

MAKRO BİR SİBER KAMUSAL ALAN OLARAK TWITTER: TÜRKİYE'NİN "TRENDING TOPIC"LERİ ANALİZİ¹

TWITTER AS A MACRO CYBER PUBLIC SPHERE: AN ANALYSIS OF "TRENDING TOPICS" OF TURKEY

İsmail Burak MALKOÇ²

ÖZET

Bu araştırma; literatürde bir tür kamusal alan olup olmadığı yoğun biçimde tartışılan, bir çevrimiçi toplumsal paylaşım ağı olan Twitter'ın kendine has siber kamusal alanı ve bu tartışmalara yönelik pratik sonuçlar sunmayı amaçlamıştır. Bu amaçla öncelikle kavram tanımlanmaya çalışılarak kavramın; herkese açıklık, örgütlü politiklik, rastgele kentsel etkileşim, uzlaşma, görünürlük gibi kavramlarla ilişkisi, Habermas, Arendt, Fraser, Sennett gibi isimler çerçevesinde irdelenmiştir. Ardından, kitle iletişim araçlarının ve özellikle televizyonun bir tür kamusal alan olarak ne biçimlerde anlaşıldığına ve bugünün siber kamusal alanlarının ve özelde Twitter'ın bu ortamlardan farklarına hem sosyoloji hem de iletişim çalışmaları yaklaşımlarıyla değinilmiştir. Son olarak, Twitter'ın makro kamusal katmanı olarak kabul edilen Trending Topics tablosundan Türkiye özelinde toplanan veriler, kavrama dair çizilen çerçeve bağlamında analiz edilerek, Twitter'ın bir tür kamusal alan olup olmadığı tartışılmış ve bu siber kamusal alanın nasıl bir karaktere sahip olduğu ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Twitter, Kamusal Alan, Trending Topic, Türkiye

ABSTRACT

This research aims to collect data about Twitter's distinctive cyber public sphere and present practical results for the discussions about whether Twitter, which is an online social networking site, is a public sphere or not. For this purpose, firstly the concept is tried to be defined and its relationship between the concepts like publicness, organized politics, random urban interactions, compromise and visibility is explained within the context of the names as Habermas, Arendt, Fraser and Sennett. Then, how mass media, especially television, has been understood as a public sphere and the differences between mass media and the cyber public spheres of today, particularly Twitter, are mentioned through both sociology and communication science approaches. In conclusion, with the analysis of the data collected from the Trending Topics table of Turkey, which is considered as the macro-public layer of Twitter, Twitter's publicness is discussed and the character of its cyber public sphere is described in the context of public sphere.

Keywords: Social Media, Twitter, Public Sphere, Trending Topics, Turkey

¹ Bu makale, yazarın "Siber Kamusal Alanda Metalaşan Kimlikler ve Otosansür: Twitter Örneği" isimli yüksek lisans tezinden derlenerek hazırlanmıştır.

²İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uygulamalı Sosyoloji programı yüksek lisans öğrencisi.
E-posta: malkocburak@gmail.com **ORCID-ID:** [0000-0001-8550-3085](https://orcid.org/0000-0001-8550-3085)

GİRİŞ

Uzun yıllardır hem yüz yüze politik veya politika dışı etkileşimler bağlamında hem de kamunun politika hakkında bilgilendirilmesi anlamıyla kitle iletişim araçları bağlamında tartışılan ve televizyonun her evin salonunda yer bulduğu ve ulusal yayıncılık düşüncesinin eleştirilmeye başlandığı 80'li yıllarda özellikle makro yanıyla tekrar yoğun biçimde tartışılmış olan "kamusal alan" kavramı; hemen herkesin cebinde internete bağlanabilen bir cihaz taşıyabildiği ve bu cihaz aracılığıyla hem "bilgilenip" hem de "etkileşebildiği" bugün yeniden tartışmaya açılıyor. Yaşamlarımızdaki hemen her alan gibi karşılıklı etkileşim ve tartışma alanlarımızın da giderek çevrimiçileştiği günümüzde, bu durumun en önemli aktörü olarak görülebilecek Web 2.0'in siber ortamlarının ve özellikle de birer Web 2.0 hizmeti olan çevrimiçi toplumsal paylaşım ağlarının³ (buradan sonra ÇTPA), bir tür kamusal alan olup olmadıklarının tartışılmaya başlanması belki de karşımıza doğal bir sonuç olarak çıkıyor. Kimilerince omuzlarına ideal demokrasinin öncüsü olma ve ideal kamusal alan yaratma görevi yüklenen Web 2.0 ortamları ve ÇTPA, kimilerince de; herkesin erişemeyeceği ortamlar olduklarından belli bir azınlığa hitap ettikleri, mevcut güç ilişkilerini ve eşitsizlikleri daha da sağlamlaştırarak demokrasiye zarar verdikleri veya cemaatleşmelere yol açarak kamusal alanı parçaladıkları iddialarıyla eleştiriliyor. 2006 yılında kullanıma açılan Twitter isimli ÇTPA ise; herkesin konuştuğunun herkesçe duyulmasına olanak sağlayan mimarîsi, politik gündemlerde güçlü biçimde ortaya çıkışı ve politik süreçlere olan tartışılmaz etkisiyle, bu tartışmalarda önemli bir yer edinmiş görünüyor. Kamusal alan nedir? Herkese açık mıdır, yoksa belli bir azınlıkça mı erişilebilir olmalıdır? Bilgiye erişim ile mi ilgilidir, yoksa karşılıklı etkileşim ile mi? Sadece politika yapılan bir alan mıdır, yoksa her tür karşılıklı etkileşimi içerir mi? Uzlaşma mı amaçtır, yoksa görünür olmak mı? Ekonomik ve politik güçlerden bağımsız mı olmalıdır, yoksa bu güçlerin müdahalesi gerekmekte midir? Kamusal alan tartışmalarında defalarca sorulmuş bu sorular, bugün de internet, Web 2.0 ve ÇTPA için sorulmaya devam edilmektedirler. Bu araştırma, genel olarak ÇTPA'nın veya özelde Twitter'ın bir kamusal alan olup olmadığına dair kuramsal bir tartışma yürütmekten çok, yukarıda sıralanan soruları bir parça da olsa cevaplamayı; yani Twitter'ın kamusal alanına dair veriler toplamayı, bu verileri ortaya koyarak bu siber uzamın kamusal alanı betimlemeyi ve Twitter'ın görüldüğünden çok daha karmaşık bir kamusal alan yapısına sahip olduğuna dikkat çekmeyi amaçlamaktadır.

³ Burada; bu konu tartışılırken genellikle kullanılan ve içine insan etkileşimini dâhil eden her tür Web 2.0 hizmetini belirten "Sosyal medya" kavramı yerine, özel olarak insan etkileşimine alan sağlamak amacıyla tasarlanmış Facebook, Twitter, Instagram benzeri Web 2.0 hizmetlerini niteleyen ve İngilizce "Social Networking Sites" terimini karşılayan "Çevrimiçi Toplumsal Paylaşım Ağları" kavramını kullanmak uygun bulunmuştur. Kavramın bu biçimde kullanımını hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Toprak vd., 2014, s. 25-26.

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kamusal Alan

Kamusal alan kavramı çok farklı biçimlerde anlaşılakta ve tanımlanabilmektedir. Kişi, dünya görüşü veya politik duruşuna göre "kamusal alanı; 'kamu otoritesinin geçerli olduğu yer', 'çoğulculuğun, renkliliğin ve özgürlüğün olduğu alan', 'kamu görevlisinin bulunduğu her yer' olmak üzere çeşitli şekillerde tanımlayabilir" (Yükselbaba, 2008, s. 227). Temel olarak Habermas'ın düşünceleri çerçevesinde tartışılan kavram çoğunlukla politika yapılan bir mekân/uzam bağlamında anlaşılmaktadır, öte yandan farklılıkların doğal/rastgele bir biçimde etkileştikleri bir mekân/uzam biçiminde de görülebilmektedir. "Kamu" kelimesinin sözlük anlamına⁴ bakıldığında: "1-Halk hizmeti gören devlet organlarının tümü, 2-Bir ülkedeki halkın bütünü, amme, 3-Hep, bütün" tanımları karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda kamusal alanın, sadece "kamu" kelimesinin sahip olduğu "halkın bütünü" ve "hep, bütün" anlamlarından dolayı, "herkesin, halkın alanı" olarak düşünülmesi yerinde olacaktır. Ardından "Herkesin alanı" olan bir alanın "herkese açık" bir alan da olacağı/olması gerektiği fikri akıllara gelecektir ve bu alan doğal olarak birçok farklılığı içinde barındıran ve farklılıkların etkileşim hâlinde olacağı bir yapıya da sahip olacaktır.

Genel bir anlatımla kamusal alan: Herkese açık; herkesin katılabildiği; farklılıkların birbirleriyle etkileştikleri; bu etkileşimler aracılığıyla farklılıkların, makro/örgütlü politik anlamda birbirleriyle uzlaşmaya çalıştıkları veya orada var olduklarını gösterdikleri; veya mikro/kentsel anlamda rastgele/doğal etkileşimlerle bir tür bir arada yaşama pratiği ürettikleri; fiziksel veya metaforik bir tür sahne anlamına gelmektedir. Kavram tartışılırken ortaya iki önemli çelişki çıkmaktadır: Bunlardan birincisi "kavram yalnızca örgütlü politik etkileşimleri mi içerir yoksa hemen her tür etkileşim kavram dâhilinde değerlendirilebilir mi" çelişkisi, ikincisi ise kişilerin "farklılıklarıyla mı yoksa farklılıklarını arkalarında bırakarak mı kamusal alanda var olacakları", yani "görünürlük" mü "uzlaşma" mı çelişkisidir.

1.1.1. Politik bir agora mı kentsel bir sahne mi

Bahsedilmesi gereken ilk çelişki kamusal alanın yalnızca örgütlü politik etkileşimleri mi yoksa hemen her tür etkileşimi mi içerdiği çelişkisidir. Farklılıkları barındıran, dolayısıyla farklılıkların farklılıklarını, iyi yaşam arzularını diğerlerine kabul ettirmeye çalıştıkları veya beraberce ortak bir "iyi yaşam"ı aradıkları bir yer olarak anlaşılan kamusal alanın, doğası gereği politik olduğu düşünülebilir. Maigrét'nin (2016, s. 282) de dediği gibi; "Kamusal alan

⁴ Kelimenin Türkçe'deki sözlük anlamı, ilgili bağlantıdan "kamu" kelimesi aratılarak bulunmuştur. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1 (Erişim tarihi: 17.12.2017)

tezi, politik olanın tanımına bağlıdır." Bu noktada "Politik olan nedir?" sorusu önemlidir; fakat "Politik olan"ın da "kamusal alan" gibi tek tanımının olmadığı açıktır, politiklik hemen her dönem ve bakış açısınca farklı biçimlerle anlaşılmış ve yaşanmıştır. Politik bilimci Carl Schmitt'in (2014, s. 47) politik olanı "dost" ve "düşman"ın mücadelesi olarak tanımlayışı ve "düşman"ı da genel yapının dışında duran bir "yabancı" olarak vurgulayışı dikkate değerdir.

