

Sosyal Medyanın Kamusal Alan Temsiliyeti Üzerine Bir Tartışma

A Discussion on the Public Sphere's Representation of Social Media

Sinan Gümüş¹ 



¹Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, İstanbul, Türkiye

ORCID: S.G. 0009-0000-8426-8239

Sorumlu yazar/Corresponding author:

Sinan Gümüş,
İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi,
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, İstanbul,
Türkiye
E-mail: canan.celikadam@istanbul.edu.tr

Başvuru/Submitted: 12.03.2023

Revizyon Talebi/Revision Requested:

24.03.2023

Son Revizyon/Last Revision Received:

07.04.2023

Kabul/Accepted: 11.04.2023

Atıf/Citation: Gumus, S. (2023). Sosyal medyanın kamusal alan temsiliyeti üzerine bir tartışma. *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 22, 21-48.
<https://doi.org/10.26650/4boyut.2023.1264171>

ÖZ

Modern çağla beraber bireyler ve toplumlarda yaşanan kültürel değişimler bazı kavramların yeniden yorumlanmasını gerekli kılmıştır. Bu kavramlardan biri de Jurgen Habermas'ın geliştirdiği kamusal alandır. Halkın bilgiyi ve farklı görüşlerini ifade edebileceği bir alan olarak tanımlanabilecek kamusal alanın sosyal medya ile olan benzerliği sosyal medyanın yeni bir kamusal alan olabileceği fikrinin gelişmesine sebep olmuştur. Fakat bu yeni dijital alan ile kamusal alan arasında kurulmuş olan analogik ilişki, son yıllarda özellikle siyasal iletişim alanında yeni tartışma konuları yaratmış, sosyal medyanın kamusal alanın içerdiği karakteristik özellikleri ne kadar taşıdığı konusunda akademik tartışmalar gelişmiştir. Sosyal medya ve kamusal alan arasında gerçekleşen ilişkinin yüzeyselliği irdelendiğinde bireyin sosyal medya ile geliştirdiği katılımcı eğilimin; sosyal medyanın ifade özgürlüğü ve demokrasinin toplumsal paradigma içerisinde güçlenmesini sağlayan heterojen bir sosyolojik fenomen olarak değerlendirilmesini sağladıysa da bu yeni medyanın neoliberal normlar, kurallar ve iktidarlarla kurduğu ilişki düşünüldüğünde kamusal alanın reel-politik içerisindeki etkisine karşın sosyal medyanın simüle edilmiş, tasarlanmış bir evren olarak modern birey davranışlarını yorumlamada farklı bakış açıları yarattığı görülebilir. Bu anlamda sosyal medyanın kamusal alanla keşiştiği noktalar karşılaştırmalı betimsel analiz yöntemi ile incelenmiş, sosyal medyanın yeni bir kamusal temsiliyet yaratma ihtimalinin varlığı tartışmaya açılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, İnternet, Siyasal İletişim, Sosyal Medya, Kamusal Alan

ABSTRACT

The cultural changes individuals and societies in the modern era have experienced necessitate the reinterpretation of certain concepts, one of these being the public sphere as developed by Jurgen Habermas (1989). The public sphere can be defined as a space where the public are able to express information and different opinions, and its similarities to social media has led to the development of the idea that social media could be considered a new public sphere. However, the analogical relationship established between this new digital space and the public sphere has created new topics of discussion in recent years, especially in the field of political communication, with academic debates also having developed on the extent to which social media carries the characteristics of the public sphere. When examining the superficiality of the relationship between social media and the public sphere, the participatory tendency individuals develop with social media can be seen to have enabled social media to be evaluated as a heterogeneous sociological phenomenon that strengthens freedom of expression and democracy within the social paradigm. However, when considering the relationship this new media has with neoliberal norms, rules, and powers, one can see that social media creates different perspectives regarding interpreting modern

individual behavior as a simulated, designed universe, despite the impact the public sphere has on realpolitik. In this sense, the study analyzes the points where social media intersects with the public sphere using the comparative descriptive analysis method and opens the possibility of social media creating a new public representation to discussion.

Keywords: communication, Internet, political communication, social media, public sphere

Extended Abstract

One of the popular debates of this period is that the public sphere, which took place in the form of agora in the ancient Greek period and the forum in the Roman period, has recently developed in parallel with social media. The concept of the public sphere, which Jurgen Habermas (1989) defined as a space where the public can express information and different opinions, and the question of whether social media is a new public sphere, which has drawn academic attention to the similarities between the two due to the structure of technology and the respective development of social media, has transformed into a field of discussion within the frameworks of communication sociology and political communication. Social media at first glance was interpreted as an exciting technological development and was able to also be interpreted as a new libertarian space where ideas can be discussed, participatory democracy can develop, and individuals can communicate and share without the limitations of distance, which is one of the most fundamental doctrines of freedom of expression. Although the development of social media has created a new space where individuals can express themselves and reflect their identities, the extent to which this cyberspace carries the qualities of the public sphere is a matter of current debate. Over time, the development of the Internet, the spread of smartphones, and the lowering costs of communication technologies have enabled modern individuals to adapt more easily to the social media space, and the virtual world that developed in this way has created an important social paradigm regarding understanding and interpreting individual behavior. Although the architectural structure of the Internet and its technical and technological approaches has been stated to strengthen individuals' democratic tendencies through participatory and interactive behavior, Facebook, Twitter, and other similar global social media apps that act within the framework of neoliberal rules and have the status of private companies for profit, are seen to position the individuals these companies describe as users within this virtual space and within the framework of the rules they determine, thus limiting the qualities of social media as a public space. The tendencies the status quo owners and the powers that be have toward controlling conventional media in the public sphere is clearly similar to the tendencies status quo owners and the powers that be developed have had for controlling conventional media in the public sphere in the past, and the control status quo owners and the powers that be exert over social media in terms of its structure, which has progressively replaced conventional media in recent times, has clearly created corruption in the context of individual freedoms. In general, the extent to which individuals can act outside of the status quo in this social media structure where users are commoditized along with their content as productive consumers has been a matter of debate. From this point onward, the strengthening of psychosocial behaviors such

as censorship and self-censorship, especially in the context of freedom of expression, have been observed in individuals, individuals who are monitored, controlled, and examined and whose data are collected with hegemonic tendencies. Another detail that needs to be examined in depth involves how likely individuals are to encounter different ideas most of the time by making an effort, especially when individuals' posts regarding likes and their following tendencies are shown to be analyzed by social media companies through data analysis and collection methods over and over again through advertisements or planned posts; those who do not attempt to encounter different ideas only hear their own voice in an echo chamber, thus spending their time in an area that does not comply with the principles of public space at all. At the same time, social media can also be seen to have turned into a source of information that possesses manipulative qualities and disinformation, a source where some circles share inaccurate information in order to create a mass sphere of effect.

However, despite all these negative aspects, an electronic agora can also be seen to have emerged that discusses issues on the agenda and has art, ideas, and politics as part of its content-sharing dynamic. In this space where different identities are visible and organized, digital activism and alternative media searches are also seen to have become important fulcrums in the development of democratic consciousness. The global or individual impact of social media as a simulated and designed universe has formed one of the most significant social changes presently. Many thinkers argue that this new phenomenon has accelerated communication and organization and that Twitter in particular has played a leading role in organized movements against the status quo. Nevertheless, many other thinkers also argue social media to have characteristics that dampen or pacify anti-government movements on the streets and that create the sense in individuals that only reactions shown on social media can be sufficient, as well as social media to be a much more suitable sphere of influence for governments to use. This study has evaluated all these different ideas using comparative descriptive analysis in this framework and analyzed in detail the intersections where social media and the public sphere meet.

Giriş

Yeni teknolojilerin yarattığı değişimler düşünüldüğünde ortaya çıkan birçok tarihsel ve sosyolojik teoremin yeniden yorumlanması beklenen bir durumdur. Bunun bir sonucu olarak toplumsal kültürler ve kültürlerle bağlı olarak değişen insan davranışları, sosyal pratikler, teknolojik gelişmeler ve dönüşümler bazı kavramsallaştırmalar üzerinden dönen tartışmaları derinleştirmiş, yeni derinlikli akademik tartışma ortamları yaratmıştır. Bu bağlamda internet ve buna bağlı olarak gelişen sosyal medya, iletişim alanında son dönemde cereyan eden tartışmaların odak noktasıdır. Özellikle bu yeni habitusun siyasal kültüre olan etkisi irdelendiğinde öne çıkan tartışmalardan en önemlisi Habermas'ın kamusal alan nosyonu ve sosyal medya arasında kurulan analogidir. Kamusal alanın bir politik iletişim uzamı olarak vatandaşların kamusal alana erişimini sağlayan kaynakların ulaşılabilir olmasıyla önem kazandığını belirten Habermas'ın (1989c) bu düşüncesi, sosyal medyanın da aynı siyasal iletişim alanına dönüşebileceği, çünkü akıllı telefonlar ve bilgisayarların sosyopsikolojik alana bütünüyle dahil olmuş olan birer tekno-uzuv olarak konumlanmasıyla bu araçlar aracılığıyla sosyal medya ile bağlantı kurabilen her bireyin elektronik kamusal alan olarak iddia edilen alana erişiminin mümkün olabileceği fikrini doğurmuştur. Özetle sosyal medyanın kamusal alanın kökenleriyle olan benzeşimi çerçevesinde yorumlanması; Christian Fuchs, Slavoj Žižek, Zygmund Bauman ve Byung-Chul Han gibi birçok çağdaş filozofun konu üzerine yoğunlaşarak farklı görüşler belirtmesini sağlamış ve kimi düşünürler sosyal medyanın doğru politikalarla siyasal sistem içerisinde normatif bir kamusal temsiliyet alanı olabileceğini belirtmişlerdir. Ama detaylı irdelendiğinde sosyal medyanın kapitalist hiyerarşi içerisinde rekabet edebilen, birbirleriyle ilişkili, yoğunlukla reklam ve pazarlama gibi ticari amaçlar taşıyan bir dijital-sosyal sistemler bütünü olduğu görülebilir. Sosyal medya ağlarının ticari birer şirketler topluluğu olduğu kadar iktidarlarla kurmuş olduğu ilişkilerle de politika belirleyici bir medya hüviyetine bürünmesi; belirlenen özgün politikaların sosyal medyanın “demokratik” olarak nitelendirilen yapısında son kertede amoral davranmak zorunda kaldığı, çoğu zaman panoptik birer kontrol mekanizması içerdiği ve aynı zamanda gözetim ile toplanan kullanıcı verilerini belirli politik veya ticari çıkarlar gerekçesiyle değerli birer metaya dönüştürebildiği görülebildiğinden, kamusal alanla sosyal medyanın kurmuş olduğu ilişkinin antagonistik bir ticari ilişki bağlamına oturduğu genel olarak yaygın bir kanıdır (Fuchs, 2020: 360). İktidarların veya kapitalizmin geçmişte konvansiyonel medya ile kurmuş olduğu ilişkiler düşünüldüğünde aynı ilişki pratiğini sosyal medya ile de neoliberal iktidar teknikleri ekseninde etrafında da kurmak isteyebileceği beklenebilir. Özü itibarıyla Habermas'ın yarattığı kamusal alan nosyonunun genel olarak medya ile ilgili olan bir kavramsal çerçeve değil, tüm insanların katılımcı bir temelde eşitlikçi bir örgütlenme ile dahil olabileceği, kamuoyu çıkarları dışında gelişen her çatışmanın, ifadenin veya önerinin eleştirilebildiği bir ortak nosyonlar ve anlayışlar toplamını doğurabilecek bir paradigmayı öncelendiği açıktır. Yani *kamusal alan herkesin ya da hiç kimsenin*dir. Bu nedenle sosyal medyanın dinamik ve özgürlükçü görünen “görüntüsünün” ve kamusal alanla benzerliklerinin modern insanın yeni kültürü, koşulları ve bakış açısıyla yorumlanması iletişim sosyolojisi alanında

değerlendirmeye ihtiyaç duyulan güçlü ve yeni akademik bakış açıları doğurabilir. Sosyal medyada kamusal temsiliyetin nasıl olduğu ya da olması gerektiği konusunun kamusal alanın kökenlerinde ve sosyal medyanın güncel yapısında aranması önemli ipuçları barındırabilir. Bu kapsamda öncelikle kamusal alan nosyonu tarihsel perspektifle incelenmiş ve daha sonra bu kavramın sosyal medya ile geliştirmiş olduğu temsiliyet ve etkileşim alanı tartışılmıştır.

