

Yayın Geliş Tarihi: 07.05.2020
Yayına Kabul Tarihi: 14.01.2021
Online Yayın Tarihi: 31.03.2021
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.728206>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 23, Sayı: 1, Yıl: 2021, Sayfa: 109-140
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

SOSYAL MEDYANIN KAMUSAL ALAN OLUŞTURMA POTANSİYELİ ÜZERİNE: BOOKSTAGRAM ÖRNEĞİ

*Emel UZUN YEDEKCI**
*Erdem YEDEKCI***

Öz

Günümüzde her yanı saran yeni medya teknolojileri ve beraberinde çoğalan sosyal medya kullanımı, yeni birçok soruyu gündeme taşımıştır. Sosyal medyanın yeni bir kamusal alan oluşturup oluşturamayacağı sorusu da bunlardan biridir. Demokratik bir kamusal alan umudu, bu yeni teknolojilerle birlikte mümkün olabilecek midir? Çok sayıda kullanıcıya sahip bir sosyal ağ olan Instagram üzerinden gerçekleştirilen araştırmanın temel sorusu budur. Instagram birçok farklı kategoride paylaşımın gerçekleştirildiği bir sosyal ağıdır. Bu çalışmada odaklanılan grup ise yoğunluklu olarak kitap paylaşımı yapan ve çoğunlukla kendilerine "Bookstagram" adını veren hesaplardır. Bu hesaplara odaklanılmasının nedeni, kamusal alanın ortaya çıktığı dönemlerde edebiyatla olan yakın ilişkisidir. Anket ve söylem analizi yöntemlerinin kullanıldığı araştırma, Bookstagram hesaplarının yeni bir kamusal alan yaratma potansiyeli olup olmadığı sorusunu sormaktadır. Kamusal alan, farklılıkların oluşturduğu çoğunlukla var olabilmektedir. Sosyal medya mecraları da birçok farklı ağıdan meydana gelmektedir. Bu bakımdan, bu araştırma büyük bir çemberin sadece bir halkasıdır. Diğer halkalarla/diğer araştırmalarla desteklenen bir çember, sosyal medyanın kamusal alan oluşturma potansiyeli konusunda bizlere daha kapsamlı cevaplar verebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Kamusal Alan, Sosyal Medya, Instagram, Bookstagram.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Yedekci, E. U., Yedekci, E. (2021). Sosyal medyanın kamusal alan oluşturma potansiyeli üzerine: Bookstagram örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (1), 109-140.

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri.
ORCID: 0000-0002-3974-9575, emeluzun@marun.edu.tr.

** Arş. Gör, Düzce Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü. ORCID: 0000-0002-9735-3595, erdemyedekci@duzce.edu.tr.

ON THE POTENTIAL OF SOCIAL MEDIA TO CREATE A PUBLIC SPHERE: BOOKSTAGRAM EXAMPLE

Abstract

Today, new media technologies and increasing social media usage have risen many new questions. The question of whether social media can create a new public sphere is one of them. Will the prospect of a democratic public sphere be possible with these new technologies? This is the main question of research conducted through Instagram, a social network with many users. Instagram is a social network where sharing is performed in many different categories. The group that is focused on this study are the accounts that extensively share books and often call themselves "Bookstagram". The reason for focusing on these accounts is because of their close relationship with literature during periods when the public sphere arises. The research, which used survey and discourse analysis methods, asks whether Bookstagram accounts have the potential to create a new public sphere. The public sphere generally can be created by majorities which have many differences. Social media channels also consist of many different networks. In this regard, this research is only a small part of a large research area. Supporting the field with other researches can give us more comprehensive answers on the potential of social media to create a public sphere.

Keywords: Public Sphere, Social Media, Instagram, Bookstagram.

GİRİŞ

Habermas'tan Sennett'e birçok düşünür tarafından ele alınan "kamusal alan" kavramı günümüzde de, değişen ve gelişen toplumsal yapı içerisinde, "demokratik bir kamusal alan mümkün mü?" sorusuyla birlikte zihinleri meşgul etmeye devam etmektedir. Enformasyon teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler, içinde bulunduğumuz toplumsal yapılara ve toplumsal ilişki türlerine nüfuz etmektedir. Küreselleşen dünyada, özellikle internet teknolojisi aracılığıyla, yeni medya mecralarında, zaman ve uzamın farklı algılanışları mümkün kılınmakta ve bu bağlamda çeşitlenen ve dönüşen yeni ilişki türleri ortaya çıkmaktadır.

Değişen ve dönüşen dünyanın bu yeni ilişki türleri üzerinden kamusal alana bakabilmek oldukça önemlidir. Kamusal alan kavramını kuramsal açıdan inceleyerek yola koyulan bu çalışma, ardından çok sayıda kullanıcıya sahip bir sosyal medya mecrası olan Instagram üzerine odaklanacaktır. Söz konusu mecrada, birbirinden farklı konseptlerde birçok hesap vardır. Bu bağlamda, çalışmanın temel amacı, ağırlıklı olarak kitap paylaşımı yapan ve çoğunlukla kendilerini "Bookstagram" olarak niteleyen hesapları incelemek ve bu hesapların kamusal alan potansiyeli yaratıp yaratmadığı sorusunu açığa çıkarmaktır.

KAMUSAL ALAN

Kamusal alan denildiğinde akla gelen ilk isim kuşkusuz Habermas'tır. *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* (2017) adlı kitabında Habermas, tarihsel açıdan kamusal alan kavramının izini sürmektedir. 18. yüzyıl sonlarında şehirde yaşayan

burjuva toplulukları arasında, özel alan içinde adeta bir “kamusal iletişim ağı” oluşturulmaktadır. Kitap, gazete ve dergilerin çoğaldığı bu ortamda yazar, yayınevi ve kitapçı sayısı da artmakta, yaratılan bu kültürel çevrede toplumsal sorunlar konuşmaya başlanmaktadır. Toplumsal sorunların, politik olanın merkeze gelmesi Fransız İhtilali’nin etkisiyle mümkün olmuştur. Sanat ve edebiyat eleştirisi temelli bir yapıya sahip olan söz konusu gruplar, genişleyen kamusal alanlarda politik olanı ön plana çıkarmaya başlamaktadırlar. Yalnızca Fransa’da değil, Almanya’da da benzer gelişmeler yaşanmaktadır (Habermas, 2017, s. 16). Kısacası, başta Londra, Paris gibi şehirler olmak üzere, Avrupa’nın diğer kentlerinde de kafe ve salonlarda, gazete ve haber ilanı konuları üzerine tartışma grupları oluşturulmakta, siyasal problemlere kamusal alanlarda demokratik çözümler getirilmeye çalışılmaktadır (Giddens, 2005, s. 459).

Habermas’tan farklı olarak kamusal alan fikrinin izdüşümlerini Alman reformuna kadar götüren düşünürler de vardır. Asa Briggs ve Peter Burke, *Medyanın Toplumsal Tarihi* (2011) adlı çalışmalarında, Luther öncülüğündeki Reform Hareketi’nin kamusal alanın doğuşuna katkılar sağladığını söylemektedirler. İncil’i kendi dillerinde okumaya başlayan yurttaşlar, onlara anlatılandan farklı bir dünyanın da var olabileceğini görmüşlerdir. Matbaanın icadı, geniş kitlelerin yazılı eserlerle tanışması, kuşkusuz Briggs ve Burke’un teorilerini anlamlı kılmaktadır (2011, ss. 88-89).

Habermas; “kamusal alan’ kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşamımız için, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz” demektedir. Ona göre; gazete, dergi, radyo ve televizyon günümüzde “kamusal alanın iletişim araçları”dır (2004, s. 95). 18. yüzyılda yaşanan toplumsal gelişmeler, bugün de kamusal iletişim araçlarından biri olan gazetenin işlevini adım adım dönüşüme uğratmıştır. Gazeteler 18. yüzyılın toplumsal atmosferinde kamuoyunun taşıyıcıları görevini üstlenmekte, bu bakımdan kamuoyu yaratmada da aracı olmaktadır (Habermas, 2004, s. 99). Gazetenin bu işlevini destekler nitelikte Habermas, 18. yüzyıldan günümüze kadar, kaygı yaratan konuların tartışıldığı bir mecaz olarak gördüğü kamusal alanı, medyanın gelişimi perspektifinde incelemiştir (Giddens, 2005, s. 459).

Meral Özbek de Habermas’ın çizgisinden ilerleyerek, “kamu”yu; “geleneksel yüzyüze insan ilişkileri aracılığıyla kurulan topluluktan farklı olarak, yüzyüze ilişki zorunluluğu taşımayan, birbiriyle mesafe içinde yaşayan insanların aynı sorun, fikir, olay etrafında iradi, gönüllü olarak biraraya gelmesiyle oluşan modern bir biraradalık tarzı” olarak ifade etmektedir. Bu nedenle, kamusal alan kaçınılmaz olarak okuma, düşünme, yazma, tartışma ve toplanma olgularıyla bir arada düşünülmektedir (Özbek, 2004a, s. 40).