Habermas, Arendt veya Fraser gibi kuramcılar "politik olan" düşüncesinden genellikle örgütlü/planlı (bir anlamda makro) politik etkileşimleri anlamaktadırlar. Örneğin "Yaşamın özel ve kamusal alanları arasındaki ayrım, (...) hane alanı ile siyasal alana karşılık gelmektedir" diyen Arendt (2013, s. 65) açıkça kamusal alanı politik olan ile eş görmüştür. Benzer şekilde Habermas (2004, s. 95) da "Yurttaşlar ancak, genel yarara ilişkin meseleler hakkında (...) tartışabildiklerinde kamusal bir gövde biçiminde davranmış olurlar" diyerek kamusal alanı genel yarara ilişkin konuların örgütlü politik oluşumlarca tartışılacağı bir uzam olarak düşünmüştür. Günümüz kamusal alan fikrine yakın olan liberal modeller ise politika-kamusal alan eşleşmesinin en açık görüldüğü kuramlardır. J. Locke ve J.S. Mill gibi klasik temsilcilere sahip bu modeller "Ulus devlet", "temsili demokrasi" ve "haber alma hakkı" gibi düşünceleri taşırlar; kamusal alanı tıpkı Habermas gibi "genel yarar" üzerine tartışılan bir yer olarak anlarlar, ancak bu defa kamunun bu tartışmaları kitle medyasından izlemesi ve bilgi sahibi olduktan sonra kendi adlarına tartışacakları seçmesi fikrini esas alırlar (Karadağ, 2004, s. 179; Yükselbaba, 2008, s. 235). Özbek'in (2004, s. 31) "gündelik yaşamda 'kamu' dendiğinde hemen devlet gelir aklımıza" eleştirisi veya Negt ve Kluge veya Fraser'ın bahsedilecek olan eleştirileri ise; politik olanın en geniş biçimiyle yalnız devlet veya ana-akım politik oluşumlar olarak anlaşılmasına yönelik eleştirilerdir, ancak bu düşünürler daha mikro bir tarafta saf tutsalar bile, yine de küçük çaplı örgütlü *politik* karşı duruşları kavramsallaştırmaktadırlar.

Bu anlayışın karşısındaysa sosyallik modeli olarak anılan, kentlerdeki, yani gündelik hayattaki rastgele toplumsal etkileşimleri konu alan (Özbek, 2004, s. 44) ve kent düşünürlerinin fikirlerinde rastlanabilen anlatılar bulunur. Kamusal alan, bahsedildiği üzere, farklılıklar ile ilgilidir ve kamusal alan düşüncesinin en önemli sahnesi kuşkusuz kenttir. Simmel'in (2009, s. 320) metropolü "farklı çıkarları olan (...) bu kadar çok insanın bir araya gelmesi." (s. 320) ve Wirth'ün (2002, s. 81) kenti "çok sayıda türdeş olmayan insanı barındıran (...) yerleşim yeri" biçiminde tanımlamaları boşuna değildir. Rastgele kamusal etkileşimler "gündelik yaşam" ve "kentsel temas" ile ilgilidir; bu düşünceye yakın düşünürler, farklılıkların gündelik yaşam döngüleri içindeki karşılaşmalarını, beraberce bir yaşam pratiği üretip üretememelerini, örgütlü değil bireysel (yani mikro) bir çerçevede açıklamaya çalışırlar.

Metropolde "uyanarlara tepki göstermeyi reddeden" bir "bezgin"in ortaya çıktığını söyleyen Simmel (2009, s. 321-322) ve kentin kişi dışı (gayri şahsi/anonim) ortamında insanın "edilgen bir izleyiciye" dönüşeceğini belirten Wirth (2002, s. 87), 20.yy kentinin kamusal alanının etkileşimsizliğinden yakınmaktadır. "Sahne ve sokak arasında (...) bir ilişki vardır" diyen Sennett (2013, s. 62) ise "kamusal insan"ı bir aktör olarak tanımlar ve kentsel etkileşimleri irdelerken 21.yy.'da "tiyatro"nun bittiğinden, kamusallığın çöktüğünden yakınır. Elbette bu bireysel etkileşimler politik birer yana da sahip olabilirler, ancak yine de örgütsüz/mikro ve rastgele etkileşimler olarak değerlendirilmelidirler. Ayrıca belirtmelidir ki; örgütlü/makro biçiminde anlaşılabilir şenlik benzeri politika dışı kentsel etkileşimlerden de bahsedilebilir.

1.1.2. Görünürlük ve uzlaşma arasında

Bir diğer çelişki; kişilerin farklılıklarıyla mı yoksa farklılıklarını arkalarında bırakarak mı kamusal alanda var olacakları, yani "görünürlük" mü "uzlaşma" mı çelişkisidir. Uzlaşmacı kuramcılar, görünürlük çabalarının etkileşim ve uzlaşmayı engelleyebileceğini savunurlarken; görünürlük kuramcılarını uzlaşma çabalarının farklılıkları görünmez kıldığını varsaymaktadırlar. Uzlaşmacı düşünürlerin en ünlüsü Habermas'tır ve kamusal alan kavramını literatürde, özellikle de medya çalışmalarında Habermas bağlamında tartışılmaktadır. Kamusal alanı "her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alan" biçiminde tanımlayan Habermas (2004, s. 95); "kanaat"i (opinion) kişinin bireysel özellikleri, "kamuoyu"nu (public opinion) ise kanaat sahiplerinin akılcı tartışmaları sonucu uzlaştıkları "ortak kanaat" olarak açıklamaktadır (Habermas, 2015, s. 180; 2004, s. 96). Habermas basitçe ortak yararda uzlaşabilmek için bireysel farklılıklar arkada bırakılmalı demektedir. Locke'un efendi-köle, karı-koca ilişkilerini veya inanç gibi meseleleri politika dışı, özel alana ait görmesi (Karadağ, 2003, s. 180) ve Mill'in "kamuoyunun boyunduruğu"ndan yakılarak, yeterli bilgiye sahip olmayan vatandaşların politik alanla çok da ilgili olmamaları gerektiğini söylemesi (Habermas, 2015, s. 239) liberal kuramların bakış açısını gösterecektir. Kamusal alanı ortak yarara kafa yoranları izleme ve onları seçme olarak algılayan bu kuramlar, "sivil haklar" altında tanımladıkları bireysel farklılıkların politikadan uzak durmaları gerektiğini belirtirler (Ferree vd., 2002, s. 291) ve bu anlamda uzlaşmacıdırlar. Elbette bahsedilen bu düşünceler örgütlü politik veya makro etkileşimleri konu almaktadırlar.

Mikro etkileşimlere, yani kent düşüncesine ve gündelik hayata dönülürse; Sennett'in de bireysel kanaatlerin kamusal etkileşimlerden ayrı tutulması gerektiğini savunduğu görülecektir ve bu yanıyla açık biçimde uzlaşmacıdır. Kent kamusallığını bir tiyatro gibi gören Sennett'in (2013) kamusal aktörü, maskesini takarak bireysel farklarını saklar. Maskenin amacı diğerlerini kandırmak değil onlarla araya bir köprü kurmaktır ve "Bu köprü,

insanlara kişisel olmayan bir zeminde sosyalleşebilme araçlarını" (s. 96) sağlar. Ancak büyüyen kent ve artan sanayileşme gibi nedenlerle seri üretim nesnelere -örneğin kıyafetlerin- tek tipleşmesi, seçeneklerin azalması ve dolayısıyla -bu az sayıdaki kıyafetler ve onların sembolikliği aracılığıyla sunulan- benliklerin öne çıkması etkileşimi engelleyecek, kamusalılığı yaralayacaktır. Sennett "İmgeler tekrenkleştikçe, giyinenin kişiliğinin göstergeleri olarak daha da ciddiye alındılar" (s. 218) demektedir. Dahası, bu simgeselliğin cemaatleşmelere yol açacağını belirtir ve "yıkıcı cemaatler" (s. 381) kavramıyla toplumun cemaatlere bölünüp uzlaşma fikrinden kopacağı korkusunu vurgular. Benzer bir korkuyu Bauman (2017, s. 122) da "Kamusal alanların, seçilen kişilerin girebildiği 'savunulabilir' dışı kapalı yerleşim bölgelerine indirgenmesi; ortak yaşamı müzakere etmek yerine ayırmak" sözleriyle dile getirmiştir.

Uzlaşma çabalarının farklılıkları görünmez kıldığı yönündeki "görünürlük" düşüncesinin temelleriyse Arendt'te bulunabilir. Kamusal alanı, tartışmacı ve birleşimsel (Karadağ, 2003, s. 177; Özbek, 2004, s. 47; Yükselbaba, 2008, s. 230) biçiminde sınıflandıran Arendt (2013, s. 90-92); tartışmacı yönüyle kamusal alanı "her şeyin herkes tarafından görülebilir ve duyulabilir olduğu", "kişinin farkını ortaya koyarak (...) üstünlüğünü gösterebileceği" bir alan olarak tanımlar ve insan olmanın "farklı olmak" demek olduğu fikri (s. 37) çerçevesinde farklılığı idealize eder. Görünürlük fikri esas karşılığını karşı-kamusal kuramlarında bulacaktır; "kişisel olan politiktir" düşüncesi bağlamında kişiselliklerin kamusal alanda görünmek için mücadele etmeleri gerektiğini savunan bu düşüncenin en önemli ismi olan Fraser (2004, s. 117-118) "Bağımlı toplumsal grup üyelerinin, yani kadınlar, işçiler, derilerinin rengi farklı olanlar, geyler ve lezbiyenlerin" kamusal alanlarını, "karşı söylemler üreten, madun karşı-kamular" olarak adlandırmaktadır. Fraser, karşı-kamuların hep "erdemli" olmayabileceklerini vurgular, ancak özel alana ait görülen ve "tartışma dışı tutulan önkabuller, artık kamusal olarak tartışılmak zorunda kalacaktır" (s. 119). Negt ve Kluge (2004) de "...çocuk bakımı, fabrikada çalışmak ya da evinin dört duvarı arasında televizyon seyretmek, 'özel' olaylar sayılırlar. Halbuki insanların gündelik yaşam ve çalışma yaşamı içindeki gerçek toplumsal tecrübeleri, bu tür bölümlenmeleri aşar geçerler" (s. 132) diyerek Fraser ile çok benzer bir eleştiri getirmişler ve özel hayatın, farklılıkların görünür olması gerektiğini savunmuşlardır. Ancak daha önce de belirtildiği üzere bu düşünürler daha mikro bir yanda saf tutsalar da, gündelik hayattan çok, makro veya -küçük çaplı da olsa- örgütlü politik⁵ etkinlikler aracılığıyla görünür oluşları kavramsallaştırmaktadırlar.

⁵ Örneğin Negt ve Kluge (2004) "Üretimin kamusal alanı" olarak tanımladıkları hâkim kamusal alanın "özel" hayatlara müdahalede bulunduğunu ve baskı yaptığını dile getirirler de bu özel alanların mücadelesinin

Öte yandan; kişinin kent içindeki gündelik hayatında, politik amaçla olsun veya olmasın, bireysel farklılığını göstermesi de mikro anlamda bir görünürlük çabası olarak değerlendirilebilir. Bu çabanın politik yanı; politik amaçlarla bireysel olarak "farklılığın gösterilmesi" bağlamında yine Arendt'in yukarıdaki düşüncelerinden çıkarılabilir ve karşı kamusal düşünürleri de çoğunlukla örgütlü çabaları kavramsallaştırsalar da kişisel olanın politik oluşu bağlamında "özel olanın" bireysel biçimde sunuluşunu olumlu bulacaklardır. Ayrıca örneğin Lefebvre'in (2017) "sokağa karşı" fikri ve "Sözün 'vahşi' hale gelebildiği, kanunlardan ve kurumlardan kaçıp duvarlara yazılabildiği başka neresi vardır?" (s. 23) sözleri de, farklılığın kentin kamusal sahnesinde bireysel biçimde -yazı ile- görünür kılınışının bir kavramsallaştırılması olarak düşünülebilir. Bu gündelik hayattaki bireysel/mikro görünürlük etkinliklerinin politik amaçsız olarak düşünülmesinense yine klasik kent sosyologlarının fikirleri arasında rastlanabilir. Örneğin modern hayatın en derin sorununu insanın bireyselliğini koruma çabası olarak düşünen Simmel (2009, s. 317) ve bireysel farklılıkların kentin "eşitleştirici", yani "özel bir kişi için değil ortalama bir insan"a göre ayarlanan ortamında kaybolacağını söyleyen Wirth (2002, s. 83), modern kentin tek tipleştiriciliğine karşı eleştiriler getirmiş ve kentin gündelik hayatında bir anlamda bireysel farkların görünür olmasını savunmuşlardır. Bu tip düşüncede; kişinin farklılığını politik bir amaçla sunmasından çok, zaten farklı olduğu için doğal biçimde sunduğu ve farklılıkların politik mücadelelerden çok karşılıklı doğal etkileşimler aracılığıyla bir tür ortak yaşam pratiği üretecekleri fikirleri hâkimdir. Neticede görünürlük düşüncesi, makro veya mikro yanıyla, liberal, uzlaşmacı veya homojen kamusal alan fikrinin karşısında konumlanmaktadır.