Kamusal Alanın Gelişim Süreçleri

Antik Yunan ve İyonya kültüründe *agora*, Roma İmparatorluğu kültüründe ise *forum* şekliyle görülen kamusal alan, 18. ve 19. yüzyıllarda ortaya çıkan teknolojik ilerlemeler ve bunun neticesinde faaliyet alanını genişleten kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile dönüşüme uğramış, devletler ve hegemonyanın ortaya koyduğu politikaları etkileyen güçlü bir iletişim-etkileşim alanı olarak, bundan sonra gelişen sosyo-ekonomik analizler için önemli bir katalizör görevi görmüştür. Bu güçlü paradigma değişimi ile kamusal alan ve burada güçlenen kamuoyu, köklü sosyolojik dönüşümlerin ve devrimlerin öncüsü kabul edilmiştir. Jean-Jacques Rousseau'nun kamusal alanda gelişen *kamuoyunu* “dünyanın kraliçesine” benzetmesi, kamuoyunun krallar ve hegemonya üzerinde tıpkı bir kraliçe kadar emperyal ve baskın etkileri olabileceğini göstermiş ve bu kapsamda “iktidar sahibi kralların tebaası değil; asıl krallar kamuoyunun kölesi durumundadır.” ifadesini genişleterek “hegemonyanın” bir nevi ortağı olduğunu ortaya koymaya çalışmıştır (Rousseau, 2011: 29). C. Wright Mills'in “özgürlük ve özgürce tartışabilme sosyolojisi” gibi liberal idealler üzerinden aktarmaya çalıştığı demokratik eğilim ve davranışlarla bir araya gelen bireylerin her birinin birer parçası olduğu kamuoyunun; fikirler, düşünceler ve kanaatler çerçevesinden kamusal alanda karşılıklı olarak gelişen tartışma ve eylem biçimlerini reel-politik düzlemde *yasal ve sistemsal bakıldığında hukuki* olarak nitelendirilebilecek bir kurumlar hiyerarşisini geliştirdiği açıkça görülebilir (Mills, 2017: 549). Bu genel tartışma kültürünün geliştirdiği yeni siyasal paradigma içerisinde doğan “parlamento”, kamuoyunu temsil eden bireylerin bir arada bulunup tartışabileceği yeni bir mikro kamusal alan modeli oluşturarak, erklerin şiddet ve zor kullanması yoluyla geliştirdiği yasa yapma edimini monarşik-hegemonik iktidar modellerinden almış, konuşma ve tartışma özgürlüğüne vermiştir. Parlamento, iletişim ve uzlaşının hâkim olduğu demokratik bir işleyişe sahip, “iletişime dayalı bir çekirdeği, özü” olan kabaca “halk iradesinin” temsili olarak yansıdığı formel, sağduyusal ve etkin bir yönetim kurumudur (Han, 2016: 59). Bu anlayışla gelişen parlamento “yasama ve yürütmenin” faaliyet alanı olmuş, söz konusu erklerin kullanımı da “*yargıyı*” kanun yapıcı ve koruyucu şeklinde tasarlamış ve *yasama, yürütme ve yargıdan* oluşan demokrasinin sac ayakları bu aşamadan sonra meşrulaşarak küresel anlamda yayılan bir yönetim biçiminin temel erkleri haline gelmişlerdir. (Mills, 2017: 549).

Frankfurt Okulu'nun son filozoflarından biri olan ve Marksist yaklaşımlarıyla bilinen Jurgen Habermas'ın (1997) “halkın bilgiyi ve farklı görüşleri paylaştığı ağ” biçiminde özetlediği kamusal alan nosyonunu Darren G. Lilleker, “tartışmaların yapıldığı alanı soyut

1 Fransızca “parler” sözcüğünden gelen parlamento kelimesi *konuşma, tartışma* anlamında kullanılır.

olarak ifade eden kavram” olarak tanımlar. Demokrasinin bir sosyal pratik haline gelmesini ve bunu temsilen parlamentonun doğmasını sağlayan bu siyasal olgu: “sosyal bilginin üretildiği, kamuoyunun oluşturulduğu ve hepimizin fikirler üreterek ve bu fikirleri paylaşarak katkı sağladığı varsayımına dayanan ve sosyal bir iletişim alanı olarak, insanların buluşup birbirleriyle fikir alışverişinde bulunmak yoluyla birbirini etkilediği herhangi bir yer olabilir.” Bu yaklaşımın ortaya çıkardığı sonuca göre kamusal alana dahil olan bireyler iletişim ve etkileşim sonucunda ortak *düşünceler ve fikirler* geliştirerek sosyolojik paradigmanın değişmesini, dönüşmesini ve aynı zamanda gelişmesini sağlar (Lilleker, 2016: 238-239). Jürgen Habermas bu çerçevede kamusal alanın oluşumunu bazı prensipler düzlemine oturtarak açıklamaya çalışmıştır. Ona göre bir kamusal alan için önce kamuoyu oluşmalı, tüm yurttaşların bu alana erişme imkânı olmalı, kamu yararının olduğu durumlarda toplanma, örgütlenme, görüş ve ifadeleri yayma gibi sınırsız bir etkileşim imkanı olmalı ve yönetimin nasıl olması gerektiği ve kuralları ile ilgili tartışmalar yürütülebilirdir (Habermas, 1997: 122-129).

Sanayi kapitalizminin Avrupa’da hızlı bir şekilde gelişmesi ve sınıfsal katmanlarının yeniden belirlenme süreci, kamusal temsiliyetin gelişme biçimini de etkilemiş ve kamusal alan tıpkı günümüzde sosyal medyada da olduğu gibi kültürel bir toplumsal ağırlık merkezine dönüşmüştür. Bu nedenle Jürgen Habermas’ın “burjuva kamusal alanı” olarak nitelendirdiği ara form, orta çağın skolastik paradigması altında gelişen feodalite sisteminin kamusal alanında ve hegemonya sahiplerinin *süzere*² baskısı altında gelişen sosyo-politik alanını değiştirmiştir. Habermas, burjuva kamusal alanın ortaya çıkışında gözlenen özellikleri ise şöyle ifade etmiştir:

“Diğer yandan, toplumun giderek ilgi alanına girmesiyle beraber pazar ekonomisi gelişmesinin basındaki üretim olgusu da özel alandaki yerel otoritenin sınırlarının dışında gelişmeye başladı, burjuva kamusal alanı, bireylerin kamusal organ içinde örgütlendiği özel bireylerin alanı haline geldi” (Habermas, 1997: 64).

Liberal sistemin temel doktrinini içeren *özgür irade* ile burjuva kamusal alanında bir araya gelen yurttaşlar, devlet hegemonyası ve toplum arasında ayrılmaya sebep olmuştur. Sosyal pratikler ve liberalizmin ilkeleri ile şekillendirilmeye başlanan ekonomik yapı, ortaçağda veya modern kapitalizm öncesinde siyasal alanı kontrol eden erkleri alışılmış sistemden *ayırıştırılmıştır* (Falay, 2014). Jürgen Habermas’ın ifade ettiği şekli ile ortaçağ kamusal alanı, temsili bir özelliktedir ve politik işlevselliğinden farklı olarak feodalitenin yarattığı otoriter duruma eğilim göstermektedir. “Yani iktidarın mühür gibi sembolist egemenlik nesnelereyle temsil edildiği ama kesinlikle yönetilenlerin tarafında olmayan ve bu yönüyle de burjuva kamusal alanından tamamen farklı bir yapıdan bahsetmek mümkündür” (Habermas, 1997). Bu nedenle “burjuva kamusal alanı anlamındaki temsiliyet, mesela ulusun veya himaye altındaki belli kesimlerin temsili, bir yöneticinin somut varlığıyla doğrudan bağlantılı olan

2 Ortaçağdaki feodalite sistemini kontrol eden feodallerin oluşturduğu soylulardan oluşan yönetici sınıfını ifade etmektedir.

ortaçağın *temsili kamusal alanından* farklıdır” (Habermas, 1997).

Londra’da bulunan Hyde Park’taki serbest siyasal kürsüler veya Paris’te yer alan Şanzelize Bulvarı’ndaki kafelerde tartışılan fikirler “özgür ve eşit” kamusal alanı çağrıştıran davranışlar, kitlesel bir etki yaratarak temsili kamusal alanlardan burjuva kamusal alanlara doğru hareketin ilk aşamalarını meydana getirirler. Öte yandan bu paradigma değişiminde sadece kafelerin etkisi olmamış; temsili kamusal alanda gerçekleşen iletişim, fikirlerin karşılıklı olarak etkileşmesi ile kısmen entelektüel, edebi veya sanatsal bir nitelik kazanarak mülkiyet sahibi ve eğitilmiş olan burjuvazinin dahil olduğu tiyatrolar, birahaneler ve okuma salonları gibi farklı kamusal alanların da üretimi olan politik sistemde fenomenolojik ve pozitivist bir etki bırakmıştır. Sadece Avrupa’da değil, Çin gibi geleneksel kültürlerde de gelişen Çengdu çayevleri gibi kamusal alanların ve bu olgunun teorik açıklamalarının sadece Batı ile sınırlı olmadığını ve oldukça evrensel bir gelişim alanı bulduğunu da gösterir (Fuchs, 2020: 321). Burjuva kamusal alan kendine özgü nitelikleriyle, akraba ve aile arasında gelişen etkileşimlerin de ait olduğu *özel* alandan sosyolojik alana doğru çağdaş bir nitelik elde etmiştir. Burjuva kamusal alanının yükselmesi, coğrafi keşiflerin başlaması ve buna bağlı olarak sanayi devrinin gelişmesi gibi iktisadi kavşak noktalarında meydana gelen yeni sınıfsal sistemde yalnızca ekonomik gücünde artış sağlayan burjuvaziye bağlı olarak değil; rahip, akademisyen, yazar gibi *düşünce adamlarının* var olmasına da bağlıdır. Burjuva kamusal alanı, bu yeni kozmopolit sosyal paradigma ile şekillendirilmiştir. En başta yalnızca edebi nitelikleriyle gelişen bu proses, yapısı itibariyle politik iktidarın varlığına karşı bir tavır göstermez (Odabaş, 2018).

Burjuva kamusal alanların bu praksis ile şekillenmesi süreci doğal olarak sınıflar arası “eşitsizlik” içermektedir. Fakat tartışma ve fikir çatışması alanlarını da içeren “sokak,” kamusal alanın transformasyonu ve hacim kazanması için mekânın kendisini çok önemli bir paradigma alanı haline dönüştürmektedir. Henri Lefebvre’ye (2013) göre de *sokak*, toplanma ve “buluşma” noktasıdır ve sokak olmadan tiyatro, kafe, edebiyat salonları gibi yerlerde buluşmak imkansızdır. Fikirlerin ve düşüncelerin karşı karşıya geldiği iletişim ve diyalogun oldukça aktif olduğu bu lokal mekânda, *iknanın, algının ve örgütlenme biçimlerinin* toplumsal alana doğru bir hareket alanı kazanması sokağı çok önemli bir yoğunlaşma zemini yapar. “Gerçekte sokak, ...fonksiyonları da içermektedir: bilgilendirici, sembolik... sokaklarda, insanlar karşılaşmazlar, birbirlerine yaklaşırlar” (Lefebvre, 2013: 22-23). Ontolojik olarak gelişen bu olgunun sokağın rastgeleliği ile eşitsiz olan kastlar arasında etkileşim-iletişim için *yeteri kadar* olmasa da uygun bir mekânsal zemin olarak değerlendirilebileceği fark edilebilir.

Lefebvre’nin idealize ettiği *sokakta* gerçekleşenler Jurgen Habermas’ın tanımladığı gibi karşılıklı iletişimin yoğunlaştığı, herhangi bir politik ya da kapitalist hegemonya odaklı otoriteryen yapıların etkisi altına girmeyen kısmen küçük, bağımsız ve yazılı medyanın bir şekilde var olabildiği ve bunun da etkisi ile kitlesel iletişimin odaklandığı insicamlı bir tartışma alanıdır. Habermas, bu alanı otoritenin kapsama alanı çerçevesinden inceleyerek burjuva kamusal alanının, “devlet otoritesinin eleştirilebildiği, devletin de enforme edilmiş

ve muhakeme edebilme gücüne sahip bir kamunun önünde kendini savunabildiği bir forum” (Habermas, 1997: 241) şeklinde tarif etmiş ve bizzat hâkim devlet aygıtının da bu alanı tahakküm altına alan bir organizma değil bu alanın “parçası” olduğunu göstermiştir. Buradan hareketle hala politik ya da iktisadi otorite açısından devlet aygıtı, kamusal alanı kontrol edememiştir.

Kamusal alanda cereyan eden sosyal iletişimin Avrupa’yı etkisi altına alması, bazı etik değerler silsilesini de içeren sosyolojik fikirlerin güçlenmesine sebep olmuş; adalet, eşitlik, özgürlük ve bu kapsamda gelişen demokrasi gibi nosyonların toplumun temel ilkeleri olarak konumlanmasını sağlamış ve yeni yeni gelişen modernist yaşam tarzı ve düşüncelerin bu kamusal alanın “natürel” içerikleri olarak konumlanmasıyla toplumsal paradigma bu çerçeveden şekillenmeye başlamıştır. Bu nedenle 18. yüzyıl “burjuva kamusal alanı” devlet iktidarı ile ağırlıklı olarak sosyo-ekonomik kaygılar içeren bireylerin *özel alanı* arasında kalmış olan informel bir kamusal alandır. Arada kalmış olan bu bölge, ortaya çıkan tartışmaların ve reform isteği içerisinde olan toplumun, bizzat devlet bürokrasisi içinden teşvik edildiği bir etkileşimi işaret eder (Gestrich, 2006: 418). Jurgen Habermas’a göre 19. yüzyıl kamusal alanı ise sokakta bulunan mekanlarda meydana gelen parlak tartışmaları ve fikir alışverişlerini yapısal olarak transforme etmiştir. Bu faaliyetin kamusal alanı oldukça politik bir niteliğe kanalize ettiği görülebilir. Politik bir faaliyet alanına dönüşen *kamu* hâkim siyasal iktidar ile buna muhalefet eden tarafların kitle iletişim araçları aracılığıyla bir çeşit “çatışma” cephesine dönüşmüş, bu anlayışlar bütünü konvansiyonel medyayı da tıpkı bir silah gibi metalaştırmıştır (Odabaş, 2018). Neoliberal tarzda gelişen bu metalaşma süreci altında bireyler medya aracılığıyla atomize edilmiş hem iktidar hem de çoğu zaman muhalefet tarafından sadece siyasal çerçeveden değil, tüketim gibi yeni kapitalist paradigmanın en önemli ilkeleri tarafından da şekillendirilmeye başlamıştır. Farklı cephelerde savaşıyor olsalar da iktidar ya da muhalefet odakları, medyanın da kendisine oldukça güçlü bir alan açtığı sokakta ve bu tüketim alanlarında kitleleri diledikleri gibi siyasallaştırma olanağı elde etmişlerdir. Henri Lefebvre idealize ettiği sokaktan çok daha farklı olan ve 19. yüzyıl kamusal alanını içeren sokakta gerçekleşen bu etkileşimi şu şekilde özetlemiştir:

“Sokak, tüketim için / tüketim tarafından organize edilen bir şebekeye dönüşmüştür. Tüketimin neokapitalist tarzda örgütlenmesi, gücünü sokakta gösterir” (Lefebvre, 2013: 24).