Başlangıçta kafe ve salonlarda, derneklerde toplanan insanlar, okuyarak, düşünerek ve tartışarak toplumsal sorunlar üzerine konuşmuşlardır. Bu ortamı “yarı kamusal” alanlar olarak görmek mümkündür (Briggs & Burke, 2011, s. 103).

Matbaanın gelişimi ve küresel ölçekte yaşanan gelişmeler, yeni iktidar biçimlerini mümkün kılmış ve Sanayi Devrimi'ne kadar gidecek süreci hazırlamıştır (Briggs & Burke, 2011, s. 104).

Peki, medya ve iletileri insanların zihinlerini ne şekilde etkilemiştir? Bu sorunun cevabı, matbaanın icadıyla birlikte yaşanan dönüşümleri analiz edebilmek için oldukça önemlidir. Kuşkusuz matbaa kamusal alanın genişlemesinde kritik bir konumda yer almaktadır. Bunun yanında yazılı eserlerin artışı, politik olanın gündelik hayatın içine girmesi anlamına da gelmektedir (Briggs & Burke, 2011, s. 96). Unutulmaması gereken bir diğer nokta da, kamusal alanının dönüşümünün devlet ve ekonominin dönüşümü anlamına geldiğidir (Habermas, 2017, s. 25). Ekonomik gelişmelerle iç içe yaşanan toplumsal gelişmeler, kamusal alanı da kendisine uygun olarak dönüştürmektedir. Aydınlanma düşüncesi ve Sanayi Devrimi modern toplumu doğururken, bu atmosferde kurulan kamusal alan da kültür endüstrisini doğurmuştur.

Habermas, başlangıçta kamusal alan içinde oluşan demokratik ortamın, kültür endüstrisiyle birlikte engellendiğini ifade etmektedir. Ona göre; medyanın etki gücü, ticari olanın kamusal alanın önüne geçmesi, demokratik ortamın oluşumunu engellemektedir. Reklamlar, denetim ve manipülasyon aracı olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle demokratik bir kamusal alan düşü, modern toplumda gerçekleşmemektedir (Giddens, 2005, s. 459).

Habermas'ın ayrıntılı kamusal alan incelemesine eleştirel bir bakış açısıyla bakmak gerektiğine inanan Fraser, bahsettiği kamusal alan fikrinin, burjuva kamusal alanı ile sınırlı kaldığını belirtmektedir. Ona göre, Habermas'ın kamusal alan düşüncesi "ortak yarar" ve "kamusal ilgi" gözetilen bir yapıya sahiptir; kamunun ortak yararını düşünen, tartışan "özel kişiler" tarafından oluşturulur. Oysaki Fraser'ın düşüncesinde, bu kişilerin ortak yarar temelinde kamusal meseleleri tartıştıkları ideal bir burjuva kamusal alanı hiçbir zaman yaratılamamıştır. Açık ve serbest erişim konusunda yaşanan sıkıntılar buna engel olmuştur. Açıklık ve erişilebilir fikrinin yanı sıra burjuva kamusal alanının, bir kısım dışlamaya dayandığını düşünen Landes, Ryan ve Eley gibi düşünürler de vardır. Onlara göre burjuva kamusal alanı tam da bu dışlamalarla oluşmaktadır (Fraser, 2004, ss. 105-107). Habermas'ın kamusal alan yazınına yaptığı katkı tartışmasızdır; fakat eleştirel bakış, konunun farklı boyutlarını da gözler önüne serecektir.

Kamusal alan üzerine düşünce geliştiren bir diğer isim ise Hannah Arendt'tir. Ona göre insani etkinlik üç temele dayanır: emek, iş ve eylem. Doğum ve ölüm gibi insanlık durumunun temel bileşenleri de bu üç öge ile yakından ilgilidir (1994, ss. 17-19). İnsanın diğer canlılardan farklılığı, soyunu devam ettirmesi değildir; zira o hayvanlarda da mevcuttur. Onun farkı bir arada, eylemlilik içerisinde olabilmesidir. Bireyin ölümsüzlüğü, kamusal alandaki bu bir aradalık ve eylemlilikle sağlanır (Arendt, 1994, ss. 34-35).

Arendt, kamusal alan kavramını, Habermas'ın burjuva kamusal alanının aksine Antik Yunan sitesine götürür. Ona göre, Polis'in ortaya çıkışı özel ve kamusal ikiliğini doğurmuştur. Söz konusu bu ikili yapı, zaruri olarak içinde bulunulan hane özel alanı ve özgürlük, serbestlik alanı olarak siyasal kamudur. Arendt, bu iki alanın yanına "toplumsal alan" kavramını da ekler. Yaşam süreci, kamusal olarak toplumsal alan içerisinde örgütlenir. Bu bakımdan modern toplum, emekçiler ve iş sahipleri ekseninde şekillenmiştir. Diğer taraftan Arendt'in Antik Yunan temelinde kavramsallaştırdığı kamusal alan fikri, birlikte yaşamın zorunluluğu üzerine de odaklanmaktadır. Yaşamın sürmesi adına gerekli olan bu zorunluluk, modern dönem ile birlikte eve ve kamuya ait faaliyetlerin iç içe geçmesiyle biçim değiştirir. Arendt, söz konusu bu değişimi, "toplumsalın yükselişi" şeklinde ifade eder. Ona göre Polis'in siyasal ortamı bu iç içe geçişle birlikte çökmüştür (Arendt, 1994, s. 17, ss. 59-73).

Özel ve kamusal alan arasındaki sınırların belirsizleşmesi denildiğinde Sennett'in "Kamusal İnsanın Çöküşü" adlı kitabını hatırlamak gerekir. Richard Sennett'e göre 19. yüzyıl ortalarına kadar kişiler etraflarındaki insanlarla birlikte, sıcak ilişkilerin hâkim olduğu bir kamusal ortamda yaşamaktaydılar. Sanayi Devrimi'yle birlikte yaşanan gelişmeler, sekülerleşme gibi toplumsal süreçler özel alanı daha önemli bir konuma getirmiştir. Bu nedenle kamusal alan, özel yaşam açısından önemli görüldüğü ölçüde değer kazanmaya başlamıştır. Özel alana yapılan bu vurgu ise süreç içerisinde egemen güçlerin kamusal alanı daha çok istila etmelerine neden olmuştur. Kamusal ve özel alanların sınırlarının bulanıklaşmaya başlaması, tam da bu döneme denk düşmektedir. Söz konusu bu dönemde özel alan imgeleri kamusal alan imgeleri üzerine kurulur. Bu imgelerin etki gücü bize "sahicilik" olgusuna verilen önemi göstermektedir. Bu önemin kökleri de Sennett'e göre "sınıf savaşlarında kullanılmaya başlanan anti-ideolojik silahtır" (Sennett, 2013, ss. 32-45).

Negt ve Kluge'a göre de kamusal alan kavramı konusundaki yorumlar birçok olguyu içermesine rağmen, son derece önemli olan iki alanı dışlamaktadır. Söz konusu bu iki alan "endüstriyel aygıtın tümü ve ailedeki toplumsallaşma"dır. Onlara göre "kamusal alan, sözde, toplumun bütünü temsil etmesine rağmen tözünü, herhangi bir belirli yaşam bağlamını (*Lebenszusammenhang*) özgül olarak ifade etmeyen bir 'ara alandan' alır". Bu duruma örnek olarak Brecht'in kahramanlarından birini gösterirler. Bay K, defne ağacının mükemmel olması için o kadar uğraşmaktadır ki, sonsuz budamaları sonucunda ortada hiçbir şey kalmaz. "Tözsel yaşam çıkarları" ile bağlantısı olmayan burjuva kamusal alanı, sonuç olarak kapitalist üretim çıkarlarına hizmet etmeye başlar. Kapitalist üretime hizmet eden bu "yeni üretimin kamusal alanları"; reklamcılık, tanıtım kampanyaları vb. kaynağını kamusal alan dışı alanlardan alır. Gündelik hayattan aldığı verilerle, bireylerin özel alanına hitap etmeyi amaçlar (Negt & Kluge, 2004, s. 136).

Miriam Hansen ise Negt ve Kluge için kamusal alanda toplumsal tecrübenin hangi etkiyle ve kimin çıkarına oluşturulduğu konusunun, meselenin temel sorunu olduğunu belirtmektedir. Kamusal alan kavramı yeni olmamasına; Arendt, Sennet, Mills, Dewey gibi birçok düşünür tarafından yazılmasına karşın; terim, 1980 sonrasında farklı disiplinler bağlamında yeniden ortaya çıkmıştır. Sanat, tarih, sinema, televizyon çalışmalarının yanı sıra maduniyet temelli, sömürge sonrası bakış açılarıyla yeniden ele alınan kamusal alan kavramı, çeşitlenen farklılık bakışıyla “farklılığa ilişkin yeni bir kültürel politikaya” dönüşmemektedir. Sanat ve edebiyat konusundaki çalışmalar da söz konusu bu farklılık ekseninde; alımlama, temsil ve ifade temelinde bir bağlama oturtulmaktadır. Bu durum, sanat ve edebiyata olan bağı kesmemesine rağmen, Benjamin’in de öngördüğü gibi, kamusal alan oluşturma konusundaki etkisini sorgulatmaktadır (Miriam, 2004, ss. 143-145).