1.2. Kamusal Alan Olarak Kitle Medyası ve Televizyon

Habermas'ın (2004, s. 94) bir sözünüyle "Günümüzde gazeteler, dergiler ve televizyon kamusal alanın iletişim araçlarıdır." Ancak; televizyonun yaygınlaşmasıyla, başta kamuyu bilgilendirme görevi üstlenmiş kitle iletişim araçları, kamusal alan kavramı ile aynı anlama gelmeye başlamış ve kişiler gitgide etkileşimden uzaklaşarak yayınları izlemekle yetinir olmuşlardır. Oysa hemen tüm kamusal alan düşünürleri izleyicilikten çok karşılıklı etkileşimlerden bahsetmektedirler. Habermas kitle iletişim araçlarını "kamusal tartışmaya aracılık etme ve onu güçlendirme" (s. 99) işlevleri nedeniyle olumlamaktadır, fakat yine Habermas (2015, s. 291) "Kitle iletişim araçlarının yarattığı dünya sadece görünüşte

örgütlü/makro bir tür kamusal alan olan "proleter kamusal alan" dâhilinde yürütülmesi gerektiğini belirtmişlerdir (s. 135-136). Fraser (2004, s. 117) da benzer şekilde "kişisel olan"ın da görünür olması gerektiğini savunurken bu baskılanan kişiselliklerin ayrı ayrı birleşerek, yani bir anlamda örgütlenerek, "çoklu kamusal alan"ları oluşturmaları gerektiğini belirtmektedir. Dolayısıyla düşünceleri açık politik olan bu düşünürler, gündelik hayattan çok, çoğunlukla kitle iletişim araçları veya kentsel anlamda miting benzeri etkinlikler aracılığıyla makro/örgütlü görünür olma çabalarından bahsetmektedirler.

kamusal" sözleriyle bu araçların sebep olduğu etkileşimsizliği eleştirmektedir. Wirth (2002, s. 83) de kentte karşılıklı etkileşimlerin giderek imkânsızlaştığını belirtmekte ve kitleye yönelik gazete, radyo gibi araçların "eşitleyici" niteliklerinden yakınmaktadır. Sennett (2013, s. 255) ise insanın "kamusal yaşama katılmaktan çok bir kenarda gözlemek için kendini yetiştirmiş" bir izleyiciye dönüştüğünü söylemekte ve televizyonun toplumsal köprüyü yıkan yapısının sessizliği pekiştirdiğini iddia etmektedir (s. 363). Benzer şekilde Castells (1983, s. 4) televizyon ve internet gibi ortamları kastederek "insan tecrübesinin, bu nedenle iletişimin ve bu nedenle de toplumun sonu geliyor" diye yazmıştır. Bunun haricinde kitle iletişim araçlarını kontrol ettiği varsayılan ekonomik veya politik güçlerin izleyiciyi belirlediği/inşa ettiği eleştirisinden bahsedilebilir. "Ne iş ve meslek sahiplerinin davranışlara; ne de (...) anayasal bir düzenin üyelerinin davranışlarına benzer" diyerek devlet ve sermayeden bağımsız bir kamusal alan kurgulayan Habermas (2004, s. 93), "Kamusal alan, özel çıkarların bu alana akışı sonucu, özellikle de kitle iletişim araçlarına yığılmasıyla dönüşüme uğradı" (s. 100) demektedir.

Kitlenin medya tarafından belirlendiği düşüncesi, iletişim çalışmalarında da tartışılmıştır. Etki Yaklaşımları olarak anılan ilk dönem yaklaşımları kitlenin medyaca tam anlamıyla belirlendiğini ileri sürmekte ve vurgunun kaynakta olduğu çizgisel bir iletişim modelini savunmaktadırlar (Sever, 1998, s. 46). Etki yaklaşımları, izleyici odaklı yaklaşımlarca eleştirilmiştir. Örneğin "Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı" izleyicilerin pasif değil aktif ve ne izleyeceklerini seçmekte özgür olduklarını iddia etmiştir, ancak iletişimi yine düz bir çizgiye indirgemıştır (Aydın, 2007, s. 121). Bu noktada bu araştırma için de önemli olan ve son zamanlarda Twitter üzerinde sıkça yeniden uygulanan "Gündem Belirleme" kuramından bahsetmek uygun olacaktır. Temellerini Lippman'ın "izleyiciler medya tarafından çizilen gerçekliğe inanırlar" fikrinden alan bu kuram, McCombs, Shaw gibi isimlerce saha araştırmalarıyla desteklenmiştir. Kuram içeriklerin önemine medyanın karar verdiği ve izleyicilerin "önemli" olarak belirtilen bu içeriklerin önemli, geri kalanlarınsa önemsiz olduğuna inandığı bir model kurgular. Tam bir belirlenme öngörmez; kamuya ne düşüneceğinden çok ne hakkında düşüneceğinin söylenmesiyle ilgilidir (Kuyucu, 2015, s. 159-160). Bireylerin belirlenebilir olmadığına dair yaklaşımlara örnek olarak Kültürel Çalışmalar ekolü verilebilir. Hoggart ve Hall gibi isimlerle anılan ekol, izleyicinin bir "kitle" olarak anlaşılmasını eleştirmektedir. Bu ekolde, özellikle Hall'ün "Kodlama-Kodaçımılama" düşüncesi; yani medyanın "kodladığı" mesajların, izleyiciler tarafından kültürel arka planları doğrultusunda yorumlanacağı, kodlarının "açılacağı" fikri önem taşır (Aydın, 2007, s. 123).

Son olarak televizyon ve ulusal-ticarî (tecimsel) yayın tartışmalarına değinmek gerekir. Liberal kamusal alan fikrinin devamı olan ulusal yayıncılık veya "kamu hizmeti yayıncılığı"

düşüncesine göre; yurttaşlar tarafsız ve bağımsız medya tarafından politika hakkında bilgilendirilecek ve destekleyecekleri politikaya karar vereceklerdir. Bu tür medya, yurttaşları eğitime, eğlendirme gibi işlevler de üstlenecektir (Kejanlıoğlu, 2004, s. 693). Ancak kamu hizmeti yayıncılığının ulusal birlik oluşturmaya katkıda bulunma gibi bir amacı da hep olmuştur (Morley ve Robbins, 2011, s. 29). Ticarî yayıncılık ise; bütünleşmiş bir yayıncılık yerine çoklu kamusal alanları savunan Keane gibi düşünürlerce olumlanmıştır. Keane, yalnızca devletin yayın yaptığı tek bir televizyon kanalı olmasının geçersiz kaldığını belirtmiştir. Ayrıca Keane; 1-Küçük grupların telefon veya bilgisayar aracılığı ile etkileşim hâlinde olduğu "Mikro", 2-Televizyon kanalları aracılığıyla ülke sınırlarındaki kitlelerin etkileşime girdiği "Mezo" ve 3-Dünya çapında insanların katıldığı büyük tepkileri anlatan "Makro" kamusal alanlar şeklinde bir sınıflandırma da yapmıştır (Kejanlıoğlu, 2004, s. 699).

80'li yılların sonunda kamu hizmeti yayıncılığı geri planda kalacak; hem farklılıklar kendilerine özel kanallara sahip olacak hem de genel olarak kamuya hitap eden televizyon kanallarında *talk show*'lar ve *reality show*'lar aracılığı ile farklı yaşam tarzlarına yer verilmeye başlanacaktır. Bu programlar Maigrét'nin (2016, s. 280-281) belirttiği üzere "kamusal alandan dışlanmış cinsel, etnik, yaşsal azınlıkları da içine alarak (...) karmaşıklığı güçlendiren" yönleriyle karşı-kamusal kuramcılarınca olumlu bulunmuşlardır; ancak programlara katılan farklılıkların "karikatürleştirildikleri" yönünde eleştirilere de hedef olmuşlardır.

1.3. Siber Kamusal Alanlar ve Twitter

Kitle iletişim araçları ve televizyonun kamusal alanlarına dair eleştiriler düşünülürse, yeni kamusal alan arayışlarının internet, Web 2.0 ortamları ve ÇTPA'ya yönelmesi hiç de şaşırtıcı değildir. Van Dijk'in (2016, s. 264) sorduğu "Yeni medya temelde bizi bir araya mı getirecek yoksa bizi birbirimizden daha da mı ayıracak?" sorusu bugün hiç olmadığı kadar önemlidir. 90'lı yılların başından bu yana internet forumları, çevrimiçi sohbet odaları, çok oyunculu video oyunları gibi Web 2.0 ortamları, bilindiği üzere kullanıcılarına etkileşim için fizikî değil sanal/siber⁶ bir sahne/uzam sağlamaktadırlar ve internet kullanıcılarını tüketici konumundan üretici konumuna taşıyan (Saka, 2012, s. 35), karşılıklı etkileşimine olanak sağlayan bu ortamlar; "ideal kamusal alan", "katılımcı demokrasi" gibi

⁶ Burada "sanal" kelimesi yerine "siber" kelimesinin kullanılması daha uygun olacaktır; zira "sanal" [virtual] kelimesi "gerçek olmayan" benzeri bir anlam taşır gibidir, oysa "siber" [cyber] kelimesi 1940'lı yıllarda matematikçi Norbert Wiener tarafından Yunanca kökenli "pilot" anlamına geldiği düşünülebilecek "kybernetes" kelimesinden türetilmiştir ve bilimkurgu yazarı William Gibson'un 1980'li yıllarda yayımlanan romanı *Neuromancer*'da kullandığı "siberuzam" [cyberspace] kelimesi ile popüler olmuştur. "Siberuzam", basitçe "pilotların uzamı" olarak düşünülebilir; kişiler bir anlamda burada olmayan kendilerine pilotluk etmektedirler ve bu pilotların etkileşimleri "sanal" değil sanal derecede gerçektir. "Cyber" veya "Cybernetics" kelimesi için bkz. <https://www.etymonline.com/search?q=cybernetics> (Erişim tarihi: 07.01.2018) ve "Cyberspace" kelimesi için bkz. <https://www.etymonline.com/search?q=cyberspace> (Erişim tarihi: 07.01.2018)

hayallerin tekrar hatırlanmasına olanak sağlamıştır. Örneğin Rheingold (1993, s. 276) 90'larda "Sanal topluluklar, insanların demokrasiyi canlandırmasına yardımcı olabilir" diye yazmıştır. Web 2.0'ın çoğunlukla yazı tabanlı olduğu bu ilk yıllarında; kimlik gündelik hayatta eşitsizliğe neden olan cinsiyet, köken gibi "damga"lardan sıyrılabilmekte ve yazı aracılığıyla yeniden inşa edilebilmektedir ve bu durum internetin daha demokratik bir ortam yaratabilme potansiyeliyle anılmasını sağlamıştır (Timisi, 2005, s. 8). Liberal, ütöplast benzeri başlıklar ile anılan bu görüşler kendilerini bu ortamların zayıf otorite kontrolü, geniş ifade özgürlüğü gibi özelliklerine dayandırır ve sonuçta güçlü sivil toplum, aktif vatandaşlık gibi kavramların hayata geçebileceğini savunurlar (Timisi, 2015, s. 9; Timisi, 2003'ten akt. Topbaş ve Doğan, 2016, s. 132; Saka, 2012, s. 37).