Kitle iletişim araçlarının propaganda becerisi sebebiyle siyasal davranışların yanı sıra politik karar alma mekanizmalarını da şekillendirmesi, medyayı bu sürecin sonunda iktidarın “ortağı” haline getiren konjonktürel bir paradigma değişikliği yaratmıştır. Aynı zamanda reklam ve sermaye arzını kontrol edebilen neokapitalist güçler ile siyasal iktidar arasında hem bir duvar hem de bir iletişim kanalı görevi gören medya, bu iki otorite arasında gelişen hegemonik ilişkileri de düzenleyen bir ara bulucu haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının kamusal alanda ticari ve mali kaygıları olan bir aktivite biçimine gelmesi ise yazılı ve sözlü basını ya apolitize ya da depolitize etmiş; içerik, reklam ya da tiraj kaygısı güden

bireysel ve sansasyonel şirketlere benzetmiştir. Bir zamanlar iletişim, etkileşim, eleştiri ve tartışma çerçevesinde gelişen parametrelerle kitleleri biçimlendiren kamusal alan, kültür endüstrisinin etkisiyle geliştirilen tüketim ürünlerinin ticari faaliyet alanına dönmüş, reklam ve pazarlamanın gücü ile kamusal alanı bir tüketim alanına dönüştürmüştür (Thompson, 1997: 244-245). Sonrasında teknolojinin ve aynı hızda gelişen iletişimin bir endüstrisi olan medya, önce bir paydaş olarak konumlandığı kamu alanını hızla kendisine bağımlı bir alan haline getirmiş, iktidarla ilişkilerde “medyanın kamusal düşünceyi ifade eden bir araç” biçiminde konumlandığı *yanılsaması* nedeniyle kamuya hesap vermesi gereken politik gücü, bu zor olan konjonktürden kurtararak, kamuyu “seyirci” konumuna yerleştirmiştir (Odabaş, 2018). Radyo ve televizyonun keşfinden sonra bu alanlarda meydana gelen “yeni ve farklı” iletişim; bireylerin *konuşma, cevap verme ve karşı çıkma* ihtimalini ortadan kaldırarak, kamusal alanın alışılacelmış süreçlerinden farklı bir biçimde tartışma ve fikirleri karşılaştırma şeklinde gerçekleşen olağan akış yürütme faaliyetlerini kısıtlamış ve artık yerini “haz” ya da “heves” takasına bırakmıştır (Habermas, 1997: 294-295).

Özetle medya ve kitle iletişim araçlarının 18. yüzyılda kolektivist bir yaklaşımla gelişen “burjuva kamusal alanını” etkileyerek 19. ve 20. yüzyılda gelişen kamusal alan yapısına içkin; propaganda, tüketim ya da otorite odaklı bir kamusal alana dönüştürmesi, hâkim iktidarın kontrol ettiği veya kontrol etmek istediği “sözde” bir kamusal alan yaratmıştır. Sarıbay, bu sebeple: “Özellikle elektronik medya; 19. yüzyılın bir hediyesi olan ve sanayileşmenin bir ürünü olan bireyi kendi benliğine dönmeye zorladı, kamusal alanı boşalttı. 20. yüzyıl ise bunu tamamen doruk noktasına çıkardı” (Sarıbay, 2000: 31-32) şeklinde ifade ederek artık kamusal alanda geniş bir etki alanına sahip olan konvansiyonel medyanın gücünü göstermeye çalışmıştır. Habermas ise radyo ve televizyonla gelişen kamusal alanın konvansiyonel medya ile transforme edilmesini orta çağdaki feodalite sistemi ile günümüz arasında bir analogi kurarak “yeniden feodalleşme” biçiminde kavramsallaştırmıştır (Habermas, 1997: 196-201). Bu aşamadan sonra artık medya ve kitle iletişim araçlarını kontrol edebilenler *süzeren*, seyirciler ise *vasal*³ olarak görülebilir. İşitsel ve görsel medyanın etkisi ile yeni yeni şekillenen bu feodal güç modeli, zamanın ve mekânın etki alanından gittikçe uzaklaşarak yeni bir çeşit *sanal vasal* ortaya çıkarmıştır. Philips Schlesinger’ın ifade ettiği şekli ile edilgen olan “seyirci,” televizyon ekranı ve radyo sesi karşısında sanal bir biçimde kurgulanmış olan “hayali bir topluluktur” (Lilleker, 2013: 50). Güvende olma kaygısı sebebi ile *erk ya da zor* kullanma yetkisini asillere *fief sözleşmeleri* ile devreden kamusal kitleler, işitsel ve görsel medyanın güç kazandığı modernizm çağında da *gücü*, Lippman (1992) tarafından derinleştirilmiş bir nosyon olarak kabul edilen “rızanın imalatına” yani dolaylı olarak propagandayı ve tüketimi de yönetme iradesine sahip olan hegemonyaya bırakır (Lilleker, 2013: 50). Politik ekonomi alanında söz sahibi olan Thorstein Veblen’e göre ise hegemonyanın bu paradigmanın etkisi altında ilerleyebilmesi için gerekli olan başka bir anlayış ise “istekleri üretmektir” (Veblen’den Aktr., Chomsky, 2017: 130). Byung-Chul Han

3 Ortaçağdaki feodalite sisteminde soyluların kontrol ettiği köylüler, köleler ve sıradan insanlardan oluşan halkı ifade etmektedir.

da bu durumu “sermayenin iktidarına gösterilen rızanın adı, şimdi tüketimdir” biçiminde ifade ederek medya ile gelişen sosyolojik paradigmanın sermaye ve tüketimi içeren genetik kodlarını vurgulamıştır (Han, 2018: 70). Kamuoyunu bu çerçevede ikna etmek için gerekli olan propagandanın kitle iletişim araçlarının yardımıyla çok kolay bir şekilde kamusal alana nüfuz edebileceğini ifade eden Herman ve Chomsky ise, “düşünce kontrolü ve telkinin” hâkim iktisadi anlayışın politik beklentileri doğrultusunda bireyi hem tüketime hem de kritik kararlara “ikna etmeyi” temel amaç olarak konumlandığını ifade eder (Herman ve Chomsky, 1988: 2). Yani özetle “*medya neyi düşüneceğinizi değil ne hakkında düşüneceğinizi söyler*” (McCombs ve Shaw, 1972). Medya şirketlerinin sermaye odaklı gerçekleşen ortaklık yapısı ve bu eksende meydana gelen tekelleşme süreci, politik iktidarı da etki altına alarak güçlü yasal mevzuatlarla “algının” çok boyutlu kozmik sistemini de etkilemiş (Chomsky, 2003: 220), kamusal alanın kontrolünü demokrat eğilimlerle sağlama potansiyeline sahip olan medyaya sermaye odaklarının hâkim olmasını sağlamış ve kamu yararı manasında pozitif olması düşünülen gelişmelere de engel olmuştur (Çalışkan, 2014).

Guy Debord’un da konvansiyonel medya ile dönüşüm gösteren kamusal alanın niteliklerinin belirlenmesinde önemli bazı tespitleri bulunur. Ona göre kitle iletişim araçları toplumsal alanı işgal etmiş olan “basit el aletleri toplamıdır.” Bu nedenle medya ve kitle iletişim araçları özünde “taraf tutan” ve kendi tabiriyle “gösterinin” devamını sağlayan teknik sistemlerden oluşur. Kamusal alanda kişilerin ihtiyacı olan nitelikli bilginin, toplum veya devlet otoritesi ile bireyler arasında “o an” gerçekleşmesini sağlayan kitle iletişim araçlarının -özellikle radyo ve televizyon düşünüldüğünde- iletişim faaliyetini tek yönlü bir biçimde kanalize etmesiyle otoritenin sahip olduğu erki “iletişimi kontrol altında tutan” ve yönetim gücünün devamını sağlayan bir araca dönüştürür. Gösterinin kiteselleşen özelliği, toplumsal iş bölümü ve sınıf tahakkümünün ürünü olan “çağdaş devletin” gelişim süreçlerinin ve süregelen sosyo-kültürel evrimleşmenin bu dönemdeki parçasıdır (Debord, 2018: 40-41). Kamusal alanın 20. yüzyıla kadar olan dönüşümü 21. yüzyılda internet çağının etkisi altına girmeye başlamış ve amorf özelliklere sahip olan kamusal alan ve sosyal medya arasında gelişen simbiyotik ilişki kamusal alanın nasıl yorumlanması gerektiği konusunda farklı yaklaşımların doğmasına sebep olmuştur.

Sosyal Medyanın Yapısal Dönüşümü

20. yüzyılın son dönemleri ile 21. yüzyılın başları, yayılarak büyüyen ve kiteselleşen elektronik devriminin küresel etkilerinin yoğun olarak hissedildiği bir dönemdir. Dolayısıyla modern toplumun bu dönemde meydana gelen dönüşümünde sosyal medyanın yapısal etkisinden söz edilebilir (Van Dijk, 2000: 63). Bu çerçevede internetin “yeni medya” biçiminde konumlanması medyanın içeriğini de etkilemiştir. İnternet “radyo, televizyon ve gazete gibi” konvansiyonel medya parçalarının da içeriklerini kapsayabilecek niteliktedir. Fakat sorulması gereken asıl soru internetin “bir yer değiştirme ilişkisi mi, yoksa bir eklemlenme ilişkisi mi?” olduğudur (Demircan, 2019).

“İnternetin geniş kitleler tarafından kullanılmaya başladığı bir dönemde hala eski kitle iletişim araçlarının, eski üretim tarzlarının ve eski toplumsal biçimlenimlerin var olması ile internet ne kitle iletişim araçlarının yerine geçmiştir, ne de toplumsal biçimlenimi değiştirecek bir unsurdur. Sayısal devrim ile var olan kitle iletişim araçlarının kullanım alanı genişlemiş ve enformasyon nicelik olarak artmıştır” (Yaşın, 2002: 98).

Manuel Castells’in “enformasyonel kapitalizm” şeklinde isimlendirdiği iletişim teknolojilerinin yeni hali paralelinde gelişen ve bu çağın bir ürünü olarak ifade edilen “ağ toplumu” nosyonu, kamusal alan tartışmalarının temelini oturmuştur (Çalışkan, 2014). İnternetin bir ürünü olan “sosyal medya” ise iletişim teknolojilerinin yarattığı tartışmaların ve eleştirilerin odağına dönüşmüştür:

“Yeni iletişim teknolojileri, bu tarihlerden sonra yaşanan ekonomik ve toplumsal dönüşümleri analiz için geliştirilen birçok kuramsal çalışmada merkezi bir konuma yerleştirilmiştir” (Van Dijk, 2000: 6-7).

Tüketim toplumunun sosyal medya ile kurduğu simbiyotik ilişki Walter Lippman’ın (1992) kavramsallaştırdığı “rızanın imalatı” ile yorumlandığında günümüz sosyolojisinin informal kodlarını ortaya koyar. Çakır’a göre de genişleyen bu kültür, toplumsal bağlamda tüketim açısından rızaları tekrar tekrar üretir ve sosyal medyayı da bu üretim sürecinin fabrikası haline getirir (Çakır, 2013: 15). Zor yoluyla gerçekleşen iktidardan farklı olarak gelişen bu iktidar türü “olumluluğa” içkindir. Byung Chul-Han’a göre bu iktidar dinamiği bir şeyleri kitlelere zor kullanarak yaptıran iktidarlardan çok daha etkilidir. Bu iktidarın mührünü Like/Beğendim simgesi ile kavramsallaştıran Byung Chul-Han, tüketim ve tahakküm ilişkilerine arzu ederek dahil olan bireyin neoliberal kapitalizmini “beğendim kapitalizmi” olarak adlandırır. Haz ve bağımlılık gibi içgüdüsel eğilimlerle son derece doğal bir şekilde “öylece gerçekleşveren” bu istekler sistemini toplumsal geleceğin inşası açısından tehlikeli bulan Han, bu nedenle genel bir temennide de bulunur. “İstediğim şeyden koru beni” (Han, 2019: 24-25).

İletişimin “ideoloji” ve dolaylı olarak iktidarla kurmuş olduğu ilişkiden yola çıkılırsa enformasyonun ulaşmış olduğu hız, iktidarı özel ve kamusal ayrımı olmadan toplumsal dinamiklerin kılcal damarlarına sızabilecek kadar *sıvılaştırmıştır*. İktidarın toplumsal yaşam üzerindeki iktisadi etkisi ilkin *var olma* üzerine çerçevlendirilirken sanayi devrimi ile zamanla *sahip olmaya* doğru bayağılaşan bir nitelik kazanmaya başlamıştır. Bugün ise artık sahip olmaktan çok “*gibi görünmeye*” doğru lineer bir akış ve iktidar tahakkümü söz konusudur (Debord, 2018: 38). Sosyal medya ise akışkan bir nitelik kazanan enformasyonun, iktidarın hatta iktisadın somutlaştığı ve interaktif bir şekilde bireyi de bünyesine aldığı *sanal ağlardır*. Papacharissi de Twitter üzerinden sosyal medyayı yorumlarken bu yeni medyayı “kişisel siyasal olanla ve özü devlet ve toplumla bağladığı için izolasyon değil bir bağlantı alanı” olduğu çerçevesinden inceler (Papacharissi, 2010; 164). Fuchs’un bu bağlantı alanının “dijital işçileri” olarak adlandırdığı sosyal medya kullanıcıları; toplumsal ilişkiler, ağlar, bağlantılar, içerikler, profiller yaratan *üretken tüketicilerdir* (Fuchs, 2015: 404-405).