Sanayi sonrasının postmodern toplumu, çeşitlilikleri görünür kılan yapısıyla, demokratik bir kamusal alan yaratma konusunda bizlere ne sunmaktadır? Harvey, kapitalist üretimin 1960’lı yılların sonlarında başlayan 70’lerde iyice belirginleşen yeni görünümünü ve beraberinde yarattığı etkileri şu şekilde açıklamaktadır (aktaran Özbek, 2004c, s. 233):

1960’lı yılların sonlarında başlayarak, 1973’te gündeme yerleşen aşırı-birikim krizi işte tam da böyle bir sonuç doğurmuştur. Zaman ve mekân deneyimi değişmiş, bilimsel ve ahlaki yargıların bağıntısı konusundaki güven çökmüş, toplumsal ve entelektüel ilginin ana kaynağı olarak estetik etiğe galebe çalmış, imgeler anlatılara göre üstün bir konuma yükselmiş, geliş geçicilik ve parçalanma ebedi hakikatler ve bütünsel politikanın karşısında öncelik kazanmış ve dünyayı açıklama çabası maddi ve ekonomi-politik temellendirmeler alanından özerk kültürel ve politik pratikler yönüne kaymıştır.

Harvey’e göre söz konusu bu kayış, farklılıkların görünür olduğu, parçalı ve çoğulcu yapı aslında hiç de yeni değildir. Tarihsel maddeci biçimde açıklanabilecek, Marx’ın üst-anlatı kavramıyla teorileştirilebilecek bu durum, adına postmodernizm dediğimiz bu dönem aslında tarihsel-coğrafi bir durum şeklinde okunabilir (aktaran Özbek, 2004c, ss. 233-234).

Tarihin bu postmodern görünümü insanı da nesne konumuna indirgemektedir. Kapitalist üretim içerisinde, pazar için alınıp satılır olma değeriyle çevresine ve kendisine anlam yükleyen insan, böylece nesne konumuna yerleşir. Toplumsal bakımdan özne konumu ne denli küçülürse, küresel ekonominin bir nesnesi olma yolunda o kadar değer elde eder. Tarih üreten insan, özne konumundaki insandır. Bu bakımdan küreselleşmeyle birlikte nesne konumunu alan insan, tarih üretmeyen, özne konumunu yitirmiş insandır. İnsan olmanın temel özelliği olan kendini aşma, özne konumuyla tarih üretme yanını kaybeden insan,

küreselleşmenin ideolojik kurgusundaki yeriyle kapitalist pazar çarkının bir dişlisi haline gelir (Cangızbay, 2004, ss. 286-301). Özel olanın kamusal alanda nesne halini alarak bir pazar ürününe dönüşmesi karşısında insan ne Habermas'ın burjuva kamusal alanının etkin yurttaşına ne de Arendt'in bir arada, eylem içindeki insanına benzemektedir.

Peki, demokratik toplum düşü, nasıl bir ideal kamusal alanla mümkün olabilecek? Birçok düşünürün ilgilendiği bu soru, politika ve kamusal alanın karşılıklı ilişkisinin önemini de açığa vurmaktadır. Tam da bu noktadan hareketle Alexander Kluge'a göre "kamusal alan"; "politikanın kabıdır" ve mücadeleler bu alanda "savaş dışı yollarla karara bağlanır". Negt ve Kluge, kamusal alanın en temel sorusunun "kullanım değeri" üzerine olduğunu söylemektedir. Bu bağlamda, toplumsal sınıflardan hangisinin çıkarlarına hizmet ettiğine göre belirlenir. Bu durum, beraberinde üç farklı kamusal alan özelliğini karşımıza çıkarmaktadır. Bunlar, egemen, alternatif (radikal) ve karşıt (proleter) kamusal alanlardır. Egemen sınıfların elinde olan ve sistemin yeniden üretiminin karmaşık yapı ve araçlarla düzenlendiği alan egemen kamusal alandır. Alternatif kamusal alan ise; sınıf dışı mücadelelerin verildiği alandır. Fakat bu alan her ne kadar sınıf dışı olarak tanımlansa da, her zaman sınıf ilişkilerinin bir parçasıdır, ona eklenmiştir. Sermaye ve emek çelişkisi üzerine inşa edilen kamusal alan ise karşıt kamusal alandır. Antikapitalist mücadelelerin verildiği bu alan, kolektif söz söyleme zemininin oluşturulmaya çalışıldığı alanlardır (Özbek, 2004b, ss. 181-183).

Kamusal alanı oluşturan kitlelerin kendileridir. Emekçiler, kamusal alana karşı çıktıklarında, kendi kendilerini yıkıma sürükleyen bir süreci de başlatmış olurlar. Negt ve Kluge bu süreci şu şekilde anlatmaktadır: "Eğer kitleler kamusal alanın desteğiyle gücüne güç katmış bir egemen sınıfla savaşmaya çalışıyorlarsa, bu ümitsiz bir mücadele olur; çünkü kamusal alanı oluşturanlar aslında kendileri olduğu için, bu durumda her zaman aynı anda kendilerine de karşı savaşmış olurlar" (2004, s. 137). Bu durumda yapılacak olan şey, sermaye karşısında kamusal alanı "yeniden ele geçirmek" ve farklılıklardan doğan kutuplaşma yerine, çoğulluğu öne çıkararak farklılıkların birbirini eleştirmesi ve etkilemesine izin vermektir (Özbek, 2004b, s. 187).

Bu doğrultuda, tüm bu farklılıkları da göz önünde bulundurarak, gelişen internet teknolojisiyle, farklılıkları çoğulculuk olarak görmek mümkün mü? Yaptığımız araştırmada izini sürmeye çalıştığımız sorulardan biri de bu olacaktır.

Weinberg tarafından "bilginin, farklı düşünce ve deneyimlerin kamu oluşumlu web sitelerince paylaşımına olanak tanıyan ve internet dünyasını hızla hayatımıza yerleştiren bir uygulama alanı" olan sosyal medya, günümüzde kamusal alan olabilme kapasitesine sahip alanlardan biri olarak görülmektedir (Yegen, 2013, s. 121). Peki, sosyal medyanın bu potansiyeli gerçekleştirmesi mümkün mü? Bookstagram kullanıcıları üzerinde gerçekleştireceğimiz analizlerle bunu açığa çıkarmayı amaçlamaktayız.

KAMUSAL ALAN VE YENİ MEDYA

Habermas'a göre, kapitalizmin nüvelerinin görülmeye başlandığı yıllarda yaşanan süreç, özgür bir kamusal tartışma alanı yaratmıştır. "Özel mülkiyetle kazanılan ekonomik bağımsızlık, eleştirel düşünceyi besleyen mektuplar ve romanlar, kahvehaneler ve salonlarda filizlenen tartışmalar ve hepsinden önemlisi bağımsız pazar temelli bir basın, eleştirel siyasal tartışmalara ilgi duyan yeni bir kamu" ortaya çıkarmıştır. Zaten modern devlet de ileride, böyle bir ortamda yaratılmış olan düşünce birliğinden doğacaktır. Bu dönemde isteyen hemen herkes, serbest düşünce pazarına girerek "kendi tezgâhını" kurabilmekteydi. Böylece insanlar farklı ideolojik içerikteki birçok gazete arasından tercih yapma hakkına sahip olabildiler. Bu durum, kamuyu basın üzerinde söz sahibi yaparken, basını da kamunun devlet karşısındaki temsilcisi kılmaktaydı (Curan, 2014, s. 136 ve 157). Bu bağlamda kamusal alan, "tarihsel ve ilkesel olarak, devlet aygıtında yoğunlaşmış keyfi ve baskıcı iktidarı eleştirel olarak denetleyen ve dönüştüren demokratik muhalefetin alanı olarak" anlaşılmalıdır (Özbek, 2004a, s. 32).

Ortaya çıktığı dönemde kamusal alanın etki sınırları; ülke çapında kafe, salon, tiyatro gibi birebir sohbet imkânı sunan yerlerin yaygınlaşabildiği ölçüde genişleme fırsatı bulabilmiştir. Bununla birlikte devlet denetiminden bağımsız kalabilen bu yerlerde insanların edinmeye başladıkları kendilerini hür bir biçimde ifade edebilme ve eleştiride bulunabilme özgürlükleri, kamusal alanın siyasal bir nitelik kazanması sonucunu da beraberinde getirmiştir. Habermas'ın da ifade ettiği gibi tüm bu gelişmeler, ortaya çıktıkları dönemde demokratik yeniden üretimi mümkün kılmıştır (Habermas, 2017, ss. 135-180).

