

# Sosyal Medyanın Gönülsüz ve Gizli Liderleri: Kareograflar

Eser KARATAŞ\*

## Özet

Bu çalışma, sosyal medyada ve günümüz eylemciliğinde hâkim olan “yataycılık ideolojisi”nin de desteklediği “sosyal medyada lidersizlik” söylemini eleştirmektedir. Bu bağlamda, Paolo Gerbaudo’nun Twitter ve Sokaklar kitabındaki “Akışkan Örgütlenme” tezi temel alınacak ve sosyal medyada başlayan toplumsal hareketlerin; harekete geçirme dinamiğinin arkasında yatan asıl nedenin, sosyal medyanın kendisi mi, yoksa sayfa yöneticileri olan ‘koreograflar’ mı olduğu konusu irdelenecektir. Sosyal medya aracılığıyla oluşan kamusal alanların ve fiziksel örgütlenmelerin yapısı oluşturulurken, lidersizlik ortamı yaratmanın aksine, gönülsüz ve gizli liderler ortaya çıkmaktadır. Ancak bu lider örgütlenmeleri, politik hiyerarşinin yaratmış olduğu tepeden aşağı doğru bir emir - komuta zinciri ile yürütülmek yerine, daha çok apolitik olan sosyal medya kullanıcılarının bilinçlendirilip bir araya getirilmesiyle olmaktadır. Bu doğrultuda gönülsüz ve gizli liderler (koreograflar); Facebook ve Twitter benzeri mecraları kullanılırken, gözetim kültürünün normalleşmesinden tamamen kurtularak, bilinçli protesto eylemleri için iletişim kurma pratikleri geliştirip, gettolaşma eğiliminden sıyrılmayı hedeflemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yataycılık, koreograf, miskin aktivizm, kolektif eylem fetişi, Facebook, Twitter.

## Social Media’s Unwilling and Secret Leaders: Choreographers

## Abstract

This work criticizes the discourse of “leaderlessness in social media” which is supported by the horizontalism ideology that dominates social media and today’s activism. In this context, based on Fluid Organization theory in Paolo Gerbaudo’s book Twitter and Streets, it will be questioned that whether it is the social media or choreographers as page admins who are the main reason behind the dynamics of social movements that start from social media. While creating the structure of public spaces and physical organizations formed through social media, as opposed to creating a leaderless environment, unwilling and secret leaders come to existence. However, these leader organizations are being carried out by raising awareness of apolitical social media users, rather than using a chain of command hierarchy. In this respect, while using Facebook, Twitter or social media alike, unwilling and secret leaders (choreographers) aim at eliminating the normalization of the surveillance culture while developing similar communication practices for conscious protest actions, and eluding the tendency of ghettoization.

**Keywords:** Horizontalism, choreographer, slactivism, collective action fetish, Facebook, Twitter.

\* Yüksek Lisans öğrencisi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve Gazetecilik Bölümü, eserkaratas59@gmail.com.tr

## Giriş

Sosyal medya, birbirinden ayrı bireylerin, ortak semboller ve yerler etrafında yakınlaşmalarını kolaylaştırarak, bireylerin çeşitliliklerine rağmen birlik sağlamalarına ve kolektif olarak hareket etmelerine aracılık etmektedir. Son birkaç yıldır yeni medya alanında yapılan çalışmalarda internetin; bireylerin, belli bir merkezin koordinasyonuna bağlı kalmadan veya kolektif eylemin ortaya konmasında bir birlik duygusuna gerek duymadan, diğer bireylerle etkileşime girmelerine ve daha esnek ilişkiler kurmalarına olanak sağladığı düşünülmektedir (Öztürk, 2013).

Bu alanda yapılan birçok çalışmada, sosyal medyanın yaygın kullanımdan dolayı toplumsal hareketlerin lidersiz, yatay ve kendiliğinden şekillendiğini ileri sürülmektedir. “Günümüz kolektif hareketlerinin arkasında yatan toplanma biçimleri ve hiyerarşiyi göz ardı etmektedir.” (Castells, 2013: 25-26). “Durağan bir sürece işaret eden yataycılık ideolojisi, liderlik edenlerle arkadan gelenler arasında temel olarak karşılıklı, ancak dengesiz bir iletişimin olduğunu savunmaktadır ve toplumsal hareket diye nitelendirilen olayı, durağan ve imgesel bir durum gibi gösterip küçümsemektedir” (Castells, 2013: 23-24).

Ağla birbirine bağlanan protesto biçimi ve aktivizm hareketleri tartışması, günümüzde çok ciddi bir tartışma konusu haline gelmiştir. Ancak burada asıl tartışılması gereken konu; toplumsal hareketlerin başlama ve devam etme sürecinde, harekete geçirme dinamiğinin arkasında yatan asıl nedenin, sosyal medyanın kendisi mi yoksa sayfa yöneticileri olan “koreograflar” mı olduğudur.

Bu çalışmada “koreograflar” kavramı, sosyal medya üzerindeki bireylerle uzaktan ve dolaylı bağlantılar ile başlayıp, fiziksel yakınlığın vermiş olduğu coşkuya kadar uzanan gerilimin teşvik edilmesinde büyük rol oynayan kişiler için kullanılmıştır. Koreografi kelimesi, Türkçe’ye Fransızca’dan geçmiştir; kelime anlamı olarak bir “baleyi oluşturan adım, figür ve anlatımların bütünü”, “dans adımlarının kâğıda geçirilmesi”dir. Koreograf ise “baleyi oluşturan adımları ve figürleri bulan ve düzenleyen sanatçı”, koreografiyle ilgili yapıtlar veren yazar anlamına gelmektedir. (TDK, t.y.).

Koreografları; sosyal medya fenomenleri, dijital aktivistler ve kanaat önderlerinden ayıran en önemli özellikleri, sosyal medya üzerinde başlayan hareket sokağa çıkıp eylem başarıya ulaşana kadar, kitle üzerindeki coşkuyu canlı tutmalarıdır. Bunun aksine sosyal medya fenomenleri, dijital aktivistler ve kanaat önderleri, sosyal medya ortamlarında sadece belirli başlıklar altında bir şeyler yazarak ya da başkalarının yazdıklarını paylaşarak, bir sokak eylemi koreografisi oluşturmak yerine;

“...digital slactivizm”(dijital tembellik), “clickivism”(tıklamacılık) yaparak günlük aktivizm limitlerini doldurup modaya uymuş olurlar ve sosyal medya kullanıcılarının kendi aralarında yatay ilişki kurarak harekete geçmelerini beklerler. Bu terimler, dijital ortamın, aktivizmi, sadece internette bir şeyler yazarak, başkalarının yazdıklarını paylaşarak, bir şeye tıklayarak günlük aktivizm kotasını doldurup huzura eren kitlelerin ataletine indirgeme tehlikesine işaret ediyor” (Karagöz, 2013: 141)

Morozov’a (ForeignPolicy, 2009) göre, “Böyle bir durumda, dijital kurtuluşun çok laflı araçları, bizi yalnızca demokratikleşme ve küresel sivil toplum oluşturma hedefinden uzaklaştırıyor.” Aktivistler, fenomenler ya da kanaat önderleri için, sosyal medya üzerindeki toplumsal hareketin bir tıkla like’lanıyor olması ya da retweet’lenmesi yeterli olabilirken, bu durum onları bir dijital fanusun içine hapsetmektedir. Koreograf olarak adlandırılan kişiler için ise, hareketin devamlılığı önemlidir. Sosyal medya üzerinden başlatılan hareketin doğru hedef kitleye ulaşması, hedef kitlenin bilgilendirilip bir araya getirilmesi ve kitlenin sokağa dökülmesi için çalışılır. Koreograflar; sokağa çıkan kitlenin, egemen gücün baskılarına rağmen bir

arada kalmasından kamusal alanın işgaline kadar, belirli bir koreografik çalışmayı yapan gerçek liderlerdir. Bu gönülsüz liderler, yataycılık ideolojisi göz önüne alındığında, lider olarak görülmek istemeyen; ancak oluşturdukları zemin ve sosyal medyada yazdıklarıyla, insanları kendiliğinden eyleme iten ya da insanların içindeki eylem dürtüsünü harekete geçirmek suretiyle kişilerin kamusal alanda toplanmalarına zemin hazırlayan kişilerdir. Koreografları; dijital aktivistler, fenomenler ya da kanaat önderlerinden ayıran bir diğer konu ise, aktivistlerin ve kanaat önderlerinin para ve egemen gücün hegemonyası altında ezilmesidir. Morozov gibi siber gerçekçiler, Blogger'ların ve twit'çilerin siyasetçilere hizmet eden büyük şirketlerin etkisine girdiğini söylemektedir. Morozov, 28 Şubat 2011 tarihinde Ezgi Başaran'a verdiği röportajda, paralı propaganda blogger'lar gerçeğini ileri sürmektedir. Morozov'a (Radikal, 2011) göre, "100 tane blogger'a rüşvet vermek, bir gazetenin yazı işlerini çıkarları için kullanmaktan çok daha kolaydır."