Üretken tüketicilerin var ettiği sosyal medyanın “elektronik agora” olarak ifade edilmesi kamusal alanın niteliği konusunda birçok tartışmaya da zemin hazırlamıştır. Bu nedenle özellikle Facebook ilk başta sosyal medyanın kamusalılığı tartışmalarında önemli bir aşamadır. Bu yeni alanın doğuşuna olmasa da yaygınlaşmasına en önemli katkıyı Facebook’un kurucusu Mark Zuckerberg’in yaptığı kabul edilebilir. Harvard’da okurken arkadaşlarıyla internet üzerinden iletişim kurmanın yollarını arayan Zuckerberg, Harvard’ı terk ettikten sonra Facebook’u kurmuştur. Facebook “insanlara topluluk oluşturma” gücü vermeyi kendisine misyon olarak belirlemiş ve hedef olarak da “dünyayı birbirimize daha yakın olduğumuz bir yer haline getirmeyi” göstermiştir:

“Kullanıcılar fotoğraflarını, kişisel ilgi alanlarını, iletişim bilgilerini ve diğer kişisel bilgilerini içeren profiller oluşturabilir. Kullanıcılar, özel veya açık mesajlar ve sohbet özelliği sayesinde arkadaşlarıyla ve diğer kullanıcılarla iletişim kurabilir. Aynı zamanda gruplar ile bazıları reklam amacıyla şirketler tarafından oluşturulan, “beğenilen sayfalar” kurabilir veya bunlara üye olabilirler” (Lyon ve Bauman, 2018: 38).

Bu kapsamda sosyolojinin dijital eğilimi üzerine Michel Foucault’nun itiraflar metaforu üzerinden David Lyon ve Zygmund Bauman (2018) bir sosyal medya tartışması oluşturur. Foucault’nun düşüncelerini çerçeveleştirerek tartışmayı başlatan Bauman ve Lyon, özellikle Foucault’nun *itiraf* söyleminin doğal yaşam içerisinde birtakım olaylar ve durumlar neticesinde gerçekleşen normal ama sıradan olmayan bir davranış biçimi olduğundan söz ederken, bunu çoğu zaman nadiren görebildiğimiz *dürüstlüğün en mahrem şekli* olarak açıkladığını belirtir. İtiraf olgusu üzerinden bir kategorizasyon oluşturan Foucault; bir dini itirafı, muhafazakâr niteliğe sahip toplumlarda metafiziksel kaygılar taşıyan bireyin bir çeşit rahatlama çabası olarak kabul ederken, pozitivizm etkisi altında, seküler ve bilimsel yaşama uyum sağlayan bireylerde gerçekleşen itirafın ise metafiziksel kaygıların aksine zihinsel sağlık için gerekli olan bir rahatlama endişesinin sonucu olduğunu ifade eder. Bu iki paradigma altında da birey proaktif bir şekilde kendini izleme ve gözetleme durumundadır. Bu noktada sosyal medyada Lyon ve Bauman’a göre çoğu zaman özel alana içkin bir şekilde paylaşılan “postların” itiraf olarak kabul edilip edilmeyeceği ve bu paylaşımların kamusal alana mı, yoksa özel alana mı dahil olduğu tartışma konusudur.

Foucault bu olguyu özellikle dini itiraf çerçevesinden açıklamaya çalışırken Hristiyanlık dinindeki günah çıkarma ritüelini bir analogi olarak kullanır. Bu kapsamda Foucault, Hristiyanlıkta çok sık kullanılan ve önemli bir ritüel olan günah çıkarmanın oldukça alçak gönüllü bir eylem olduğunu belirtir. Fakat Bauman ve Lyon sosyal medya postlarının ise kamusal ve kamusal alanla ilgili olduğunu ve bireylerin çoğu zaman sosyal medyadaki ifşa ve itiraflarının “günah çıkarmaya” kıyasla hiç de alçakgönüllü bir davranış biçimi gibi görünmediğini ifade eder. Bunun nedenini ise sosyal medyada topluluk için oluşturulanların, özellikle *okunulması veya görülmesi* için yayınlanmasıdır. Özellikle reel-politik düzlemde *sıradan* bir davranış biçimi olmayan ifşaat ya da itirafların sosyal medya paylaşımlarında

ilgiyi üzerine çeken, meraklandırıcı bir “pazarlama aracı” işlevini gördüğünü belirtir. Bauman, Foucault’nun düşüncelerine paralel olarak modernitenin en önemli keşiflerinden biri olan mahremiyeti, bireyler için hem galibiyetin hem de yenilginin başlangıç noktası olarak görürken, ona göre bu durum bir çeşit *Pirus zaferidir*. Sosyal medyada itiraf bu nedenle popülizm uğruna gizliliği de örseleyen bir sonucu doğurur. “Özel alana içkin olan gizlilik, mahremiyetin sınırlarını belirlerken mahremiyet ise özel alanın bölünmemiş olan özerkliğinin simgesidir” (Lyon ve Bauman, 2018: 39). Ancak bu yeni ruhsal durum mahremiyet olgusunun da kamusal alanın tekeli altında görünür olmasını sağlayacak ve ideal olması gereken kamusal temsiliyet alanında bireyin ve hatta toplulukların kendilerini göstermek isteyeceği bir “meta” olarak konumlandıracaktır. “Kişisel bilgilerin değiş-tokuşu” şeklinde de olgusallaştırılan sosyal medyada paylaşım yapanlar; bilgi göndermekten, özel hayata içkin olan fotoğraflarını göstermekten ve hayatlarını ifşa etmekten “oldukça mutluymuş” gibi görünmektedir. Bunun nedenini Bauman şu şekilde açıklamaya çalışır: “Sır tutmaktan hiçbir zevk almıyor gibi görünüyoruz” (Lyon ve Bauman, 2018: 40-42). Bauman özellikle bu sonuca “tüketim toplumu ve popüler kültürün etki alanı” çerçevesinden açıklayarak ulaşır. Tam da bu noktada Byung-Chul Han’ın da tespitleri Lyon ve Bauman’ın tespitleriyle oldukça uyumlu görünmektedir:

“İktidar gözetleme işini bireylere devrederek verimliliğini artırmış olur. Like/Beğendim dijital “Amin”dir. Like’ı tıklarken iktidar düzenine tabi kılarız kendimizi. Akıllı telefon sadece etkili bir gözetleme aracı değil, aynı zamanda taşınabilir bir günah çıkarma sandalyesidir. Facebook dijitalin kilisesi, sinagogudur. (Han, 2019: 22).

Sosyal medya ağları kolektif bir tutum ya da toplumsal bir amaçla ortaya çıkmış ağlar değildir. Dolayısıyla sosyal medya ağlarının üslubu ve dili bireyseldir. Sosyal medya ağlarının asıl gücü bu ağları kullanan sosyal ve toplumsal hareketlerin bu medyayı kullanma biçiminde yatmaktadır. Kamusal temsiliyet açısından değerlendirildiğinde sosyal medyada meydana gelen örgütlenmeler çoğu zaman *gerçek* bir sorunun etkisiyle gerçekleşmiştir. Mısır’dan İspanya’ya, ABD’den Türkiye’ye meydana gelen bütün toplumsal hareketlerin çıkış düzlemleri sosyal, ekonomik veya siyasal gerekçelerdir. Bu hareketler sanal olmayan kaygılar üzerinden örgütlenmiş ve ortaya çıkmış sosyal hareketlerdir. Bu bağlamda daha önce zamandan ve mekânın tekeline kurtulmadan gelişen “sosyalleşmenin”, artık dijital dönüşüm ile “öfke, utanç, gurur, itiraf” temalı paylaşımların yapılarak iletişimin sağlandığı; arzu, hırs ve heveslerinde tüketim toplumunun yansıtıklarıyla beraber paylaşım yapabilmenin birer “itkiye” dönüştüğü bir sosyal alanda geliştiği görülmektedir (Fukuyama, 2015: 18-19). En hümanist değerler çerçevesinden yorumlandığında bile birer metaya dönüşen insan, sosyal medyada “hem malların tanıtıcısı hem de malın ta kendisidir.” Bu yeni sosyal pazarda özne; satış elemanı, pazarlama elemanı, tacir, üretici hatta satılan “üründür.” Sosyal medyada bireyin amacı kendisini bu yeni pazarda bir ürünmüş gibi konumlandırarak talep ve müşteri ağı oluşturmaktır. Tüketim toplumunun sıradan insanları da bu aşamadan sonra birer tüketim metasına dönüşür (Lyon ve Bauman, 2018: 45-47). Yani kamusal temsiliyet ile ilgili olan örgütlenme çoğu zaman bireylerin ruhsal durumunun gölgesinde gelişen bir davranış biçimi olabilir.

Richard Sennett'in "kamusal insanın çöküşü" olarak ifade ettiği özel alanın kamusal alana dahil olma süreci tam da bu noktada sosyal medyanın zaman ilerledikçe evrimleştiği yapısal dönüşümü de açıklamaya yardımcı olabilir. Sosyal medyaya dahil olan bireyler çoğu zaman yalıtılmış binalarda hayatlarına devam etmekte ve genel olarak toplumsalı oluşturması gerekenler dışarı çıktıklarında Lefebvre'nin sokaklarıyla değil, artık iş ve ev arasında geçip gidilen sokaklarla karşılaşmakta ve sosyal paylaşımın olmadığı sürekli olarak tüketilen mekanlarda yabancılaşmaktadır. Sosyal medyanın getirdiği yenilikler ve bireyin "haz" alışverişine yönelik tasarlanmış mimarisi, çoğunlukla bir özel alan olan "evin" mahremiyetini de yozlaştırarak kişiyi toplumsalın bir parçası olmaktan çıkarmış, sokağın mekanlarına dahil olduğunda bile sadece kendisi ve bir uzvuymuş gibi "akıllı telefonu" ile ilgilenen hedonist ve transhümanist bir birey yaratmıştır denilebilir. Özetle Sennett'e göre modernizmin etkisi altında gelişen kentler içerisindeki kamusal alanların "kullanılacak değil, geçip gidilecek bir alan" olarak tasarlanması, bireylerin kamusal alandan çekilerek özel alana doğru lineer bir eğilim içerisine girmesine neden olmuş ve modern birey psikolojisi çerçevesinden değerlendirildiğinde "kendilerine ait olan sanal bir dünya" oluşturma noktasında sosyal medya reel-politik alana karşı aktif bir direniş alanına dönüşmüştür (Sennett, 2020: 28).

Taşınabilir akıllı elektronik "itiraf" araçlarıyla bağlantılı bir şekilde hareket eden öznelere olduğu bu toplumsal paradigmanın; "bir zamanlar özel olanı, kamusal olandan ayırmış olan sınırı yok etmesi, özel olanın kamusal alana ifşasını toplumsal bir erdem ve yükümlülük haline getirmesi ve özel sırta indirgenmeye direnen her şeyi, onlara içini dökmeyi reddeden herkesle birlikte kamusal iletişimden silmesiyle kötü bir şöhret kazanmıştır" (Lyon ve Bauman, 2018: 43). Bu yeni toplumsallaşma çerçevesiyle uyumlu hareket edemeyen kişiler, popülizmin bir üretimi olan tinsel dönüşümden ötürü, bir çeşit "sosyal ölüme" yaklaşmış gibi hissedebilmektedir.

Peki özel alan ile kamusal alan arasındaki sınırın de facto bir sınıra dönüştürülmesinde yatan temel motivasyon nedir? Bu sorunun yanıtı, Bauman'ın *Kapımızdaki Yabancılar* (2018) adlı eserinde ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır. Bu bağlamda, sınır oluşturma sürecindeki psikolojik, sosyolojik ve politik faktörlerin analiz edilmesi, toplumsal hayatımızın çeşitli yönlerini anlamak açısından önemlidir.

Bauman'ın (2018) belirttiği gibi, tarihsel medeniyet sürecinde daha önce hiç yaşanmamış olan bu mistik tecrübe, iki ayrı boyutta gerçekleşmektedir: *çevrimdışı ve çevrimiçi dünya*. Bu iki farklı yaşam alanı arasındaki geçişler, anlık ve de facto geliştiğinden, bireyler çoğu zaman her iki boyutta aynı anda bulunma imkanına sahiptirler. Örneğin, bu bireyler Facebook veya Twitter aracılığıyla binlerce kilometre ötedeki bir arkadaşla sohbet edebilirken, aynı zamanda aileleriyle akşam yemeğinde oturup aile meselelerini tartışabilmektedir. Ancak, bilerek veya bilmeyerek, o an ilgi duyulan olay veya olgunun yapısına göre, bireyler bu iki boyut arasında seçim yapmak zorunda kalırlar. Öte yandan, olgusal olarak değerlendirildiğinde "çevrimdışı" dünyada bireyler ya kontrol altında olur ya da koşulları kontrol altına almakla meşgul olurlar. Bireyler, haklarını korumak ya da koşulların sosyal prensiplerine göre istenen ve beklenenlere

uygun bir denge sağlamak zorundadırlar. “Çevrimiçi” dünyada ise, doğrudan kontrol bireyin elindedir. Bireyler, gündemi belirleyen, ödüllendiren ve cezalandıran aktörlerdir. Bauman, bu durumu ise “*Offline dünyaya aitim, fakat online dünya bana ait*” (Bauman, 2018: 84-85) şeklinde ifade etmektedir. Çevrimiçi dünya, kişisel isteklere uyarlanabilir bir ortam yaratmıştır. Ancak bu durum, çevrimdışı dünyada karşılaşılan sosyal gerilimleri ve gerçek hayatta karşılaşılan zorlukları ortadan kaldırmaz. Tersine, bu yeni dünya, bireylerin sosyal etkileşimlerine yeni bir boyut eklemekte ve bireylerin kendi kimliklerini çevrimdışı dünyada var olan sosyal normlara uygun hale getirirken aynı zamanda çevrimiçi dünyada yeni bir benlik yaratmalarına olanak tanımaktadır.

