinden süratle yayılmıştır.

Santrallerin bu şekilde devam etmesinin çevreye ve insanlara büyük zararlar vereceğini iddia eden insanlar hemen Twitter üzerinden açılan başlıklar ve hashtaglar ile en tepeden başlayarak yetkililere çağrıda bulunmuşlardır. Mecliste bulunan bütün partilerin vekillerinden yapılacak olan oylamaya ret oyu vermelerini istediklerini belirten çevrimiçi imza kampanyaları düzenlemişlerdir. Türkiye Ekoloji Birliği termik

santrallerine filtre takmayan şirketleri boykot etmek amacıyla yürüyüşler başlatmıştır. Eylemciler yaptıkları kampanyaların karşılığını alacaklarını düşünmelerine rağmen yasa tasarısı meclisten geçmiştir ve Cumhurbaşkanı'nın onayına sunulmuştur. Bunun üzerine olay politik bir çevreye de kaymıştır ve üzerine olan ilginin daha da arttığı gözlemlenmiştir.

Tepkilerin büyümesi ve iktidar partisi AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi) ve koalisyon ortağı MHP (Milliyetçi Hareket Partisi) içerisinde de yapılan itirazlar sonucunda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan bu göreve geldikten sonra ilk veto hakkını, Dijital Hizmet Vergisi Yasası'nın "termik santrallere filtre takılması" zorunluluğunu yaklaşık 2,5 yıl erteleyen 50. maddesi için kullanmıştır. Veri analizinde görüldüğü gibi termik santrallerin var olan yapısının çevreye ve halka zararlı olduğu tezine dair her kesimin üzerinde uzlaştığı güçlü bir kamuoyu oluşumu, siyasi mekanizmanın aldığı kararı eleştirmiş ve olayın seyrine doğrudan etki etmiştir. Tüm bunlar göz önüne alındığında netice olarak: Politik olsun veya olmasın gerçek hayattaki çevre hareketleri sosyal medyanın konusu olmaktadır hipotezi, çevre hareketlerine dair kamuoyu sosyal medyadaki tartışmalar aracılığı ile şekillenmektedir hipotezi, insanlar sosyal medyadaki tartışmalardan sonra gerçek-yaşam çevrelerinde eyleme geçmektedir hipotezi ve bu tartışma ve eylemlerin gerçek hayata doğrudan etkileri vardır hipotezi doğrulanmıştır.

4.2.3. Kanal İstanbul Olayı

2019 yılının son çeyreğinde gündeme Kanal İstanbul projesine dair tartışmaların arka planı, gündem olması süreçleri ve veri analizlerine yönelik bilgiler aşağıdaki bölümlerde sunulmuştur.

4.2.3.1. Olayın Arka Planı

Kanal İstanbul, İstanbul'un Avrupa yakasında bir kanal yoluyla Karadeniz'den Marmara Denizi'ne bağlantı yapılması planlanan su yolu projesidir. Geçmişte Bizans kaynaklarından başlayarak Osmanlı Devleti ve Türkiye Cumhuriyeti'nin farklı dönemlerinde benzer projeler, içinde bulunduğu dönemin liderleri tarafından sıklıkla dile getirilmiş olsa da şimdiki hali 2011 yılında dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından seçim öncesi dönemde 'çılgın proje' olarak duyurulmuştur. Yakın

zamanda ihale süreci geçilerek yapımına başlanan projenin amacı projenin resmi internet sitesinde belirtildiği üzere şu şekildedir:

“Yılda yaklaşık 43.000 geminin geçtiği İstanbul Boğazı, en dar yeri 698 m olan doğal bir suyoludur. Gemi trafiğinde tonajlardaki artış, teknolojik gelişmeler sonucu gemi boyutlarının büyümesi ve özellikle akaryakıt ve benzeri diğer tehlikeli/zehirli maddeleri taşıyan gemi (tanker) geçişlerinin artması, İstanbul üzerinde büyük baskı ve tehdit oluşturmaktadır. Bu bağlamda, Kanal İstanbul Projesi'nin amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kanal İstanbul, 2020):

- İstanbul Boğazı'nın tarihsel ve kültürel dokusunun korunması ve güvenliğinin artırılması,
- İstanbul Boğazı'nda öncelikle deniz trafiğinden kaynaklanan yükün azaltılması ve Boğaz güvenliğinin artırılması.
- İstanbul Boğazı'nın trafik güvenliğinin sağlanması.
- Seyir emniyetinin sağlanması.
- Yeni bir uluslararası deniz trafiğine açık bir suyunun oluşturulması.
- Olası bir İstanbul depremi dikkate alınarak, yatay mimariye dayalı depreme dayanıklı modern bir yerleşim alanı oluşturulmasıdır.

Bir proje olarak açıklanmasının üzerinden yaklaşık on yıl gibi bir süre geçmesine rağmen herhangi bir faaliyette bulunulmaması üzerine gündeme pek gelmeyen Kanal İstanbul için 2019 yılı sonunda Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Cahit Turan'ın '2020 yılında başlanırsa en geç 2026 yılında bitebileceğini' söylemesi ve ihaleye çıkılacağını belirtmesi üzerine tartışmalar meydana çıkmıştır (BBC, 2019). Ulaştırma Bakanlığı'nın ÇED raporlarını olumlu olarak kabul etmesi ve kamu kurumları ile çevre örgütlerinden olumlu görüşler aldıklarını belirtmesi üzerine İBB (İstanbul Büyükşehir Belediyesi) olası çevre zararlarını öne sürerek itiraz etmiştir ve ÇED olumlu kararının iptali ve yürütmesinin durdurulması talebiyle İstanbul 6. İdare Mahkemesi'ne başvurmuştur.

Sürecin hızlanması üzerine konuya dâhil olan TEMA, WWF ve TMMOB'un da aralarında bulunduğu çevre ve yapılaşma ile ilgili örgütler ise kendilerinin

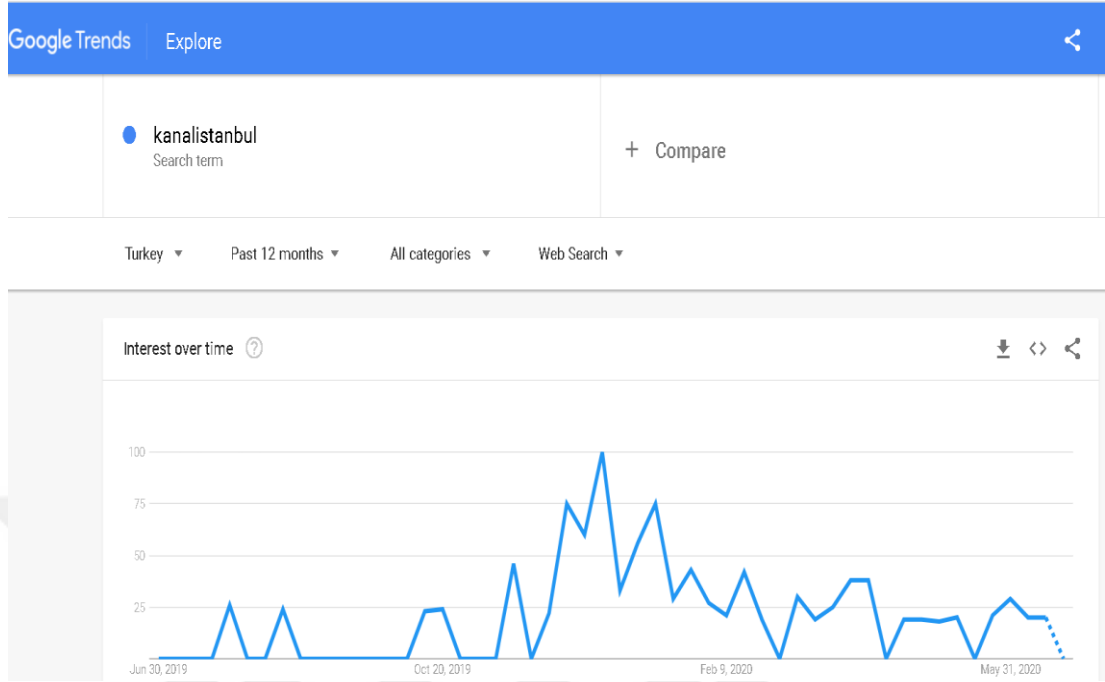
oluşturdukları raporlarda tarım arazileri yapılaşma baskısı altında kalacağı, deprem riski altında olan İstanbul'da 8 milyon nüfuslu bir ada oluşturulduğu, İstanbul'un önemli içme suyu kaynakları risk altına girdiği ve bölgenin iklim dengesini etkileyeceği gibi nedenleri sıralayarak projeye karşı çıkmış, kampanyalar başlatmışlardır. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu ise konuyla ilgili olarak “özetle bu proje İstanbul'a bir ihanet projesi bile değildir. Resmen bir cinayet projesidir. İstanbul için gereksiz bir felaket projesidir. Bu proje bittiğinde İstanbul bitmiş olacak” ifadelerinde bulunmuştur.