Koreograflar, egemen ya da sermaye sahipleri tarafından ezilmiş sosyal medya kullanıcıları içinden çıkmaktadır. Örneğin, yakın zamanda Fransa'da meydana gelen "sarı yelekli" protestolarının üç lideri Priscilla Ludosky, Eric Drouet ve Maxime Nicolle. Vergilere karşı ilk imza kampanyasını başlatan ve 33 yaşında serbest meslek sahibi bir kadın olan Ludosky, sakin ve kararlı tavrı ile kısa sürede hareketin "sakin güç" adı verilen liderlerinden birisi oldu. Radikal kanadı yönlendiren 33 yaşındaki nakliye şoförü Eric Drouet; sistemin yıkılmasını, Macron'un istifasını, parlamentonun feshedilmesini ve daha adil bir vergi sisteminin getirilmesini isteyen radikal Sarı Yelekliler'in temsilcisi haline geldi. Drouet, internet üzerinden yayınladığı videolarla binlerce kişiyi etkilerken, 22 Aralık'ta Versailles adresini gösterip, Monmartre'da toplanarak polisi ters köşeye yatıran eylemin de fikir babasıdır. Drouet, bu eylemler sırasında gözaltına alınmıştır. Yine bir nakliye şirketi işçisi olan Maxime Nicolle, Facebook'ta kurduğu Fly Rider sayfasında, kısa sürede 135 binden fazla kişiyi bir araya getirip sokağa çıkartmayı başarmıştır. Bu örnekteki sarı yelekli protestolarının koreografisini hazırlayan üç kişiyi, dijital aktivistlerden ve kanaat önderlerinden ayıran, dijital fanus sarmalı içinden olamamalarıdır; onlar, bizatihi toplum içinde yaşayan bireylerdir. Bu kişilerin, toplumun içinden birer işçi ve serbest meslek sahibi olmaları, onları gönülsüz ve gizli lider konumuna sokmaktadır (Çakır, 2018).

### Yataycılık ideolojisi

Sosyal medya kullanıcılarının, lider gereksinimi olmadan bireyler arasında dayanışma ve işbirliğini destekleyen ağlarının yataylığı, dikey olmayan bir düzlemde gerçekleştirilen demokratik bir iletişim biçimini öngörür. Bu durum, toplumsal hareketlerde hiyerarşik olmayan ve aşağıdan yukarıya doğru olan bir örgütlenmeye işaret eder. "Bu da herkesin kendi medyası olmasına neden oldu, bu yüzden de bu hareket medya sonrası bir hareketti. Medyayı aşma, bir olay yaratma ve bu olayı iletme yetisine sahiptir" (Castells 2013: 110). Yataycılık, temelde merkezi hiyerarşik sistemde şekillenen emir-komuta zincirini reddeder. Yataycılık ideolojisi, iki kavram retoriğinin etrafında şekillenir. Bunlardan biri "lidersizlik", diğeri ise "otonom örgütlenme"dir. Lidersizlik; toplumsal eylemde lider veya öncü olma niyet ve maksadını inkâr eder, herkesin kendi içinde lider olduğunu kabul eder. Otonom örgütlenme ise; eylemcilerin, kendi tercihlerinde bulunan ve aldıkları kararların sonuçları bakımından kendilerinden sorumlu bireyler olduklarını savunur. İnsanlar, kendilerini yönettikleri bu yatay sistemin, farklı biçimlerde politik olmalarına izin veren bir sistem olduğunu düşünmektedir. Yataycılık, bu yönüyle eylemcilere, demokratik ve eşitlikçi karaktere sahip gibi görünen bir ortamın içinde buldukları hissini uyandırmaktadır. "Bu bağlamda sosyal medya sayesinde, kendi hayatları üzerinde söz sahibi olmak isteyen bireylerin benzer eleştiriler ve şikâyetlerle yola çıkan diğer öznelerle kurduğu eklemlenmeler hızla artmaktadır" (Yıldırım, 2013: 14).

Castells (2006: 3-29) “ağlar” ve Negri ile Hardt (2004: 91-92) ise çokluk (kümeler) tanımlarını bolca kullandıkları analizlerinde, eylemcilerin ‘yatay’, ‘açık’ ve ‘ağla bağlanmış’ toplumsal hareketlerde, “yataycılık” ve “lidersizlik” iddialarına destek vermektedir. Castells, yaptığı tanımla hiyerarşik örgütlenmelerin özelliği olan piramit yapılardan ağlara doğru bir değişimi öngörmektedir. “Ağ ile sağlanan yeni toplanma biçimleri, tepeden aşağı emir-komuta mantığına ve liderlere ihtiyaç duyulmadığını savunmaktadır: Bir yapının esnek ve merkezsiz olması onun eşitlikçi, çoğulcu ve katılımcı niteliğe sahip olduğu anlamına gelmemekte, ağ üzerindeki düğüm noktaları söz konusu niteliklerin gelişip serpilmesini engellemektedir” (Castells, 2006: 29).

Negri ile Hardt (2004: 91-92) ise, çalışmalarında çokluk (küme) figürüne vurgu yaparak bu aktörlerin ortaya çıkışını “maddi üretimden maddi olmayan üretime geçişte iletişimin kurduğu sosyal ilişkilerin kurulmasının duyarlılığının geçişinin sonucudur.” derler. Yani çokluğu karakterize eden şey, göçebelik ve gücün bir toprak parçasına bağlı olmamasıdır. Küme kavramı bu açıdan, göçebe bedenselliği, yani bir kimliğe ya da bir yere ait olmadan birlikte hareket eden çokluğu temsil eder: Kümenin akli temel olarak iletişime dayanır. Habermas, İletişimsel Eylem Kuramı adlı kitabında, iletişimsel eylemin “üç dünya” ilişkisi çerçevesinde gerçekleştiğini söyler.

Bir özne nesnel bir dünyada yer alan ya da ortaya çıkarılan bir şeyle; bir kolektifin tüm üyeleri tarafından paylaşılan, toplumsal dünyada zorunlu olduğu kabul edilen bir şeyle; ya da öteki aktörlerin, konuşucunun kendine özgü, ayrıcalıklı olarak ulaşabileceği öznel dünyaya ait saydıkları bir şeyle ilişkiye girebilir (Habermas, 2001: 552).

Çokluluğun mensupları, birbiriyle iletişime geçip işbirliği yapmak için aynı olmak ya da kendi yaratıcılıklarından vazgeçmek mecburiyetinde değildirler. Bu durumda bizim anlamamız gereken, böylesi değişken bir çokluğun iletişimi ve işbirliğinden çıkabilecek olan kolektif akıldır. Hem Castells’in, hem de Hardt ve Negri’nin çözümlerinde ortaya konan eleştiri, günümüz toplumunun heterojenliğinin ve çokluğun geçerliliği yadsınamaz bir gerçek olduğudur. Küme ve ağ kavramlarının bize sunduğu eleştirel bakış açısı, temelde sosyal medya kanallarının bireyler arasında sağladığı etkileşimi en iyi şekilde özetlemektedir.

Ancak sosyal medya kanalları, bireyler arasında etkileşimi artırırken bu mecralarda bireyler arasında kurulan bağların da, bir o kadar zayıf olduğunu görmezden gelmektedir. Bu da sosyal medya kanallarının yüzde yüz devrimci bir eyleme uygunluğunun sorgulanmasına neden olmaktadır; çünkü bu sosyal medya kanallarını kullananların birçoğu apolitik kişilerdir ve bu kişiler sosyal medya kanallarını daha çok gündelik hayatta yaptıkları şeyleri paylaşmak için bir eğlence aracı olarak görmektedirler (Karagöz, 2013: 141-142).