Bu çerçeveden değerlendirildiğinde çevrimiçi dünya, çevrimdışı dünyanın zorlu sorunlarından kaçışın ve rahatlamamanın bir yolu olarak görülebilir. Bu dijital ortam, psikolojik açıdan bireylere güvenli ve rahat bir his vermekle birlikte, çevrimdışı dünyada karşılaşılan zorluklarla başa çıkma konusunda çözüm üretmekten ziyade sadece *geçici bir kaçış* sunar. Zygmunt Bauman’ın ifadesiyle, çevrimiçi boyutun seçilen görevleri yerine getirmek konusundaki esnekliği, çevrimdışı dünyadaki zorlukları aşmak için sağlanan bir avantajdır. Çevrimiçi dünyada, herhangi bir tercih veya seçim kalıcı değildir ve herhangi bir terslik veya başarısızlık telafi edilebilir. Çevrimdışı dünyadaki sorunlar ne kadar zorlu ve karmaşık olursa, çevrimiçi dünyada sunulan basit ve risksiz çözümlere bağlanma eğilimi o kadar artar. Bu nedenle, çevrimdışı dünyada karşılaşılan zorluklar ve zorlayıcı davranışlar arttıkça, bireyler çevrimiçi dünya tarafından sağlanan cazip çözümlere daha fazla yönelebilirler. (Bauman, 2018: 86).

“Yapılan bir araştırma, birçok internet kullanıcısının kendilerini gerçek dünyanın ses ve görüntülerinden uzaklaştırmak için internete başvurduğunu gösteriyor. Oluşturulan konfor bölgesine sadece “benzer düşünen” insanların girişine izin verilmesi, karşıt düşüncelere sahip olan insanların oluşturulan bu yapay alandan atılması ise bir başka önemli detay. Basit bir el hareketi ile sil tuşuna basmak, oluşabilecek tartışmaları ve görülmek istenmeyen detayları kullanıcının ekranından silip atıyor. İnanç duyulan şeyleri sorguya açmak, yanlışlamaya bir alan açtığı için insanlar tartışmaya girmektense tartışmadan kaçınmayı tercih ediyor ve ahlaki buyruğun önemini ve ağırlığını tartışmaktansa ahlaki olarak kör ve sağır hale gelip, daha risksiz alternatiflere yöneliyorlar” (Bauman, 2018: 86-87).

Zygmund Bauman, sosyal medyada gelişmekte olan insan psikolojisini detaylı bir şekilde değerlendirebilmek adına Facebook’ta takipçilerine sorar: “İnternet ve medyanın bizim insanlığımız üzerindeki etkisi nedir? Kendinizi sosyal medyayla birlikte daha mı yakın, yoksa daha mı uzak hissediyorsunuz?” (Lyon ve Bauman, 2018: 51). Dijitalleşme ve buna bağlı olarak kurulan iletişim ağlarının, insan davranışlarında mekanik, duygusuz ya da gri olarak ifade edilebilecek bir etki yarattığı iddia edilebilir. Bu sanal ortamda çoğu zaman sevdiğimiz birine sarılmak yerine sadece bir mesaj atmak, sanki arada bir mesafe oluşturuyor gibi hissettirebilir. Zygmund Bauman, bu durumu ele alarak takipçilerine sorduğu sorularla

cevapları sorgulamaya devam etmektedir. Ancak, verilen cevaplardan biri sosyal medyada modern çağın insanının ruhsal durumunu analiz etmesi bakımından oldukça çarpıcıdır: “Sosyal medyada uzak olduğum insanlara daha yakın hissediyorum, ama yeterince yakın olduğum insanlara da daha uzak hissettiriyor.” Bauman, bu durumun oldukça kafa karıştırıcı ve çelişkili olduğunu düşünerek konunun özünü şöyle ifade eder: “Sosyal medya bizi aynı zamanda hem yakınlıştırıyor hem de uzaklaştırıyor” (Lyon ve Bauman, 2018: 51-52).

Günümüzdeki teknolojik gelişmeler, kültürel ve ekonomik yapılanmaların yanı sıra, sosyal medya aracılığıyla sergilediğimiz davranışlarımız da içsel duygusal eğilimlerimizin otoriter normlardan kısmen de olsa kurtulmuş bir yansımasıdır. Bu bağlamda, Deutsch LA reklam ajansının kreatif direktörü Josh Rose’un tespiti de oldukça çarpıcı görünmektedir: “İnternet bizim insanlığımızdan çalmıyor, onu yansıtıyor. İnternet içimizdekine sahip olmuyor, içimizdekini dışarıya gösteriyor” (Rose’dan Aktr., Lyon ve Bauman, 2018: 39).

Sosyal Medyada Kamusal Temsiliyet

Günümüzde, elektronik-elektrik devriminin getirdiği yapısal değişimler, bir dizi teorisyen tarafından “yeni toplum” paradigmasının ne olduğu ve nasıl olduğu konusunda fikir akımlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu teorisyenlerin ifadesiyle; Tourain ve Daniel Bell’in Bilgi/Enformasyon Toplumu (1994) Debord’un Gösteri Toplumu (1996), Baudrillard’ın Tüketim Toplumu (1997) ve Castells’in Ağ Toplumu (2005) gibi ortaya çıkan farklı teorik yaklaşımlar yeni yeni yayılan sosyal medyanın kamusal alanla ilişkisinde hangi konumda bulunduğunu sentezleyen birtakım anlayışlar içermektedir. Bu “yeni toplum” kavramı, günümüzde sosyal medyanın ağırlık merkezini oluşturduğu alanda daha da önem kazanmaktadır. Tüm bu özellikleriyle ve toplum tanımlamalarıyla sosyal medya, politik ve ekonomik alanlarda bu yeni toplumun *akışkan* bir parçası olarak kitlelerin dönüşümünde katalizör rolü oynamaktadır. Kamusal temsiliyetin sosyal medyada anlaşılabilmesi için, birey davranışlarının bu sanal alanda sahip olduğu özelliklerin de incelenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkileri ve bu platformda sergilenen davranışların toplumsal etkileri daha derinlemesine incelenmelidir. Bu analiz, sosyal medyanın bireysel ve toplumsal etkileri arasındaki ilişkileri anlamamıza yardımcı olabilir. Ayrıca, sosyal medya kullanımının kamusal temsiliyet üzerindeki etkilerini anlamak için, sosyal medya kullanıcılarının paylaşım ve etkileşim davranışlarının incelenmesi gerekmektedir.

Sosyal medyanın heterojen ve çok sesli yapısı, bireyin özgürce hareket edebileceği bir ortam sunmaktadır. Bu nedenle birey sosyal medyada *istediği şeydir*. Zizek’in (2018) de belirttiği gibi, bilgisayar başında yalnızca sanal simulakrasıyla karşılaşan ve gerçekliğe açılan bir penceresi olmayan internet kullanıcısı, küresel iletişim ağına dahil olan göçebe bir insana dönüşmektedir (Zizek, 2018: 41). Manuel Castells (2013) ise yeni bilgisayarlarla gelişen internet ağlarının, hayatı şekillendiren hem yeni iletişim şekilleri hem de yeni kanallar oluşturduğunu belirtmektedir (Castells, 2013: 3). Bu durum, sosyal medya içerisinde sosyo-ekonomik ve sosyo-politik alanlarda yeni olguların ortaya çıkmasına sebep olmuş ve “sosyal

medya yeni bir kamusal alan mı?” tartışmalarını entelektüel ve sosyal ortamlarda popüler bir konu olarak ortaya koymuştur. Kök ve Tekerek (2012), devlet-toplum ilişkileri ve sosyal devinimlerin bağlamında, internetin karşılıklı etkileşim yani interaktivite içeren yapısının anlaşılmadan, bilgi toplumu ağ ya da ağ toplumunun da anlaşılamayacağını belirtmektedir (Kök ve Tekerek, 2012). Sosyal medyanın bireye sunduğu geniş hareket alanı, kısmen anonimlik ve özgürlük, aynı zamanda sınıfsal katılımı sınırlandırmayan yapısı nedeniyle siyasal iletişim ve örgütlenme bağlamında karşı konulamayan bir çekicilik yaratmaktadır.

“Bu özgürlük ortamı, bireylerin sadece gündelik haber, bilgi veya iletişim amacıyla değil siyasi, ideolojik, iktisadi, kültürel hemen her alanda katılımını sağlamaktadır. Bu yeni medya düzeninin artık ses getiren ve hızlı yayılan bir yapıya sahip olduğu açık bir gerçekliktir. Bu yeni ağ ve habercilik; düzenin belirlediği tüm kuralları delmeye ve örülmüş duvarları yıkmaya hazırlanan dinamik bir yapıya sahiptir. Haberlerini yayınlarken kendinden başka bir editörün olmadığı ve haberine oto-sansür uygulanmayacağı bir alandır. Yazılarının geri dönmediği, yazdığın yazıdan dolayı işine son verilmediği bir platformdur. Yeni medya ağı kesinlikle aşağıdan (tabandan) gelişen bir harekettir. Egemen medya anlayışına, gelenekçi düzene başkaldıran ‘devrimci’ bir olgudur. Tabandaki küçük klavye darbeleri, tavandaki büyük isimleri tedirgin etmeye yetmektedir” (Engin, 2011: 35).

Fakat Barış Engin’in öngördüğü ve idealize ettiği sosyal medyanın “habere sansür ya da kendine oto-sansür” uygulanmayan bir ütopyik alan olarak hayal edildiği boyut ne yazık ki günümüzde mümkün görünmemektedir. Bunda özellikle iktidar mekanizmalarının sosyal medyaya “müdahale” edebilecek şekilde gücünü disipline edebilmesi ve sosyal medyanın gelişen teknolojisine karşın, aynı hızla gelişen denetim teknolojisinin olduğu görülebilir. Sansür için gerekli olan şey; gözetim, içeriği engelleme-filtreleme, içeriği değiştirebilme gücü ve özellikle içeriklerin kaydedilebilme durumudur. Sosyal, politik ve teknik mekanizmalar içeren bu aşamaların her biri birbirini etkileyebilir ve güçlendirebilir (Leberknight, vd. 2010: 2). Sosyal medyanın katılımcı, demokratik, eşit ve özgür olarak tasarlandığı düşünülen mekanizmaları otorite ve sansür mekanizmalarının etkisiyle kamusal ekseninden hızla uzaklaşmaktadır (Yegen, 2013: 131). Bu bağlamda değerlendirildiğinde sansür, oto-sansür ve iktidar sahipleri tarafından farklı teknolojik yöntemlerle gerçekleşen erişim engelleri; sosyal medyanın ilk zamanlarında teknolojik tasarım ve teknik mimari sebebi ile “denetlenemeyeceğine” veya “kontrol edilemeyeceğine” ilişkin düşüncelerin doğru olmadığını ortaya çıkarmış, bu çerçevede bireylerin özgür bir şekilde ilgi ve haz alanlarını takip edebilmesinin temel bir hak olarak kabul edilmesi gerektiğini önceleyen siber-liberterizm gibi ideolojik akımlarının doğuşuna kaynaklık etmiştir (Thierer ve Szoka, 2009). Bu kapsamda siber-liberteryenler iktidar sahiplerinin ve devletlerin internete müdahalesini kabul etmemişler ve buna yönelik eylemsellikler geliştirmişler ve internetin bu kontrol mekanizmalarından bağımsız olması gerektiğine inanmışlardır. Bu anlamda sosyal medyada birey hem kendini özgürce ifade edebileceği kamusal veya bireysel fikirlerini paylaşabileceğini bir siber alan bulmuşken, diğer yandan iktidar veya sosyal yapı tarafından denetleme korkusuyla

paylaşımlarını engelleyen ve denetleyen bir diyalektik ruhsal durum içerisinde hareket ederek oto-sansürüne zemin hazırlamıştır (Tekeli, 2021). İnternet ve sosyal medyanın suç unsurları içeren ve mutlak surette toplumsal sağlığı korumak için sansürlenmesinin meşru görüldüğü birçok içerik (çocuk pornosu, uyuşturucu, silah ticareti vs.) engellenebilmektedir. Sansürün birçok türü ve çeşidi olmasına rağmen kamusal alanın gelişimi ve bireylerin kamusal alanda “kamusal temsiliyeti için” gerekli olan durum ise ifade özgürlüğünün sansürlenmemesidir. Özellikle sosyal medyada paylaşılanların ve verilerin sürekli olarak kaydedilebiliyor olması, bireylerin siber alanda tıpkı sosyal alanda olduğu gibi davranışlarının ortaya çıkaracağı sonuçları düşünerek bir iç denetim mekanizması geliştirmesine sebep olmuştur. Sosyal medyanın panoptik bir gözetim içeren bu tarz bireysel ve toplumsal denetim mekanizmaları, Bauman’a göre toplumsal bir parçalanmaya yol açabilir. Aynı zamanda hali hazırda teknolojik ilerlemelerle ortaya çıkan sosyal medya da bu toplumsal parçalanma sürecinde gelişmiş bir teknoloji olabilir. Yani toplumsal parçalanma sosyal medyayı, sosyal medya da toplumsal parçalanmayı yaratmıştır. Bauman’a göre bu diyalektik modernite içerisinde serbest bir şekilde hareket etmek isteyen iktidarın özneyi “sokaktan ve toplumsallıktan” uzaklaştırma hedefinin bir sonucudur. Bu noktadan sonra sosyal medya, kamusal örgütlenme ve temsiliyet alanından bireyci ve narsist paylaşım alanına doğru akışkan bir nitelik kazanır (Lyon ve Bauman, 2018: 17). David Lyon, gözetlemenin işlevselliğinin, öncelikli olarak her birey hakkında bilgi depolayan kasvetli sicillerde ve hangisinin gücü ürettiğinin bilgisini içeren dosyalarda olduğunu vurgular (Lyon ve Bauman, 2018: 224). Günümüzde sosyal medya tek tek her bir birey hakkında kolayca bilgi sahibi olunmasını sağlamaktadır ve bireyler yalnızca ulusal devletlerin gözetimi altında değildir. Gözetleme olgusu uluslararası bir boyut halini almıştır. Ayrıca gözetleme sadece sosyal medya ile de sınırlı değildir. Sosyal mücadelelerin çoğu ve ekonomik transferlerin hemen hepsi ekonomik kayıtlandırma, kontrol ve yetkilendirmeye dahil olmaktadır. Cep telefonu konuşmaları ya da internet araştırmalarına kadar pek çok aygıt bazı gözetleme sistemlerine ve cihazlarına ev sahipliği yapmaktadır (Lyon ve Bauman, 2018: 296). Günümüz teknolojisinin bireylerin gündelik pratikleri içerisinde oldukça fazla yer kaplaması, bilgisayar teknolojisinin kullanıldığı her pratikasyonun kayıt altına alınmasını sağlamaktadır. Kayıt altına alınma ya da dinlenme gibi faaliyetler bireylerin kanaatleri için en doğru veri setlerini oluşturur. Teknolojiye bu denli angaje olmuş bireylerin bu gözetimin dışında kalması da pek mümkün görünmemektedir. Verilerin toplanmasıyla genişleyen Big Data’nın birey davranışlarını anlamlandırmada çok önemli veri setleri ve psikopolitik araçlar oluşturduğunu ifade eden Byung Chul-Han da sosyal medyada sınıvlaşan iktidarın “pasif gözetlemeden aktif yönlendirmeye” doğru bir eğiliminin olduğunu belirtir (Han, 2019: 21).