Projeye olan itirazlardan sonra konuya ilişkin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın “Önümüzdeki aylarda ihale yapmayı düşünüyoruz. Kanal projesinin muhalefetin iddia edildiği gibi bir çevre katliamına yol açacağı savları tamamen politiktir. Yapacağımız kanalın çevreci özelliği vardır, Kanal İstanbul'un özellikle Türkiye'ye kazandıracığı haklar vardır. Boğaz'da kaç kez yalılara kuru yük gemileri çarpmıştır. Bu çevreye tehdittir. Kanal İstanbul ile bu tehditler yok seviyesine geleceği gibi ülkemize ciddi manada bir getirisi olacaktır” sözleri üzerine bir anda tekrardan alev alan tartışmalar sosyal medyada da hot topic yani sıcak gündem olmuştur.

4.2.3.2. Konuya Gösterilen Rağbet

Proje olarak ortaya konulmasından sonra her zaman inişli çıkışlı bir grafiğe sahip olan Kanal İstanbul tartışması Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Mehmet Cahit Turan'ın 19 Aralık 2019' da İstanbul Boğazı'na alternatif sağlayacak, mal ve can güvenliğinin teminatı olacak 'Kanal İstanbul'un tüm hazırlıkları bitmek üzere, inşallah önümüzdeki yıl kazmayı vuracağız' sözlerinden sonra bir anda gündeme oturmuştur. Bilim insanından siyasetçisine, esnafından gazetecisine her kesimden insan sosyal medyada oluşan tartışmalarda fikirlerini beyan etmişler ve savdukları düşünceleri topluma anlatmaya çalışmışlardır. Öncesinde sadece ilgililerin üzerine olası düşüncelerini paylaştığı konu haberin sosyal medya ağlarına düşmesi ile aşağıda görüldüğü üzere ülke gündeminden uzun süre inmemiştir.

Şekil 4.5. Kanal İstanbul'un Aratılma Yoğunluğu



Kaynak: (Google Trends, 2019).

İstatistiklerden anlaşıldığı üzere zaman zaman konuyla ilgili tartışmalar görülse de gerçek hayatta başlayan Kanal İstanbul tartışması çok kısa bir süre içerisinde sosyal medyaya taşınmıştır ve en yüksek frekans değeri olan '100'e ulaşmıştır. Her zaman aynı yoğunluğu göstermese dahi gündemde kalmaya devam ettiği de görülmektedir. Buradan hareketle bu istatistiksel araştırmanın birinci hipotezini doğrulamaktadır ve kamuoyu oluşumunda sosyal medyadaki şekillenme analizine geçilmektedir.

4.2.3.3. İçerik Analizi

Vakaya ilişkin verileri elde etmek için konunun trend topic (üzerinde en çok konuşulan) olduğu 08/12/2019 ve 05/01/2020 tarihleri arasındaki twitler incelenmeye alınmıştır. Bu tarihler arasında konuyla ilgili en çok twit atılan #kanalistanbul, #yakanalyaistanbul hashtagı üzerinden atılmış ve içerisinde kanal ve İstanbul kelimelerini içeren yaklaşık 27.4 milyon tweetin mevcut olduğu görülmüştür. Belirlenen tarihler arasında Twitter'ın çalışmacılar için sağladığı hizmetlerden Twitter Analytics sayesinde en çok işlem gören ve en fazla kullanıcıya ulaşan 3080 adet twit örneklem olarak seçilmiştir. Seçilen twitler manuel olarak değer-veri tablosunda

kodlanmıştır. Taşdığı yorum ve değerlendirmeye göre birbirleriyle benzer ifadeler taşıyan ve aynı gruba konulan twitlerin aldıkları retweet sayıları da hemen yanındaki değer kolonuna eklenmiştir.

Başlangıçta konunun sosyal medya ve Twitter’ da gündem olarak yükselmesini sağlayan twitlerin çevreci hareketler kaynaklı olduğu gözlenmiştir. Kanal İstanbul’un yapımına ve ihale sürecine başlanacağı kararının duyurulması üzerine çevre derneklerinin ve bağlı grupların projenin olası zararlarını halka anlatmak üzere oluşturdukları hashtaglar üst sıralarda yer almıştır. Kanal İstanbul ve daha önce incelenen Kazdağları ve termik santraller vakalarının başlangıç süreçlerinin birbirlerine benzemelerine rağmen Kanal İstanbul’un Twitter’ da devam eden gelişim süreci farklılıklar göstermişler.

CHP ve İYİ Parti’nin oluşturduğu Millet İttifakı koalisyonunun projeyi İstanbul’a ihanet olarak adlandırarak imza kampanyası başlatması ve İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu’nun İstanbul üzerindeki her eylemde sorumluluk ve yetkinin İBB’de olduğunu açıklaması üzerine Twitter’daki tartışmalar çevre ekseninden çıkarak siyasi bir kampaşa dönüşmüştür. Hükümeti rant peşinde koşmak ve dış güçlerin Türkiye üzerindeki projelerinin kuklalığını yapmakla suçlayan bazı kullanıcılar hem ülkenin içinde bulunduğu genel ekonomik durumlar için hem de kendi politik mesajlarını Kanal İstanbul projesi tartışmaları ile birleştirerek içerik ve gönderiler paylaşmışlardır.

‘-2’ çok olumsuz olarak kodlanan twitler için seçilen bazı örnekler şu şekildedir: “Resmen deli saçmalığı #kanalistanbul maliyeti 75 milyar TL tahmin ediliyor. Trakya ve İstanbul un güvenliği riske giriyor. Ne için, rant için. Kesinlikle karşı çıkılmalı bu saçma projeye” (Twitter, 2019) , “İstanbul havalimanına an itibariyle rüzgâr yüzünden uçaklar iniş yapamıyorlar! Arkadaki rüzgâr güllerine dikkat edin! Buraya havalimanı yapan zihniyet şimdi de Kanalistanbul’u yapmak istiyor! Bu zihniyete güvenilir mi?” (Twitter, 2019) , “Biz geçinemiyoruz diyoruz. Kanal İstanbul diyorlar! Gençler, işsiziz diyor. Libya, Osmanlı falan diyorlar! Öğrenci, yemek fiyatları pahalı. Doymuyoruz. Yoksuluz diyor. Polis yürü karakola diyor! Velhasıl; Biz, sorunlarımızı haykıracağız. Onlar, duymayacak. Durum bu. Iska yani” (Twitter, 2019).

İhalelerin duyurulmasından itibaren siyasi kamplaşmalara dâhil olmayarak projenin çevresel veya ekonomik şartlarından memnun olmayan ve gerçekleşmesini istemeyen kullanıcılar ise twitlerinde Kanal İstanbul projesinin dışına çıkmayarak hükümet veya yetkilileri doğrudan hedef alan paylaşımlarda bulunmamışlardır. Bu grupta kodlanan içeriklerin birçoğunda projenin çevre, ekonomi ve nüfus kaygıları bulunmaktadır. ‘-1’ yani olumsuz olarak kodlanan bu twitlerin örnekleri şu şekildedir: “Kanal İstanbul'u istemiyorum, yerli otomobili destekliyorum, her türlü adaletsizliğe itiraz ediyorum, hak ihlallerine öfkeleniyorum, milli takımın galibiyetine seviniyorum, orman talanına üzülüyorum, çölleşmeye isyan ediyorum. kahraman ya da hain değilim ben, vatandaşım sadece” (Twitter, 2019), “Kanal İstanbul projesine İstanbul halkı olarak hayır diyorum büyük depreme ve ekoloji dengenin bozulmasına ve bir sürü doğal felakete yol açacaktır. Lütfen çokca paylaşalım arkadaşlar” (Twitter, 2019) – “kanal İstanbul'a karşıyım çünkü büyük bir doğa tahribatı yaşatmaktan ve garibanın sırtına ağır bir vergi yükü yüklemekten başka bir işe yarayacağını düşünmüyorum”.