Kamusal alan tartışmalarında internet, Web 2.0 ve ÇTPA ile ilgili eleştirel, kötümser, distopik benzeri başlıklar ile anılan olumsuz görüşler ise genellikle, Timisi'nin (2015, s. 10) de belirttiği üzere "İnternet yazılımlarının (...) yaşamın her alanına nüfuz ederek gözetim, denetim ve iktidarı sürekli yeniden ürettiğini (...) iddia etmektedir"ler. Bu görüş, Habermasçı anlamda, kamusal alanın politik ve ekonomik güçlerden bağımsızlığına dair bir eleştiri olarak anlaşılabilir ve etki yaklaşımları veya gündem belirleme kuramıyla beraber düşünülebilir. Bir diğer eleştirel görüş, internete erişimi olanlar ve olmayanlar ayrımını tanımlayan "dijital bölünme" [digital divide] yaklaşımıdır ve bu bölünmenin toplumsal eşitsizliklere paralel seyrettiği varsayılmaktadır (Van Dijk, 2016, s. 273). Bu görüş ise kamusal alanın herkese açıklığıyla ilgili bir eleştiri olarak okunabilir. Bir üçüncü eleştiri olarak dijital cemaatleşme eleştirisi yaygındır; bu eleştiri aslında Sennett ve Bauman'ın yukarıda aktarılan kent bağlamındaki cemaatleşme eleştirileriyle oldukça benzerdir ve kullanıcıların internet ve ÇTPA dâhilinde yalnızca kendilerine benzer kişilerle etkileşime girmeleri ile ilgilidir (Yağan, 2013, s. 131). Burada Morley ve Robbins'in (2011, s. 56) sorduğu "Gelecek (...) 'kültürel kabileciliğin' hâkim olduğu elektronik küresel bir köyden mi ibaret" olacaktır sorusu veya Topbaş ve Doğan'ın (2016, s. 136) öne sürdüğü "İnternet ve sosyal medyanın (...) bireylerin kendi fikirlerini değil kendilerini ait hissettikleri grupların fikirlerini (...) destekledikleri bir alana dönüşmeye başladığı" eleştirisi önemli tespitlerdir.

Çoğunlukla Web 2.0 ortamlarıyla eş anlamlı olarak kullanılan ÇTPA ise, bugün tüm bu diğer siber uzamların başaramadıklarını başarıp büyük kitleleri sürekli olarak içlerinde barındırabilmiş görünmektedirler. Castells'in anlatımıyla, bugün kişiler gerçekten de küresel olarak örölmüş bir ağ toplumu içinde yaşamakta (Castells, 2005'ten akt. Toprak vd., 2014, s. 25) gibidirler. Kişilerin profiller oluşturmalarına ve başkalarının oluşturduğu profillerle paylaşımlarda bulunmalarına izin veren birer Web 2.0 hizmeti (Boyd ve Ellison, 2007'den akt.

Toprak vd., 2014, s. 29) olan Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn gibi ÇTPA, 2003 yılından bu yana ciddi biçimde yaygınlaşmışlardır. Kullanıcıların profil sayfalarını tasarlayabildikleri ve gerek yakın tanıdıkları gerekse de hiç tanımadıkları kişilerle etkileşebildikleri, ağlar oluşturabildikleri bu ortamlar bir anlamda "gündelik yaşam"ı taklit etmektedirler (Çomu ve Halaiqa, 2015, s. 30). Yani ÇTPA kullanıcısı; nasıl gündelik yaşamında kent sokaklarına belli kıyafet, takı, saç şekli gibi "sembol"lerle çıkıyorsa, ÇTPA sahnesine de benzer sembollerini içeren bir profil sayfasıyla çıkmakta⁷ ve gündelik yaşamında nasıl kentin heterojen bir meydanından veya yakın tanıdıklarının yaşadığı homojen bir mahallesinden geçebiliyorsa, ÇTPA içinde de yakın tanıdıkların olduğu homojen bir ağ içinde var olabilmekte veya herkesin etkileştiği kent meydanı benzeri heterojen ağ veya ânlarda etkileşebilmektedir. Dolayısıyla günümüze dek çoğunlukla kent veya gündelik hayat bağlamında tartışılan etkileşim ve kamusal alan kavramlarının bugün Web 2.0 ve özellikle de ÇTPA ortamlarına genişlemesi kaçınılmazdır. Basitçe; kişi veya grupların politik olan veya olmayan farklılıklarını görünür kılmak için kent sahnesine çıkışları ile ÇTPA uzamına "çıkışları" oldukça benzerdir. Bugün ÇTPA'nın siber meydanları, kent meydanlarındakilere benzer politik amaçlı mitinglere veya politik amaçsız şenliklere sıkça sahne olabilmektedirler. Benzer şekilde bugün ÇTPA'nın siber sokakları da Lefebvre'in bahsedilen "sokağa karşı" fikrinde olduğu gibi bireysel politik görünürlük çabalarına da alan sağlamaktadır. ÇTPA dâhilinde süregiden bu görünürlük çabaları, özellikle Fraser veya Negt ve Kluge gibi karşı-kamusal düşünceyi bağlamında okunduğunda "dijital aktivizm" kavramı altında değerlendirilmektedir ve dahası Web 2.0 ve ÇTPA ortamları gündelik hayat içinde karşı-kamusal alan oluşturma süreçlerinin en önemli aktörü olarak görülmüşlerdir (Saka, 2012, s. 38). Öte yandan makro/örgütlü bir biçimde olmasa da ve politik bir amaç içermese de kişi; ÇTPA dâhilinde mikro biçimde farklılığını, "özel" hayatının "kamusal" olarak gördüğü kısmını gösteriyor, görünür kılıyor olabilir ve elbette bu durum da mikro anlamıyla karşı-kamusal olarak düşünülmelidir.

Siber kamusal alan tartışmalarında Twitter'ın diğer ÇTPA arasında özel bir yere sahip olduğu açıktır. 2006 yılında kullanıma açılan Twitter, kullanıcıların birkaç kısa cümleden⁸ oluşabilen "Tweet" adı verilen gönderiler paylaşılabilir bir ÇTPA ortamıdır. Diğer ÇTPA

⁷ Gündelik yaşamda farklılığın, kimliğin, kimlerden olunduğunun, bu farklılıkları veya kimlikleri işaret eden kıyafet, takı, saç şekli gibi birtakım sembollerle sunulması süreçleri; bugün Web 2.0 ortamları ve ÇTPA profil sayfaları çerçevesinde de sıkça Goffman'ın (2014) dramaturjik yöntemleri kullanılarak çözümlenmektedir.

⁸ Twitter'ın 2006 yılındaki kuruluşundan itibaren 140 karakter ile sınırlı olan Tweet uzunluğu, 7 Kasım 2017 tarihinde 280 karaktere genişlemiştir. Sonuç olarak İngilizce "civildama" anlamına gelen Tweet'in "birkaç kısa cümle" olarak anlaşılması yanlış olmayacaktır. Ayrıca Twitter'ın mimarisi, Tweet dâhilinde bağlantı (hipermetin), fotoğraf, video, yani multimedya paylaşımına da izin vermektedir, yani bir Tweet zaman zaman birkaç kısa cümleden çok daha geniş bir hâle gelebilmektedir.

gibi kullanıcılar Twitter içinde kendi profillerini oluşturabilmekte ve öteki profiller ile "takip"leşebilmektedirler. Kullanıcılar takip ettikleri kullanıcıların Tweet'lerini (ve Retweet'lerini) kendi zaman akışlarında görmekte ve bu Tweetleri beğenerek, "Retweet" ederek (profillerinde paylaşarak) veya doğrudan "Mention"layarak (cevap vererek) öteki kullanıcılar ile etkileşebilmektedirler. Twitter'ın bir diğer önemli kavramı "Hashtag" (#) ve dolayısıyla "Trending Topic"ler (TT) veya "Gündemler"dir; Trending Topic panosu sitenin bir kenarında her zaman asılı durmaktadır ve ânın en çok konuşulan ilk 10 cümlesi/kelimesi (Hashtag'i) tüm kullanıcılar tarafından gerçek zamanlı olarak takip edilebilmektedir.

Twitter'ın diğer ÇTPA'dan farklı en önemli yanı, Twitter'da herkesin dediğini herkesin duyabiliyor olmasıdır. Kimin Tweet'inin kimler tarafından görülebileceği; kullanıcının takip ettiklerine (mention/reply) ve kullanıcıyı takip edenlere (zaman akışı ve retweet) bağlıdır; ancak kullanıcının Tweet'lerindeki kelimelerin (veya hashtag'lerin) Trending Topic panosunda yer alması ve panoyu inceleyen kullanıcıların bu Tweet'lere rastlaması da her zaman mümkündür, dahası Twitter'ın arama barını kullanan bir kullanıcı istediği bir anahtar kelimeyi içeren tüm Tweet'lere ulaşabilmektedir. Yani çok farklı değişkenlere bağlı olsa da, Twitter'da herkesin söylediğini herkesin duyabilmesi gerçekten de mümkündür, dolayısıyla, Twitter'ın yapısı gereği, normatif anlamda bir tür kamusal alan olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. ÇTPA'yı gönderici ve alıcı kategorileri altında sınıflandıran Van Dijk; Twitter'ı göndericinin özel ve alıcının kamusal olduğu özel bir kategoriye yerleştirir ve onu Castells'ten ödünç aldığı "kitlesele-öz-iletişim" kavramı ile açıklar (Castells, 2009'dan akt. Van Dijk, 2016, s. 255). Dahası Van Dijk (2016, s. 264-265), Twitter'ın özel-kamusal ayrımını yeniden tanımladığını, televizyonun *talk show*'lar aracılığıyla yayıncıların istediği farklılıkları sunuşunun ötesine geçerek kullanıcıların kendi farklılıklarını istedikleri gibi sunmalarını sağladığını belirtmiştir.

Twitter'ın farklı kamusal alan katmanlarına da değinmek faydalı olacaktır. Keane'in yukarıda aktarılan tanımlarıyla (Kejanlıoğlu, 2004, s. 699); Twitter hem ikili etkileşimler bağlamında *mikro*, hem çok izlenen televizyon kanalları bağlamında *mezo*, hem de dünya çapındaki insanların tepkileri bağlamında *makro* karakterler sergileyebilmektedir. Bruns ve Moe (2016, s. 62-66) da benzer bir ayrıma gitmiş, Twitter'ın katmanlarını Mikro, Mezo ve Makro olarak sınıflandırmışlardır. "Mikro katman" ile mention/reply sohbetlerini açıklayan Bruns ve Moe; kişilerin, kent meydan veya mahallelerdeki, yani gündelik hayatlarındaki karşılıklı rastgele etkileşimlerine benzer bir tür kamusalıktan bahsetmektedirler. Mezo katman ile takipçi-takip edilen ağları vurgulanmaktadır; kişiyi takip eden kullanıcıların kümesi olarak düşünülebilir ve çoğunlukla kullanıcı tarafından oluşturulmuştur, bu katman da yine kişinin gündelik hayatındaki, ancak bu defa kent meydanındaki değil mahallesindeki

etkileşimleri içeren bir katman olarak düşünülebilir. Schmidt'in (2016, s. 48) kişilerin kendi inşa ettikleri kamusal alan bağlamında kullandığı "kişisel kamu" kavramı da bu katmanı karşılar ve cemaatleşme eleştirileri ile beraber okunabilir. Makro katman ise hashtag'lenmiş yazışmalar ve Trending Topic panosuna karşılık gelir ve katmanın örgütlü politik kent gösterileri veya politika dışı şenliklerle olan benzerliği dikkat çekicidir (Bruns ve Moe, 2016, s. 64).

2. YÖNTEM

Kuramsal çerçevede de belirtildiği üzere Twitter makro, mezo ve mikro diye sınıflandırılabilen farklı kamusal katmanlara sahiptir; bu katmanlardan mikro olanı iki kullanıcının sohbetine kadar daralabilmekte ve mezo olanıysa en fazla bir kullanıcının takipçi/takip edilen ağına kadar genişleyebilmektedir. Dinamiklikleri ve kapladıkları alanların darlığı gibi nedenlerle, yakalanması ve gözlemlenmesi hayli zor olan bu iki katman; etkileşim ve gündelik hayat literatürleri çerçevesinde incelenebilirler ve bu araştırmanın kapsamının dışında tutulmuşlardır. Dolayısıyla bu araştırma; Twitter, hiç değilse makro yanıyla, bir kamusal alan mıdır ve eğer öyleyse nasıl bir kamusal alandır sorusunu sormaktadır.