Habermas'a göre kamusal alan devletin antidemokratik uygulamalarına karşı olarak bireylerin, devlet egemenliğinin denetim ve kontrolünden bağımsız biçimde bir araya gelerek oluşturdukları bir alan olmasının yanında sermaye ilişkilerinden, ticari kaygılardan ve kâr güdüsünden de bağımsızdır. Ona göre kamusal alan her iki egemenlik tarzının da karşısında konumlanmalıdır (1992, ss. 462-463). Çünkü Özbek'in de ifade ettiği gibi "demokratik bir kamusal alan, 'ilke' olarak, sadece keyfilik, baskı ve bürokratik hiyerarşileriyle, devlet egemenliğine değil, aynı zamanda sermaye egemenliğine, ticarileşme ve metalaşmaya karşı kurulan, kurulması gereken bir alandır" (2004, s. 34).

Bugün artık kamusal alan dediğimizde yalnızca politik kamusal alandan bahsetmediğimizi, aynı zamanda kültürel, sosyal pratiklerle oluşan kamusal alandan bahsettiğimizi biliyoruz. İkişinin kesişim noktası egemenlik ilişkilerine karşı geliştirdikleri eleştirel bakıştır (Özbek, 2004a, s. 54). Bu bakımdan kamusal alan, tartışma ortamlarının rasyonel ve eleştirel düşünceyle yoğrulduğu bir zeminde yükselir. Bu nedenle bireyin düşüncesini oluşturacağı, ifade edeceği ve tartışacağı kamusal alanın, enformasyon akışının özgürce sağlandığı ortamlara sahip olması gerekir (Curran, 1997, s. 142). Bu nedenle başlıca enformasyon kaynağımız olan kitle iletişim araçları demokratik bir kamusal alanın oluşturulabilmesi adına önemli

bir konumda bulunur (Habermas, 2017, ss. 76-77). Bu araçların bilgi üretme ve yayma kapasitesinden bugün son derece etkili bir biçimde faydalanılmaktadır. Günümüzde gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon kanalları yanında internet de kamusal alanın iletişim aracı olarak kullanımdadır. Habermas (2004, s. 99) kamusal tartışmalara yön vermesi açısından dikkati daha çok basın işlevlerine çekmişse de bugün özellikle kamusal alanın işlerliği noktasında internet ve sosyal medya kullanımları daha bir ön plandadır.

Fakat hangi mecra söz konusu olursa olsun, Habermas'ın (1997, ss. 80-85) da belirttiği şu nokta unutulmamalıdır ki kitle iletişim araçları, tarihsel süreçte piyasa ve egemen ideolojinin yönlendirmelerine açık hale gelmelerinin sonucunda iktidarların çıkarlarına hizmet etmeye başlamış ve başlangıçtaki kamusal alan oluşturma potansiyellerini büyük ölçüde yitirmişlerdir. 19. yüzyıldan başlayarak, iktidar alanını giderek genişleten devlet ve örgütlü ekonomik menfaat grupları, kamusal alanı egemenlikleri altına almaya başlamışlardır. Bu noktadan itibaren iktidar ilişkileri, şirket çıkarları üzerinden kurulurken, kamu menfaati giderek daha fazla geri plana itilmiş, çıkar ilişkilerinin sürdürülebilmesi için hem şirketler arası hem de devletle anlaşmalar yapılmıştır. Böylece medya da kamuyu temsil etme potansiyelini yitirerek, "kamunun kenara itilmesine yardımcı olan ilave bir araç haline" gelmiştir. Öncesinde kamusal tartışmaları şekillendiren bir araç olan medya, o noktadan sonra, rıza imalatında kullanılır olmuştur. Politika bir gösteriye dönüşürken, kolay tüketilebilir içeriklerle kitleler edilgin birer tüketiciye dönüştürülmüşlerdir. Bugün kamusal meselelerle ilgili haberler, medyada sunulan içeriğin çok küçük bir kısmına tekabül etmektedir. Pazar rekabetine açık bir ortamda gelişen özel televizyon yayıncılığı, kanal ve program sayılarında büyük bir artışa sebep olmuşsa da, kamusal meselelerle ilgili programlardaki ideolojik çeşitlilikte paralel bir artış gözlemlenmemiştir (Curan, 2014, s. 137, 142 ve 156). Durum böyle olunca, medyanın; "etnik ve bölgesel azınlıkların, eşcinsel ve lezbiyenlerin, yeşillerin, yaşlıların, sosyalistlerin ve diğer azınlıkların görüşlerini yeterince temsil etmediği"ni söylemek de yanlış olmaz (Keane, 2010, s. 86). Sadece bireylerin değil, toplumdaki tüm grupların medya aracılığıyla kamusal alana erişimlerinin kısıtlanması, onların "kendi çıkarlarını, fikirlerini, öncelik verdikleri konulardaki görüşlerini etkin biçimde dile getirebilmelerini sınırlamıştır. [...] Toplumun geleceğiyle ilgili ortaklaşa karar vermeye hizmet eden demokratik süreç zayıflamıştır, çünkü yeterli ve ulaşılabilir düzeyde bir ortaklaşalık gerçekleşmemektedir" (Curan, 2014, s. 170).

Kamusal alanda devlet ve sermaye etkisiyle ortaya çıkan yozlaşmayı Habermas, yeniden feodalleşme şeklinde tanımlamaktadır. Yeniden feodalleşme durumunda iletişim akışının belirleyici unsuru, ön-belirlenmiş kamuoyu yoklamaları ya da medya uzmanlarının kanaatleriyle sınırlı kalır. Oysaki bugün yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu imkânlar sayesinde bireyler, her türlü otoritenin müdahale ve yönlendirmelerinden azade kamusal tartışmalar yürütebilmektedirler (Saka & Dağsalgüler, 2007, s. 161). Çünkü Saka'nın (2012,

ss. 37-38) da ifade ettiği gibi “Habermas’ın kamusal alanın kurulmasında kitle medyasına verdiği önem ve bu medyanın kapitalist çıkarlar doğrultusunda amacından sapmasına karşı” birey, bu teknolojiler sayesinde artık kamusal alana müdahale araçlarını elinde bulundurmaktadır.

Mark Poster’a göre, geçmişte geleneksel medyanın hâkim olduğu dönem, panoptik toplum tarzında, egemen azınlığın yönetilen çoğunluğa yöneldiği tek bir merkezden yönetilen, tek yönlü ve devlet müdahalesine açık olan I. Medya Çağı’dır. Ancak özellikle 90’lı yılların başında kitlelerin kullanımına sunulmaya başlanan yeni iletişim teknolojileriyle birlikte, geleneksel medyanın sınırlılıkları ortadan kalkmaya başlarken; medya tüketicileri de birer içerik üreticisi olma imkânını yakalamışlardır. Poster’ın II. Medya Çağı olarak tanımladığı bu yeni medya çağında ise çoğunluk çoğunlukla etkileşim halindedir. Bu dönemde, belirli bir merkezi bulunmayan ve çok yönlü iletişime imkân veren, devlet müdahalesine kapalı, demokratik bir yapı mevcuttur (Aydoğan & Akyüz, 2010).

Önceleri geleneksel medyanın hiyerarşik yapısı bağlamında sayılı seçkinin temsili söz konusuken, bugün yeni medya teknolojileriyle birlikte isteyen herkes için politik süreçlere dâhil olabilmek ve bireysel ya da toplumsal problemlere çözüm üretebilme imkânı bulunmaktadır. Böylelikle dijital kamusal alan olarak da tanımlayabileceğimiz teknoloji temelli kamusal alanda, serbest bağlantılılık ilkesiyle hareket eden özerk bireyler, kolektif değer üretimine katkı sunabilmektedirler (Trenz, 2009, ss. 35-37). Rasmussen’in (aktaran Özçetin vd., 2012, ss. 54) de ifade ettiği gibi;

Televizyon, radyo ve yazılı basın, daha merkezîyetçi ve bilgi gönderen ile bilgi alanın pozisyonlarının daha belirgin olduğu araçlardır. Bu kurucu nitelik üzerinde şekillenen kitle iletişimi aktif ve katılımcı bir kamusal alan yaratma konusunda kısıtlı imkânlarla sahiptir. Oysa yeni medya, bu kurucu nitelikten azade oluşuyla, bireylerin aktif katılımı için daha açık bir alternatif yaratmaktadır.