Haber sitelerinin salt bilgi içeren paylaşımları ve bazı kullanıcıların konuya ilişkin kararın referanduma gidilerek alınması gerektiği gibi olumlu veya olumsuz bir değer belirtmeyen paylaşımları ‘0’ olarak kodlanmıştır. Bir kullanıcının “Kanal İstanbul projesi polemliği beni yormaya başladı.. siyasiler lütfen böyle şeyleri kendi aranızda konuşun sms ile.. bizim derdimiz bize yetiyor yansıtmayın bize böyle şeyleri..” (Twitter, 2019) twiti bu gruba kodlanan gönderilere verilebilecek bir örnektir. Daha önceki vakaların analizinden de bilindiği üzere gündemde üst sıralarda olan başlıklara olan büyük ilgi sebebiyle reklam yayınlayan hesapların gönderileri veya internette bot hesap diye bilinen sahte hesaplar aracılığıyla otomatik ileti olarak gönderilen içerikler analiz sonuçlarında bir değer kayması yaşatmaması için tarafsız ‘0’ olarak kodlanmış veya değerlendirme dışı bırakılmıştır.

Araştırmanın önceki bölümlerinde de açıklandığı gibi Kanal İstanbul projesinin çevreye vereceği zararlara dair uzman görüşlerinde kesin bir fikir birliği olmaması ve birbiriyle çelişen raporların bulunması, olayın politik yönünü öne daha fazla çıkarmıştır. Kanal İstanbul projesine karşı olanların iktidarı eleştirmek için çevreyi bahane ettiğini öne süren ve bu doğrultuda paylaşımlarda bulunan Twitter kullanıcıları, hükümeti ve proje yöneticilerini desteklemek için paylaşımlarda bulunmuşlardır. Muhalefette bulunan partileri ve özellikle CHP yöneticilerini yapılan

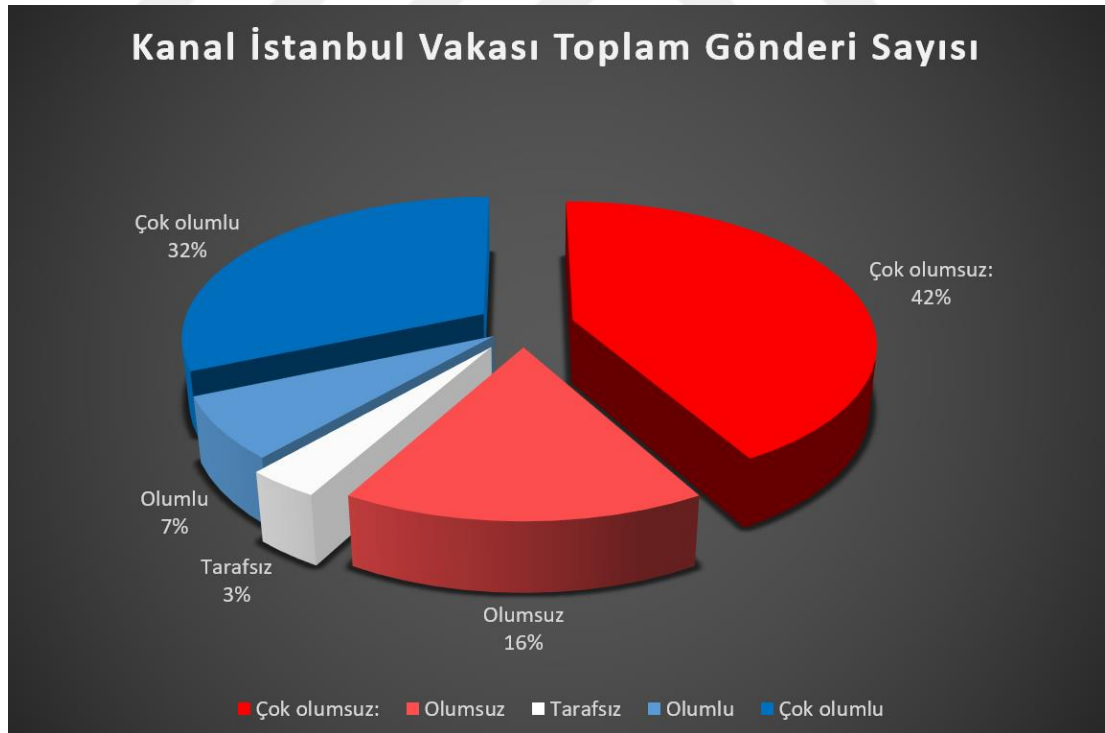
her proje ve yatırıma olumsuz yaklaşmakla suçlanmışlardır. Kanal İstanbul projesinin ekonomiye katkıda bulunacağından ve istihdam yaratacağından dolayı desteklediğini belirten kullanıcılar kamuoyunun muhalefet partisi yanlılarınca yanlış yönlendirilmesini engellemek için gönderilerde bulduklarını belirtmişlerdir.

Kanal İstanbul projesini siyasetten ayrı bir bakış açısı ile ele alan, çevresel bir risk taşımadığını düşünen ve destekleyen kullanıcıların '+1' olarak kodlanan twitlerinin oranı bu vakada oldukça düşüktür. Buna rağmen olaya politik yaklaşarak projeye desteklerini açıklayan kullanıcıların '+2' yani çok olumlu olarak kodlanan gönderilerinin oranı önceki vakalara göre oldukça yüksektir ve projenin çevresel riski olup olmadığını bu twitlerde ikinci plandadır. Örnek olarak verilen twitler : ‘‘Köprü’ye karşılar, Havalimanı’na karşılar, Siha ve iha’ya karşılar, Yerli silah’a karşılar, Kanal istanbul’a karşılar, Yerli ve milli traktör ve oto’ya karşılar, Sonrada ekonomi çok kötü, biz açız. Siz aç değil beyizsiz ve hainsiniz’’ (Twitter, 2019), ‘‘ #YaKanalYaİstanbul kanal istanbul sirf ak parti ve RTE nin projesi olduğu için karsi cikan zavalli mahlûklar. Bindirilmis kitalar halinde suru gibi tasiniyorsunuz ne oldu istanbulda fazla imza toplayamayip izmirden ankaradan destek kuvvetimi talep ettiniz’’ (Twitter, 2019) şeklindedir.

Tablo 4.3. Kanal İstanbul Vakasının Twitter Üzerindeki İçerik Analizi

DEĞER	TWEET	TOPLAM RETWEET	TOPLAM GÖNDERİ	TOPLAM DEĞER
-2	844	57.171	58.015	-116.030
-1	733	21.796	22.529	-22.529
0	318	4.263	4581	0
+1	217	9.571	9.788	9.788
+2	986	42.688	43.674	87.348
Toplam Gönderi Sayısı			138.587	-
Toplam Veri Değeri			-	-41.423
Ortalama			-	-0,29
Standart Sapma			-	1,850
Medyan			-	-1

Şekil 4.6: Kanal İstanbul Vakası Toplam Gönderi Sayısı Yüzdelerik Dağılımı



Kanal İstanbul vakasına ait olan içerik analizi sonuçlarından görüldüğü üzere daha önceki iki vakaya göre daha ortada duran bir gönderi-değer dağılımı mevcuttur. Orijinalinde bir çevre hareketi olmasına rağmen olayın politik yönünün ilerleyen

süreçte daha ağır basmasının ve diğer değişkenlerin net bir kamuoyu şekillenememesi noktasındaki etkileri yadsınamaz.