Araştırmanın bu ana soruyu açabilmek adına belirlediği alt sorular, kamusal alan kavramının tanımı ve kuramsal çerçeveden ileri gelmektedirler. Bu bağlamda: ilk olarak tanım ve dijital bölünme eleştirileri dikkate alınarak "*Twitter herkese açık midir?*" ve "*Twitter herkesçe erişilebilir midir?*" soruları; ardından kamusal alan kavramının örgütlü/politik ve rastgele/kentsel ikiliği göz önüne alınarak "*Twitter'in makro kamusal alanı nasıl bir karaktere sahiptir?*" ve dolayısıyla "*Twitter'da neler konuşulmaktadır?*" soruları; üçüncü olarak kamusal alan kavramının görünürlük ve uzlaşma ikiliği dikkate alınarak "*Twitter'da görünürlük ve uzlaşma çabalarının yansımaları var mıdır, varsa nasıldır?*" soruları; ve son olarak kitle iletişim araçlarına benzer bir yanı da bulunan Twitter'da kullanıcıların ekonomik ve politik odaklarca belirlenme olasılıkları çerçevesinde "*Twitter kullanıcılarının kodlanan mesajları yanlış veya farklı anladıkları durumlara rastlanabilir mi?*" sorusu sorulmuştur.

Twitter'ın herkese açıklığı ve erişilebilirliği ile ilgili sorular internet, ÇTPA ve Twitter hakkındaki istatistiklere ve Twitter'ın mevzuatına başvurularak cevaplanmıştır. Diğer sorularsa Twitter'da nelerin ne şekillerde konuşulduğuyla ilgilidir. Belirtildiği üzere Twitter'ın makro kamusal katmanı hashtag'leri veya trending topic'leri içerir. Sitenin bir yanında sürekli asılı duran bu "en çok konuşulanlar" tablosu; kullanıcılara o ânın en çok konuşulan ilk on cümlesini/konusunu göstermektedir ve bu konular bizzat kullanıcılarınca tabloya yerleştirilmektedir. Tabloda yer alabilmek de mücadele konusudur; kullanıcılar örgütlenerek

konuları tabloya taşıma çabası gösterebilmekte veya bazen aksi biçimde konular hiçbir örgütlü çaba sarf edilmeden büyük bir çoğunlukça konuşulup tabloda yer edinebilmektedir.

Bu nedenlerle ilk olarak belli bir zaman aralığında Twitter'da en çok konuşulan konuların listesi çıkarılmıştır. Trending Topic tablosuna ilk bakışta yalnızca ilk 10 konunun görülebiliyor oluşu nedeniyle, her günün en çok konuşulmuş 10 konusu listelenmiştir, ancak araştırmacının dikkatini çeken ve ilk 10'da yer almayan bazı konular da ayrıca not edilmiştir. 01.07.2017 tarihinden, 30.09.2017 tarihine kadar her günün en çok konuşulan 10 konusu - toplamda 920 adet konu-, trendogate.com isimli internet sitesinin⁹ arama motoru kullanılarak ve her tarih için ayrı aramalar yapılarak listelenmiştir. Belirtilmelidir ki Twitter toplumu bütünüyle temsil edemeyeceği gibi, belli bir hashtag'i kullanan insanlar da bir topluluk olarak adlandırılmaz (Marwick, 2016, s. 173). "Türkiye'de Twitter kullanılmaya başladığından beri en çok konuşulan her konu" gibi bir evrene genellenmesi beklenen bu örneklem, böyle bir genelleme yapmak için yetersizdir. Zira buradaki amaç genellenebilir veri üretmekten çok Twitter'ın kamusal alanına dair genel havayı yansıtmak, betimlemektir.

Listeleme ardından Twitter'ın kamusal alanının karakterinin, yani Twitter'da neler hakkında ve ne oranlarda konuşulduğunun anlaşabilmesi adına; konular "politik", "medya", "futbol", "inanç", "meslek", "yardım", "reklam" ve "diğer" kategorileri altında ele alınmış ve her konu kategorilerden biriyle eşleştirilmiştir. Kategoriler önceden belirlenmiş olmayıp, her birine konular incelendikten sonra karar verilmiştir. Konular kategorilerle yalnızca isimlerine bakılarak eşleştirilmemiştir, zira bu şekilde yapılacak bir kategorizasyon yüzeysel ve yanlış sonuçlara sebep olacaktır; bu nedenle bu tür analizler için kullanılabilen ve kelimeler ile kategorileri eşleyen yazılımların kullanılması uygun bulunmamıştır. İlgili konu bir kategoriyle eşleştirilmeden önce, o gün içinde o konu altında yer alan Tweet'lerin büyük bir çoğunluğu okunmuş ve konunun hangi kategoriye uygun olduğuna karar verilmiştir. Bu yöntem yoruma fazla açık olarak değerlendirilebilir; ancak bulgularda gösterileceği üzere, örneğin bir televizyon dizisi kastedilerek açılan bir konu anlaşılmayıp tamamen politik bir biçimde kullanılabilir. Bazı konulara "diğer/politik", "inanç/politik" benzeri ikili kategoriler verilmiştir; bu konular içerisinde iki kategoriye uygun Tweet'lerin ağırlığı eşite yakın görülmüştür. İkili kategoriler ayrı olarak hesaplanmış, sonuçlar ayrı ayrı gösterilmiştir; indirgenmiş hesaplarda ikili kategoriler, eğer varsa "politik" kategorisine indirgenmiştir, sonuçların en yüksek ve düşük yorumlara göre politik içerik oranını verdikleri düşünülebilir.

⁹ trendogate.com Twitter trending topicleriyle ilgili gerçek zamanlı, küresel ve yerel istatistikler sunan bir internet hizmetidir. Listeleme için Türkiye özeli arama motoruna bağlantıdan ulaşılabilir, ancak listelenecek tarih için ilgili boşluğa tarih bilgisini girmek gerekmektedir. <https://trendogate.com/place/23424969> (Erişim tarihi: 26.12.2017)

Son olarak, Twitter'ın makro kamusal alanındaki politik mücadelelerin ve görünürlük-uzlaşma örüntülerinin ortaya serilmesi amaçlanmış ve listelenen konular arasından aynı gün veya birbirini takip eden günler içinde birbirlerine benzer veya genel olarak karşıt amaçlarla gündeme girmiş konular tarihleriyle beraber ortaya konmuştur. Ayrıca Twitter'da bireylerin medya tarafından belirlenip belirlenmeme durumları; kodlama/kodaçıklama bağlamı dikkate alınarak, kullanıcılarca açılış amaçlarından çok farklı şekillerde yorumlanmış veya açılış amaçları hiç anlaşılmamış birkaç konu veya Hashtag beraberinde gösterilmeye çalışılmıştır.

3. BULGULAR

Herkese açık ve herkesçe erişilebilir olması, kamusal alanın en önemli özelliği olarak görülmektedir. Bu özelliklerin "kamu" kelimesinin anlamından ileri gelmesinin yanında, Habermas'ın kamusal alanı herkesin erişiminin garanti altına alındığı bir alan olarak kurgulayışı da hatırlanmalıdır. Bugün internetin ne kadar herkesçe erişilebilir olduğu, özellikle "dijital bölünme" düşüncesi çerçevesinde eleştirilmektedir. Twitter'a ve diğer ÇTPA'ya erişim, aynı zamanda internete erişim anlamına geldiği için bu eleştiri önemlidir. Tablo 1'de dünya ve Türkiye'deki internet, ÇTPA ve Twitter kullanım verileri gösterilmiştir.

| İnternet, ÇTPA ve Twitter Kullanımları | | İlgili Nüfus Başına Oran |
|---|---------------|---|
| Dünyada internete erişim ¹⁰ | | % 51.7 |
| Norveç'te internete erişim | | % 98.5 |
| Türkiye'de internete erişim ¹¹ | | % 80.7 |
| Türkiye'de mobil internete erişim | | % 72.4 |
| ÇTPA kullanımı ¹² | Küresel | % 37.0 |
| | Orta Doğu | % 34.0 |
| | Kuzey Amerika | % 58.0 |
| | Türkiye | % 66.0 |
| Dünyada Facebook kullanımı | | % 25.0 |
| Dünyada Twitter kullanımı | | % 4.23 (Yaklaşık 316 milyon aktif hesap) |
| Türkiye'de Twitter kullanımı ¹³ | | % 17.0 (Yaklaşık 14 milyon aktif hesap) |
| Amerika Birleşik Devletleri'nde Twitter kullanımı | | % 17.0 (Yaklaşık 55 milyon aktif hesap) |

Tablo 1: İnternet, ÇTPA ve Twitter kullanımına dair küresel ve yerel oranlar

Görüleceği üzere dünyanın yarısından fazlası internete erişebilmektedir; bu oran Norveç'te neredeyse nüfusun tamamına çıkmakta ve Somali gibi sahra altı Afrika ülkelerinde ise %1 civarlarına düşmektedir. Buradan bakıldığında "dijital bölünme" eleştirisi hiç de haksız görünmez. Ancak konuya Türkiye özelinde bakıldığında nüfusun %80'inin internete ve %72'sinin de mobil internete ve dolayısıyla mobil cihazlara erişebildiği görülecektir. Bugün internet gerçekten de Türkiye için herkesçe erişilebilir ve herkese açık bir alandır ve bu en azından Türkiye özelinde dijital bölünme eleştirilerini boşa çıkarır.

ÇTPA kullanımında ise durum daha da ilginç bir hâl almaktadır; küresel nüfusun %37 kadarı, yani kabaca üçte biri ÇTPA hesabına sahipken -ki Orta Doğu bu ortalamaya oldukça paralel ilerlemektedir- Türkiye nüfusunun %66'sının en az bir ÇTPA hesabı bulunmaktadır ve

¹⁰ Dünya nüfusunun ne kadarının internete erişiminin olduğuna dair bu istatistik, "Internet Live Stats" isimli 1999 yılından bu yana her yeni internet kullanıcıyı kaydeden ve gerçek zamanlı olarak erişim artışını gösteren internet hizmeti aracılığıyla edinilmiştir. Bu sayı, bu makalenin yazımı bittiğinde bile muhtemelen yüz binler civarında artış göstermiş olacaktır. <http://www.internetlivestats.com/internet-users/> (Erişim tarihi: 27.01.2018)

¹¹ Türkiye'de internete ve mobil internete erişim ile ilgili bu istatistikler, Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2017 yılında yapmış olduğu "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması"na dair yayınlanan 18 Ağustos 2017 tarihli ve 24862 sayılı haber bülteninden elde edilmiştir. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24862> (Erişim tarihi: 27.01.2018)

¹² Dünyada ve Türkiye özelinde ÇTPA kullanımına dair bu istatistikler, internet ile ilgili istatistikleri derleyen ve yıllık bültenler hâlinde yayınlayan "WeAreSocial" isimli medya takip şirketinin 2017 yılına dair yayınladığı "Digital in 2017" bülteninden edinilmiştir. Şirket veri kaynağı olarak; hem birçok ulusal raporu, hem ilgili ÇTPA'nın yayınladığı raporları, hem de başka birçok medya takip şirketinin raporlarını kullanmaktadır. Tüm oranlar ilgili bölgenin nüfusu başıdır. Ekteki bağlantının 38 numaralı slaydından global ve 58 numaralı slaydından yerel istatistikler alınmış olup veri kaynakları için 103 numaralı slayt incelenebilir. <http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview> (Erişim tarihi: 28.01.2018)