### **Miskin Aktivizm**

Sosyal medya mecraları, bireyler tarafından, eğlence olsun diye o gün yapılan şeyleri paylaşmak amacıyla da kullanılmaktadır. “Sosyal medyanın bireylere kazandırmış olduğu bir diğer avantaj ise, otoriter güç tarafından ezilenlere, harekete geçerek isyan etme gücü sağlamasıdır. Ancak, bu hiçbir zaman tam bir isyan hali olmamaktadır” (Morozov, 2011: 101-102). Narmanlıoğlu’na (2016: 446 ) göre, “tembel eylemcilik çoğu zaman sosyal medya üzerinden aktivist gruplara, cemaatlara katılmadan, başkaları tarafından yazılmış, oluşturulmuş içeriğin yalnız paylaşımı yoluyla toplumsal harekete destek vermek olarak da tanımlanmaktadır.” Rus araştırmacı Evgeniy Morozov, günümüzde bireylerin sosyal medya üzerinden

yaptıkları bu tarz siyasal aktiviteleri “miskin aktivizm” olarak nitelendirmektedir. Miskin aktivizm; verilmesi gereken toplumsal, politik mesajları veya tepkileri bireyin çok fazla enerji sarf etmeden “bilek hareketiyle ve tıkla”, yerinden kalkmaya gerek bile duymadan, herkesi ve her şeyi anlamlı bir şekilde yorumladığı hissine kapıldığı aktivizm biçimi olarak tanımlanabilir.

### **Kolektif Eylem Fetişi**

Bireyler sosyal medya üzerinden gerçekleştirdikleri eylemlerin siyasal sorumluluğunu yerine getirdiklerini düşünerek, eylemin neye hizmet ettiğinin bilincine ulaşmamakta ve eylem hakkında asıl bilgiye sahip olmadan, içerikten ve asıl amaçtan uzak, sosyal medya kalabalıkları oluşturmaya çalışmaktadır. Bu tarz amaçsız ve nitelikten uzak fetiş eylemler, tekrarlandığında ilk seferki etkiyi bırakmamaktadır ve asıl amaca hizmet etmek yerine, sadece sosyal medyada kabul görme, ilgi uyandırma ve dikkat çekme gibi daha bireysel şeylere ya da birkaç kişiye hizmet eden tekrarlar halini almaktadır.

Örneğin; Arap Baharı'nın tetikleyici eylemi olan Tunuslu Muhammed Buazizi'nin kendini yakma eyleminin sonuçlarına bakıldığında, sosyal medyada büyük bir etki yarattığı rahatlıkla görülmektedir. Ancak, bu eylem hareketi yüceltilip bir fetiş haline getirildiğinde ve aynı eylem tekrarlandığında, ilkiyle aynı şey olmayacak ve insanlar üzerinde ilki kadar etki bırakmayacaktır (Gerbaudo, 2012: 17).

Bir eylem, siyasal veya ideolojik kimliğinden soyutlanıp, bireysel ya da birkaç kişinin amaçları doğrultusunda yüceltiliyor ve hayran toplama peşine düşülüyorsa, o eylem artık tamamen asıl amacından çıkmış ve “eylem fetişi”ne dönüştürülmüştür. Eylem fetişi durumunun ortaya çıkması, çoğu zaman fetiş nesnesiyle ilgili değildir. Seçilen fetiş nesnesi ile seçen kişinin hizmet ettiği şeyler tamamen farklıdır. Seçilen fetiş nesnesi, belli bir toplumsal soruna dikkat çekerken; aynı yöntemi seçen fetiş eylemci, toplumsal sorunlardan uzaktır, ideolojisi yoktur ve hayran toplama amacı taşımaktadır. Bu tarz fetiş eylemler, yasaklanmış ve bastırılmış alandan geriye itilmiş olurlar ve toplumdaki mücadeleyi de gerileten bir etkiyle gerçekleştirirler. “Kolektif eylem fetişi, eylemi toplum sorunlarına eğilme ve siyaset yapma araçlarından biri olmaktan çıkartıp; tüm bilgi kaynaklarını, kendisi veya birkaç kişi için tüketerek, eylemi salt kendine indirgemiş olur” (Gerbaudo, 2012: 15-16).

Paolo Gerbaudo (2012: 19) sosyal medya mecralarının bir kolektif eylem fetişine dönüştürülmesi konusunda uyarır ve şöyle der: “Mısırlı eylemciler hem yurttaşlarının hem de genel olarak dünyanın dikkatini üstlerine çekmeyi başarmışlarsa şayet, bunu Facebook sayfalarından ve Twitter'dan ziyade, Kahire'nin merkezinde Tahrir meydanını fiziksel olarak işgal etmeleriyle gerçekleştirmişlerdir.” Başka bir deyişle, sosyal medya mecralarının toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel açıdan bireysel yaşamın üzerinde etkileri olan araçlar olmadığı; bu alanların aslında, toplumsal sorunlara ve siyasi otoriteye karşı topluca harekete geçilecek kamusal alanlar olduğunun bilincine varılması gerekir.

### **Sosyal Medyanın Gönülsüz Liderleri Koreograflar**

Sosyal medyada, karmaşık ve akışkan bir liderlik biçimi ortaya çıkmaktadır. Bu liderlik biçimine gönülsüz ya da gizli liderlik denebilir. Söz konusu liderler, etkili sosyal medya kullanıcıları ve anti-otoriter kişilerdir. Koreografların bu çalışmada gizli ve gönülsüz liderler olarak tanımlanmasının nedeni, giriş bölümünde verdiğimiz örnekteki Sarı Yelekliler Hareketini organize eden üç kişi gibi, toplum içinde yaşayan ve sıradan

mesleklere sahip apolitik kişiler olmalarıdır. Bu kişiler, genel çerçevede daha önce ciddi anlamda bir eyleme katılmamış ve liderlik etmemiş kişilerdir. “Kitle, hiçbir sosyal organizasyona, herhangi bir organize duygu grubuna, yapı veya statü rolüne ve liderliğine sahip değildir. Bu sadece ayrı, ayrılmış, anonim bireylerin bir araya toplanmasından ibarettir” (Friedson’dan aktaran Berger, 2014: 109). Sosyal medyada şekillenmiş bir eylemde, mesajı gönderen ile mesajı alanlar ayırt edilemez. Bu tarz bir iletişim kurgusunda, mesajı alan kitle içinden herhangi bir kişi lider konumuna gelebilir. Gerbaudo’ya (2012: 216) göre, “Günümüz toplumsal hareketlerinin eşitlikçi yapısına rağmen, sosyal medyayı tamamlayan öge, az sayıda insanın iletişim akışının çoğunun kontrol ettiği bir ‘güç yasası dağılımı’dır. Buradaki dengesizlik, katılımcıların duygusallığını kanalize etmek ve tetiklemekte sosyal medyanın katılımcı ve etkileşimli ortamından faydalanan bir liderlik biçiminin fiili varlığını göstermektedir.”

Eylem için zeminin belirlenmesinde ve içerisinde kolektif eylemin serpileceği bir duygusal ortamın kurulmasında söz sahibi olduğunu düşünülen bu kişiler, sosyal medyada sembolik açıdan bir kamusal alan oluşturulma sürecinde tekno-özgürlükçü bir bakış açısıyla birçok kişi (gazeteci, aktivist ve akademisyenler) için, kamusal eylem alanlarının kendiliğinden ve lidersiz bir biçimde şekillendiğini göstermektedir. Ancak sosyal medya, sanılanın aksine, lidersizlik durumu sağlamaktan ziyade “gönülsüz liderler ya da koreograflar” ortaya çıkarmaktadır. Bu gönülsüz liderler, yataycılık ideolojisi göz önüne alındığında, lider olarak görülme istemeyen; ancak oluşturdukları zemin ve sosyal medyada yazdıklarıyla insanları kendiliğinden eyleme iten ya da insanların içindeki eylem dürtüsünü harekete geçirmek suretiyle kişilerin kamusal alanda toplanmalarına zemin sağlayan kişilerdir. İnsanların protesto eylemlerine katılmalarına ve yaratıcı bir şekilde dâhil olmalarına ve eylemlerde tutarlık sağlanmasında büyük ölçüde rol oynayan sosyal medyanın gönülsüz liderleri, koreograflardır.