Twitter'dan elde edilen verilerin analizi sonucunda merkezi eğilim göstergesi olan ölçülerden ortalama $-0,29$ ile neredeyse tarafsız olarak gerçekleşmiştir. Kullanıcılar arasında gerçekleşen tartışmalar sonucunda herhangi bir değere yakın, net ve kararlı bir kamuoyu oluşamadığı görülmektedir. Tartışmalar esnasında farklı bilimsel görüşlerin ortaya atılması, kesin bir çevresel veri olmaması ve siyasi atışmaların varlığı, kısa bir sürede 27,4 milyon gibi çok fazla sayıda twitin atıldığı bir vakada üzerinde uzlaşılan bir kamuoyu sonucu çıkmasını engellediği düşünülmektedir. Bununla birlikte yine önceki vakalarda olduğu gibi medyan -1 çıkmıştır ve merkezi eğilim yine olumsuz yöndedir. Twitter'daki kamuoyu değer ortalamasının net bir değere eğilim göstermediği Kanal İstanbul vakasında, yukarıdaki veriler ışığında sürecin devamında yaşanan olaylar aşağıda yorumlanmıştır.

4.2.3.4. Sonrası ve Sonuçları

Projenin ihaleye çıkararak yapımına başlanacağından kısa bir süre sonra geleneksel medya araçları, çevre dernekleri ve muhalefet ve iktidar partileri siyasetçileri arasından büyük bir tartışma meydana gelmiştir. Çevre koruma dernekleri işin doğaya ve halka vereceği olası zararlar penceresinden yaklaşarak raporlar hazırlamış, etkinlikler düzenlemişlerdir. Cumhurbaşkanlığı, meclis ve belediyelere çağrıda bulunarak var olan ÇED raporunun yetersiz olduğunu ve projenin geniş tabanlı bir araştırma ve halkın da sürece dâhil edilerek düşünülmesi gerektiğini belirtmişlerdir (TEMA, 2020).

Akademik çevrelerden ve derneklerden konuya dair farklı görüşlerin ortaya çıkması, siyasetçilerin de olaya yaklaşımlarındaki farklar nedeniyle başlangıçta sosyal medyada çevre hareketi ekseninde gelişen olayların başka bir boyutta ele alınmasına sebep olmuştur. Oldukça farklı gruplardan insanların konuya çevre, politika ve ekonomi gibi çeşitli perspektiflerden yaklaşmasıyla ortak bir kamuoyu oluşması zorlaşmıştır. Yine de istatistiksel verilere bakıldığında da görülebileceği üzere konunun çevresel yönü ağır basan kesimi arasında bir kamuoyu oluştuğu da gözlemlenebilmektedir. Belirli bir çerçeve etrafında muhakeme ederek müşterek bazı noktalarda mutabık kalan insanlar, Kanal İstanbul projesinin çevreye çok büyük

zararlar vereceğini ilan etmişler, bunu engellemek maksadı ile de sosyal medya üzerinde organize olarak eylemlerde bulunmuşlardır. Projeye karşı çıkanlar #yakanalyaistanbul başlığı adı altında kampanya başlatmışlardır ve imza toplamışlardır (Chance, 2019). Doğrudan Cumhurbaşkanı ve ilgili bakanları içeren etiketler ve içerikler üreterek kamuoyunun dikkatini çekmek istemişlerdir.

Öncülüğünü Greenpeace organizasyonunun yaptığı, CHP (Cumhuriyet Halk Partisi) ve İyi Parti'nin de destek verdiği imza kampanyalarına binlerce kişi destek vermiştir. Siyasi partiler ve dernekler bununla da yetinmeyerek Anayasa ve İdare Mahkemeleri'ne davalar açmışlardır. 2020 yılında halen devam eden sürece dair iktidar partisi AKP ise rakip partilerin iddia ettiği gibi bir çevre zararı olmayacağını raporlarla kanıtlandığı ve yapılan itirazın politik olduğunu söyleyerek tersi bir hukuki karar olmadığı sürece projenin devam etmesinde kararlı olduğunu açıklamıştır (Anadolu Ajansı, 2020). Her iki cephede de özellikle sosyal medyadaki kamuoyu gücünü ardına alma çabası dikkat çekmektedir.

Sürecin nihayetinin ne olacağı ve tartışmaların sonucunun nereye varacağını tahmin etmek güç olsa da burada veri ve istatistiklerden anlaşılacağı üzere web 2.0 teknolojileri ve özellikle sosyal medya üzerinde yaşanan tartışmalar ve oluşan kamuoyunun gücü nispetinde sivil toplumun toplumsal karar mekanizmalarına yaptığı doğrudan etki açıktır. Nicel olarak katılımcıları belirli bir sınırı geçen kamusal tartışmalarda konunun dışında gerçekleşen alt tartışma gruplarının, olayın temel mahiyetinden uzağa kaçan yorumların da varlığının kabul edilmesi yadsınamaz. Fakat kamusal alanda halkın çoğunluğunun aktif olarak katıldığı ve belirli bir noktada fikir birliği ve eylem kararı alınmasında sosyal medyanın artan gücü de Kanal İstanbul örneğinde bir kez daha ortaya çıkmıştır.

Kanal İstanbul vakasının yapısının ve gelişme tarzının araştırmada incelenen ilk iki vakadan farklı olduğu aşikârdır. Kazdağları ve termik santraller olayı ile kıyaslandığında sosyal medyadaki örgütlenme, eyleme geçme ve etkili olma özellikleri benzerlikler taşımaktadır. Buna rağmen sivil toplumun ilk iki vakada olduğu gibi güçlü bir tek kamuoyunda uzlaşamadığı, konunun diğerlerine göre daha politik ve çok kanallı olması durumunda kamusal alanda hangi sonuçların ortaya çıkacağını gözlemek amacı ile üzerinde çalışılmasına önem verilmiştir. Konu

hakkında halen tartışmaların etkin olmasına rağmen verilerin alındığı şu ana kadar yapılan analizler ışığında: Politik olsun veya olmasın gerçek hayattaki çevre hareketleri sosyal medyanın konusu olmaktadır hipotezi, çevre hareketlerine dair kamuoyu sosyal medyadaki tartışmalar aracılığı ile şekillenmektedir hipotezi, insanlar sosyal medyadaki tartışmalardan sonra gerçek-yaşam çevrelerinde eyleme geçmektedir hipotezi ve bu tartışma ve eylemlerin gerçek hayata doğrudan etkileri vardır hipotezi doğrulanmıştır.



5. SONUÇ

Bu çalışmada esas olarak üzerinde çalışılan ve gösterilmek istenilen sav Türkiye’de ister politik ister apolitik olsun, toplumsal konuların kamusal alan tartışmalarının, Web 2.0 teknolojileriyle eşzamanlı olarak ortaya çıkan ve gelişen yeni medya ve sosyal medya araçları üzerinde şekillendiğidir. Kamusal alanın vazgeçilmez ürünü olan kamuoyu ve web 2.0 araçları arasındaki ilişkiyi keşfetmek üzere araştırmanın yapıldığı 2019-2020 yılları içerisinde vuku bulan çevre hareketleri genel çerçeve olarak seçilmiştir. Web 2.0 teknolojilerinden faydalanan araçlar içerisinde ise veri elde etmek için araştırmanın temel konusu ‘kamusal alan’ kavramına benzer olarak en ideal formata sahip olan Twitter örneklem olarak seçilmiştir. Bu vakalar ve elde edilen veriler analiz edilmiştir. Seçilen vakalardan elde edilen analiz sonuçları ışığında politik olsun veya olmasın gerçek hayattaki olayların sosyal medyanın konusu olduğu görülmüştür. Sosyal medyanın konusu haline gelen gerçek hayat temelli bu olaylara dair kamuoyunun sosyal medyadaki tartışmalar aracılığı ile şekillendiği belirlenmiştir. İnsanların sosyal medyadaki tartışmalardan sonra gerçek-yaşam çevrelerinde eyleme geçtiği, bu tartışma ve eylemlerin gerçek hayata olan doğrudan etkileri gözlemlenmiş ve yorumlanmıştır.