Bu anlamda bugün çok sayıda yeni medya kuramcısı, yeni medya teknolojileri aracılığıyla karşı bir kamusal alan yaratabileceği fikrini savunmaktadır. Çünkü Castells’in (2013, s. 23) de ifade ettiği gibi, günümüzde kitlesel medyanın kontrolü büyük oranda hükümetler ile büyük medya işletmelerinin tasarrufunda bulunduğundan, iletişimsel özerklik ilk olarak internet ortamlarında ve kablosuz iletişim mecralarında inşa edilmektedir. “Gerçekten de, internet’in etkileşim özelliği, bağlantılı metnin (hypertext) benzersizliği, internetin kamusal alan modeline uygun bir ‘kamusal alan’ yaratabileceği görüşünü güçlendirmektedir”. Bu doğrultuda pek çok yazar, yeni medyayı, demokratikleşme yönünde atılacak adımlar için önemli bir itici güç olarak nitelemektedir. Bu teknolojiler sayesinde, geleneksel medyanın ellerini kollarını bağladığı pek çok yurttaş, kamusal alan içinde birbiriyle etkileşimde bulunabilmekte; özel ilgi alanları doğrultusunda ürettiği yaratıcı fikirlerle, doğrudan bir toplumsallaşmanın parçası

olabilmektedir (Aydoğan, 2011, ss. 70-71). Öte yandan Shirky'nin (2008) de ifade ettiği gibi yeni medya araçlarıyla birlikte insanlar arası iletişimin her zamankinden daha hızlı, daha kaliteli ve daha ulaşılabilir bir hale gelmesiyle, sosyal medyada grup oluşumları son derece basitleşerek devrimci bir nitelik kazanmıştır. Günümüzde kamusal alanla ilgili problemlerde görülen artışın nedeni de bu teknolojilerin, bilgiye erişimi son derece kolaylaştırmış olmasıdır. Bu durum toplumsal olaylardaki katılımı arttırırken, demokratik yaşamın gelişmesine katkı sunacak koşulların oluşmasına da yardımcı olmaktadır (Shirky, 2008, ss. 53-55).

Ayrıca “ana akım medyanın göstermediği, farklı yansıttığı ya da yeteri kadar gündeme taşımadığı çevre, kadın, azınlık ve LGBTT hakları, ırkçılık, AIDS aktivizmi gibi birçok meselenin küresel ve yerel siyaset çizgisine taşınmasında” sosyal medya önemli roller üstlenebilmektedir (Sayımer, 2014, s. 110). Çünkü önceleri geleneksel medyanın “senin gibi düşünen yok, bu nedenle sus” şiarıyla yalnızlaştırılarak suskunluk sarmalına mahkûm edilmiş olan birey, bugün sosyal medya aracılığıyla kendisi gibi düşünen başka insanların da olduğunu fark ederek onlarla etkileşime geçebilmektedir. Bu durum demokrasi adına olumlu bir gelişme olarak da okunabilmektedir (Acar, 2013, s. 209).

Yeni medya teknolojilerinin sunduğu olanakları kullanan bireyler; bugün bloglar, forumlar, sosyal paylaşım platformları vb. sanal mecralarda bir araya gelerek sanal cemaatler oluştururken yeni tartışma ortamlarına, yeni kamusal alanlara kapı aralamaktadırlar. İlgilendikleri her türlü mesele üzerinden, zaman ve mekân sınırlamalarının ötesine geçerek anonim bir varoluş ortaya koyarlar. Bu ortamlarda, tıpkı 17. ve 18. yüzyıldaki örneklerinde de yaşandığı gibi toplumsal statülerin yok sayıldığı bir tartışma ortamı yakalanabilmektedir. Bu bağlamda, “günümüzdeki sanal kamusal alan, salon kamusal alanıyla benzerlik göstermektedir” (Varol, 2010, s. 127).

Günümüzde yeni iletişim teknolojileri bireysel iletişime daha fazla alan açarken, homojen kitleleri daha heterojen bir yapıya kavuşturmuştur. Aynı zamanda yeni teknolojilerin zaman ve mekân pratiklerinde yarattığı değişim bir taraftan küresel medyanın elini kuvvetlendirirken, diğer taraftan da insanlarla etkileşim noktasında mesafeleri anlamsızlaştırmıştır. Günümüzde yeni medya teknolojileri sayesinde bilgiye ulaşım, daha önce hiçbir çağda olmadığı kadar kolaylaşmıştır. Bununla birlikte yeni iletişim teknolojilerinin ortaya koyduğu en büyük “yenilik”; zaman ve mekânın bugün, geçmişten çok daha farklı bir tarzda deneyimleniyor olmasıdır. Artık, insanlığın iletişim kurmak amacıyla zaman ve mekân bütünlüğüne ihtiyacı kalmamıştır. Bu; bir taraftan, iletişimde eşzamanlılık nosyonunu hükümsüz kılarken, bir taraftan da iletişimin önündeki mesafe engelini de ortadan kaldırmıştır. Böylece insanlar, dünyanın pek çok farklı bölgesinden çok sayıda insanla iletişim kurabilme imkânına kavuşmuştur (Aydoğan, 2011, s. 25). Reel yaşamda bir araya gelmeleri pek de mümkün olmayan, toplumun niteliksel ve

niceliksel bağlamda farklı kesiminden çok sayıda birey, bugün paylaşılan mekân anlamında değil, paylaşılan sorunların ortaklığında bir araya gelmektedirler.

Bu noktada hatırlanmalıdır ki kamusal alanın en önemli özelliği tüm bireylerin katılımına açık bir tartışma ortamı sunmasıdır. Bu alanda yürütülen tartışmalarda herkese eşit katılım hakkı sunulurken, kimse bir diğerinden daha avantajlı bir konumda bulunamaz (Holub, 1991, s. 4). Bunun yanında kamusal alanla doğrudan bağlantılı olan kamuoyu kavramı da; “yüzyüze ilişki zorunluluğu taşımayan, birbiri ile mesafe içinde yaşayan insanların aynı sorun, fikir, olay etrafında iradi, gönüllü olarak bir araya gelmesi ile oluşan modern bir biraradalık” tarzı (Özbek, 2004a, s. 40) olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu iki yaklaşımdan hareketle bugün; yeni medya teknolojileriyle birlikte hayatımıza girerek zaman-mekân algımızı altüst eden sosyal medyayı da yeni bir kamusal alan biçiminde tanımlamak mümkün görünmektedir.

Geçmişin medya teknolojileri karşısında pasif birer izleyici konumuna indirgenen bireyler, bugün yeni medya teknolojilerinin sunduğu imkânlar dâhilinde kendilerini daha fazla ifade edebilir bir konumdalar. Bireyler artık kendi içeriklerini üretmekte ve kitlelere iletebilmektedirler. Fakat geleneksel medyanın bireye tanımadığı bu aktif katılım hakkını, yeni medyanın sunabiliyor olması, pek çok soru işaretini de beraberinde getirmektedir. “Bu aktif katılım hakkının, bir ‘ifade özgürlüğü alanı’ mı yoksa demokratik temsil ihtiyacına hizmet eder görünen ve dönem dönem biriken baskıyı azaltan toplumsal bir sübap mı olduğu tartışma konusudur” (aktaran Aydoğan, 2011, s. 26). Bu noktada hatırlanması gereken, yeni iletişim teknolojilerinin kapitalist üretim süreçlerinin bağrında gelişen araçlar olduğu gerçeğidir. Papacharissi’ye göre bu teknolojiler yeni bir politik kültürün inşasına zemin hazırlamak yerine, doğrudan statükoya eklenirler. Zaten reel yaşamda hayata geçirilemeyen toplumsal eşitsizlikleri ortadan kaldırma düşününün gerçekleşmesini, yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla dijital kamusal alandan beklemek, pek de gerçekçi olmayacaktır. Zira yeni teknolojilerin enformasyona erişimi hızlı ve ucuz bir hale getirerek politik tartışmalara katılımı kolaylaştırdığı doğru olsa da demokratik bir toplumun inşası için bu tek başına yeterli değildir. Bu noktada ana akım politik söylemin karşısında durabilecek karşıt kamuların yaratılması son derece önemlidir. Fakat sanal ortamların bağımsız ve demokratik niteliklerine ket vuran hukuksal ve ekonomik birtakım dayatmalar, çoklu kamuların yaratılabilmesinin önünde büyük engeller oluşturmaktadır (Papacharissi, 2002, ss. 19-21). Ticari kaygılarla hareket eden ekonomik yapılar, internet üzerinde dolaşıma giren enformasyonu kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirirken, bilgiyi metalaştırmaktadır. Bunun yanında özellikle antidemokratik rejimlerde, internette paylaşılan her türlü içerik takip altına alınırken, sakıncalı olduğu düşünülen içeriklere erişim sınırlandırılmaktadır (Köselerli, 2017, s. 62). Örneğin, kamusal alan yaratma potansiyeli noktasında oldukça tartışmalı bir sosyal ağ olan Twitter, bugün özellikle bot hesapların ve sponsorlu içeriklerin istilası nedeniyle rasyonel tartışma zemininde toplumun her kesiminden insana eşit katılım hakkı

tanıyan, sansür ve baskıdan bağımsız bir kamusal alan oluşturma potansiyelinin oldukça uzağındadır. Ayrıca mecranın manipülasyona son derece açık olan yapısı, her türlü düşüncenin eşit ve hakkaniyetli bir biçimde temsil edilmesine de imkân tanımamaktadır (Filibeli ve Şener, 2019, s. 512). Kısaca söylemek gerekirse yeni iletişim teknolojileri sayesinde sistemin dışına itilmiş toplulukların, muhalif hareketlerin daha görünür oldukları, seslerini daha yüksek çıkarabildikleri kabul edilebilse de kapitalist üretim ilişkilerinin özünde niteliksel bir dönüşümden bahsedebilmemiz mümkün değildir. Günümüzde iletişim araçları bağlamında biçimsel ve niceliksel anlamda büyük gelişmeler yaşanmaktadır; fakat tıpkı geçmişte olduğu gibi bugün de iletişim teknolojileri, egemen ideolojinin yeniden üretiminde bir katalizör gibi işlemeye devam etmektedir.