Sosyal medya koreografları olarak tanımlanan bu kişilerin yaptıkları şey, aktivistlerin yaptıkları gibi salt araçsal bir faaliyet olarak görülemez. Bilinen aktivistlerin aksine bu koreograflar, eylemcilerin uzaktan dolaylı bağlantılarından başlayıp, fiziksel yakınlığın vermiş olduğu coşkuya kadar uzanan gerilimin teşvik edilmesinde büyük rol oynarlar ve eylemciler arasında duygusal bağın kurulmasını sağlarlar. Max Weber’in “duygusal eylem” olgusunu yeniden tanımlayan Barlas Tolan (1996, 39-40), sosyal medya koreograflarının ve eylemcilerin aralarında kurmuş olduğu duygusal bağı açıklarken “geleneksel eylemden farklı olarak duygusal eylem, alışılmış günlük davranışların dışındaki bir uyaran sonucunda meydana gelir. Belirli koşullar oluştuğunda bireyin duygusal tepkisi oluşur. (Heyecan, korku, öfke, kin, nefret, sevgi, öç alma, özveri vb.)” Tolan’ın söz etmiş olduğu günlük davranışların dışındaki uyarıcı, sosyal medyada bireyleri tetikleyen ve onlarda duygusal tepki oluşmasını sağlayan gönülsüz ve gizli liderler “sosyal medya koreografları”dır. Koreograflar anlayışının getirmiş olduğu gizli liderlik biçimi, Facebook iletilerinin, Twitter ve blog yazılarının; sadece bilgi kanalı olarak değil, sosyal medyada dağınık bir biçimde bulunan bireylerin duygularını yoğunlaştırıp onları harekete geçme süreçlerini tetikleyen ve o duyguların siyasal tutkulara dönüşmesine öncelik eden bir şekilde kullanılmasıdır.

İnsanlar doğadan kopup toplum olarak yaşamaya başladığı dönemlerden itibaren; toplum olmanın alışkanlıkları, değer yargıları ve hassasiyetleri, o topluluğun yaşam koşullarına göre şekillenmiştir. Bir başka deyişle, çevresel etkenler o toplumun sosyo-kültürel yapısını fazlasıyla etkiler. Toplumun geniş bir bölümünün tavır ve sosyal davranışlarına doğrudan veya dolaylı olarak etki sağlayacak şey, siyasal egemen güç ya da özel gruplardır. Giderek daha kirli bir hale gelmeye başlayan ekonomik ve politik ilişkiler, toplum üzerinde kurdukları etkiyi arttırmanın yeni yollarını aramaya başlar. İşte bunlardan biri, toplum mühendisliğidir.

Hükümetler veya belirli topluluklar, toplum mühendisliği ile her türlü toplumsal hareketi yönlendirmeyi hedefler. “Kurgu sağlam olduğu sürece vatandaşın, ulus-devlete olan bağı kuvvetlenecektir. Bu kurgunun inşasında izlenen metot başarısız olursa, o zaman vatandaşlık yerine kimlik problemlerinin konuşulduğu ve ulus-devletin meşruiyetinin tartışılır hale geldiği görülmektedir” (Topuzkanamış, 2014, 4997).

Arap Baharı, Suriye Hareketleri ve son olarak Fransa’da ortaya çıkan Sarı Yelekliler Hareketi denilen toplumsal hareketler, ilk başlangıç aşamasında salt bir hak arama harekâtı iken; zaman içinde radikal başka topluluklar (toplum mühendisliği görevini üstlenmiş aktivistler, kanaat önderleri ya da uç nokta topluluklar) bu hareketleri sahiplenmişlerdir. Ancak sosyal medyada başlatılan bu tarz hareketlerin ilk ortaya çıkışına bakıldığında; hareketi başlatan kişi veya kişilerin, daha önceden bir radikal topluluğun üyesi olmadıkları, sadece kendilerini rahatsız eden ve onlar için toplumsal sorun haline gelmiş bir hak ihlalinin ya da hak kaybının geri kazanılması için mücadele eden gönülsüz liderler oldukları görülür. Toplum mühendisleri olarak nitelendirilen kişilerin, çok kısa zaman dilimleri içerisinde bir hareket başlatmaları ya da bir hareketi sonlandırmaları olanaksızdır. Egemen güce veya bir topluluğa hizmet eden toplum mühendislerinin, kitlelerin kültürel ve sosyal alışkanlıklarını yeniden şekillendirebilmeleri için, geniş bir zamana ve sosyal medya kanallarının yanı sıra ana akım medya kanallarına da ihtiyaçları vardır. Yaka’ya (2012: 253-254) göre, “toplum cetvel ve gönye ile ölçülüp biçilen, düzenlenen fiziksel bir zemin, kişisel istek ve iradelerimize göre yön verilen bir gerçeklik değildir.”Günümüz protesto kültürünün devamlılığını sağlayan şey, bireylere çoğunlukçu vurgusu yaparak ve eylemcilere siyasal ikazlarda bulunarak, kolektif bir özne etrafında birleşmesini sağlamakla mümkün olmaktadır. Sosyal medyadaki eylemcilerin kolektif bir özne etrafında birleşmesini sağlayan kişilerin, koreograflar olduğu söylenebilir. Bu koreograflar, belli bir ideolojiye mensup olmayan ve bu anti-ideolojik bireylerdir.

Bu kişiler, her ne kadar bir eylem, bir direniş organize ediyor olsalar da dolaylı bir dil kullanırlar. Bu dil, fazla siyasi ya da fazla ideoloji yüklü cümleler kullanmak yerine, sosyal medyadaki durum mesajlarında rastlanan ve hedef kitlenin gündelik yaşamda kullandığı dile yakın olan, konuşma (sohbet) ağız bir dille yazılmış mesajlar içermektedir. Böylelikle koreograflar, hedef kitleler tarafından daha anlaşılır ve samimi bir görünüm kazanmış olurlar. Örnek olarak; sosyal medya koreograflarının bir ekonomik krize karşı söylem geliştirirken, bunu, sınıf mücadelesinden bahsetmek yerine, dipte olanların tepede olanlara karşı olduğunu söyleyerek yapmaları gösterilebilir. Aslında anlatılmak istenen şey sınıf mücadelesidir ama bu, daha çok hedef kitlenin anlayabileceği günlük konuşma dili olan söylemlerle yapılır. “Böylelikle, hedef kitlenin kafasını çok karıştırmadan ve onları ürkütmeden; bunun ideolojik bir hareket olmadığı, daha çok tepedekiler tarafından bireysel haklarının gasp edilmesine yönelik olduğu duygusunu uyandırmış olurlar” (Gerbaudo, 2012: 237).

Hedef kitlenin büyük oranda bireyselleştiği ve tepedekiler karşısında zayıf kaldığı anlarda, koreograflar kullandıkları bu dolaylı dille, bireyler arasında bir ideolojik ve duygusal bağ kurarak protesto duygusunu tetikleyip bireyleri birleştirmiş ve harekete geçirmiş olurlar. Koreograflar için sosyal medya, Gezi Direnişi’nde olduğu gibi zekâ pırıltısı sloganların yer aldığı parlak bir sahne olmuştur. Hatta öyle ki, bu zekâ pırıltısı sloganlar, kitlelerle birlikte sokağa çıkıp duvarlardaki ve pankartlardaki yerlerini almıştır. Bu sloganlarda kullanılan dil; kısa, anlaşılır, çoğu zaman akılda kalması için esprili ama genellikle de bir onaylama ya da karşı çıkma duvarı işlevi görmektedir.

Gezi Parkı'nda mizah, şaka ve ironi hegemonyaya karşı kullanıldı. Bu sayede başbakanı eleştirmek mümkün ve kolay hale geldi. Ana akım medya gösterilere karşı kör olduğu için sosyal medya direniş hareketini yaymanın neredeyse tek yolu oldu şakalar ve mizah durumu eğlenceli bir hale getirdi, böylece herkeste mizahi materyali paylaşma ve yayma arzusu uyandı. Şakalarla, çok büyük bir sosyal medya kullanıcısı zinciri oluşturularak gösteriler başlatıldı. Öte yandan, göstericilere şiddet uygulayan hükümet ve polis gücü hakkında şakalar yapmak memnuniyet verici bir şeydi. Bu şekilde göstericiler acılarında bir rahatlama hissettiler (Coşkun, 2014: 101).

Koreografların kısa, anlaşılır çoğu zaman akılda kalıcı olan bu dili tercih etmenlerindeki bir başka neden ise, sosyal medyada ulaşmak istedikleri kitle ile aralarında çok hızlı bir döngünün gerçekleşmesidir. Koreograflar, kısa cümleler ve yorumlar ile kitlelerin sorunlar üzerinde çok fazla kafa yormasını engelleyerek, dile getirilmek istenen düşüncenin basitçe altyapısını oluşturur ve hangi olguların etkisiyle bu kaniya varıldığını, bu görüşün nasıl ortaya çıktığını, neden duyurulmak istendiğini akıcı ve akılda kalıcı bir dile paylaşımına açarak daha geniş kitlelere ulaşmayı hedefler. Koreograflar, dili bu şekilde kullanarak gramer kurallarının artık işe yaramadığı düşünce kalıplarını ve bu kalıplarda kullanılan sözcükleri alt üst ederek yeni bir diyalog başlatmaktadır. Kullandıkları mizahi dille, kitlelerin karnına kafa atarak yeni bir diyalogu başlatmış, kitleler üzerinde etkili olan despotik dilin dengesini bozabilmişlerdir.