Araştırmaya konu olan üç vakanın Twitter üzerinden elde edilen veri analizleri sonucunda bazı noktalarda benzer bazı noktalarda ise farklı özellikler taşıdıkları görülmüştür. Her üç vakaya ilişkin kamuoyunun sosyal medyada şekillendiği gözlemlenmiştir ve yine sosyal medya üzerinde şekillenen toplum ve kamuoyunun, web 2.0 teknolojilerinin diğer araçlarının sağladığı hizmetler (whatsapp ve telegram grupları vb.) sonucunda eyleme geçme kararları aldıkları göstermiştir. Politik olduğu düşünülen bazı haberlerin geleneksel medyada sansüre uğradığı ve toplumla paylaşılmadığını düşünen insanlar, konularla alakalı haberleri web 2.0 araçları üzerinden etkileşime ve katkıya açık bir biçimde paylaşmışlardır ve diğer insanları bilgilendirmek, konuya ilgilerini çekmek ve tartışmalarını sağlamayı istemişlerdir. Sosyal medya platformu Twitter’ı Habermasçı anlamda kullanmayı amaçlayan bazı kişi ve toplulukların, sosyal medya üzerinde kamuoyunu şekillendirmek için

çaladıkları ve sonrasında karar alma mekanizmalarına etkide bulunabilmek için kimi zaman yetkisi bulunan hedef kişiye yönelme kimi zaman ise kanun değişikliğini durdurmak veya engellemek için topluca imza kampanyalarına başvurdukları sıkça görülmüştür. Vakalarla alakalı kararların gidiş yönüne dair tartışmalara taraf olan herhangi bir grubun, sosyal medyada paylaşımlar yaparak ve medyalar kullanarak konuya ilişkin anlık gelişmekte olan kamu bilincini kendi istedikleri çizgiye çekmek istediği ve kamuoyu oluşumunu etkileme girişimleri araştırma verileriyle tespit edilmiştir. Nispeten daha tartışma boyutunda kalan diğer vakalara göre eyleme dönüşen ve başlangıçta olmasa dahi aksiyon safhasında sosyal medyadan örgütlenen çevre hareketlerinin, gerçek-hayattaki eylemlerinin akabinde az veya çok başarı kazanması sonucunda Türkiye’de sosyal medya oluşan kamuoyunun gücü ve insanların eyleme geçme noktasında bir ilişkinin olduğu düşünülmektedir.

Vaka analizi bölümündeki detaylar göz önüne alındığında özellikle Kanal İstanbul vakası ve diğer iki olay arasındaki kamuoyu gelişimi ve olgusal farklılıklar dikkat çekmektedir. Kazdağları ve termik santraller vakalarındaki tartışmalarda ortaya çıkan bilimsel verilerin daha ikna edici olması ve olayların nispeten daha az politik ayrışmalar meydana getirmesi nedeniyle daha rahat ve çabuk bir kamuoyu oluştuğu ve sosyal medyanın bu oluşan kamuoyu tartışmalarındaki yaptırım etkisinin daha hızlı gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Olaylarda çıkar gruplarının nicel olarak oldukça az olması, çevre dernekleri ve toplulukların sundukları kanıtların ikna edici olması da kamuoyu oluşum sürecinde önemli faktörlerdir. İlk bakışta incelenen diğer vakalar gibi bir çevre çıkışlı bir hareket gibi görünse de Kanal İstanbul tartışmalarında kamuoyunun müzakere süreçlerinde güçlü bir uzlaşma ve görüşte uzlaşmaması ve çevre çerçevesinden ayrılarak politik gruplara ayrışması onu diğerlerinden önemli ölçüde farklılaştırmıştır. Habermasçı kamusal alan ve iletişimsel eylem kuramının vazgeçilmezi olan kimliklerden ve çıkarlardan sıyrılarak mantıksal akıl yürütme noktasından uzaklaşması sosyal medya ve kamusal alan ilişkilerinde bir dezavantaj olarak görülmektedir.

Araştırma sonucunda Nielsen (2018) ve diğer bazı çalışmacıların daha önceki çalışmalarında iddia ettiğinin aksine, bu çalışmada öne sürülen sosyal medyanın yeni Habermasçı kamusal alan olduğu ana hipotezi ve onun alt hipotezleri elde edilen veri ve analizlerin ışığında kanıtlanmıştır. İncelenmiş olan vakalardan edinilen veri ve

analizler sonucunda, Habermas tarafından idealize edilen burjuva kamusal alanının özellikleri ile çevrimiçi web ortamlarındaki tartışma halleri arasındaki benzerliklerin oldukça yüksek ve farklılıkların ise oldukça az bir seviyede olduğu tespit edilmiştir. Twitter özelinden yola çıkarak web 2.0 araçlarından sosyal medyanın taşıdığı kamusal alan potansiyeli hakkında, kamuoyu iletişiminin merkezinde, devlet ve bireyin arasında duran Habermasçı kamusal alanın toplumdaki herkese, bütün alt gruplara ulaşma ve söz hakkı verme esas kıstasını sağladığı görülmektedir. Habermasçı kamusal alanın diğer temel kıstaslardan birisi olan kamusal tartışmalara dâhil olan katılımcılarının kişisel, özel alanlarına ait çıkar ve isteklerini dışarıda bırakarak kamusala yönelik, herkesi ilgilendiren konularda şahsi menfaatlerini ikinci plana almalarını gerektiren bir tutum takınmaları zorunluluğunun ise Twitter ve sosyal medya platformlarında mevcut olduğunun tespit edilmesine ek olarak bazı kullanıcıların bunu ihlal etmelerinin çevre vakalarında oluşan kamuoyunun seyrini etkilemeyecek oranda olduğu görülmüştür.

Üzerinde durulması gereken bir diğer konu, akademik olarak özellikle yurtdışı literatürde sıkça görülen Pierre Bourdieu'nun sosyal sermaye kavramının sosyal medya üzerindeki çalışmalara ilişkin yorumlarıdır. Bourdieu'ya göre, sosyal sermaye, toplumsal aktörlerin grup aidiyetleri, sosyal ve kültürel kodlar, Habitus vb. olgular yardımıyla bir yönü ile sosyal hayatı kolaylaştırırken, bir yönü ile de sosyal eşitsizlikleri meydana getiren bir fonksiyona sahiptir (Yarcı, 2011: 126). Sosyal medyada da kamusal alan tartışmalarında etkin olan insanların hangi sosyal gruplardan ve kültürel kodlardan etkilendiği ve tartışmalara olan katkılarıyla ilişkileri çok daha detaylı ve zaman isteyen bir çalışmanın konusudur. Daha kapsamlı bir çalışmada üzerine değinilmesi gereken bir diğer araştırma konusu ise web teknolojilerinde kullanılan algoritmalar ve kullanıcıların eylemleri arasındaki yönelme ilişkisidir.

Web teknolojilerin kendi yapılarından kaynaklanan avantaj ve dezavantajlardan da bahsetmek gerekmektedir. Yeni medya ve sosyal medya kavramlarının kendinden önceki biçimlerine göre kamusal alanı, kamuoyu oluşumunun yapısında ve gerçek-hayat temelli eyleme geçme ve buna ek olarak bu eylemlerin toplum yönetimine olan doğrudan etkileri noktalarında etkili olduğu bu çalışmanın da olduğu gibi birçok diğer araştırmanın tezidir. Toplumla alakalı dünyanın herhangi bir yerindeki bir olayın web ortamlarındaki tartışmalarının ve eylemlerinin

hızı çok yüksektir ve bu hız gün geçtikçe de artmaya devam etmektedir. Bütün kullanıcıların etkileşim olanağına sahip olması ve haberlerin her yere aynı anda ulaşabilmesi sayesinde çok çabuk bir şekilde topluca karar, eylem ve sonuç alınabilmektedir. Bu hız ve olanakların getirileri olduğu gibi bazı noksanlıkları da mevcuttur. Geleneksel medyaya kıyasla yeni medyada bir editör kontrolü bulunmamasının sonucu olarak bilgi kirliliği, yanlış ve sansasyonel içeriklerin sayısındaki fazlalık sıklıkla görülmektedir. Aynı anda milyonlarca insana çok az maliyetle ulaşılabilmesi neticesinde şirketler ve çıkar gruplarının sosyal medya üzerindeki ticari faaliyetleri yine kamusal alan için bir dezavantaj teşkil etmektedir. İnternet jargonunda ‘troll’ olarak bilinen hesapların yarattığı amaç dışı ve güvenilirliği düşüren içerikler de araştırmacılar için bir sorun oluşturmaktadır.