Sosyal medyanın kamusal alan potansiyelinin sorunsallaştırıldığı pek çok çalışmada erişim eşitsizliklerinden, kullanıcıyı görünmez duvarlar içine hapseden algoritmalarından, politik baskı ve sansürden çok defa bahsedilmiş ve bahsedilmeye de devam edecektir (Fuchs, 2014). Atlanmaması gereken önemli bir nokta da şudur ki yeni medya teknolojileri sayesinde daha fazla duyulur olma imkânını yakalayan sistem karşıtı alternatif seslerin giderek artması, “psikotik medya” olarak tanımlanan olumsuzluğu da beraberinde getirmektedir. Psikotik medya, “iletişimsel kapitalizmde alternatif seslerin bolluğu ve cevap verme gereği olmaksızın, konuşmak şeklinde” tanımlanmaktadır (aktaran Andersson, 2017, s. 97).

Bugün özellikle sosyal medya sayesinde yüzlerce, belki binlerce insana hızlı ve kolay bir biçimde mesajlar gönderebilmekte, başkaları tarafından gönderilen sayısız mesaja da anında ulaşabilmekteyiz. Oysaki gönderilen, alınan hemen tüm mesajların içerdiği anlamlar, gönderilme hızlarından çok daha çabuk bir biçimde yitip gitmektedir (Topbaş & Doğan, 2016, s. 143). Çünkü yeni medya teknolojilerinin sunduğu birçok özellik, kullanıcıya kendi içeriklerini oluşturabilme imkânı tanırken, bu teknolojilerin dayattığı yaşam biçimi de bireyi, içerikleri en kısa sürede ve en basit biçimde oluşturarak paylaşmaya zorlamaktadır. Bu durum sosyal medyada yer alan içeriklerin niceliksel değerini arttırırken, çeşitlilik ve farklılığın giderek yok olmasına sebep olmaktadır (Göker 2015, s. 405). Kaybedilen renklilik ve yitirilen anlamın yanında, sağlıklı bir filtreleme sisteminden mahrum olma hali, erişilen sayısız bilgiyle tutarlı bir anlam oluşturabilme noktasında da kullanıcıyı son derece zorlamaktadır. Bunun yanında geçmiş aramaları kaynak olarak kullanıcıya “yeni” içerikler sunan algoritmaların varlığı da belirli bir konu üzerinde üretilen farklı içerik ve ortaya konan farklı bakış açılarından da mahrum kalınmasına sebep olmaktadır (Jenkins, 2006; Loader & Mercea, 2011). Bu durum bir yandan benzer görüşlere, aynı ilgi alanlarına sahip insanları bir araya getirirken, diğer taraftan da toplumsal kutuplaşmayı arttırmakta ve çok sesli ortamın bozulmasına sebep olmaktadır (Güven ve Satır, 2018, s. 265). Çünkü bugün, “internet birbirine benzer olan kişi, grup ve kanaatlerin bir araya geldiği; kanaatlerin dönüşmekten ziyade mevcut kanaatlerin güçlendiği bir ortama” dönüşmüştür (Özçetin, Arslan ve Binark, 2012, s.72).

Diğer yandan, sosyal medya platformları, pek çok insan için adeta bir “kayıpma/hesap sorma” ortamına dönüşmüş durumdadır. Bu ortamlarda vakit geçiren kişiler, özellikle kendileriyle aynı görüşte olmayanlara karşı saldırgan bir tutum takınırken, kendilerinin “nasıl insanlar olmadıklarını” ispatlamaya çalışır gibidirler. Çoğunlukla kin, tahammülsüzlük ve öfkenin hâkim olduğu, başta Twitter ve Facebook olmak üzere birçok sosyal ağ ortamında insanlar daha çok “kendilerini anlatmanın” peşinde iken başkalarının duygu ve düşüncelerine karşı olabildiğince duyarsızdılar. Böylesi sağlıklı iletişim örnekleriyle sıkça karşılaşılabilir olan dijital ortamların, demokratik kamusal ile uzlaşmacı rasyonel ilişkileri zedelediğini söylemek yanlış olmaz (Çobanoğlu, 2019, ss. 725-726).

Toplumsal kutuplaşmanın bu noktaya vardığı sosyal medya mecralarında, insanlar için, kendisiyle aynı görüşte olmayanları arkadaşlıktan ya da takipten çıkarma eğilimi oldukça kolaylaşmıştır. Bunun yerine birtakım içerikleri, farklı görüşlere sahip kişilerden gizleme yöntemine de sıkça başvurulmaktadır (Kruse vd., 2017, s. 15). Ayrıca pek çok insan bugün, “çevrimiçi taciz korkusu ve gözetim”; “politik anlamda benzer fikirde olanlarla ilişki kurmayı istemek”; “sosyal medyanın yalnızca ‘mutlu’ bir yer olarak kalmasını beklemek” gibi birçok farklı sebepten, çevrimiçi politik söylemlerde bulunmaktan kaçınmaktadır. (Kruse vd., 2017, s. 1). Bu da şüphesiz ki böylesi bir ortamda, demokratik kamusal alanın inşa edilebileceğini söylemek pek de mümkün olmayacaktır.

Bununla birlikte, birçok sosyal medya ve haber sitesinin, kullanıcıları kendi mecralarında daha uzun vakit geçirmeye ikna edebilmek üzere kullandığı, “filtre balonları” üreten algoritmalar, kullanıcıların sosyal medyadaki dünyalarını yalnızca ilgi duydukları, yakın hissettikleri şeylerle doldurmaktadır (Loader & Mercea, 2011). Dijital kamusal alandaki devlet ve sermaye etkisi, genellikle bu algoritmalar aracılığıyla gizli bir şekilde uygulanırken, bu durum bilgiye erişimdeki eşitsizliği yeniden ve yeniden üreten bir gerçeklik, kamusal alanın yaratılmasının önündeki temel bir engel olarak karşımızda durmaktadır (Kruse vd., 2017, s. 16).

Bununla birlikte, dijital kamusal alanın fiziksel mekân gereksinimden azade olması, bu alanda düşüncelerini paylaşan bireylerin, birliktelik ve ortaklık duygularını birbirlerine tam olarak geçirememelerine sebep olmaktadır. Çünkü bu duyguların gelişimi temelde, fiziksel bir mekânda kurulan ilişki biçimlerine ihtiyaç duyar. Dijital kamusal alanda ortaya çıkan bu eksiklik, bireyin “kamusal aktör” kimliğini belirsizleştirirken, söz ve eylem arasındaki bağı da zayıflatmaktadır. Bu durumda kamusal alanın, yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla yeniden inşa edilebileceğini söylemek zordur (Budak, 2016, s. 525). Kamusal alanın inşasında temel bir olgu olan toplumsallaşma adına yeni medyanın, zaman ve mekân sınırlılıklarını aşarak karşılıklı etkileşime imkân vermek ve kesintisiz enformasyon akışı sağlamak gibi son derece önemli yenilikleri hayatımıza kazandırdığı doğrudur. Fakat burada vurgulanmalıdır ki sosyal medya ile dokunmatik bir

toplumsallaşma türü ortaya çıkmıştır. Sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilen toplumsallaşma türü, sanal ve hareketsiz bir toplumsallaşmadır (Çambay, 2015, s. 243).