Sözü doğrutmak için karna kafa atmak, bir diyalogu başlatmaktır. Karnımıza kafa atan, bizim sözumüze muhtaç; onun karnına kafa attığımızda biz de ağzından çıkaracağı sözcüğe. Sözcüklerimiz birbirini dölleyecek. Evet, kekeleyelim, hatta daha fazla kekeleyelim ve daha fazla kafa atalım birbirimize. Eril, despotik dilin dengesini bozmak gerek. Kekelemek, dili çatallandırarak dengesini bozmaktır. İktidar zihinlerde ve mekânda despotik bir düzen ve denge yaratacağını, dolayısıyla dili de değişmez öğeler ve ilişkilerle sabitleyebileceğini sanıyor. Kekeleyelim, bozalım dengesini ve yeni kavramlar doğuralım (Öğdül, 2016).

Sosyal medyadaki koreograflar; yaptıkları işin tanımını yapmasalar da, Facebook ve Twitter aracılığıyla yürüttükleri iletişim biçimleri ve örgütlenme çalışmaları, kolektif eylemin hayata geçirilmesinde bir liderlik biçimine karşılık gelmektedir. Yataycılık ideolojisini benimseyenler, yeni iletişim teknolojileri sayesinde, toplumsal hareketlerin sistematik örgütlenmelerinin en belirgin özelliği olan emir komuta yapısına ihtiyaç olmadığına inanırlar (Shawn Carrie'den aktaran Gerbaudo 2012: 221).

Sosyal medya koreograflarının oluşturmuş olduğu yeni tarz örgütlenme ile geleneksel örgütlenme biçimleri ayırt edilemez hale gelmiştir; sosyal medya üzerinde gerçekleşen hareketin iletişimcilerinden biri, beklenmedik bir şekilde lider durumuna gelebilmektedir. Ancak Mısır'da Weal Ghaomin, İspanya'da Fabio Gandara ve Pablo Gellego gibi, binlerce takipçisi olan sosyal medya liderlerinin; sosyal medyadaki eylemleri hem başlatma hem de hareketi ayakta tutmakta başarısına baktığımızda, yataycılığın iddia ettiği sosyal medyanın lidersizlik savı çürümektedir. Saydığımız bu sayfa yöneticileri, birbirinden bağımsız bireylerin duygusal yönlerini tetikleyerek onları bir araya getirip harekete geçirmeleri, sosyal medyanın lidersiz olduğunun, gizli ya da gönülsüz koreografların fiilî varlığının kanıtıdır. "Sosyal medyanın benimsenmesi onlara kendiliğinden lidersiz ya da yatay olmaları imkânı tanımadığı gibi sihirli şekilde eşit bir oyun sahası da açmaz. Tam tersine yeni liderlik biçimlerini gündeme getiren tam da sosyal medyanın kullanılmasıdır." (Gerbaudo, 2012: 224).



Koreograflar, eylemcilerin duygusallığına dokunarak, onları kendi ideolojileri doğrultusunda yönlendirerek kolektif eylemlerin gerçekleşmesinde önemli rol oynamaktadırlar. Koreografların sosyal medya üzerinden kurdukları bu duygusal bağ, neo-liberalizmin kamusal alanın her yerini hedef alan işgal etme arzusu karşısında, toplumların ayrıştırılmış, dağınık ve pasif kalışından sıyrılmasına önyak olmaktadır. Koreograflar; sosyal medyada dağınık halde bulunan bireyleri bir araya getirerek, kamusal alanda fiziksel olarak toplanmalarını kolaylaştırıp bireyler arasında yeniden birlikte olma duygusunu harekete geçirmekte ve uygun duygusal kanallar oluşmasını sağlamaktadır. Koreografların sosyal medyayı kullanarak kamusal alanı yeniden bu şekilde dolaylı olarak inşa etme çalışmaları, duygusal bir nitelik taşımaktadır. Koreograflar, sosyal medyayı hem açık sohbet kanalları olarak hem de mahrem kanallar olarak ustaca kullanmaktadır. Koreograflar, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya kanallarında oldukça dağınık ve bireyselleşmiş ilişkiler içindeki insanları, kolektif toplanmaların yoğunluğuna bağlayarak; bireyler arasında “duygusal gerilim”lerin oluşmasını sağlamıştır. “Oluşturulan bu duygusal gerilimle, protesto eylemlerinde önce yayılımcı bir beklenti ya da bir itki yaratılması sağlanmakta ve hareketin kamusal alana inişinden sonra, katılımı sürdürmek amacıyla ‘duygusal çekim’ alanı meydana getirilmektedir” (Gerbaudo, 2012: 239).

Koreograflar, bunu gerçekleştirmek için, bireylerin ortak noktaları olan öfke, kızgınlık, hayal kırıklığı gibi duygular üzerine mağduriyet paylaşımları yapar ve bu paylaşımları yaygınlaştırır. Böylelikle toplumsal hareketlerin sürdürülebilirliğini canlı tutabilirler. Koreograflar, sosyal medyadaki bireylerin duygularını, halkın yeniden birleştiği bir anlatı içine yerleştirerek siyasal bir tutkuya dönüştürür ve bireylerin toplanmasını sağlayan bir odak noktası yaratmış olur.

Koreografların, liderliği yalnızca sosyal medya üzerinden yürüttükleri göz önüne alındığında, sokağa çıkmış eylemcilerin bir araya gelmek için artık bir lidere ihtiyaçları olmayacaktır. Yine Tahrir Meydanı olayında olduğu gibi, eylemciler sokağa indikten sonra toplanma imkânını bulunca, sosyal medya üzerinden hareketi organize eden koreograflar takipçileri üzerindeki kontrolü kaybetmiştir. Sosyal medya üzerinden başlayan hareket bir kez sokağa çıkınca, artık eylemciler üzerinde fiziksel olarak eylemi kazandırma ve kitleyi kamusal alanda bir arada tutmak için çalışan öncü gruplar ortaya çıkar. Mısır’daki Tahir Meydanı olaylarında bu rolü Müslüman Kardeşler ve 6 Nisan hareketi gibi siyasi örgütler üstlenmiştir (Gerbaudo, 2012: 228).

Sosyal medyada üretilen bu tarz içerikler için bir güç yasası dağılımı söz konusudur. Bu güç yasası dağılımı içerikleri, küçük bir azınlığın oluşturduğu ancak büyük bir çoğunluğun tükettiği şeklindedir. İçeriğin tek yönlü tüketildiği dönem sona erdi ve insanların artık birçoğunun entelektüel uyarım için içerik üretmek isteyecek kadar az uyarılırlar (Shirky 2010: 125).

Sosyal medya mecraları, liderliğin (yataycılığın iddialarını içini dolduracak şekilde) gizlenmesi ve eylemlerin harekete geçirilmesi için mükemmel alanlar olmuştur. Başka bir deyişle, asıl olan şey koreografların varlığı değil; bu insanların gönülsüz ya da gizli olarak üstlendikleri bu görevleri, kalabalıklar içinde görünmez olarak, bir şehrin herhangi bir yerinde bir bilgisayar başında, bir alana yerleşmiş olarak yapmalarınıdır. Koreograflar, yönettikleri sosyal medya sayfalarına anonim ya da kolektif isimler vererek kimliklerini gizli tutar ve böylelikle de kitleler üzerinde lidersizlik izlenimi oluşturmuş olur. Sosyal medya; hiç kimsenin öncülük etmediği, doğası gereği katılımcı olan, kullanan insanların basitçe iletişim kurduğu, paylaştığı, katılım sağladığı bir ortam izlenimini uyandırır. Bununla birlikte, basit iletişim içine, web 2.0 ortamının etkileşimli ve katılımcı niteliğinden faydalanan yumuşak liderlik biçimleri yerleşmiştir.

“Burada ilginç olan örgütlenmenin fiziksel yapıları ile akışkan örgütlenmenin öne çıkması şeklinde yorumlanan Twitter ve Facebook gibi maddi olmayan ve geçici iletişim kanalları arasındaki karşıtlıktır” (Gerbaudo, 2012: 231). Bir başka deyişle, toplumsal hareketlerin başlangıç yeri olan Facebook ve Twitter gibi sosyal medya alanlarında, koreograflar kimliklerini gizleyerek ve tarafsız bir görünümle, toplumsal hareketlere katılımın dışında kalan insanları da seferber eder ve bunun sonucunda duygusal gerilim oluşmasını sağlar. Koreografların, bireyler arasında oluşturdukları duygusal gerilime dayalı bu iletişim biçimi, hareketin kamusal alana inişinden sonra katılımı sürdürmek amacıyla duygusal bir çekim alanı oluşturulmasına katkıda bulunur.