Daha önceki yıllarda yapılan ve literatürde bulunan Türkiye’de kamusal alan ve web 2.0 araçları arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalarla bu çalışma arasında bir bağlantı kurmak ve birkaç yorumda bulunmak gerekirse, gelişen web teknolojileri ile günümüzde kullanılan yazılımlar ve programlar sayesinde araştırma problemleri için daha etkili ve detaylı bir veri elde etme ve analiz imkânı mevcuttur. Önceki yıllarda web araçlarının hitap ettiği kitlenin genellikle genç ve yüksek eğitilmiş, toplumun geneline göre daha kısıtlı bir gruptan meydana gelmesine rağmen günümüzde her yaş grubundan ve sosyal kesimden insanın aktif bir kullanıcıya dönüşmesi ile daha kapsamlı bir veri elde edilmektedir. Web teknolojilerinin kamusal alanla olan ilişkilerini incelemek üzere yapılan çalışmalar içerisinde normatif araştırmaların deneye dayalı olanlara kıyasla çok fazla olması nedeniyle gelecek çalışmalar olası bir kaynak olması için bu çalışma formu seçilmiştir.

Bu çalışmada sadece kamusal alanın ürünü olan kamuoyu ile onun sosyal medya üzerindeki tartışmalar vasıtasıyla şekil alması ve aralarındaki ilişkiler üzerine araştırma yapılmıştır. Sosyal medyanın kendisinin kamuoyu oluşturup oluşturmadığı veya sosyal medyanın var olan kamuoyunu değiştirme kapasitesi bu araştırmanın konusu ve iddiası değildir. Web teknolojilerindeki gelişmeler ve bilişim-siyaset bilimi alanından araştırmacıların işbirliği ile daha uzun bir zamanı ve olanakları kapsayan ileri çalışmalar yapılması kamusal alan ve web teknolojileri arasındaki ilişkileri açığa çıkarmaya yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Acır, E. (2008). İnternetin Türk Toplumunun İletişimindeki Rolü: Facebook'taki Türkiye. Ankara: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Adorno, T. W. (2006). Kültür Endüstrisi-Kültür Yönetimi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akyıldız, F. (2019). Habere Ulaşmada Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya . İstanbul: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
- Alemdar K. ve Uzun R. (2013). Herkes İçin Gazete-ci-lik. Ankara: Siyasal Kitabevi
- Ancela, D. (2008). Introduction to Case Studies . Journal of Social Sciencies. Berlin :Mouter Press.
- Arendt, H. (1958). Human Condition. The University of Chicago Press.
- Arendt, H. (2011). İnsanlık Durumu. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Asemah, E. (2012). New media and political advertising in Nigeria: prospects and Challenges. African Political Journals.
- Aslan, T. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kaygılarının Sosyal Medya Bağımlılıklarını Yordayıcı Rolünün İncelenmesi . Mersin: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Asur, S. ve Huberman, B. A. (2010). Predicting the Future With Social Media. California. International Conference on Web Intelligence.
- Avcı, A. (2008). Türkiye'de Kamusal Alan ve Televizyon: Vatandaş Televizyonundan Tüketici Televizyonuna Dönüşüm Süreci. İstanbul: Doktora Tezi.
- Ayan, Y. E. (2013). Twitter, Dönüşen Kamusal Alan Ve Kanaat Oluşumu. İstanbul: Kadi Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.
- Aytaç, O. (2018). Kömür Yakıtlı Termik Santralleri. Ankara: TMMOB Yayınları.
- Aytekin, Ö. Ç. (2009). Web 2.0'ın Tasarıma Getirdiği Yeni Yaklaşımlar Doğrultusunda Web Standartlarına Uygun Uzaktan Eğitim Portalı Tasarımı. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.
- Başaran, F. (2006), Bir teknolojik yenilik olarak internetin tarihi: Ulusal yenilik sistemi, kamu politikaları ve standartlar. İstanbul: Kültür ve İletişim, s. 9-32.

- Baytar, C. U. (2011). Web 2.0 Ve Web Tasarımı Üzerindeki Etkilerinin Analiz Edilmesi. İstanbul: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bowman, S. ve Willis, C. (2003). We Media. The Media Center at The American Press Institute, New York: Routledge.
- Briggs A. ve Burke, P. (2011). Medyanın Toplumsal Tarihi. (E. Uzun, Çev.). İstanbul: İzdüşüm Yayınları.
- Bruns, A. (2007). Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation. Creativity & Cognition Conference. Washington Press
- Calvert B., Casey, N. , Casey B., French L., Lewis, J. (2005). Television Studies: The Key Concepts: Routledge.
- Benhabib, S. (1997). The Embattled Public Sphere: Hannah Arendt, Juergen Habermas and Beyond. A Journal of Social and Political Theory, 1-24.
- Bodrilliard, J. (1982). Simülakrlar ve simülasyon. Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Boulianne, S. (2016). Online news, civic awareness, and engagement in civic and political life. New Media and Society, 184-185.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education (s: 241-258). New York: Greenwood.
- Büyüksener, E. (2009). Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri, (s. 19-23). İstanbul.
- Calhoon, C. (1996). Further Reflections on the Public Sphere. Habermas and Public Sphere, 412-461.
- Castells, M. (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cheong, M. ve Lee, V. (2010). Twittering for Earth: A study on the impact of microblogging activism on Earth Hour In Australia. Intelligent Information and Database Systems. Berlin: Heidelberg.
- Çaha, Ö. (2007). İdeolojik Kamusalın Sivil Kamusala Dönüşümü. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Çoban, B. (2009). Toplumsal Hareketler ve Radikal Medya. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Danah M. Boyd ve Nicole M. Ellison. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer Mediated Communication, Vol. 13.
- Delal, Ö. (2018). Sosyal Medyanın Geleneksel Medyada Temsil Pratikleri: Arap Baharı Ve Gezi Parkı Olayları Örneği. Konya: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

- Demircan, B. (2006). İnternet ve Kamusal Alan: Kamusal Tartışma Zemini olarak Çevrimiçi Forumlar, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları.
- Demircan, B. (2010). Yeni Medya Olarak İnternetin Kamusal Alan Olma Potansiyeline Eleştirel Bakış. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları.
- Engelstad, F.(2017). The Public Sphere in the Nordic Model. I: Institutional Change in the Public Sphere: Views on the Nordic Model. De Gruyter.
- Ferree, Myra ,Gamson, W. , Gerhards, J. & Rucht, D. (2002). Four Models of the Public Sphere in Modern Democracies. *Theory and Society*. 31. 289-324.
- Fisher J.M ve Noll A. M. (2020). *Encyclopædia Britannica*.
- Fletcher, R., Schifferes, S., & Thurman, N. (2020). Building the ‘Truthmeter’: Training algorithms to help journalists assess the credibility of social media sources. *Convergence*, 26(1), 19–34.
- Fraser, Nancy. “Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy.” *Social Text*, no. 25/26, 1990, pp. 56–80. JSTOR, www.jstor.org/stable/466240. Gainous, J. A. (2014). *Tweeting to Power: The Social Media Revolution in American Politics*. Oxford Universtiy Press.
- Gladwell, M. (2010). Why the Revolution Won't be Tweeted. *The New Yorker*.
- Gökçe, O. (2002). *İletişim Bilimlerine Giriş*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Gülaşık, Ö. (2011). İnternetin Kamusal Alan Niteliği Üzerine Bir Araştırma: “Ankara’daki Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımı. Ankara: Yüksek Lisans Tezi.
- Gürkan, P. S. (2002). İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Medya Yapısı Üzerindeki Etkileri. İstanbul: Okyanus Yayınları
- Habermas, J. (1964). *The Public Sphere*. Berlin: Duke University Press.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. London: Polity Press.
- Habermas, J. (2002). *The Public Sphere*. London: Polity Press.
- Habermas, J. (2015). *Kamusal Alan*. (M. Özbek, Dü.) İstanbul: Hil Yayın.
- Havick, J. (2000). The impact of the Internet on a television-based society. Atalanta
- Hayek, F. A. (1995). *Kanun, Yasama Foaliyeti ve Özgürlük -2* . Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Hekimoğlu, G. (2018). *Televizyonda Kamusal Dayanışma Ağları Bir Kamusal Alan İmkâmı Olarak Televizyon*. Konya: Doktora Tezi.