Ancak her şeye rağmen sosyal medyanın kendine özgü olan koşulları, günümüzde benzersiz bir şekilde “katılımcılık” sağlamaktadır. Bu prosesin nitelikleri hakkında düşünüldüğünde, internet ve internet teknolojisinin bir uzanımı olan sosyal medyanın demokratik katılımı sağladığından hareketle, yeni bir kavram olarak siber demokrasi kavramı; yine teknoloji ve bu teknolojiye hükmeden hegemonya tartışmalarını da gündeme getirmiştir. Kellner; internet demokrasisinin, konvansiyonel medya alanları ve siyasi alanın dışına itilmiş birey

ve gruplara sıradan konuşmaların çerçevesinde yer tutmayan farklı düşünceleri yaymanın yanı sıra, özellikle muhalefetin dahil olabileceği düşünce ve oluşumların dışında tutulduğu konuşma ve tartışmalara katılamama nedenini de yaratan aygıtlar oluşturduğunu ifade eder (Kellner'den Aktr. Çoban, 2009: 192). Demokrasinin temel işleyiş paradigmalarında farklı fikirlerle gelişen tartışmanın; uzlaşma, çatışma ve anlaşma akışı içerisinde gerçekleştiği görülebilir (Yavaşgel, 2014: 20). Sosyal medyanın siber alanı bu paradigmaya uygun bir zemin yaratabilmektedir. Bu perspektifin yanında internetin savunma sanayisine yönelik teknolojik çabalarla ortaya çıkması, askeri kökenleri ve iktidar sermayesi, ulus-devlet hegemonyasının gelişme prosesinde edindiği rol ve konumu da hatırlatır (Kellner'den Aktr. Çoban, 2009: 192). İnternet teknolojisinden faydalanmak, aynı zamanda bu teknolojiye sahip olmayı da gerektirmektedir. Toplumsal örgütlenme sürecinde sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimin etkinliği ve işlevi sıklıkla tartışılmaktadır. Bu bağlamda, yeni medya ve iletişim biçimleri iletişimi daha erişilebilir hale getirerek toplumsal örgütlenmelere katkıda bulunmuş, yaygınlaştırmış ve en önemlisi bir kamuoyu oluşumuna katkı sağlamıştır (Emre, 2013). Yani katılımcı demokrasinin gelişimi için farklılıkların birlikteliğine ihtiyaç vardır (Fuchs, 2020: 319). Bu sebeple Fuchs, Neo-Naziler gibi kapalı ve otoriter hedefleri olan örgütlenmelerin katılımcı olmayan doğaları gereği bir kamusal alan ve sosyal medyada bir kamusal temsiliyet oluşturamayacaklarını belirtir. Bu durum gerçek bir kamusal alanın sadece “katılımcı bir toplum ve demokrasi ekseninde” gelişebileceği şeklinde değerlendirilebilir. (Fuchs, 2020: 321-323).

Uzaktan erişim ve iletişim, özellikle yeni toplumsal hareketler açısından önemli avantajlar sağlayan etkili bir araç olarak görülebilir. Bu tür örgütlenmeler; etnik, dini, bölgesel, anti-otoriter, anti-kapitalist, kentsel, ekolojik, kültürel, cinsel yönelim ve cinsiyet kimliği gibi farklı alanlarda gerçekleşebilirken, aynı zamanda siyasi otorite veya toplumsal normlara uymayan marjinal grupların örgütlenmesine de imkân sağlayabilir. Kamusal alanda yeterli örgütlenme olanağı bulamayan bireyler ve toplumsal gruplar, sosyal medyayı propaganda ve iletişim aracı biçiminde kullanarak yayılma ve üye toplama çalışmaları için de kullanabilirler. Örneğin normalde siyasal kamusal alanda görünür olmakta zorlanan LGBTİ bireyler, kadınlar ve farklı etnik kökenler sosyal medyanın doğurduğu kısmi katılımcı demokratik alanda daha fazla görünür olmayı başarmışlardır (Fuchs, 2020: 319).

Sosyal medya, modern hayatın simülasyonları olan eğlence, politika, ekonomi gibi alanlarda reel hayatın sanal kimliğini yansıtan bir araçtır. Ancak bireysel ya da kolektif anlamda üretilen enformasyonun doğruluğu, gerçekliği, spekülâtifliği, dejenereliği veya manipülâtifliği söz konusu olabilir. Baudrillard'ın ifade ettiği gibi, “*gizlemek (dissimuler), sahip olunan şeye sahip değilmiş gibi yapmak: simule etmek ise sahip olunmayan şeye sahipmiş gibi yapmaktır.*” Bu nedenle, sosyal medyada sunulan bilgiye güven azdır ve bazı “konvansiyonel medya unsurlarının” iktidara veya güç odaklarına entegre olması göz önünde bulundurulduğunda, sosyal medya daha güvenli bir seçenek şeklinde ilerleyebilir. Sonuç olarak, sosyal medya politik örgütlenmelerde bir haberleşme ve etkileşim platformu olarak kullanılabilir ve iletişim ve örgütlenme bağlamında güçlü sonuçlar ortaya çıkarabilir.

Sosyal medya ağları tıpkı toplumsal yapılarda olduğu gibi bireylerin “görüntüleri ve imajları” üzerinden gelişen bir etkileşim alanıdır. Fakat her bireyin kendi alanını oluşturması dil ve üslubun en azından ortak değerler oluşturulana kadar kolektif olmaktan uzak bir görüntü sergilenmesine neden olur. Bu proses altında medya araçlarına karşı oluşan aidiyet duygusuyla birlikte kullanıcılar, bu ağlarda ihtiyaçları ve çıkarlarını karşılamak için nasıl faydalanacaklarını öğrenirler. Dolayısıyla sosyal medya kullanımı öncelikle toplumsal ve kültürel yapıyla alakalıdır (Poma & Gravante, 2014: 49). Diğer bir değişle sosyal medya kitlelerin örgütlenmesi için veya muhalefet hareketlerinin ortaya çıkması üzerinden kurgulanan bir yapı değildir.

Çoban (2014), da bu kapsamda günümüz kitle hareketlerinin sosyal medya devrimleri olarak tanımlanamayacağına dikkat çeker. Fakat geleneksel mücadele biçimlerinin toplumsal hareket yöntemlerinde etkin bir biçimde kullanıldığı ancak toplumsal hareketlerin duyurulması, mobilizasyonu ve sürdürülmesinde sosyal medyanın, diğer medya araçlarının hiçbir zaman sahip olmadığı geniş olanaklar yaratarak merkezi bir hale geldiğini belirtir (Çoban, 2014: 9). Özellikle Arap Baharı sürecinde protestoları genişleten ve hızlandıran durumun genç nüfusun sosyal medyayı etkili ve hızlı bir şekilde kullanmaları olmuştur. Bu durumun protestoları hızla büyüttüğü ve güçlendirdiği görülebilir (Yavaşgel & Polat, 2014: 70-72). Yavaşgel ve Polat’a göre Arap Baharı eylemlerinin en çok dikkat çeken özellikleri sosyal medya ağlarının ve araçlarının örgütlenme için etkin kullanımınıdır. Tunus’da başlayan eylemlerin patlamasına neden olan Muhammed Bouazizi adlı üniversite mezunu tezgahların eşyalarına el konulması sonucu kendini yaktığı görüntülerin sosyal medyada hızla yayılması infial yaratmış, Tunuslu yetkililer bunu engellemek için internete erişimi kısıtlamışlarsa da başarılı olamamışlardır. Protestoların bu paylaşımların etkisiyle yayılması, iktidar sahiplerinin sosyal medyaya müdahalesine sebep olmuş ve daha sonra Tunus’un devrik lideri Zeynel Abidin Bin Ali bu proaktif sansür davranışından ötürü özür dilemiştir. Bu örnek sosyal medyanın etkisini göstermesi bakımından çarpıcıdır (Yavaşgel & Polat, 2014: 73-75). Kitlesele ve toplumsal hareketler sosyal ve ekonomik nedenlerle ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya, politik örgütlenmelerde iletişim platformu olarak kullanılmakta ve iletişimsel boyutta birbirine benzemeyen kültürlerin “aynılaşma veya standartlaşma” eğilimleriyle eylem pratiklerini benzeştirmektedir. Mısır’daki Tahrir Meydanı gösterileri, İspanya’daki 15M Öfkeliiler Hareketi ve ABD’deki Wall Street’i İşgal Et Hareketi; kültür, sosyal oluşum ve içinde yer aldıkları siyasi sistem açısından büyük farklılıklar içermektedir. Bu hareketlerin yapısal olarak çok az ortak noktalarının olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan bu hareketlerin yapısal farklılıklarına rağmen birbirine benzeyen sosyo-kültürel niteliklere sahip olmasından ötürü kolektif bir gösteri dalgasına dahil olmadıklarını düşünmek imkansızdır (Gerbaudo, 2014: 10).

Hareketler hem lokal hem de globaldir. “Belli bağlamlarda, kendilerine özgü gerçeklerle başlar, kendi ağlarını kurar, kent alanlarını doldurarak ve internet ağlarına bağlanarak kamusal mekânı inşa ederler. Fakat aynı zamanda toplumsal hareketler küreseldir ve dünya çapında bağlantılı olduklarından başka deneyimleri öğrenirler” (Castells, 2013:192). Tunus, Mısır,

ABD ve İşpanya örneklerinde de olduğu gibi sosyal medya uzamında yapılan çağrılar bu eylemlerin ülkelerin merkezlerine, kamusal alanlarına dönük çağrılarla sonuçlanmıştır. Ve bu meydanlar kamusal anlamda önemli merkezlerdir. Sosyal medyadan yapılan çağrılar ve bu çağrıların sokak hareketine dönüşümü özellikle sosyal medyanın ortaya çıkmasından sonra hızlıca örgütlenen bir toplumsal hareketler devinimi yaratmış ve en çok ‘işgal et’ sloganını ön plana çıkarmıştır. 17 Eylül 2011’de başlayan Wall Street’i İşgal Et hareketi (twitter’da @occupywallstreet hashtagi ile günlerce ABD’de gündem olmuştur) de sosyal medyada yapılan çağrıların kent meydanlarını dolduran bireylerde karşılığı olduğunu göstermiştir.

Kronolojik olarak Wall Street’i İşgal Et hareketinden önce İşpanya’da ortaya çıkan İşpanyol Öfkeliiler Hareketi (İndignados) deneyimi de önemlidir. 15 Mayıs 2011 (15M) tarihinde kamuoyunun gündemine gelen İşpanyol Öfkeliiler Hareketi, ülkedeki büyük lobiler ve ekonomik gruplara karşı hoşnutsuzluğu artıran ekonomik krizin sonuçlarına karşılık olarak gelişen hareketlerdir. Gravante ve Poma, konuya çok net bir şekilde “internet üzerinden” geliştirdikleri fikirler ile açıklamaya çalışmıştır. “Çoğunlukla internet üzerinde yapılan bir çağrı sayesinde ülke genelinde altmıştan fazla şehirde gösteriler düzenlenmiş ve 15M grubunun bir kuru çatı altında Plaza del Sol’da kamp kurma kararını vermesini sağladı” diyerek durumu açıklamıştır (Poma & Gravante, 2014: 45).