McLuhan’ın Küresel Köy kuramı, elektronik medyanın insanlığı yeniden birleştirdiği saptaması üzerine oturmaktadır. Paçacı’ya (2016: 27) göre, “toplumları bir araya getiren ‘ortak payda’, ‘stratejik araçlar’ ve ‘benimse(til)me’ işlevlerinin; ‘değerler’ sisteminin, ‘idari ve siyasi’ yapıların, ‘aktarma’ ve ‘iletme’ araçlarının yeniden biçimlendirilerek düzenlenmesi gibi geniş ve kapsamlı bir “sistem” oluşturma çalışmasını gerektirmektedir.” Atalay’a göre (2018: 33) “McLuhan, içinde yaşadığımız Global Köy’de dikkatimizi eylemden tepkiye çevirmek durumunda kaldığımızı artık herhangi bir hareket tarzı ya da eylemin getirilerini önceden bilmemiz gerektiğini vurgular. Çünkü sonuçlar hiç gecikmeden tecrübe edilmektedir.”

Koreografların Facebook ve Twitter’ı kullanma biçimlerine bakılınca, yürüttükleri gizli liderlik daha iyi anlaşılabilir. Koreograflar için Facebook, büyük ölçüde politikaya bulaşmamış orta yaş sınıfı toplama, ortak kimlik oluşturma ve üye kazanma alanını olurken; Twitter, tam olarak yurttaş gazetecilerinin egemen gücün vahşetini belgelemekte ve daha birçok dışa dönük olayı göstermek açısından daha hareketli, daha canlı bir alandır. Facebook’a kıyasla daha az kişiye ulaşmasından dolayı Twitter, koreograflar için hedef kitlenin çekirdek kadrosuna ve elit kesime erişilmesi açısından popüler bir sosyal medya kanalı olmaktadır. “Kitlenin dikkatini çekebilme veya içerikleri kategorilendirebilme için kullanılan hashtagler, sosyal medya kullanıcılarının ilgi alanlarını canlı tutmaktadır” (Gerbaudo, 2012: 243).

Koreograflar, Facebook ve Twitter’ı kullanırken dağınık haldeki bireyleri bir eylem etrafında toplamak için “odak pratikler” kullanırlar. Odak pratik, oluşma ve bir kişileştirme sürecidir. Bu süreçte odak noktası şekillenip netleştikçe hedef kitlenin eylemi tamamlayabileceğine dair güveni artar ve kitle üzerinde olumlu duygular gelişir. Örnek olarak, bir toplumsal hareket için sembolik yer oluşturulması gösterilebilir; sembolik bir yer oluşturulması, harekete geçirilecek kesim için şahsi olmaktan çıkar ve lider kılığına bürünür. Bu noktadan sonra, eylemi kimin nasıl organize ettiğinin hiçbir önemi yoktur; tek önemli olan şey, o sembolik alandır. Orası, artık kitle tarafından sahiplenmesi ve işgal edilmesi gereken bir alan olarak görülmektedir. Bu örgütlenme şekli akışkandır, çünkü sosyal medya mesajlarının kendisi akışkanlık özelliği taşımaktadır. Gönderilen tweet’ler ve hashtag’ler ya da Facebook durum mesajları, aşırı enformasyon yüklemesiyle günümüz toplumsal hareketlerinde bilgi akışının sağlanmasına olanak sunmaktadır. Ancak koreografların attıkları tweet’ler ya da Facebook durum mesajları, sadece bilgi akışını sağlamak için değildir. Aynı zamanda sayfa kullanıcılarının, duygusal ve fiziksel karşılık vermeleri de talep edilir. Koreograflar, sayfa kullanıcılarına asla emir vermez ama yazdıkları durum mesajlarıyla yapılacak eylemin zeminini belirler ve insanların kitleler halinde hareket etmesini ister.

### **Koreografların Facebook’u Kullanım Biçimleri**

Mark Zuckerberg Facebook’u ilk geliştirdiğinde, genç öğrencilerin flört edip arkadaşlık kurma arzularını karşılamayı hedef edinmiştir ve nitekim günümüzde de birçok Facebook kullanıcısı bu amaçla bu platformda

bulunmaktadır. Ancak, günümüzde toplumsal hareketlerin değişim geçirmesi ve sosyal medya mecralarının insanlara daha fazla söz hakkı ve özgürlük sağlamasından dolayı Facebook; siyasal örgütlenme, kitlesel biçimde harekete geçme ve karşı enformasyon oluşturma alanı olarak da göz ardı edilemeyecek derecede popüler bir kamusal alana dönüşmüştür. Facebook, koreografların oluşturmuş oldukları tartışma konuları etrafında, takipçileri ve sempatanlarıyla temas kurmaları ve olayları burada tartışmaları açısından açık bir halk arenası görevini üstlenmektedir. Koreograflar Facebook sayfalarını, büyük ölçüde politikleşmemiş kullanıcıları kendilerine takipçi yapma ve onları eğitip sokaklardaki eylemlere hazırlamakta kullanır. Daha öncede söylediğimiz gibi Facebook sayfaları, koreograflar için, dağınık ve bireyselleşmiş kişileri kamusal alanda, yani meydanlarda görünmeden önce sembolik bir yolla ve duygusal gerilim yaratarak bir araya getiren bir toplanma alanı işlevi görmektedir” (Gerbaudo, 2012: 232- 233).

Her yılın ocak ayında yayınlanan olduğu Global Digital raporuna göre, “dünya nüfusunun yüzde 45’i artık yaygın biçimde sosyal medya kullanıyor.” Bu da yaklaşık 3,5 milyar kişi demek, yani son bir yıl içerisinde 288 milyon yeni sosyal medya kullanıcısı bu platformlara katılmış oldu (Wearesocial, 2019). Facebook “2018 yılı içerisinde her ne kadar sıkıntılı bir süreç geçirmiş olsa da, 2019 yılı başındaki raporlarında yüzde 10’luk bir artış göstererek sosyal medya platformları arasında en üst sıradaki yerini aldı.” (investor.fb.com, 2018). Sosyal ağlar içerisinde Facebook en yaygın kullanılanıdır. Bu da koreograflar için daha geniş bir topluluğa hitap etme olanağı sağlamaktadır. Dolayısıyla Facebook, koreograflar için insanları harekete geçirmek amacıyla en uygun zeminlerden birini oluşturmaktadır. Bu bağlamda Facebook, koreografların hedef kitlenin yerel sosyal ağlarına bağlanma olanağı sağlamaktadır.

Koreograflar için Facebook, yerel çaplı takipçiler ve onların tanıdıklarıyla bağlantı kurmaları açısından da önemli bir araçtır. Böylelikle koreograflar, birçok kişi ve grupla hızlı bir şekilde iletişim kurarak ortak bir tepkiyle aynı meydana insanları toplayabilmektedir. “Meydan hareketlerini karakterize eden en önemli özelliklerden birisi, hem eski hem de yeni toplumsal hareketlerin tersine, çok çeşitli toplumsal talepleri dile getirme ve böylelikle oldukça heterojen kitleleri harekete geçirme kabiliyetine sahip olmalarıdır” (Özen, 2015: 11).

Facebook görsel malzemeleri (resim, video vs.) ön plana çıkaran bir araçtır. Bu da Facebook’u kullanan koreografların kendi takipçileri ve onların yakın çevresine aktardıkları “imgelem” bir dile işaret etmektedir. Örneğin, Facebook’ta paylaşılan uzun bir yazı metni okunmaz, paylaşılmaz ve az etkileşimli olur; ancak kısa spot bir yazıyla paylaşılacak etkileyici bir fotoğraf, o mesajın daha çok beğenilip paylaşılmasına ve o mesajın daha çok kişiye ulaşmasına olanak sağlamaktadır. Bunun sebebi kitle üzerinde hâkim olan “imgeler” ve “anımsalılık” kültürüdür. Bir Occupy eylemcisi olan Adrew Coner, Facebook’u insanları harekete geçirme kanalı olarak kullanmanın zorluğu ile ilgili olarak “Facebook kullanıcılarının ahmak izleyiciler olmasından kaynaklanıyor.” der. Bu da bize, Facebook’un yapısının siyasi olmayan kültürel bir karaktere sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum, Facebook üzerinden organize edilen toplumsal hareketlerin gelişi güzel değil; Facebook kullanıcıların karakter yapılarına göre gizli liderler, yani koreograflar tarafından şekillendirilip, duygusal bir bağ oluşturularak kitlenin harekete geçirildiğini kanıtlamaktadır.