- Hilmes M ve Loviglio J. (2002). *Essays in the Cultural History of Radio*. Routledge; 1 edition (October 19, 2001)
- J.Rosen. (2010). *The People Formerly Known as the Audience*. Press Think
- Jürgen, A. ve Schafer, M.S. (2010). *Is Internet a Better Public Sphere: Comparing Old and New Media in the USA and Germany*. *New Media and Society*. Sage Press.
- Kahn, E. ve Kellner, D. (2004). *New Media and Internet Activism: From the 'Battle of Seattle' to Blogging*. *New Media and Society*, 87-95.
- Kahn, R. E. (1994). *The role of government in the evolution of the Internet*. *Commun. ACM* 37, 8 (Aug. 1994), 15–19. DOI:<https://doi.org/10.1145/179606.179729>
- Kalaycı, N. (2013). *Farklılıkların Temsili Sorunu ve Kamusal Alan*. *Amme İdare Dergisi*, 1-25.
- Kara, T. and Özgen, E. (2012). *Sosyal Medya Akademisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karadağ, A. (2010). *Kamusal Alan Modelleri: Çoğulcu Perspektiften Bir Değerlendirme*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi.
- Köseoğlu, İ. H. (2011). *The New Social Media And The Public Sphere In Turkey*. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.
- Kuhn, T. (2013). *La Estructura de las Revoluciones Cientificas*. Mexico: University of Chicago Press.
- Latorre, A. , Arnal, J. Ve Rincon, D. (1996). *Bases metodologicas de la investigacion educativa*. Barcelona: GR92.
- Lennox, F ve Habermas, J. (1974). *The Public Sphere: An Encyclopedia Article* .
- Lin, K. (2007). *Building web 2.0*. *IEEE Journals*, 101-102.
- Locke, J. (1986). *Uygar Yönetim Üstüne ikinci incelemeden Seçme Parçalar*. (M. Tuncay, Dü.) Ankara: Teori Yayınları.
- Mascheroni, G. (2008). *European Elections In The Italian Web Sphere: Campaigning 2.0*. Torino: Sage Press
- Mill, J. S. (1986). *"Temsili Hükümet Üstüne Düşünceler'den Seçme Parçalar*. Ankara: Mavi Atlas Yayınları.
- Mowery D. C. ve Simcoe, T. (1999). *Is the Intemet a USI nvention? An Economic and TechnologicaHI istory of Computer Networking*. *Research Policy*, 1369-1387.
- Mustafa, B. H. (2018). *Sosyal Medyanın Geelişimi Ve Toplumda Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*. Van: Yüksek Lisans Tezi.
- Mutlu, E. (2008). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ayraç Kitap.

- Müftüoğlu, A. (2003). Liberal Kamusal Alan: Rawls'un Uzlaşımçı Liberal Kültürü. Sivil Toplum Dergisi
- Nielsen, I. M. (2018). Social media as Digital Public Sphere. UiT The Arctic University of Norway Press.
- Nwabueze, C. (2009). Reporting: Principles, Approaches and Special Beats. Mass media relevance in combating insecurity in Nigeria. International Journal of Development and Sustainability 2.2 (2013): 861-870.
- Ocak, M. Ş. (2016). Kamusal Alan, Sosyal Medya Ve Toplumsal. İstanbul: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Oğuz, G. Y. (2000). Televizyon: Kaçınılmaz Öğreticimiz Televizyonun Toplumsal İletişimdeki Yeri. Kurgu Dergisi.
- Negt, O. ve Kluge, A. (1993). The Public Sphere and Experience. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Oskay, Ü. (1971). Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon. Ankara: Sevinç Yayınevi.
- Özbek, M. (2004). Giriş: Kamusal Alanın Sınırları. İstanbul: Hil Yayın.
- Pratt, A. (2000). New media, the new economy and new spaces. Geoforum, 31 (4). pp. 425-436.
- Price, V. (1992). The Public Opinion. New York. New York: Holt, Rinehart & Winston
- Rappa, A. (2002). Modernity and the Politics of Public Space: An Introduction. The European Journal of Social Sciences, 5-10.
- Rawls, J. (1993). Political Liberalism. New York: Columbia University Press.
- Remenyi, D. (2013). Case Study Research: The Quick Guide Series 2nd Ed. Academic Conference Limited.
- Ryan, Mary P. "The Public and the Private Good: Across the Great Divide in Womens History." Journal of Women's History, vol. 15 no. 2, 2003, p. 10-27. Robertson, S. ve Medina, R. (2008). Off the Wall Politics Discourse: Facebook Use in the 2008 US Presidential Election. Information Polity, 11-31.
- Scozarro, D. (2011). Youth, Social Networking, Resistance. Londra: King University Press.
- Senneth, R. (1996). Kamusal Alanın Çöküşü. (A. Y. S. Durak, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bowman, S. ve Willis, C. (2003). We Media. The Media Center at The American Press Institute, 9.
- Smith, A. (1979). The Newspaper: An International History. Thames and Hudson.

- Tanikawa, M. (2017). The Physical, Functional, and Stylistic Transformation of Print Newspapers. *International Journal of Communication*, 22.
- Tekman, E. (2002). *Enformatik Sistemler ve Bilgi Toplumuna*. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- Toffler, A. (1998). *Üçüncü Dalga*. (A. Doğan, Çev.) İstanbul:Koridor Yayıncılık.
- Tokgöz, O. (2008). *Siyasal İletişimi Anlamak*, Ankara: İmge Kitapevi.
- Tosun, N. (2010). *İletişim Temelli Marka Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ile Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram. *Ulakbilge Dergisi*, 2014, Cilt 2, Sayı 4
- Tversky, A. ve Kahneman, D. (1976). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science, New Series*, 185.
- Westling, M. (2007). Expanding the Public Sphere: The Impact of Facebook on Political Communication.
- Yarç, S. (2011). Pierre Bourdieu'da Sosyal Sermaye Kavramı. *Akademik İncelemeler Dergisi* Cilt:6, 126-132.
- Yin, R. (2011). *Case Study Research, Design and Methods*. Sage.
- Ying, H. (2007). *Youtube*. (İ. Şahin, Çev.) Ankara: Pegasus Yayınları.
- Yükselbaba, Ü. (2012). Habermas ve Kamusal Alan: Burjuva Kamusal İlkesinden İletişimsel Kamusal Geçiş. İstanbul: Levha Yayıncılık.
- Zapçı, F. Ç. (1997). *Siyasal Kuramda Kamusal Alan Sorunsalı: Habermas ve Arendt*. Ankara: Doktora Tezi.
- Whiting, A. ve Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *An Internaitonal Journal*, 362-369.

İnternet Kaynakları

- Anadolu Ajansı. (2020). <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/cumhurbaskani-erdogan-kanal-istanbul-projesi-en-yakin-zamanda-ihaleye-cikiyor/1758691#>, erişim tarihi: 17.05.2020
- Alamosgold (2017). <https://www.alamosgold.com/mines-and-projects/development-projects/kirazli-turkey/default.aspx>, erişim tarihi: 12.03.2020
- Amazon (2019). <https://www.alex.com/topsites/countries/TR>, erişim tarihi: 03.03.2020
- Anderson, P. (2007). JISC Technology and Standards . JISC.com: <https://www.webarchive.org.uk/wayback/archive/20140613220103/http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>, erişim tarihi: 18.02.2020