¹³ Twitter kullanımına dair bu istatistikler, yine yukarıda bahsedilen "WeAreSocial" isimli medya takip şirketinden edinilmiştir. Ancak şirketin yayınladığı 2017 bülteni Twitter ve Türkiye ile ilgili verilere sahip olmadığından 2016 yılına dair yayınlanan "Digital in 2016" bülteni esas alınmıştır, yani bu oranların bugün bir parça daha yüksek olduğu düşünülebilir. Raporla Türkiye'ye dair istatistikler 449 numaralı slaytta başlıyor olup Türkiye'nin Twitter kullanımına dair istatistikler 459 numaralı slaytta yer almaktadır. <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016/> (Erişim tarihi: 28.01.2018)

bu oran %58'lik Kuzey Amerika oranının bile oldukça üzerindedir. Bu durum Türkiye'nin ücra köylerinde bile mobil cihazından Facebook hesabına giriş yapan birilerinin bulunabileceği anlamına gelir. Twitter istatistiklerine bakıldığında ise, Twitter'ın Facebook kadar çok kullanılmadığı gerçeği görünmektedir; dünya nüfusunun neredeyse çeyreği bir Facebook hesabına sahiptir, ancak Twitter %4'lük nüfus oranını aşamamıştır. Türkiye nüfusunun ise %17'si kadarı bir Twitter hesabına sahiptir; bu oran -dünya ortalamasının çok üzerinde olsa da- az görülebilir, ancak Amerika Birleşik Devletleri'nde de oran aynıdır. Türkiye'de yaklaşık 14 milyon aktif Twitter hesabının oluşu azımsanmamalıdır. Dahası, Twitter -sunduğu birtakım reklam hizmetleri haricinde- ücretsiz bir internet hizmetidir ve Twitter'ın ilkeleri incelendiğinde; Twitter'ın her zaman ücretsiz olacağı, ifade özgürlüğüne her zaman önem vereceği, evrensel internet erişimini destekleyeceği benzeri ifadelerle karşılaşılmaktadır.¹⁴ Yani basitçe internete erişimi olan herkes, politik veya politik olmayan amaçlarla, bireysel veya örgütsel bir hesap açabilmekte ve kendisini istediği gibi ifade edebilmektedir.¹⁵

Bu tespitlerin ardından Twitter'ın kamusal alanının makro katmanına odaklanmak ve karakterini ortaya koymak yerinde olacaktır. Twitter'da neler konuşulmaktadır? Twitter, birçok araştırmada odaklanıldığı üzere çoğunlukla politik konuların mı, yoksa başka şeylerin de konuşulduğu bir ortam mıdır? Habermas, Arendt ve Fraser'ın anlatılarına benzer örgütlü politik bir kamusalığa mı, yoksa Sennett, Simmel ve Bauman'ın anlatıları benzeri rastgele kentsel/gündelik bir kamusalığa mı sahiptir? Bu soruları cevaplamak adına Trending Topic tablosundaki konuların listelendiğinden, belli kategorilerle eşleştirildiğinden ve kategorilerin konuların isimlerine göre değil de içlerinde yer alan Tweet'ler okunarak belirlendiğinden bahsedilmişti. Araştırma dâhilinde ele alınan 920 adet konu ve eşleştirildikleri kategorilerinin tümünün burada gösterilemeyeceği anlaşılacaktır; elbette tüm konular¹⁶ herkesin erişimine açıktır ve başka türlü kategorizasyonlar da mümkündür, ancak kategorizasyonun nasıl yapıldığına bir örnek teşkil etmesi adına rastgele dört günün konuları Tablo 2'de listelenmiştir.

¹⁴ Twitter'ın "Twitter For Good" (İyilik için Twitter) başlığıyla sıraladığı ilkelerine ilgili bağlantıdan ulaşılabilir https://about.twitter.com/en_us/values/twitter-for-good.html (Erişim tarihi: 28.01.2018)

¹⁵ Bu konuda Toprak ve diğerlerinin 2014 yılında Facebook'da Toplumsal Örgütlenmeler başlığıyla yaptıkları araştırma faydalı olabilir (Toprak vd., 2014, s. 189-237); araştırmacılar Facebook içinde "siyasî", "dinî", "sendikal", "sivil toplum" ve birkaç farklı başlık daha altında binlerce örgütlü grup tespit etmişlerdir ve kuşkusuz bu sayı geçen dört yıl içinde daha da artmış olmalıdır. Bu tespit ÇTPA içinde isteyen hemen her grubun kısıtsız bir biçimde kendini ifade etme ihtimalinin olduğunu kanıtlar niteliktedir. Twitter özelinde yapılmış benzeri bir araştırmaya rastlanmamıştır, ancak sonuçların çok benzer olacağı tahmin edilebilir.

¹⁶ Araştırmanın bu noktasından itibaren sıralanacak olan konuların hiçbirinin araştırma dâhilinde tarafımca olumlu veya olumsuz, haklı veya haksız bulunmadığını, hiçbirine taraf veya muhalif olmadığını veya hiçbirini tarafı olduğum için metne taşımadığımı, konuların hassaslıklarını ve aidiyetlere dokunabilecek içeriklerini dikkate alarak belirtmek isterim. Amacım sahada gördüklerimi tarafsızca metne taşımak ve ilgili konuları güncel politik anlamlarına çok değinmeden araştırmanın bağlamına sadık kalarak normatif bir biçimde yorumlamaktır.

| Gün | Konular | Kategori | Gün | Konular | Kategori |
|----------------|---|--|-----------------|---|--|
| 15 Temmuz 2017 | #enönemliside #BurAkyazıya #KudüseSahipÇık #AyYıldızınÇocukları #LYSbirinciUğurKARTAL #DarbeÜssüİncirlikeElKonsun #DarbeİnsanlıkSuçudur #mucize #TudorÖzbekDurmasın #NecmettinYılmaz | Diğer Futbol Politik Politik Diğer Politik Politik Medya Futbol Politik | 27 Ağustos 2017 | #ilkbuluşma #Başakşehir #GüzelTürkçeGüzelBayram Ali Turan İlhan Cavcav Arsenal Giuliano Mekanı Cennet Olsun Luis Neto KIRMIZI KART | Medya Futbol Diğer/Pol. Futbol Futbol Futbol Diğer Futbol Futbol |
| 22 Eylül 2017 | #EyFet #7yüz #arkasokaklar #FirstDayofFall #BurGüç #ÜmmetinİlacıİslamBirliği #KızıncaBen #GençSınırsızlarKitapTopluyor #aşkvemavi #BuYasalarBöyleGeçmez | Medya/Dizi Medya/Dizi Medya/Dizi Küres. /Diğ. Medya/Dizi İnanç/Politik Diğer Yardım/Pol. Medya/Dizi Politik | 8 Ağustos 2017 | #EyCHPbirinciVazifen #ÇukurovAşktır #AyhanBilgenVidanimızdır #DostlukAslında #YaşaMustafaKemalPaşaYaşa #ŞimdiYazmakİstiyorum #2017YerleştirmeAçıklandı #aytutulması #8AğustosZayıfKadınlarGünü #MerkezimHerYerde | Politik Diğer Politik Diğer Politik Diğer Diğer Diğer Diğer Diğer |

Tablo 2: Konular ve ilişkilendirildikleri kategoriler ile ilgili birkaç örnek

Görüleceği üzere #EyCHPbirinciVazifen, #aytutulması, #BuYasalarBöyleGeçmez, Arsenal benzeri konuların hangi kategoriye ait oldukları ilk bakışta anlaşılabilir, ancak #EyFet, #BurAkyazıya, Ali Turan benzeri konular bağlamları bilinmeden ve içerikleri incelenmeden tamamen anlamsız görülebilirler. Ayrıca örneğin #ÜmmetinİlacıİslamBirliği benzeri bir konunun ilk bakışta "inanç" kategorisine yerleştirilmesi öngörülürken, içerikler okunduğunda konunun çoğunlukla "politik" Tweet'ler içerdiği görülebilmektedir.

Tablo 3'te, listelenen ve her biri ayrı kategorilerle eşleştirilen konuların dağılım oranları gösterilmiştir. Belirtildiği üzere bazı konulara "inanç/politik", "medya/dizi" benzeri ikili kategoriler verilmiştir, tablonun "indirgenmemiş" başlıklı bölümünde konular bu alt kategorileriyle beraber gösterilmiştir. Tablonun "indirgenmiş" başlıklı bölümünde ise; hem "küresel" ve "yerel" ayrımı ortadan kaldırılmış, hem de politik alt kategorisine sahip konular doğrudan "politik" kategorisinde değerlendirilmiştir.

| İNDİRGENMEMİŞ | | | | | | İNDİRGENMİŞ | | | |
|---------------|---------|---------|------|-------|--------|-------------|--------|-------|-------|
| İÇERİK | | SAYI | | % | | İÇERİK | SAYI | % | |
| YERLİ | Politik | 254 | | 27.6 | | Politik | 344 | 37.39 | |
| | Medya | Dizi | 82 | 127 | 8.91 | 13.8 | Medya | 190 | 20.65 |
| | | Müzik | 15 | | 1.63 | | | | |
| | | TV | 25 | | 2.72 | | | | |
| | | Diğer | 5 | | 0.54 | | | | |
| | Futbol | 114 | | 12.4 | | Futbol | 114 | 12.39 | |
| | İnanç | Politik | 25 | 28 | 2.72 | 3.04 | İnanç | 3 | 0.35 |
| | | İnanç | 3 | | 0.35 | | | | |
| | Meslek | Politik | 4 | 20 | 0.43 | 2.18 | Meslek | 16 | 1.74 |
| | | Meslek | 16 | | 1.74 | | | | |
| Yardım | Politik | 6 | 11 | 1.20 | | Yardım | 5 | 0.54 | |
| | Yardım | 5 | | | | | | | |
| Reklam | 21 | | 2.28 | | Reklam | 21 | 2.28 | | |
| Diğer | Politik | 48 | 240 | 5.22 | 26.09 | Diğer | 226 | 24.57 | |
| | Diğer | 192 | | 20.87 | | | | | |
| KÜRESEL | Politik | 7 | | 0.76 | | | | | |
| | Medya | 63 | | 6.85 | | | | | |
| | Diğer | 34 | | 3.70 | | | | | |
| TOPLAM | | 920 | | 100 | | TOPLAM | 920 | 100 | |

Tablo 3: Üç aylık ortalama trending topic içerik oranları

İlk bakışta görüleceği üzere süreç boyunca konuşulan konuların %88.7 kadarı yerel ve %11.3 kadarı ise küresel konular hakkındadır ve konuşulan küresel konuların neredeyse üçte ikisinin medya (yabancı diziler, ünlüler, spor müsabakaları vb.) hakkında oluşu dikkat çekicidir. Bu küresel konular, gerçekten de küreseldirler ve ilgili günlerde muhtemelen tüm dünya tarafından aynı anda konuşulmaktadırlar. Ardından "politik" kategorisinin indirgenmemiş hâliyle %27.6 ve indirgenmiş hâliyle de %37.4'lük bir dilim kapladığı dikkat çeker. Kategorizasyon örneğinde de belirtildiği gibi örneğin 4 Temmuz tarihli #BizimPusulamızADALET, 6 Temmuz tarihli #KaosCHPdenDestekABden veya 18 Temmuz tarihli #MilletReisOmuzOmuz gibi bazı konuların politik olup olmadıklarını anlamak son derece kolaydır; 2 Temmuz tarihli #NuriyeVeSemiheİmzaVerSesOl, 6 Temmuz tarihli #BerkinElvan benzeri konular ise ana-akım olmasalar dahi açık bir biçimde politiktirler; ancak örneğin 6 Ağustos tarihli #KutsalKitaplarMasaldır ve onu takip eden 8 Temmuz tarihli #EvrinMasalıSonBuldu gibi konular "inanç" kategorisine sahip olmalarına rağmen karşı-kamusallık ve hâkim yapı içerisinde görünür olma çabaları bağlamında politik olarak kabul edilebilirler (bu konular ikili kategoriler hâlinde analiz edilmişlerdir) ve örneğin 29 Eylül tarihli #bulaşıktayıkırım konusu hiç politik görünmemesine rağmen bir politikacının söylemi üzerine açılmış ve "özel olanı görünür kılma" bağlamında tamamen politik içeriğe sahip bir

konu olarak karşımıza çıkmıştır. 3 Temmuz tarihli #KemalSunal, 17 Eylül tarihli #TarıkAkan, 19 Eylül tarihli #RuhiSu konularında da tamamen bu isimlerin politik duruşları bağlamında içerikler üretilmiştir.