Çoğunlukla toplumsal bir olay karşısında tepkisel içerikler üretmek ve yaymak, imza kampanyası platformlarında bir bildiriye imza atmak vb. eylemler bize o an için “özgürleştirdiğimiz”, “kamusal alanda varlık gösterdiğimiz” hissini yaşatsa da gerçekte olan, halen o bilgisayarın başında ya da telefon elde oturmaya devam ettiğimizdir (Topbaş ve Doğan, 2016, s. 143). Sosyal medyanın sunduğu imkânlar nedeniyle bugün, sadece tek bir tık’la, bir iki like’la, üzerine fazla kafa yorulmamış birkaç mesajla kamusal alan yaratıldığı düşünülmektedir. Oysa birçok sosyal medya kullanıcısı yalnızca “modaya uymak” amacıyla bu tarz bir etkinlikte bulunmaktadır. Zira birçok kullanıcı, tam olarak neyi, kimi ve neden desteklediğinin; neye, kime ve neden karşı olduğunun bile tam olarak bilincinde değildir. Bu nedenle “yalnızca belirli günlerde profil fotoğrafını değiştirerek bir şeyleri değiştirebileceğine kamusal alanda var olabileceklerine inananlar, yaralanan vicdanları bu şekilde rahatlatmakta ve tepkileri etkiye dönüşmeden uysallaştırdıklarının farkında bile olamamaktadır” (Topbaş ve Doğan, 2016, s. 140).

Bu noktada *Slaktivizm* kavramına da kısaca değinmek yerinde olacaktır. “Tembel, miskin” anlamlarında kullanılan İngilizce kelime “slacker” ile “activism” (aktivizm) kelimelerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuş olan *slaktivizm*, “miskin eylemcilik” biçiminde tanımlanırken, slaktivistler ise “miskin eylemciler” olarak isimlendirilmektedir. Bireysel olarak slaktivistler, toplumsal olaylara fiziksel eylem mekânına giderek destek olmak yerine bu desteği, internet aracılığıyla ürettikleri ve paylaştıkları içerikler üzerinden vermeyi tercih etmektedirler. Bu yolla eyleme elektronik olarak “katılan” slaktivistlerin, bu şekilde kendilerini tatmin ettiklerini söylemek yanlış olmaz (Yegen, 2014, s. 90).

Tüm bu ve benzeri deneyimler ancak yeni medya teknolojilerinin günlük kullanım pratiklerine sinmiş olan görme ve düşünme biçimlerinin paralelinde bir okumayla anlaşılabilir. Geleneksel medya araçlarından televizyon, dünyanın hemen her yerinden topladığı enformasyonu, bütünlükten yoksun bir biçimde art arda sıraladığı görüntülerle bağlamından kopartarak eğlence formatıyla izleyiciye sunmaktadır. Anlamdan yoksun bilgi bombardımanı altında özne-nesne olarak konumlandırılan izleyici, bu yayıncılık tarzının dayattığı görme ve düşünme biçimi nedeniyle pasifize olmaktadır. Bugün ise yeni medya teknolojileri sayesinde çok daha uzun süreler sosyal medya mecralarında etkileşim halinde kalabilen birey, neredeyse makineye bağımlı bir halde yaşamaktadır. Böylelikle oturduğu yerden eylemde bulunduğu yanılsamasına kapılırken, anlık tatminlerle “mutlu” olmaktadır. Zira “internette gezmeyi sağlayan programların parçalı yapısı ve her türlü bilginin aynı anda farklı pencereler içinde yer alması internetin hipnotik gücünü arttırmakta, bilgi ve görüntü bombardımanı bilgiyi değersizleştirmekte ve

görüntüye indirgemekte; bakan kişiyi de eyleme geçmekten alıkoymaktadır” (Özgül, 2012, ss. 4543-4544). Bunun sonucunda tamamen özel alana hapsolan birey yalnızlaşırken, kendisini bir topluluğun üyesi olarak duyumsayabilmektedir. Bu duyumsama şüphesiz ki bireysel/toplumsal bir aldanımdır. Böylelikle kamusal alanın reel yaşamdaki karşılığının tamamen ortadan kalktığı gerçeğiyle yüzleşmek zorunda kalırız; olayın bu noktaya varmadığı durumlarda ise kamusal alan, medya-dolayimli bir hale dönüşmüş olarak sınırlandırılmıştır (Özgül, 2012, s. 4543).

Bugün sosyal medya ağlarında aktif birer içerik üreticisine dönüşen birey, sosyal medyanın tüm bu özelliklerini göz önüne aldığımızda, iktidar ve sermayenin her an her yerdeliğinin karşısında alternatif bir ortak yaşam alanı yaratabilmek adına demokratik, özgür bir edebi kamusal alan oluşturabilmekte midir? Söz konusu araştırmamızda, en çok takipçisi bulunan sosyal medya ağlarından biri olan Instagram’daki Bookstagram hesaplarını, bu soru bağlamında değerlendirmeye çalışacağız.

KAMUSAL ALAN OLUŞTURMA POTANSİYELİ BAKIMINDAN BOOKSTAGRAM ÖRNEKLERİNİN ANALİZİ

Araştırmanın Amacı

Yoğun bir şekilde kullanılan ve en fazla üyeye sahip sosyal medya mecralarından biri olan Instagram üzerine odaklanan bu çalışmada, temel olarak incelenecek grup, ağırlıklı olarak kitap paylaşımı yapan kullanıcıları kapsamaktadır. Çoğunlukla kendilerini “Bookstagram” olarak tanımlayan bu kişiler, kamusal alan oluşturma gücüne sahipler mi? Kitap tavsiyesi temelinde oluşturulan Bookstagram hesapları Avrupa şehirlerinin kafelerinde gerçekleşen sohbet gruplarına eş olabilir mi? Kitaplardan fıskıran düşünceler, insanların belleklerini 18. yüzyıldaki etkilere benzer şekilde dönüştürebilir mi? Bookstagram hesapları arasında farklılıklar kutuplaşma mı yaratıyor, yoksa çoğulculuk olarak mı görülüyor? Araştırma kapsamında tüm bu sorulara yanıtlar aranmaya çalışılacaktır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın örneklem grubu, Instagram kullanıcıları arasından rastgele (random) şekilde seçilen kişilerden meydana gelmektedir. Yoğun bir şekilde kitap paylaşımı yapılan ve “Bookstagram” olarak tanımlanabilecek bu hesapların kullanıcılarına, 28 Aralık 2017 ile 15 Ocak 2018 tarihleri arasında, öncesinde Google Docs üzerinden oluşturulmuş olan “Bookstagram Anketi”^{*} uygulanmıştır. Anketin açık uçlu son sorusu üzerinden de söylem analizi gerçekleştirilmiştir. Online katılıma imkân veren anket formu, Instagram’ın “Direkt Mesaj” özelliği

^{*}<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfEDey3V1C4JHiZ94LbtPiGdL8GGQtfb1ArXAnP30C1MF4sjw/viewform>

kullanılarak, ankette elde edilecek verilerin kullanım amacını belirten bir ön açıklama ile katılımcılara sunulmuştur.

Araştırma Bulguları ve Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında 90 kişiye gönderilen anket çalışmasını 21 kişi yanıtlamıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine bakacak olursak; cinsiyete göre dağılım, 12 kadın ve 9 erkekten oluşmaktadır. Bunun yanında anket yapılacak kullanıcılar seçilirken, kitap paylaşımı yapan hesapların çoğunluğunun kadın kullanıcılara ait olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların yaşları en küçüğü 18, en büyüğü 44 şeklinde dizilimlenmiş olup, ortalama yaş 28'dir. Eğitim durumları ise şu şekildedir; 3 lise, 2 yüksekokul, 14 lisans ve 2 yüksek lisans.

Anket soru ve yanıtları

1. *Instagram hesabınızın "Bookstagram" kategorisine girdiğini düşünüyor musunuz?*

	Kişi Sayısı	Yüzdesi
Evet	14	%66.7
Hayır	6	%28.6
Kısmen	1	%4.8

Araştırmaya katılan kullanıcıların 14'ü "Evet" yanıtını verirken, 6'sı "Kısmen" ve 1 tanesi "Hayır" yanıtını vermiştir. Bu durum göstermektedir ki, araştırmaya katılan kullanıcıların %66.7'si Instagram içerisinde kitap tanıtan sayfaları nitelikle için kullanılan Bookstagram tanımını sahiplenmektedirler.

2. *Instagram (Bookstagram) hesabınızın takipçi sayısı nedir?*

Instagram üzerindeki kullanıcıların takipçi sayısı popülerlik derecelerini de ifade etmektedir. Bookstagram hesapları için de durum aynıdır. Aynı zamanda araştırmanın örnekleme açısından da farklı takipçi sayılarına sahip hesaplara ulaşmak araştırmayı daha güvenilir yapacaktır.

Takipçi Sayısı	Kişi Sayısı	Yüzdesi
0 - 500 arası	2	%9.5
500 - 1000 arası	6	%28.6

1000 - 5000 arası	7	%33.3
5000 ve üzeri	6	%28.6

Kendilerini nasıl değerlendirdiklerini görmek açısından takipçi sayısı önemlidir. Bununla birlikte, son soruda kullanıcıların Bookstagram olarak kendilerini ifade ettikleri bölümde, takipçi sayısı bağlamında değişen ifade farklılıklarına değinilecektir.