15M grubunun Madrid’de bulunan Plaza del Sol’da kamp kurma kararının esin kaynağı ise Mısır Tahrir Meydanı’nda yaşanan olaylardır. Daha sonra güvenlik güçlerinin müdahalesiyle Madrid’deki Plaza del Sol kampının şiddetli bir şekilde boşaltılması, yerel tepkilerin büyümesine ve nispeten daha küçük örgütlenmelerin ve “anti-iktidar odaklarının” ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu bağlamda 15M Öfkeliiler Hareketi sosyal medyayı önemsemekle birlikte hareketin temelini iletişim teknolojilerini koymamışlardır. Teknolojik gelişmeler toplumsal değişimle doğrudan ilişkili olmasına rağmen hareketlerin mutlak güveni bu teknolojik alana tam olarak sağlanamamıştır (Poma & Gravante, 2014: 45). Fakat teknolojiye karşı duyulan güvensizlik, önce bir kitle hareketi şeklinde gelişen ve daha sonra örgütlenen bu tarz örgütlenmelerin, iletişim ağlarının olanaklarından vazgeçtiği veya bu olanaklardan faydalanmadığı anlamına gelmemektedir. Ancak sosyal medya örgütlenmeye yardımcı olsa bile hareketin doruk noktasına ulaştığı deşarj anları genelde sokak eylemleri ve bu eylemler sırasında alınan kolektif tutumlarda gelişir. Mısır’daki Tahrir Meydanı gösterilerinde sosyal medyadan önce reel yaşamda gelişen örgütlenme deneyimi başarı kazanılmasında önemli olmuştur. Mısır’da kamusal alanların doldurulmasından önce gösteriler özellikle camilerin çevresinde örgütlenmiştir. Öfke cuması, temizlik cuması, ikinci öfke cuması, intikam cuması, kararlılık cuması ve binlerce kişinin silahlı kuvvetlere karşı yürüdüğu cuma şeklinde gelişen protestolar, kamusal meydanların protesto alanı haline gelmesinde cuma toplanmalarını çok önemli bir başlangıç haline getirmiştir (Castells, 2013: 63). Sonuç olarak sosyal medyadan yapılan çağrılar ve bu çağrıların sokak hareketine dönüşümü ve bir eylemler silsilesi yaratması yalnızca sosyal medya üzerinden örgütlenen toplumsal hareketlerin değil, aynı zamanda ağırlıklı olarak reel-kamusal alanda gelişen sorunlar ve bu sorunların sosyal medyada konuşulmasının da etkisiyle kontrolsüz bir şekilde büyümesiyle olmuştur. Daha

çok “İşgal Et” sloganının farklı varyantlarıyla ön plana çıkan bu hareketler içerisinde 17 Eylül 2011’de başlayan Wall Street’i İşgal Et Hareketi, sosyal medyanın yapılan ölçümlerle en aktif şekilde kullanıldığı eylemlerdir (Castells, 2013: 63).

Fakat Murthy’e göre Arap Baharı ile gelişen özellikle Twitter’daki örgütlenme eğilimleri daha çok olayları Batı’da takip eden insanların tweet ve retweetlerinden oluşmaktadır. Bu anlamda Murthy sosyal medya ve özellikle Twitter’ın küresel farkındalığın artmasına katkı sağladığını fakat özgürlükçü eğilimlere istinaden yeni bir siyasal kamusal alanı inşa etmediğini düşünür (Murthy, 2013: 112-113). James Curran ise sosyal medyanın Arap Baharı ayaklanmalarının ortaya çıkmasında ekonomik, dini ve siyasal nedenlerin yerini almamakla birlikte bu ayaklanmaları oldukça güçlendirdiğini belirtmiştir (Curran, 2012: 54). Bauman’ın görüşüne göre, bu tür örgütlenmeler “etkili olmak yerine yol açmayı bilmekte ancak somut bir şey yaratmayı başaramamaktadırlar” (De Querol & Bauman, 2016). Arap Baharı’nın gerçek bir “bahar” olup olmadığına ilişkin yapılan bir değerlendirme, sonuçların genellikle “kışa” daha yakın olduğunu ortaya koymaktadır. Bauman’a göre bu hareketler, bir karar alma mekanizmasını ellerinde bulunduramadıkları için etkili olamamakta ve mevcut birikmiş öfkeyi “pasifize” etmektedirler. Yapıları gereği “liderlerden yoksun” gelişen bu örgütlü hareketler büyüme ve hayatta kalma konusunda başarılı olsalar da liderleri olmadığı için hedeflerini gerçekleştiremezler. Bununla birlikte iletişim sosyal medya aracılığıyla “çoğu zaman iktidar çıkarlarına kanalize olan medyanın etkisini kırabilmiş, *alternatif bir medya* veya örgütlenme imkânı yaratmayı başaramamıştır” (De Querol & Bauman, 2016).

Yeni iletişim teknolojilerinin nasıl kullanıldığı, nasıl kullanılması gerektiği ve egemen kullanım alışkanlıkları üzerinde de farklı tartışmalar vardır. Yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal hareketler için kullanılamayacağını, bir kamusal temsiliyet alanı olmadığı ve bunun kendini kandırmaktan öte gidemeyeceğini iddia edenler de bulunmaktadır (Paktin, 2015: 320). Bu yaklaşımdan hareketle sosyal bir oluşum olarak teknolojinin anlamını ve değerini kullanıcıların bu teknolojileri nasıl kullandıkları belirlemektedir.

Egemen bir sosyolojik ön kabul olarak sosyal medya ağları üzerinden kullanıcılarının sosyal medyayı bir gösteri alanına çevirmeleri ile yarattıkları kendi alanlarında “dijital bir yanılısamayla” sosyal medya kullanarak sosyalleşildiği sanrısı, genel olarak kullanıcıların ruhsal durumunu da etkilemektedir. Facebook, Twitter, YouTube ve Google gibi sosyal platformlarda kullanıcılar sadece tüketici değildir, ayrıca bir çeşit kullanım ya da değişim değeri ihtiva ederek; profiller, içerikler, bağlantılar, toplumsal ilişkiler, ağlar ve topluluklar yaratan üretken tüketicilerdir. Bu nedenle dijital emek sömürüsü kavramı ortaya çıkarken bu iletişim teknolojisinin toplumsal muhalefetin bir biçimi halini alması da dijital aktivizm ve slacktivizm gibi yeni kavramları tartışmaya açmıştır.

Kamusal temsiliyet açısından önemli bir kavram olan dijital aktivizm, belli bir amacın savunusu için, bu amaç etrafında veya belli bir eylemi gerçekleştirmek amacıyla örgütlenmesi ve amaca yönelik mesajların bir iletişim kampanyası çerçevesinde kitlelere iletilmesidir

(Kar & Kesim, 2015: 131). Dijital aktivistler, başta internet ağı üzerinde yer alan; e-posta, haber grupları ve sosyal medya siteleri olmak üzere her türlü dijital mecrayı kullanır. Dijital aktivistlerin internet haricinde kullandığı dijital medya araçlarına ve GSM ağlarına bağlı olarak gelişen SMS servisleri ve uydu haberleşmeleri gösterilebilir (Koç, 2015: 95). Dijital aktivizmin aktörleri arasında sıradan insanlar, sivil toplum örgütleri, yazılım şirketleri hatta toplumsal sınıflar bağlamında en üst katmanda yer alan bireyler bile olabilir.

Sosyal medyanın ortaya çıkardığı yeni eylem biçimleri sonucunda sosyal medya kullanıcıları hiçbir eyleme bireysel olarak (aktivist) katılmadıkları halde sosyal medya üzerinden eylem yapmaya başlamıştır. Bu yeni eylem tarzına “slacktivism” denmektedir (İnceoğlu & Çoban, 2015: 14). İnternet uzamında kalan eylemliliklere tepkisel yaklaşımın bir sonucu olarak ortaya çıkan slacktivism kavramı, tembel anlamına gelen İngilizcedeki “slacker” kelimesiyle karşılanmaktadır. Slacktivism internet jargonuyla ifade edilirse “klavye delikanlılığıdır.” Bu durum klavye aracılığıyla düşük risk ve düşük maliyetle yüksek katılımı ifade etmektedir (Kar & Kesim, 2015: 141). Sosyal medya platformlarının kullanılarak toplumsal hareketlerin “gerçek” kamusal alanda örgütlenmesi sosyal medya kullanımına aktif bir biçim kazandırırken, sadece sosyal medya üzerinden paylaşım yapan pasif eylemcilerin ellerini kirletmek istemeyen ve amaca ulaşmak için gerekli olan çabayı sarf etmeyen kişiler olduğu ifade edilmektedir (Kar & Kesim, 2015: 143). Dijital eylemler katılımcılarına hedeflenmiş politik amaçlara erişim hissi vermesinden dolayı onları mutlu da hissettirebilmektedir (Kar & Kesim, 2015: 144). Bu nedenle sosyal medya bir devrim aracı değil, çoğu zaman bireyi pasifize edebilen rahatlatılabilen ve aynı zamanda rahatça denetlenebilen bir kitle iletişim aracıdır. Bu yüzden kitlelerin eylemi olmadan sosyal medyanın reel-politik alandaki gücü ya sınırlı ya da kısa süre sonra etkisini kaybedecek bir tepkisellik yaratır (İnceoğlu & Çoban, 2015: 31). Başka bir deyişle pasif eylemlilikler halini alan sosyal medya küresel kapitalist ideoloji çerçevesinde bu teknolojinin egemen kullanımını da içermektedir. Fakat buna rağmen alternatif dijital medya gibi geleneksel medyanın misyonunu üstlenen ve tekeli “zayıflatan” yeni bir haber alma mekanizmasının zamanla örgütlenmeler arasında gelişecek olan “sinerjinin” dayanak noktası olması ise kaçınılmazdır. Bu anlayışla geliştirilen ve kâr amacı gütmeyen Wikileaks, OpenDemocracy, AlterNet, Indymedia, Democracy Now! gibi alternatif medyaların misyonu genel olarak “kamusallık” içeren bir endişe sonucu ortaya çıkmıştır (Fuchs, 2020: 487).

Sonuç Yerine

Kamusal alan kavramı, antik Yunan ve Roma medeniyetlerinden beri tartışılmaktadır. Habermas’ın 18. yüzyılda burjuva kamusal alanını idealize etmesi, eğitilmiş ve sermaye sahibi bireylerin dahil olduğu bir yapı olarak kabul edilmektedir. Ancak günümüzde teknolojinin gelişimiyle birlikte, internet teknolojisi aracılığıyla erişilebilirliği ve kullanımı için gereken eğitim ve sermaye faktörleri de ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, 18. yüzyıl burjuva kamusal alanı ile internetin “elektronik agorası” arasında benzer özellikler gözlemlenebilmektedir. Bu benzerlik çoğu zaman sosyal medya ve internetin tıpkı gerçek bir kamusal alanmış gibi

yorumlanmasına sebep olmuştur. İnternet, bireylerin yarattığı “simulakr kimlikler” üzerinden sanal bir kamusal alan yaratabilme imkânı sunarken, hızlı teknolojik gelişmeler sayesinde artık her sınıfın dahil olabileceği, kolay erişilebilir bir platform haline gelmiştir. Bu anlamda internet teknolojilerinin bireylere daha kolay “görünür” olabilecekleri bir alan açtığı görülebilir. Fakat internet ve sosyal medya alanında cereyan eden etkileşim ve interaktivite siyasal kamusal alanda olduğu gibi gerçek bir “kalabalık” ve kolektif örgütlenme yaratmadığından iktidarlar için sosyal medya ilk zamanlarında bir tehditmiş gibi algılanmamıştır. Çoğu birey yaratılan bu yeni ortamın “sanal” olduğunu düşünerek, reel-politik alanda ifade edemediği veya gösterirken birkaç defa düşünebileceği ideolojik yaklaşımları sosyal medyanın “özgürlüğüne” güvenerek paylaşmıştır. Fakat sosyal medyada kullanıcı sayısı artıkça, sosyal medya geliştikçe, sosyal medya konvansiyonel medyanın etki alanını azalttıkça bu yeni alan iktidarın denetim mekanizmalarının dikkatini çekmiş, bu nedenle bireylerde bir oto-sansür mekanizması oluşmuş ve özellikle Twitter’daki “mavi tik” gibi reel dünyadaki politik kimliği sanal düzleme olduğu gibi taşıyan prestijli sosyal medya özellikleri paylaşımlarda *çevrimdışı* dünyayla aynı oranda hatta daha fazla “sorumluluk” duygusunun gelişmesine sebep olmuştur. Buradaki asıl tehlike ve sosyal medyada ifade özgürlüğünü yozlaştıran yaklaşımlardan en önemlisi siber alanda yazılanların veya yapılanların *çevrimdışı* dünyanın aksine çoğu zaman “kaybolmamasıdır.” Sosyal medyada büyük veri politikaları doğrultusunda gelişen güçlü bir veri kayıt mekanizması vardır. Dolayısıyla zamandan bağımsız olarak yazılanlar ve yapılanlar denetlenebilir. Bu sebeple gelişen oto-sansür veya sansür davranışlarını oluşturan temel sebep ise iktidarın sıvılaşıp akışkan bir gözetim yöntemi ile birey ve davranışları izlemesi ve sosyal medyayı da tıpkı konvansiyonel medya gibi bir denetim mekanizması içerisinde sorgulayabilmesidir.

Bunun dışında özellikle kamusal temsil yeti ve katılımcı demokrasi bağlamından bakıldığında sosyal medyayı ve daha çok Twitter’ı ilgili ve bilgili olan çoğunlukla orta ve yüksek gelire sahip veya bu gelir grubuna dahil olması kolay olan eğitimlilerin kullandığı, siyasal iletişimin de bu “homojen” yapıya angaje bir şekilde geliştiğinden küresel ve tüm kesimlerin dahil olabileceği bir kamusal alan olamadığı ve bazen sadece kendi sesimizi duyabildiğimiz bizimle aynı fikirlere sahip insanların bir arada bulunduğu bir yankı odasına dönüşebildiği görülebilir. Konvansiyonel medyada olduğu gibi sosyal medyanın da bireyleri atomize edebilme ve ayrıştırabilme olasılığı çok yüksektir. Aynı zamanda medeniyetin hızla geçirdiği değişim ve dönüşümün ortaya çıkardığı yapısal sorunlar, kitlelerde evrenselleşmiş bir kültür eğilimini ya da “kültürsüzleşme” baskınlığını artırmış, modern yaşam tekniklerini kavrayamayan kitlelerde toplumsal ve bireysel eğitimin kalitesi oldukça düşük olmuştur. Çağdaş toplumlarda, teknolojik ve kültürel açıdan modern yaşamın yoğunluğu ile, bireylerin fiziksel ve zihinsel yeteneklerini geliştirmeleri için gerekli materyaller ve anlayışlar mevcuttur. Bununla birlikte bu materyallerin yarattığı sanal veya reel ortamlar genelde öznelerin otomatize davranış biçimleri geliştirmelerini sağlamıştır. Otomatize olan davranışlarda doğal olarak görülen toplumsal duyarlılık ve hassasiyetin eksikliği, bireylerin birbirleriyle iletişim kurma, empati yapma ve başkalarının haklarına saygı gösterme

becerilerini yeterince geliştirememelerine neden olmaktadır. Bu durumda, bireyler arasındaki farklılıkların aşınmasından ötürü, *toplumdan çok bir kitleye* dahil olan bireylerde ortak bir düşünce ve davranış biçimi daha kolay benimsenmektedir. Modern toplumda daha güçlü ve zeki bireyler olabilir, ancak sosyal medya gibi bazı yeni alanlar bireysel farklılıkların korunmasını engelleyerek, modern yaşamda hedonizm, haz ve hız gibi bir takım bireysel tatmin ya da avantaj içeren davranış biçimlerine odaklanılmasını sağladığı görülmektedir. Bu bağlamda bireysel farklılıkların örselenme süreci, modern toplumda bireylerin birbirine benzemesine yol açarak, toplumun genelinde *sıradanlaşmaya ve aynılaşmaya* yol açmıştır. Dolayısıyla sosyal medya etkisiyle toplum *hem ayrılmış hem de aynılaşmıştır*. Bu nedenle kamusal temsiliyetin ve demokratik katılımın sosyal medyada ne derece doğru sonuçlar verebileceği bu alanın karmaşık etkisine ve birçok faktöre bağlı olmakla birlikte tartışmaya açıktır.