Kamusal alanın, özellikle medya çalışmalarında, liberal, Habermasçı kuramların ve hatta karşı-kamusallık düşüncesinin ve televizyon ile ilgili medya kuramlarının da etkisiyle, genellikle örgütlü politik yanıyla anlaşıldığından bahsedilmişti. Politığe indirgenmiş hâliyle %37.4 oranında politik konuşma, tartışma, uzlaşma veya görünürlük çabalarına sahne olduğu görülen Twitter, gerçekten de politikliğin yoğun olduğu, adı özellikle yoğun politik gündemlerde anılan ve böyle günlerde karakterini tam olarak koyan bir ÇTPA'dır, bu nedenle Twitter hakkındaki araştırmaların da birçoğu onun politik yanına odaklanmaktadır.¹⁷ Ancak en az %62'lik bir oranla politika dışı konuşmalara sahne olduğu görülen Twitter'ın tamamen politik olmadığı açıktır ve eğer kamusal alan kavramı yalnızca örgütlü politik anlamıyla ele alınırsa, Twitter'ın bir kamusal alan olarak kabul edilmemesi problemi ortaya çıkar. Oysa daha önce de belirtildiği üzere, Twitter'ın kamusalılığı yalnızca Habermas, Arendt, Fraser gibi kuramcıların politik düşünceleri çerçevesinde okunamayacak kadar kapsamlıdır. Burada Tablo 3'te %26 indirgenmemiş ve %24 indirgenmiş oranlarla karşımıza çıkan "Diğer" kategorisi önem kazanır. Bu kategori içerisinde ne tür konuların konuşulduğu sorusunun cevabı "çoğunlukla muhabbet" veya Twitter kullanıcılarının terminolojisiyle "goygoy"¹⁸ olacaktır. 1 Temmuz tarihli #ElimdeOlsa, 7 Temmuz tarihli #KariyermiAşkmi, 17 Temmuz tarihli #3GünlükYalanDünyada, 22 Eylül tarihli #KizincaBen, 23 Ağustos tarihli #KarşıCinsiEtkilemeYöntemim konuları kategoriyi açıklamak için yeterli örneklerdir. Twitter'ın politik havasının yanında bu "diğer" konular, hemen her kullanıcının girip dolaştığı, diğerleriyle ve ötekilerle karşılaştığı Sennett'in ve Bauman'ın özlem duyduğu kent sokaklarına, zaman zaman da politika dışı festival veya konserler ile benzerler ve onca ayrışma ve dışlanmanın yanında kaynaşma ve bir aradalığın da olduğunu gösterirler. Twitter'ın salt politik yanıyla bir tür kamusal alan olarak düşünülmemesi gerektiği açıktır; Twitter'ın caddeleri geniştir, "politik" caddesinde karşılıklı gösteri yapanların "diğer" caddesinde birbirlerinin şakalarına gülme olasılıkları her zaman vardır.

¹⁷ Twitter hakkında ve onun Türkiye özelindeki politik yansımalarıyla ilgili birkaç araştırma için İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter (2015) kitabında yer alan; Meriç'in Türkiye'deki politik parti liderlerinin Twitter hesaplarını incelediği "140 Karakter İle Siyaset Konuşmak: Twitter ve Siyasetçi - Yurttaş Etkileşimi" (s. 33-58) ve Korkmaz'ın Gezi Olayları'nı hashtag'ler aracılığıyla incelediği "Yeni Toplumsal Hareketler ve Twitter" (s. 93-116) makaleleri incelenebilir.

¹⁸ "Goygoycu" kelimesi Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük'te "Boşu boşuna, bilgisiz olarak, gereksiz yere çok konuşan kimse" anlamıyla karşımıza çıkar, yani "goygoy" bir anlamda boş konuşmadır. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=goygoycu (Erişim tarihi: 29.01.2018)

Ancak sanılmamalıdır ki kullanıcılar bu "diğer" konular içinde politik veya diğer aidiyetlerinden bağımsız bir biçimde etkileşmektedirler; aksine Simmel ve Wirth'ün özelemlerine veya Goffman'ın anlatımlarına benzer biçimde kimliklerini sergileyerek veya Sennett veya Bauman'ın umduğu gibi kimliklerini sergilemeyerek buralarda etkileşmekte, birbirlerini değiştirmekte, birbirlerini birbirlerine alıştırmakta ve bunu çoğunlukla açık ve örgütlü politik eylemlerde *bulunmayarak* yapmaktadırlar. Elbette bu süreç kullanıcıların kimliklerini etkileşim sırasında ortaya seren, farkında olmadan (cümle kuruş biçimi, istemsiz kullanılan kelimeler gibi) veya oldukça amaçlı bir biçimde kullandıkları (profillerde kullanılan Mustafa Kemal Atatürk, Fatih Sultan Mehmet görselleri, politik parti logoları gibi) semboller aracılığıyla gerçekleşmektedir ve elbette bu semboller Fraser'ın dediği gibi görünürlüğü öne çıkarabilmelerinin yanında Sennett'in dediği gibi uzlaşmayı engelleyici etki de yapabilirler, ancak hiç değilse "diğer" konularda etkileşen kullanıcılar, "politik" konuların aksine, birbirlerinin farklılıklarına bir parça daha tolerans gösterebilmektedirler. Söylendiği gibi çoğunlukla Twitter'ın mikro ve mezo katmanlarıyla ilgili ve gündelik hayat ve sembolik etkileşim kuramları eşliğinde çözümlenebilecek bu etkileşimler, bu araştırmanın kapsamı dışında tutulmuşlardır, yine de Twitter'ın kamusallığının yalnızca makro ve örgütlü politik olmadığını anlaşılması adına önemlidirler. Ek olarak "Futbol" (%12) ve "Medya" (%20) kategorilerinin de politika dışı olduğuna dikkat çekmek gerekir, Türkiye, Twitter'da televizyon dizileri ve futbol müsabakaları hakkında da oldukça yoğun olarak konuşmaktadır. Elbette bu kategorilerin de hâkim yapının yeniden üretilmesi, farklı yaşam tarzlarının, "özel/kişisel" olanın gösterilmesi (*talk show*'lar gibi), dost-düşman mücadelesi gibi kavramlar bağlamında politik birer yanlarının olduğu söylenebilir, hatta "Diğer" kategorisinde yer alan #KarşıCinsiEtkilemeYöntemim konusu bile mevcut cinsiyet eşitsizliklerini yeniden üretme bağlamında politik görülebilir. Söylendiği gibi kategoriler yoruma açıktır ve her şeyi politik olana indirgeme tehlikesi bir yana, bu biçimlerde politik okumalar da yapılabilir, yapılmalıdır.

Bahsedilen görünürlük-uzlaşma ikiliğine de değinmek gerekirse; Twitter'ın makro kamusallığında "uzlaşma" amacına pek fazla rastlanamayacağı basit bir gözlemlerle bile söylenebilecektir -ki bu yüzden de Twitter'a yalnızca Habermas'ın kuramı çerçevesinde bakılmamalıdır-, ancak "görünürlük" çabaları oldukça yaygındır. Bu çabalar birçok araştırmada "dijital aktivizm" ve "yurttaş gazeteciliği" bağlamlarında da okunabilmektedir.¹⁹

¹⁹ Twitter ve Türkiye'de dijital aktivizm bağlamında bir araştırma örneği olarak İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter (2015) kitabında yer alan Saymer ve Çetinkaya'nın "Alternatif Medyanın Twitter'da Gündem Oluşturma Süreci: Berkin Elvan Olayı Üzerine Bir İnceleme" (s. 225-258) makalesi incelenebilir.

Hâkim yapının dışındakilerin, Fraser'ın tanımıyla karşı-kamular'ın, görünürlük çabaları olarak anlaşılabilir birkaç konu Tablo 4'te örneklendirilmiştir.

| TARİH | KONU |
|-----------------|------------------------------|
| 1 Temmuz 2017 | #CumartesiAnneleri640Hafta |
| 2 Temmuz 2017 | #NuriyeVeSemihElmzaVerSesOl |
| 18 Temmuz 2017 | #880GündeFırataAdalet |
| 2 Ağustos 2017 | #EzidiKadınlarYalnızDeğildir |
| 4 Temmuz 2017 | #EvrinVardır |
| 25 Ağustos 2017 | #WeWantKurdishTwitter |
| 5 Eylül 2017 | #DinsizlikÖzgürlüktür |
| 12 Eylül 2017 | #DarAğacında9Karanfil |

Tablo 4: Görünürlük çabalarından örnekler

Görünürlük çabaları karşılarında çoğunlukla hâkim yapıyı bulacaklardır, Fraser'ın bu çabayı mücadele olarak nitelendirmesi de bundandır. Schmitt'in politik olanı tanımlarken değindiği dost ve düşmanın/yabancı'nın mücadelesi de bu bağlamda okunabilir. Tablo 5'te Ağustos başından Eylül sonuna kadar süren Müslüman-ateist veya Kuran-evrim tartışması gösterilmiştir. Tartışma ateistlerin görünürlük çabalarını ve onlara karşı duruşları içermektedir.

| TARİH | KONU |
|-----------------|---|
| 1 Ağustos 2017 | #KuranBilimeYolGösterir #AtheistTurkey |
| 4 Ağustos 2017 | #EvrinVardır |
| 6 Ağustos 2017 | #KutsalKitaplarMasaldır |
| 8 Ağustos 2017 | #EvrinMasalıSonBuldu |
| 13 Ağustos 2017 | #EvrinCiTesadüfeTapar |
| 16 Ağustos 2017 | #HerÇocukAteistDoğar |
| 18 Ağustos 2017 | #EvrinYalandır |
| 19 Ağustos 2017 | #KuranBilimeYolGösterir |
| 20 Ağustos 2017 | #BilimiYaratanAllahtır |
| 5 Eylül 2017 | #DinsizlikÖzgürlüktür |
| 11 Eylül 2017 | #EvrinDeğilBilimİstiyoruz |
| 30 Eylül 2017 | #KuranOkuAteistOl #KuranAteizmiYokEtti |

Tablo 5: Farklı grupların mücadelesi bağlamında Kuran-evrim veya Müslüman-ateist tartışmaları

Mücadele her zaman görünür olmaya çalışan gruplar ve hâkim yapı arasında da değildir. Twitter sıklıkla denk güçte kabul edilebilecek politik grupların mücadelelerine de sahne olmaktadır. Tablo 6'nın sol bölümünde Türkiye'nin iki büyük politik grubunun günler boyunca devam eden mücadelesi görünmektedir, birbirlerinin tam karşıtı olarak okunabilecek konuların aynı günler içinde açılmış olması dikkat çekicidir. Tablo 6'nın sağ bölümünde ise yine aynı grupların bu defa eğitim müfredatı ile ilgili tartışması yansıtılmıştır, bu tartışma da tıpkı Kuran-evrim tartışması gibi art arda günler biçiminde devam etmiştir.

| TARİH | KONU | TARİH | KONU |
|----------------|---|-----------------|-------------------------------|
| 4 Temmuz 2017 | #BizimPusulamızADALET #AdaletdedilerPKKÇıktı | 10 Ağustos 2017 | #İslamınKızınaKızÜniversitesi |
| 6 Temmuz 2017 | #BenceAdalet #KaosCHPdenDestekABden | 20 Ağustos 2017 | #HepimizİçinLaikEğitim |
| 13 Temmuz 2017 | #MilliİradeninZaferi #KorkmaSözmez | 5 Eylül 2017 | #BöyleMüfredatOlmaz |
| 16 Temmuz 2017 | #15TemmuzBuVatanBizim YAŞA MUSTAFA KEMAL PAŞA | 6 Eylül 2017 | #AtatürksüzMüfredataHAYIR |
| 24 Temmuz 2017 | #Lozan #İhanetAntlaşmasıLozan | 7 Eylül 2017 | #TekÇareİslamiEğitim |
| 7 Ağustos 2017 | #EyCHPbirinciVazifen #HALKSızCHP | 16 Eylül 2017 | #BilimDışıMüfredatıDurduralım |

Tablo 6: Denk güçteki politik grupların mücadele örnekleri

Son olarak içinde kitle iletişim aracı benzeri bir yapı da barındıran Twitter'ın politik ve ekonomik güç odaklarından bağımsız olabilme ihtimaline değinmek yerinde olacaktır. Twitter'da tartışılan politik konuların büyük bir kısmı politik oluşumlarca ortaya atılan ve yaygın yayın organlarıncam kamuya iletilen konulardır. Dahası mesele sadece politik konular da değildir, %20'lik bir orana sahip dizi ve televizyon programı gibi alt kategorileri içeren "Medya" kategorisi de televizyon programlarını oluşturanlarca kamuya sunulmaktadır. Bu kategorilere %12'lik futbol kategorisi de eklenirse, Twitter kullanıcısı konuştuğu konuların neredeyse %70 kadarını televizyondan duymaktadır. Bu durum, bugün gündem belirleme kuramı çerçevesindeki çalışmaların neden Twitter üzerinde sıkça uygulanmaya çalışıldığını açıklar. Örneğin Kuyucu (2015) bu kuram çerçevesinde televizyon dizilerinin "reyting"leri ve Twitter'da konuşulma oranlarını karşılaştırdığı araştırmasında bu iki istatistiğin ne kadar yakın olduğunu ortaya koymuştur. Ancak bu yakınlaşma Twitter kullanıcılarının ekonomik ve politik odaklarca ortaya atılan gündemleri tam olarak benimsedikleri anlamına gelmez. Aksine, Hall'ün kodaçıklama düşüncesi bağlamında, nadir de olsa, kullanıcıların bu konuları yorumladığı durumlar mevcuttur.