- Anka Haber Ajansı. (2019, Ağustos). twitter.com/ankahabera/status/1158476417547587584?s=20, erişim tarihi: 14.02.2020
- Bbc. (2019). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-50629578>, erişim tarihi: 05.05.2020
- Bbc. (2020). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-50045879#>, erişim tarihi: 05.05.2020
- Bbc. (2019). [bbc.com/türkiye: https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-49245614](https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-49245614), erişim tarihi: 05.05.2020
- Britannica. (2020). <https://www.britannica.com/technology/television-technology>, erişim tarihi: 15.04.2020
- Cato. (2019). <https://www.cato.org/research>. <https://www.cato.org/research>, erişim tarihi: 19.03.2020
- Change.(2019). <https://www.change.org>. <https://www.change.org/p/kanal-istanbul-a-hayir-csbgovtr-yakanalyaistanbul>, erişim tarihi: 21.05.2020
- Cormode, G. Ve Krishnamurthy, B. (2008). Key differences between web 1.0 and web 2.0. <http://www2.research.att.com/~bala/papers/web1v2.pdf>, erişim tarihi: 19.05.2020
- Doğubiga. (2019). dogubiga.com: dogubiga.com, erişim tarihi: 09.03.2020
- Ekşi Sözlük (2019). <https://eksistats.co/>. <https://eksistats.co/>, erişim tarihi:11.05.2020
- Euronews. (2019). <https://tr.euronews.com/2019/08/18/video-piyonist-fazil-say-kaz-daglarinda-su-ve-vidan-nobeti-eylemcilerine-destek-konseri>, 22.03.2020
- Google. (2020). [google.com. https://policies.google.com/privacy?hl=en-US#infocollect](https://policies.google.com/privacy?hl=en-US#infocollect), erişim tarihi: 14.04.2020
- Guardian (2017). <https://www.theguardian.com/world/2017/oct/20/women-worldwide-kullanilmis-hashtag-metoo-cinsel-tacize-karsi> (24.10.17), erişim tarihi: 14.04.2020
- Hamad, A. (2009). aisel.aisnet.org. aisel.aisnet.org: aisel.aisnet.org, erişim tarihi: 30.03.2020
- Iws. (2019). <https://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>, erişim tarihi: 02.03.2020
- Kahn R. ve Dennis M.A. (2020). Encyclopædia Britannica. Encyclopædia Britannica, inc.: <https://www.britannica.com/technology/Internet>, erişim tarihi:05.04.2020

- Kanal İstanbul. (2020). [www.kanalistanbul.gov.tr:
https://www.kanalistanbul.gov.tr/tr/neden/projenin-amaci](http://www.kanalistanbul.gov.tr/tr/neden/projenin-amaci), erişim tarihi:12.05.2020
- Nasdaq. (2020). Nasdaq.com: <http://www.nasdaq.com/symbol/fb>, erişim tarihi: 26.03.2020
- O'Reilly, T. (2019). O'Reilly.com. O'Reilly.com: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> 18.01.2009, erişim tarihi: 19.03.2020
- Radio History Society. (2008). <http://www.radiohistory.org/>, erişim tarihi: 28.03.2020
- Sezer, A. N. (2006). Harp Akademileri Konuşması. <http://www.tccb.gov.tr/ahmet-necdet-sezer>, erişim tarihi:06.04.2020
- Skretvedt, C. ve Sterling, H . (2018). Encyclopædia Britannica. Encyclopædia Britannica, inc.: <https://www.britannica.com/topic/radio>, erişim tarihi: 22.05.2020
- Squires, C. R. (2002). Rethinking the Black Public Sphere: An Alternative Vocabulary for Multiple Public Spheres. *Communication Theory*.12: 446-468. doi:10.1111/j.1468-2885.2002.tb00278.x, erişim tarihi: 15.04.2020
- Statista. (2019). <https://www.statista.com/topics/1145/internet-usage-worldwide/>, erişim tarihi: 12.04.2020
- Statista. (2020). [statista.com:
https://www.statista.com/statistics/970920/monetizable-daily-active-twitter-users-worldwide/](https://www.statista.com/statistics/970920/monetizable-daily-active-twitter-users-worldwide/), erişim tarihi: 12.04.2020
- Statista. (2020, february). [https://www.statista.com/
https://www.statista.com/statistics/273564/annual-facebook-/](https://www.statista.com/statistics/273564/annual-facebook-/), erişim tarihi: 12.04.2020
- Statista. (2020). [https://www.statista.com/topics/1882/instagram/
https://www.statista.com/topics/1882/instagram/](https://www.statista.com/topics/1882/instagram/), erişim tarihi: 12.04.2020
- Statista.com. (2019). Statista. www.statista.com/youtube, erişim tarihi: 12.04.2020
- Şeyhanlıoğlu, Hüseyin. Radyonun Demokratik Yaşamda ve Siyasetteki Etkisi: Demokrat Parti Dönemi (1950-60)” *Tarih ve Gelecek Dergisi*, 5/3 (Aralık-2019), s. (805-818), erişim tarihi:28.05.2020
- Technopedia.(2019). Sosyal Medyanın Gelişimi ve Toplumda Sosyal Medya. inc: technopedia.com/socialmediacontent, erişim tarihi:11.04.2020
- Technopedia. (2020, February). Technopedia: <https://www.techopedia.com/definition/5373/mashup>, erişim tarihi: 30.05.2020
- Technopedia. (2020). www.technopedia.com/twitter, erişim tarihi: 05.03.2020

- Tema.(2020). http://www.tema.org.tr/web_14966-2_1/entitalfocus.aspx?primary_id=2242&target=categorial1&type=2&detail=single, erişim tarihi: 8.05.2020
- Twitter. (2019). <https://twitter.com/orhanaydin6/status/1157910574958882816?s=20>, erişim tarihi: 21.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: https://twitter.com/ceza_ed/status/1158783400230174723?s=20, erişim tarihi: 14.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: <https://twitter.com/sabriisbilen/status/1158432969830424576?s=20>, erişim tarihi: 21.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: https://twitter.com/seldasoyer_/status/1158651638317559809?s=20, erişim tarihi: 14.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: <https://twitter.com/ZaferArapkirli/status/1158698424784609280?s=20>, erişim tarihi: 14.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: <https://twitter.com/wilmakedi/status/1197921918281768961?s=20>, erişim tarihi: 21.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: <https://twitter.com/guvenislamoglu/status/1197797534288228353?s=20>, erişim tarihi: 14.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: <https://twitter.com/EnderBaskaya/status/1203607718357024768?s=20>, erişim tarihi: 21.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: <https://twitter.com/Aslnmhmt/status/1211647404283330560?s=20>, erişim tarihi: 21.05.2020.
- Twitter. (2019). twitter.com: <https://twitter.com/ZadigPhotos/status/1212818450315436034?s=20>, , erişim tarihi: 17.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: <https://twitter.com/abdullahnaci/status/1210914958076207104?s=20>, erişim tarihi: 17.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: <https://twitter.com/ayierdem/status/1210128043127246848?s=20>, erişim tarihi: 14.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: <https://twitter.com/akbasmarkt/status/1209862668997349377?s=20>, erişim tarihi: 17.05.2020
- Twitter. (2019). twitter.com: <https://twitter.com/erhancaglar25/status/1212241866764234752?s=20>, , erişim tarihi: 17.05.2020
- Twitter. (2019, Aralık 13). twitter.com: <https://twitter.com/Amazonperisi1/status/1203774952438161409?s=20>, erişim tarihi: 17.05.2020
- Wikipedia. (2019). Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_the_World_Wide_Web 2010, erişim tarihi: 08.04.2020
- Wwf. (2019). wwf.org. wwf.org: <https://www.wwf.org.tr/?8500/60-bin-kisinin-talebi-kabul-edildi-termik-santaller-filtresiz-calismayacak>, erişim tarihi: 13.04.2020

Zanotti, G. J. (1987). introduccion-a-la-economia. www.eco.unlpam. edu.ar/
materials/contador-publico/1-ano, erişim tarihi: 17.04.2020

Zakon, R. H. (2003, August12). Zakon.
<http://V\Vw.zakon.org/robert/intemet/timelin>, erişim tarihi: 22.04.2020



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı: Muammer ALTUNOK

Doğum Yeri ve Tarihi: Kayseri/1993

İletişim: muammeraltunok@gmail.com

EĞİTİM

2008-2011 Kayseri Anadolu Lisesi

2011-2016 Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi, İngilizce Öğretmenliği

2012-2016 Anadolu Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İlişkiler

2017-2020 Mardin Artuklu Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü (Yüksek Lisans)

İŞ

2016- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, İngilizce Öğretmeni

YABANCI DİL

İngilizce - İleri Seviye

İspanyolca - İleri Seviye