Günümüz hareketlerin halka dayalı olduğu göz önünde bulundurulduğunda ve Facebook sayfa koreograflarının da halkı temsil ettiği düşünüldüğünde, Facebook’ta eylem hazırlığı yapmakta olan koreograflar, Facebook’u siyasal sebeplerden ziyade eğlence amaçlı kullanan bir toplulukla iletişim içine girmektedir. Bu da, koreograflarla Facebook kullanıcıları arasında gayri resmi ve daha samimi bir dilin ortaya

Günümüz hareketlerin halka dayalı olduğu göz önünde bulundurulduğunda ve Facebook sayfa koreograflarının da halkı temsil ettiği düşünüldüğünde, Facebook'ta eylem hazırlığı yapmakta olan koreograflar, Facebook'u siyasal sebeplerden ziyade eğlence amaçlı kullanan bir toplulukla iletişim içine girmektedir. Bu da, koreograflarla Facebook kullanıcıları arasında gayri resmi ve daha samimi bir dilin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla normal ve sıradan insanların bulunduğu ve gayri resmi bir dilin kullanıldığı Facebook ortamında, kimlik belirlemede bir tür iç dayanışmadan çok "karşı halk karşıtlığı" ile "onlara karşı biz" ortaya çıkacaktır. Harekete bir bütünlük kazandırıp eylemciler arasında o duygusal bağı kurabilmeleri açısından Facebook'ta kimlik inşası koreograflar için önemlidir.

Örneğin, Mısır olaylarında ve Wall Street'i İşgal Eteylemlerinde koreograflar, Facebook'taki kitle üzerinde bir kimlik ve bütünlük duygusunu oluştururken, yine bir düşmanı (Wall Street'e finans merkezleri, Mısır'da ise hükümet) hedef almıştır. Facebook, protestolara katılım açısından bir sıçrama noktası olmak zorundadır. Bu sebepten dolayı koreograflar, kullanıcılar üzerinde sürekli olarak coşkulu bir beklenti yaratmaya uğraşırlar ve sokaklara dökülmenin acil bir gereklilik olduğu vurgusu yaparak iyimser bir hava oluşturur. Bunu yaparken de, kısa yazılarla halkların kültürüne ait, onlar için sembolleşmiş kişilerin ve alanların fotoğraflarını paylaşırlar (Gerbaudo, 2012: 238)

Böylelikle, duygusal gerilim yaratıp gerçek coşkuyu oluşturana kadar sahte bir coşkuyla katılımcıları sokağa hazırlarlar. "Bir bakıma, Facebook etkinlik sayfalarında cevap verme işlevinin benimsenmesini 'sayımız çok olacak' izlenimi yayarak, internet etkileşiminin temellinde yatan bu güvensizliği aşmaya yönelik bir girişim olarak sayabiliriz" (Gerbaudo, 2012: 240).

Buna rağmen her ne kadar koreograflar Facebook üzerindeki kitlede güven oluşturup coşkuyu hat safhada tutsalar da, eylemlere katılanlar ile katılmaya söz verenler arasında oran oldukça farklılık gösterebilir. Organize edilen eylem sosyal medya üzerindeyken büyük bir coşkuyla karşılanırken, iş sokağa çıkmaya ve otoriteyle karşılaşmaya gelince bir avuç kişiyle sınırlı kalabilmektedir. Çünkü daha öncede söz ettiğimiz Evgenyi Morozov'un miskin aktivistleri Facebook'ta oldukça fazladır. Facebook'taki kullanıcılar daha çok yakınlarıyla iletişim kurmak ve eğlenmek için orada bulunan politikleşmemiş kişilerdir. Onlar için en iyi eylem biçimi oturdukları yerden kalkmadan bilek ve tık hareketiyle yapılan eylem şeklidir.

### **Koreografların Twitter'ı Kullanım Biçimleri**

Twitter, özgünlüğü ve hızlılığı ile, koreografların kullanımı açısından, sokaktaki eylemlerde olan biteni anlık aktarma yolu olarak çok cazip bir kanal olmuştur. Twitter, günümüzde e-postaların yerini alarak koreograflar için eylemciler arası iç örgütlenme ve koordinasyon platformu haline gelmiştir. Gerbaudo (2012: 242) göre, "twitter, günümüz eylem hareketleri açısından gerçek zamanlı iletişime dayalı bir merkez ya da bütün bilginin toplandığı ve dağınık yerlerdeki katılımcıların bir araya gelmesini sağlayan en etkin yerlerden biridir." Twitter, koreograflar için gösterilerde insanları koordine ederek, eylemlerin duyurusunun yapılacağı çok yönlü bir odak noktasıdır.

Birçok aktivist, Twitter'ı, muhtemel eylemcileri bulup canlandırma ve onları harekete geçirme gibi bir işlevi olduğunu sanıp o doğrultuda kullanmak istemiştir. Ancak, bu tarz girişimler Twitter üzerinde büyük oranda başarısızlıkla sonuçlanmaktadır; çünkü Twitter konuşmalarının topluluk dışındaki insanlara ulaşma konusunda kısıtlayıcı bir yönü vardır. Mısır olaylarında ve Wall Street'i İşgal Et'te kullanılan #OWS (Occupy Wall Street), #Tahrir gibi hashtaglar, ancak topluluk içindekileri haberdar etmeye yaramıştır.

Twitter mesajlarının akışı, dakikalar içinde yüzlerce mesaja ulaşsa da, yine de bu tartışmalar belli bir grup içinde kalıp bütün katılımcıların yalnızca bir bölümünün dikkatini çekmekten öteye gidemez. “Twitter iletişimi insanları ortak ilgilendirdikleri sorunlar etrafında yakınlaştırır ve odaklanmış tartışmalara imkân sağlarken, bu özgüllük de aktivistleri kendi sanal duvarlarla çevrili topluluklarına kapatmaları riski doğuracaktır” (Ling, 2004: 190).

Koreografların Facebook karşısında Twitter’ı tercih etmemelerinin nedeni tamamen teknik konulara bağlanamaz. Her ne kadar hashtag’lerle sınırlı bir gruba hitap ediyor olsalar da, Facebook kullanıcılarının o miskin aktivizm ruhunun olmadığı ve Twitter kullanıcılarının bu alanı eğlenceden çok otoriteye karşı bir politik direniş alanı olarak kullanmaları, koreograflar için Twitter’ı cazip hale getirmektedir. Twitter’ı Facebook karşısında daha cazip kılan bir başka neden ise, kullanıcıların metne dayalı bilgilere ağırlık vermesidir. Bu da kişilerin bireysel düşüncelerini aktarmaktan çok, toplumsal olayların başlamasında etkili olmaktadır. Twitter’da koreograflar, benzer görüşlere sahip takipçileri takip eder ve onlar tarafından takip edilir; böylelikle benzer düşünce yapısındaki insanlar tarafından kuşatılmış olurlar. Facebook’ta ise durum daha farklıdır, orada önceden tanınan kişiler vardır. Bu kişileri, genellikle, eylemden önce tanıdığınız akrabalar, okul arkadaşları ve onların arkadaşlarıdır. Dolayısıyla birçoğu, aynı ideolojiyi paylaşmayan kişilerdir. Bourdieu’nun (1984: 241) deyimiyle, Twitter’da “birlikte yürüyen insanları bir araya getirme eğilimi” ön plana çıkar.

Twitter’da çok benzer görüşlerde olduğumuz kişileri takip ediyor ve yine aynı kişilerce takip ediliyorsunuz... Twitter’da kendinizi benzer düşünceli insanlardan oluşan bir toplulukla kuşatıyorsunuz. Facebook’taysa durum farklı, çünkü orada arkadaşlarınız, tanıdıklarınız var. Genellikle devrimden önce tanışmış olduğunuz kişiler, okul arkadaşlarınızın arkadaşlarının arkadaşları olan insanlar, ya da işyerinde karşılaştığınız insanlar. Dolayısıyla, mutlaka aynı düşüncede yapısında ya da aynı ideolojide olmadığınız insanlar. Birden tartışmalara giriyor, benzer eylemlerde bulunuyorsunuz (Bourdieu, 1984: 241).