Bu nitelikleriyle sosyal medya, Habermas'ın idealize ettiği kamusal alanın tüm özelliklerini taşıyamamasına rağmen; gündemdeki konuların, sanatın, fikirlerin ve siyasetin tartışıldığı kısmi bir kamusal temsiliyet içeren “elektronik agoranın” da ontolojik olarak ortaya çıkmış olduğu yadsınamaz bir realite olarak görülmektedir. Bu yeni iletişim mecrası, hızlı örgütlenme imkânı, yüksek ilgi ve sınırsız kaynaklara erişim gibi özellikleriyle önemli bir çığır açmıştır. Bununla birlikte, internet ve sosyal medya; alternatif medya, dijital aktivizm gibi olgular üzerinden erk karşıtı ve gerçeğe ulaşılabilen interaktif bir sokak niteliği taşıdığı gibi, manipülasyon ve dezenformasyon gibi olgular üzerinden de “gerçek” zannettiğimiz şeyleri tekrar tekrar üretilebilen bir iletişim mekânı gibi konumlanabilir. İnternet ve sosyal medya, örgütlenme ve iletişim bağlamında benzersiz fırsatlar sunarken, toplumsal hareketlerin etkili ve hızlı bir şekilde örgütlenmesine yardımcı olabilirler. Ancak, bu örgütlenmelerin etki alanını iktidar odaklarının belirlediği çerçeve üzerinden “göstermesini” sağlamak zor olmamıştır. Sosyal medya bu anlamda kitlelerin fikir belirtmelerini kolaylaştırmış ve fakat bu fikirlerin herhangi bir etki yaratmasını ise zorlaştırmıştır. Bunda iktidarın sosyal medyada gelişen tepkiyi pasifize edebilme ya da *eğlenceye/magazine* dönüştürebilme yeteneği, birçok düşünürün de belirttiği gibi *sosyal medyayı çok keyifli bir tuzağa dönüştürebilir*.

Toplumsal hareketlerin asıl gücü sokağa inmeleri ve kent alanlarını doldurarak taleplerini ortaya koymalarıdır. Bu noktada sosyal medyayı kullanabilen ve aynı zamanda sosyal medya uzamında kalmayıp sokağa inen aktivistler hareketlerin gidişatını belirleme noktasında önemlidir. Sadece sosyal medya üzerinde cereyan eden slacktivism gibi sanal davranışlar, egemenler ve sosyal medyanın düzen içi kullanımına hizmet etmektedir. Sosyal medya günümüzde de kaçınılmaz olarak gündelik pratikler içindeki hâkim konumunu almış bulunmaktadır. Sosyal medya, bütün olumsuzluklarına rağmen kitleler tarafından doğru bir biçimde kullanılması durumunda sosyal hareketler için paha biçilmez ortamlar haline alabilmektedir. Bu çerçeveden değerlendirildiğinde sosyal medya kullanımını çağın gerekliliklerini karşılamak, toplumsal hareketler oluşturmak ya da kitleleri etkilemek için en önemli kitle iletişim araçları olmaya gelecekte de devam edecektir.

Sosyal medyanın öngörülebilir, alanın düşünürlerin de arzu ettiği gibi amacı birey sosyallliğini sanal ortamda hızlı bir şekilde gerçekleştirerek kamusal temsiliyeti etkin bir örgütlenme ile sağlayabilmektir. Fakat sosyal medya ağlarının “şirketleşmiş” yapısı sosyal ilişkileri, insan yaratıcılığını ve kişisel verileri metalaştırmış ve bir “ürün paketi” haline getirmiştir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, sosyal medya iktidar seçkinleri tarafından sürekli olarak gözetlenebilir ve denetlenebilir panoptik bir iç mekanizmaya sahiptir. Bu da artık sosyal medyanın ilk başta “öngörüldüğünün” aksine tahmin edilebilir ve sınırlı bir sosyalliğe izin veren bir “medya ve eğlence makinesine” dönüşmekte olduğunu gösteren pesimist bir yaklaşım doğurmaktadır. Ama buna rağmen özellikle Twitter’ın kamusal temsiliyet anlamında başat bir siyasal alan olduğu ya da olmadığı konusunda bir teknolojiyimserlik veya tekno-kötümserlik doğru bir yaklaşım değildir. Bu mantıkla sosyal medyada kamusal alan temsiliyeti incelenirken teknolojisinin ve hızla ilerlemesinin bir odak noktasına dönüşmesi sorgulanmalı, asıl odak noktası kapitalist ekonomi-politiğin ve sosyal medyada gelişen iktidar ve erk yapılarının yanı sıra sosyal medyada gerçekleşen nitelikli etkileşim olmalıdır. Sonuç olarak ortaya çıkan Wikipedia, Wikileaks, OpenDemocracy, AlterNet, Indymedia, Democracy Now! gibi alternatif sosyal medyanın kamusal temsiliyet açısından kapitalist hegemonya ve sermayenin etkin gücünün ötesine küçük bir ihtimal dahi de olsa geçebilme olasılığı görülmelidir. Reel-politik alanda toplum nasılsa sosyal medyada da aynı toplumsal dinamiklerin çalıştığı dikkatli bakıldığında görülebilir. Gerçekten demokratik değerleri benimsemiş bir toplumsalın, sosyal medyayı da bu kapsamda şekillendirebileceği açıktır. Bu açıdan değerlendirildiğinde başka bir sosyal medya da mümkün olabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no grant support.

Kaynakça/References

- Baudrillard, J. (2017). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bauman, Z. (2018). *Kapımızdaki Yabancılar*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2018). *Akışkan Gözetim*. (E. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Castells, M. (2013). *İşyan ve Umud Ağları*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Chomsky, N. (2003). Propaganda ve Kamusal Aklın Kontrolü. (N. S. Çingir, E. Baltacı, & Ö. Yalçın, Dü) *Kapitalizm ve Enformasyon Çağı: Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi*, 209-222.
- Chomsky, N. (2017). *Güç Kimin Elinde*. (C. Özpınar, Çev.) İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Curran, J. (2012). Rethinking Internet History. J. Curran, N. Fenton, & D. Freedman içinde, *Misunderstanding the Internet* (s. 34-65). London: Routledge.
- Çakır, M. (2013). Sosyal Medya ve Gösteri. (A. Büyükaslan, & A. M. Kırık, Dü) *Sosyal Medya*

Araştırmaları, 11-68.

- Çalışkan, O. (2014). Kamusal Alan Bağlamında Ağ Toplumu ve Yeni Kamusal Alan Arayışı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 41-62.
- Çoban, B. (2009). Facebook'ta Toplumsal Örgütlenmeler. *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım"* (s. 191-266). içinde İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Debord, G. (2018). *Gösteri Toplumu*. (O. Taşkent, & A. Ekmekçi, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Demircan, B. (2019, Mart 18). *Yeni Medya Olarak İnternetin Kamusal Alan Olma Potansiyeline Eleştirel Bakış*. Academia: <https://goe.gl/uVz3C> adresinden alındı
- Dijk, J. V. (2000). *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Sage Publications.
- Emre, P. Ö. (2013). Bir Başka Dünya İçin Ağ Atmak: Siber Ortamda Üç Barış Hareketi. *Global Media Journal*, 6.
- Engin, B. (2011). Yeni Medya ve Sosyal Hareketler. M. Binark, & I. B. Fidaner içinde, *Cesur Yeni Medya*. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları.
- Falay, N. (2014). Kamusal Alanın Oluşumu, Dönüşümü ve İktisadi Boyut. *Journal of Life Economics*, 2, 51-70.
- Fuchs, C. (2015). *Dijital Emek ve Karl Marx*. (T. E. Kalaycı, & S. Oğuz, Çev.) İstanbul: Nota Bene Yayınları.
- Fuchs, C. (2020). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş*. (D. Saraçoğlu, & İ. Kalaycı, Çev.) İstanbul: Nota Bene Yayınları.
- Fukuyama, F. (2015). *Tarihin Sonu ve Son İnsan*. İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Gerbaudo, P. (2014). *Twitter ve Sokaklar*. (O. Akınhay, Çev.) İstanbul: Agora Yayınları.
- Gestrinch, A. (2006). The Public Sphere and the Habermas Debate. *German History*, 3(24), 413-430.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Habermas, J. (1997). *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Han, B.-C. (2018). *Şiddetin Topolojisi*. (S. Duru, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent*. London: Vintage.
- İnceoğlu, Y., & Çoban, S. (2015). Sokak ve Dijital Aktivizm: Eylemin Sokaktan Siber Uzaya Taşınması ya da Vice Versa. Y. İnceoğlu, & S. Çoban içinde, *İnternet ve Sokak* (s. 19-72). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kar, A., & Kesim, S. (2015). Dijital Aktivizm, Gerçek Bir Aktivizm Ruhumu? Yoksa Bir Vicdan Temizleme Ayinini mi Temsil Ediyor? Dijital Aktivizmin Sosyo- Psikolojik Arka Planı. Y. İnceoğlu, & S. Çoban içinde, *İnternet ve Sokak* (s. 130-162). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kök, S., & Tekerek, M. (2012). Sokak Siyasetinden Sosyal Ağlara Yeni Aktivizm: Arap Baharı Deneyimi. *İİBF Dergisi*.
- Leberknight, C., Poor, H., Chiang, M., & Wong, F. (2010). A Taxonomy of Internet Censorship and Anti-Censorship. *International Journal of E-Politics*, 3(2).
- Lefebvre, H. (2013). *Kentsel Devrim*. İstanbul: Sel Yayınları.
- Lilleker, D. G. (2013). *Siyasal İletişim, Temel Kavramlar*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- McCombs, M. E., & Shaw, L. D. (1972). The Agenda-Setting Function of the Press. *Public Opinion Quarterly*(37), 87-176.
- Mills, W. C. (2017). *İktidar Seçkinleri*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: İnkılap Kitabevi,.
- Murthy, D. (2013). *Twitter: Social Communication in the Twitter Age*. Cambridge: Polity Press.

- Odabaş, U. K. (2018). Tarihsel Süreçte Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü ve Habermas. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(22), 2051-2066.
- Paktin, S. (2015). Katılımcı Demokrasi Çağı: Katılımcılık Bilinci, İnternet Sansürü ve Ulus-Devlet. Y. İnceoğlu, & S. Çoban içinde, *İnternet ve Sokak* (s. 313-338). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Cambridge: Polity.
- Poma, A., & Gravante, T. (2015). Analyzing Resistance from below: A Proposal of Analysis Based on Three Struggles against Dams in Spain and Mexico. *Capitalism Nature Socialism*, 65.
- Querol, R. D., & Bauman, Z. (2016). Zygmunt Bauman: Social media are a trap. *El Pais*. Mayıs 25, 2019 tarihinde https://english.elpais.com/elpais/2016/01/19/inenglish/1453208692_424660.html adresinden alındı
- Rousseau, J.-J. (2011). *Emile ya da Eğitim Üzerine*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Sarıbay, A. Y. (2000). *Kamusal Alan Diyalojik Demokrasi ve Sivil İtiraz*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Sennett, R. (2020). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. (S. Durak, & A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Szoka, B., & Thierer, A. D. (2009). Targeted Online Advertising: What's the Harm & Where are We Heading? *Progress & Freedom Foundation Progress on Point Paper*, 16(2).
- Tekeli, E. S. (2021). Özgürlük ve Sansür Tartışmaları Çerçevesinde İnternet Düzenlemeleri ve Gözetim. *Yeni Medya*(10).
- Thompson, J. B. (1997). *Kamusal Alanın Dönüşümü*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Van Dijk, J. (2000). *The Network Society: Social Aspects Of New Media*. London: Sage Publications.
- Yaşın, C. (2002). *Haber Söyleminin İnternet İçeriklerine Etkisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yavaşgel, E. (2014). *İletişimin Sosyo-Politiği*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Yavaşgel, E., & Polat, V. (2014). Orta Doğu'da Leviathan'a Karşı Sivil Devrimler. (ed.) H. Çomak, & C. Sancaktar, *Ortadoğu Analizi, İki Kutuplu Sistem Sonrası Ortadoğu ve Arap Baharı içinde* (s. 59-99). İstanbul: Beta Yayınları.
- Yegen, C. (2013). Demokratik ve Yeni Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya. *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 119-135.
- Zizek, S. (2018). *Şiddet, Altı Yan Düşünce*. (A. Ergenç, Çev.) İstanbul: Encore Yayınları.