Örneğin 24 Temmuz tarihli #Resimİstanbul konusu bir konut şirketince reklam olarak verilmesine rağmen kullanıcılar bu konu altında İstanbul fotoğrafları paylaşmaya başlamışlardır ve birçoğu reklamın farkında bile olmamıştır. 21 Eylül tarihinde bir televizyon dizisince yayınlanan #MutluOl konusu, kullanıcılarca bir muhabbet alanı olarak anlaşılmış, kullanıcılar bu konu altında "Mutlu ol, çünkü..." benzeri Tweet'ler atmaya başlamış ve birçoğu dizinin farkında olmamıştır. 18 Eylül'de Adnan Menderes'i anmak amacıyla açılmış ve politik bir içeriğe sahip olması beklenen #AdnanKahramandır konusu kullanıcılarca Adnan Oktar mizahı amacıyla kullanılmaya başlanmış ve dolayısıyla politik amaçlı kullanıcılar ayrı olarak #AdnanMenderes konusunu açmak durumunda kalmışlardır. Yine bir televizyon

dizisince Eylül ayında hafta aşırı açılan #Savaşçı, #savaşçidemek, #savaşçıyız konuları, dizinin politik karakteri bir yana, dizinin konusundan tamamen bağımsız politik tartışmalara konu olmuştur. Örnekler çok değildir, ama yok da değildirler; bir genellemeye varılamasa da Twitter kullanıcısı mesajın her zaman mesajı verenin istediği gibi algılanmadığını göstermiştir.

SONUÇ

Bu araştırmada; herkesin söylediğini herkesin duymasına olanak veren yapısıyla, mimarisi gereği kamusal bir özellik taşıyan Twitter'ın kamusalılığına dair, kuramsal bir tartışmanın üzerine çıkılarak pratik bulgular eşliğinde bir tartışma yürütülmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Twitter'ın mikro katmanları kapsam dışında tutularak, makro katmanı olan Trending Topic tablosu esasında bir saha araştırması yapılmıştır. Toplanan veriler; kamusal alan kavramının unsurları olan herkese açıklık, herkesçe erişilebilirlik, örgütlü politik ve rastgele kentsel etkileşimler, görünürlük-uzlaşma ikiliği ve politik, ekonomik güçlerden bağımsızlık bağlamlarında analiz edilmiş ve bunun beraberinde Twitter'ın kendine has kamusalılığı da betimlenmeye çalışılmıştır.

Türkiye özelinde Twitter'ın herkesçe erişilebilen ve herkese açık bir siber uzam olduğu açıktır. Twitter politik konuların sıklıkla konuşulduğu bir ortamdır, ancak konuşmalar içinde politika dışı konuların ağırlığı da oldukça fazladır. Kamusal alan kavramı tartışıldığında sıklıkla kavramın politiklik ile ilişkisine vurgu yapılması, Twitter'ın kamusalılığı tartışmasını eksik bırakacaktır; zira bulguların da gösterdiği üzere Twitter aynı zamanda rastgele etkileşimlerin de yaşandığı bir tür siber kent meydanıdır. Öte yandan bu siber meydana yaşanan politika dışı etkileşimlere kullanıcıların ne biçimlerde katıldıkları, bu katılımların da politik birer yanlarının olup olmadığı başka araştırmalara konu olmalıdır. Dahası bu siber kent içinde siber gettoların, cemaatlerin var olup olmadığı ve bunun bu siber kamusal alana zarar verip vermediği de ayrıca araştırılmalıdır. Twitter uzlaşma edimine çok fazla sahne olmamaktadır; ancak görünürlük çabalarıyla, bu çabayı gösterenlerin hâkim yapıyla ve hatta hâkim yapının kendi içindeki mücadeleleriyle karşılaşmamak imkânsız gibidir. Twitter aynı zamanda bir kitle iletişim aracıdır ve tıpkı bu araçlar gibi ekonomik ve politik güçlerin müdahalelerine açıktır, dahası bu araçlardan beslenmektedir de; ancak bulgulardan da görüleceği üzere kullanıcılar nadir de olsa kitle medyasının mesajlarını farklı biçimlerde yorumlayabilmektedir ve bu Twitter'ın doğrudan etki eden bir medyum olarak tanımlanmasını engeller. Sonuçta Twitter, en azından makro katmanıya; herkese açık, herkesçe erişilebilen, hem örgütlü politik hem de rastgele kentsel etkileşimlere ev sahipliği yapan, hem uzlaşma hem -fakat daha çok- görünürlük çabalarına sahne olan, politik veya ekonomik güçlerin etkilerinden bir parça da olsa bağımsız kalabilen bir siber kamusal alandır.

KAYNAKÇA

Arendt, H. (2013). İnsanlık Durumu. (7. Baskı). (Çev: B.S. Şener). İstanbul: İletişim Yayınları.

Bauman, Z. (2017). Cemaatler Güvenli Olmayan Bir Dünyada Güvenlik Arayışı. (2. Baskı). (Çev: N. Soysal). İstanbul: Say Yayınları.

Bruns, A. ve Moe, H. (2016). Twitter'da İletişimin Yapısal Katmanları. (Çev: E. Erbatur). K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt ve C. Puschmann (Ed.), Twitter ve Toplum içinde (62 - 78). İstanbul: Kafka, Epsilon Yayıncılık.

Castells, M. (1983). Crisis, Plannig, and the Quality of Llife: Managing the New Historical Relationships Between Space and Society. Enviromental and Planning. D: Society and Space, 1 (1), 3 - 21.

Çomu, T. ve Halaiqa, İ. (2015). Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi. M. Binark (Ed.). Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri içinde (26-87). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Ferree, M. M., Gamson, W. A., Gerhards, J., Rucht, D. (2002). Four Models of Public Sphere in Modern Democracies. Theory and Society, 31 (3), 234-289.

Fraser, N. (2004). Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek: Gerçekte Varolan Demokrasinin Eleştirisine Bir Katkı. M. Özbek (Ed.). Kamusal Alan içinde (103 - 132). İstanbul: Hil Yayın.

Goffman, E. (2014). Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu. (3. Baskı). (Çev: B. Cezar). İstanbul: Metis Yayınları.

Habermas, J. (2004). Kamusal Alan. M. Özbek (Ed.). Kamusal Alan içinde (95 - 103). İstanbul: Hil Yayın.

Habermas, J. (2015). Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü (13. Baskı). (Çev: T. Bora ve M. Sancar). İstanbul: İletişim Yayınları.

Karadağ, A. (2003). Kamusal Alan Modelleri: Çoğulcu Perspektiften Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 58 (3), 172-195.

Kejanlıoğlu, D. B. (2004). Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı. M. Özbek (Ed.). Kamusal Alan içinde (689 - 714). İstanbul: Hil Yayın.

Kuyucu, M. (2015). Web 2.0 Haçlı Seferleri Twitter ile Ana Akım Medyanın Erişim Savaşı. S. E. Karakulakoğlu ve Ö. Uğurlu (Ed.). İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter içinde (145 - 182). Ankara: Heretik Basın Yayın.

Maigret, E. (2016). Medya ve İletişim Sosyolojisi. (5. Baskı). (Çev: H. Yücel). İstanbul: İletişim Yayınları.

Marwick, A. E. (2016). Twitter'da Etnografik ve Kalitatif Araştırmalar. (Çev: E. Erbatur). K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt ve C. Puschmann (Ed.). Twitter ve Toplum içinde (171 - 186). İstanbul: Kafka, Epsilon Yayıncılık.

Morley, D. ve Robins, K. (2011). Kimlik Mekânları Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar (2. Baskı). (Çev: E. Zeybekoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Negt, O. ve Kluge, A. (2004). Kamusal Alan ve Tecrübe'ye Giriş. M. Özbek, (Ed.). Kamusal Alan içinde (133-140). İstanbul: Hil Yayın.

Özbek, M. (2004). Giriş: Kamusal Alanın Sınırları. M. Özbek (Ed.). Kamusal Alan içinde (19 - 91). İstanbul: Hil Yayın.

Rheingold, H. (1993). The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. <http://www.rheingold.com/vc/book/> (Erişim tarihi: 15.11.2017).

Saka, E. (2012). Siber Medya Sonrası Kamusal Alan ve Gazetecilik Pratikleri. Folklor/Edebiyat, 72 (18), 35-50.

Schmidt, J. H. (2016). Twitter ve Kişisel Kamuların Doğuşu. (Çev: E. Erbatur). K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt ve C. Puschmann (Ed.), Twitter ve Toplum içinde (47 - 61). İstanbul: Kafka, Epsilon Yayıncılık.

Schmitt, C. (2014). Siyasal Kavramı önsöz, 1932 Tarihli Metin ve Üç Değerlendirme. (3. Baskı). (Çev: E. Göztepe). İstanbul: Metis Yayınları.

Sennett, R. (2013). Kamusal İnsanın Çöküşü. (4. Baskı). (Çev: S. Durak ve A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sever, N. (1998). Kitle İletişim Araştırmalarında İki Yaklaşım: Liberal ve Eleştirel Kuramlar Farklılıklar ve Yakınlaşmalar. Kurgu Dergisi, (15), 44-53.

Simmel, G. (2009). Bireysellik ve Kültür. (Çev: T. Birkan). İstanbul: Metis Yayınları.

Timisi, N. (2005). Sanallığın Gerçekliği İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (Ed.). İnternet, Toplum, Kültür, der. Ankara: Epos Yayınları.

Timisi, N. (2015). Önsöz. S. E. Karakulakoğlu ve Ö. Uğurlu (Ed.). İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter içinde (7 - 12). Ankara: Heretik Basın Yayın.

Topbaş, H. ve Doğan, A. (2016). Toplumsalın Yeni Agorası Olarak Sosyal Medya: Eleştirel Yaklaşım. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 4 (1). <http://dergipark.gov.tr/e-gifder/issue/25398/268022> (Erişim tarihi: 19.11.2017).

Toprak, A., Yıldırım, A., Aygöl, E., Binark, M., Börekçi, S. , Çomu, T. (2014). Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook "Görülüyorum Öyleyse Varım!". (2. baskı). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Van Dijk, J. (2016). Ağ Toplumu. (3. Baskı). (Çev: Ö. Sakin). İstanbul: Kafka, Epsilon Yayıncılık.

Wirth, L. (2002). Bir Yaşam Biçimi Olarak Kentleşme. A. Alkan ve B. Duru (Ed.). 20. Yüzyıl Kenti içinde (77 - 106). Ankara: İmge Yayınevi.

Yağan, U. (2013). Teknoloji, Kamusal Alan ve Sosyal Medya: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Politik Katılım Üzerine Ampirik Bir Çalışma. İletişim: Araştırmaları Dergisi, 11 (1-2), 123-153.

Yükselbaba, Ü. İ. (2008). Kamusal Alan Modelleri ve Bu Modellerin Bağlıları. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, 66 (2), 227-272.