Koreograflar, Twitter’da benzer görüşlü bireylerle takipleşerek mevcut partilerin, örgütlerin ve kurumların kendilerini temsil etmedikleri duygusuna sahip kişilere ulaşırlar ve fiziksel yakınlık biçimlerinin yeniden kurulmasına olanak sağlarlar. Koreograflar; takipçilerine gönderdikleri yoğun mesajlarla ve Twitter’daki “trendingtopics” (en çok konuşulan konular) hashtag’lerini kullanarak, dağınık haldeki kitleyi manyetik toplanma alanlarında toplayıp, eylemcileri harekete geçirerek sürdürülebilir bir hareketi tetiklemiş olurlar. Bu manyetik alanlarda, aynı ideolojik görüşlere sahip kişiler olduğu için, duygusal coşku da her zaman yüksek kalmaktadır. Koreografların kullanmış olduğu hashtag’ler, işgal edilmiş meydanların sembolik hale getirilmesinde de büyük rol oynamaktadır. Örneğin “Ben #Tahrir’e inanıyorum” olarak açılan hashtag, Tahrir Meydanı’nı sembolleştirmiş ve eylemin doku merkezi bir anıta dönüşmesini sağlamıştır. Böylelikle, bu sembolik alanların eylemciler tarafından fiziki temasın kurulacağı yerler olarak algılanması sağlanmıştır. Koreograflar tarafından “sembolleştirilen bu alanlar, takipçileri yakalayıp onlara bu alanların cazip gözükmeleri sağlamaktadır” (Gerbaudo, 2012: 248).

Bu tarz sembolleşmiş ve halk tarafından işgal edilmiş alanlarda görünürde bir liderin olmaması ve koreografların da lider gibi gözükmeadaki gönülsüzlükleri, sembolik alanların liderlik işlevi görmesini sağlamaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki, bu sembolik alanları Twitter’da kullandıkları hashtag’lerle sembolleştirip lider haline getiren koreograflardır. Koreograflar hiçbir siyasal ideolojiye sarılmamış bireyleri, Twitter’ın akışkanlığı ile dengeleyerek günümüz toplumsal hareketlerinin bir parçası haline getirir ve onların, kendi tarihlerinin ve kültürlerinin bir parçası olan sembolik liderleri olan yerlere sarılmalarını sağlar.

## Sonuç

Günümüz sosyal medya kullanıcılarının sosyal medyayı kullanım biçimleri ve toplumsal olaylar karşısında harekete geçirdikleri eylem pratikleri; yataycılık ideolojisinin iddia ettiği gibi, toplumsal hareketlerin lidersiz, “yatay” ve kendiliğinden şekillendiği anlamına gelmemektedir. Aksine, sosyal medya eylemcileri, dolaylı ya da gönülsüz olan ama buna rağmen kolektif eylemlerde belirli roller üstlenmiş ve eylemlere bütünsellik kazandırıp onları şekillendirmiş liderler olan koreograflarla birlikte yürümüştür.

Eylemciler, genelde sosyal medyadan katıldıkları hareketlerin lidersiz ve yatay olduğunu düşünür. Dahası, eylemciler, lidersizliğin sosyal medyanın kullanılmasından kaynaklandığına inanır. Dijital aktivizm alanında ortaya çıkan yeni liderlik biçimi olan sosyal medya koreografılığı, sokak düzeyindeki liderlik biçimiyle benzerlik içindedir. Koreograflar, yeni başlayan bir harekâtı şekillendirirken, harekâtın hangi eylemleri kapsayacağını belirlenmesinde etkili olmaktadır. Ancak, koreografların şekillendirip harekete geçirdikleri eylemler kamusal alana indiğinde, yani artık eylemciler sokağa çıktığında koreografların etkisi azalmaktadır.

Toplumsal hareketler bu denli olgunlaşana kadar eylemlere esin kaynağı olan ve dağınık haldeki kitleleri bir araya getiren, dahası bu kitlelerin odak noktalarını belirlenmesinde ya da sembolik kamusal alanların oluşmasında onlara öncülük eden kişiler, sosyal medyadaki gönülsüz, gizli koreograflardır. Çünkü sosyal medyadaki ilişkiler asimetrik bir yapıya sahiptir. Siz birini takip ettiğinizde, o kişi de sizi otomatik olarak takip etmez; sosyal medya kullanıcıları ile popüler sayfa yöneticileri arasındaki takipçi sayısı farkı, bu asimetrik yapının en belirgin örneğidir.

Kullanıcılarla sayfa yöneticileri arasındaki ilişki de takip etme üzerine kuruludur. Takipçisi fazla olan kişi, liderlik biçimini kapsar ya da liderliğe teşvik edilmiş olur. Sonuç olarak, lidersiz takipçiler olabileceği düşünülemez bir durumdur; eğer takipçi varsa, o zaman bir lider de vardır demektir.

## Kaynakça

- Atalay, G. E. (2018). Dijital çağda Marshall McLuhan'ı yeniden düşünmek: Bir uzantı ve ampütasyon olarak yeni medya teknolojileri. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 4 (6), 27-48.
- Başaran, E. (28 Ocak 2011). Özgürlükler 'twit'le gelmez. *Radikal*. 29 Mart 2019, <http://www.radikal.com.tr/yazarlar/ezgi-basaran/ozgurlukler-twitle-gelmez-1041390/>
- Berger, A. A. (2014). *Medya Çözümleme Teknikleri* (N. Pembecioğlu, Çev.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Harvard University Press
- Castells, M. (2013). *İsyen ve umut ağları* (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. ve İnce, M. (2006). *Manuel Castells'le Söyleşiler* (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Coşkun, G. E. (2014). Function of humor and irony as a manner of political opposition. *Humanities and Social Sciences Review*, 3 (4), 91–103.

- Çakır, A. (29 Aralık 2018). Fransa'da sarı yekekliler isyanı. *Amerikanın Sesi*. 01 Nisan 2019, <https://www.amerikaninsesi.com/a/fransa-da-2018-sari-yekekliler-isyani/4718500.html>
- Gerbaudo, P. (2012). *Twitter ve sokaklar*. (O. Akınbay, Çev.). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı* (M. Tüzel, Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Hardt, M. ve Negri, A. (2004). *Çokluk. İmparatorluk çağında savaş ve demokrasi* (B. Yıldırım, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- investor.fb.com. (2018). Facebook Q4 2018 Results. 26 Mart 2019, [https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc\\_financials/2018/Q4/Q4-2018-Earnings-Presentation.pdf](https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2018/Q4/Q4-2018-Earnings-Presentation.pdf).
- Karagöz, K. (2013). Yeni medya çağında dönüşen toplumsal hareketler ve dijital aktivizm hareketleri. *İletişim ve Diplomasi Dergisi* (1), 2147-6772
- Koreografi (t.y.). *Türk Dil Kurumu güncel Türkçe sözlük*. 29 Mart 2019, [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c9e4e6f507798.23941617](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c9e4e6f507798.23941617)
- Ling, R. S. (2004). *The mobile connection. The cell phone's impact on society*. San Francisco: Morgan Kaufman.
- Morozov, E. (19 Mayıs 2009). The brave new world of slacktivism. *Foreign Policy*. 19 Kasım 2018, <https://foreignpolicy.com/2009/05/19/the-brave-new-world-of-slacktivism/>
- Morozov, E. (2011). *The NET DELUSION: The dark side of internet freedom*. USA: PublicAffairs Books Group
- Narmanlıoğlu, H. (2016). İnternet aktivizmi ve miskin eylemcilik üzerine bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 9 (25), 437-454.
- Öğdül R. (12 Kasım 2016). Soytarıca bir şey yapalım, kafa atalım. *Kaos GL*. 26 Mart 2019, <http://www.kaosgl.org/sayfa.php?id=22481>
- Özen, H. (2015). Meydan hareketleri ve 'eski' ve 'yeni' toplumsal hareketler. *Mülkiye Dergisi*, 39 (2), 11-40.
- Öztürk, C., M. (Ed.). (2013). *Dijital iletişim ve yeni medya*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Paçacı, İ. (2016). Elektronik iletişim çağı ve oluş(turul)makta olan yeni(!) toplum düzeni üzerinde küresel toplum mühendisliği etkisi. *Marmara İletişim Dergisi* (21), 19-55.
- Shirky, C. (2010). *Cognitive surplus. Creativity and generosity in a connected age*. London: Allen Lane.
- Tolan, B. (1996). *Toplum Bilimlerine giriş*. Ankara: Adım Yayınları.
- Topuzkanamış, E. Ş. (2014). Anayasalar yoluyla toplum tasarımı ve inşası: Anayasaların gerçek sahipleri ve anayasacılık süreçlerinde birey. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 16 (Özel sayı), 4989-5010.
- Wearesocial. (30 Ocak 2019). *Digital 2019: Global internet use accelerates*. 26 Mart 2019, <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- Yaka A. (2012). *Sosyal değişim/ Türk modernleşmesi*. İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Yıldırım, Y. (2013). *Sosyal forum'dan öfkeli'lere*. İstanbul: İletişim Yayınları.