3. Yayınlanmış bir kitabınız var mı?

	Kişi Sayısı	Yüzdesi
Evet	3	%14.3
Hayır	18	%85.7

Bookstagram hesabına sahip kullanıcıların küçük bir yüzdesinin yayınlanmış bir kitaba sahip olduğu görülmektedir. Buradan hareketle diyebiliriz ki; çoğunluğu kitap tanıtımı yapmaya iten şey, kişisel bir tanıtım değildir.

4. Hangi sıklıkla Instagram'a giriyorsunuz?

	Kişi Sayısı	Yüzdesi
2-3 saatte bir	10	%47.6
4-5 saatte bir	6	%28.6
Günde birkaç kere	4	%19
Haftada 2-3 kere	1	%4.8

Ankete katılan kullanıcıların %47.6 gibi bir çoğunluğu günde 2-3 saatte bir Instagram'a girmektedir. Bu durum göstermektedir ki, Instagram bu kişilerin yaşamlarında her gün uğradıkları bir sosyal mecradır.

5. Günde kaç saatinizi Instagram'a ayırıyorsunuz?

	Kişi Sayısı	Yüzdesi
1 saatten az	7	%33.3
1-2 saat	8	%38.1
3-4 saat	3	%14.3
5-6 saat	2	%9.5
6 saat ve üzeri	-	-
Diğer (20 dk.)	1	%4.8

Kullanıcılar her gün Instagram'a girerken, çoğunluğun Instagram'da kalma süreleri 1 saat altı ve 1-2 saat dilimi aralığındadır. Bir arkadaşla kısa bir görüşme dilimi diyebileceğimiz bir vakti Instagram'da paylaşım yaparak ya da paylaşımları takip ederek geçirmektedirler.

6. Bookstagram hesabınızı en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?

Birden fazla seçeneğin seçilebilir olduğu bu soru, kullanıcıların Bookstagram hesaplarını yönetirken nelere dikkat ettiğini açığa çıkarmayı amaçlamaktadır. Seçenekler ve oranlar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

	Kişi Sayısı	Yüzdesi
Yeni kitapları keşfetmek	14	%66.7
Okuduğum kitapların tanıtımını yapmak	14	%66.7
Edebiyat üzerine konuşabileceğin yeni arkadaşlar edinmek	9	%42.9
Edebiyat aracılığıyla kendimi ifade etmek	10	%47.6
Kitabımın tanıtımını yapmak	1	%4.8
Diğer (Ne kadar okuduğumu paylaşmak)	1	%4.8
Diğer (İnsanlara kitap okumayı sevdirmek)	1	%4.8
Diğer (Kişisel hayatımı paylaşmak)	1	%4.8

Kullanıcılar çoğunlukla yeni kitapları keşif için Bookstagram hesabı açarken aynı oranda kitap tanıtımı yapmayı da amaçlamaktadır. Edebiyatla kendini ifade etmek ve edebiyat üzerine konuşabileceği yeni arkadaşlar edinmek de Bookstagram kullanıcıları için oldukça önemli gözüküyor. Kitabını tanıtmak, genel bir tetikleyici gibi durmuyor; kitabı yayınlanan 3 kullanıcıdan sadece biri kitabını tanıtmayı amaçlamaktadır. Tüm bunların yanında kitap okumayı sevdirmek gibi bir misyon edinen kullanıcı profili de karşımıza çıkmakta. Aynı zamanda kişisel hayatının paylaşımı, ne kadar kitap okuduğu gibi ayrıntıların teşhiri de kimi kullanıcılar için önemli bir durum olarak gözükmektedir. Anket sorularından biri olmamasına karşın okunan kitap sayısının, çoğu Bookstagram tarafından dikkat çekilen bir durum olduğunu gözlemlere dayanarak söylemek mümkündür. Profillere eklenen geri sayımlı sayaçlar, kişilerin yıllık kitap okuma hedefini göstermekte ve şu ana kadar okuduğu kitabı işaretlemektedir.

Ölçekli sorular

Ölçeklendirme yöntemi kullanılarak oluşturulan bu bölümde, kullanıcıların genel eğilimlerini ölçmek amaçlanmıştır. Beş dereceli ölçekle belirlenen yanıtlar; *Kesinlikle Katılıyorum (5)*, *Katılıyorum (4)*, *Kısmen Katılıyorum (3)*, *Katılmıyorum (2)*, *Kesinlikle Katılmıyorum (1)* seçeneklerinden oluşmaktadır.

1. Bookstagram hesaplarında fotoğraflara dikkat ediyorum.

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	11	4	4	2	-
Yüzdesi	%52.4	%19	%19	%9.5	-

Görselliğin ön planda olduğu bir sosyal medya mecrası olan Instagram'da, kullanıcıların %52.4 oranındaki büyük çoğunluğu "Bookstagram hesaplarında fotoğraflara dikkat ediyorum" şeklindeki ifadeye kesinlikle katıldıklarını belirterek, görsel bir unsur olarak fotoğrafın ilgilerini çektiğini ifade etmişlerdir. Kısmen ve katılıyorum cevaplarını da olumlu kategoride değerlendirmek mümkündür, bu noktada oran %90.4 gibi oldukça yüksek bir rakama ulaşacaktır.

2. Bookstagram hesabını dikkat çekici yapan iyi çekilmiş bir fotoğraftır.

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	7	3	8	2	1
Yüzdesi	%33.3	%14.3	%38.1	%9.5	%4.8

Kullanıcılar Bookstagram hesapları söz konusu olduğunda bir önceki sorudaki kadar yüksek bir oranla görsel odaklanmamaktadırlar. Yine de kullanıcıların %33.3'ü, dikkat çekici olanın kesinlikle görsel olduğunu ifade etmektedir. Kısmen katılıyorum, %38.1 değeriyle en yüksek oranı aldığı bu soruda, fotoğrafın ötesinin önemi konusunda bir kapı aralanmaktadır.

3. Bookstagram hesaplarında yazılara dikkat ediyorum.

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	15	4	1	-	1
Yüzdesi	%71.4	%19	%4.8	-	%4.8

Kitap tanıtımı ve kitap tavsiyesini temel amaç olarak gösteren Bookstagram kullanıcıları %71.4 oranıyla yazılara dikkat ettiklerini ifade etmektedirler.

4. Bookstagram hesabını dikkat çekici yapan sürükleyici, yaratıcı bir yazıdır.

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	13	3	4	-	1
Yüzdesi	%61.9	%14.3	%19	-	%4.8

Kullanıcılar yazılara dikkat ederken, %61.9 gibi yüksek bir oranla sürükleyici ve yaratıcı bir yazıya da anlam yüklemektedirler. Fakat %23.8 oranında kullanıcının, yazının ötesindeki birleşenlerin de iyi bir Bookstagram olmakta payı olduğunu düşündüğünü söylemek mümkündür.

5. Diğer Bookstagram hesaplarını takip etmek benim için önemli.

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	8	4	7	1	1
Yüzdesi	%38.1	%19	%33.3	%4.8	%4.8

Temel amacını kitap tavsiyesi almak ve kitap önerisi vermek olarak belirleyen hesapların diğer Bookstagramları takip konusunda istekli olduklarını söylemek mümkündür. %57.1 oranında kullanıcı, diğer hesapları önemsemektedir.

6. Diğer Bookstagram hesapları sayesinde yeni kitaplarla tanıştım.

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	11	3	5	2	-
Yüzdesi	%52.4	%14.3	%23.8	%9.5	-

Temel amaç olan yeni kitaplarla tanışma isteği %64.7 oranında sağlanmış gözükmektedir. Kitap paylaşımı, bu mecranın önemli bir ögesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

7. Güvendiğim Bookstagram hesaplarının kitap tavsiyeleri okuma listem için son derece belirleyici.

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	9	6	4	-	2
Yüzdesi	%42.9	%28.6	%19	-	%9.5

Katılımcılar %71.5 oranında diğer hesapların tavsiyelerine değer vermekte ve önemsemektedir. Buradan hareketle karşılıklı paylaşım sağlama konusunda Instagram'ın bir paylaşım zemini yarattığını söylemek mümkündür.

8. Diğer Bookstagram hesapları sayesinde yeni bakış açıları elde ediyorum.

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	9	3	6	-	3
Yüzdesi	%42.9	%14.3	%28.6	-	%14.3

Kullanıcılar paylaşım konusunda önemsedikleri diğer hesapları, yeni bakış açıları edinmek konusunda da ciddiye almaktadırlar. %57.2 oranında kullanıcı farklı hesaplar sayesinde yeni bakış açıları elde ettiğini düşünmektedir. Bu, değişimi sağlama yönünde ciddi bir potansiyele işaret etmektedir. Fakat gözden kaçırılmaması gereken bir diğer yan, değişimin niteliği hususudur. Son kısımda söylem analizi aracılığıyla söz konusu bu niteliğin incelenmesi hedeflenmektedir.

9. Bookstagram hesabım sayesinde yeni arkadaşlar edindim.

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	8	3	5	2	3
Yüzdesi	%38.1	%14.3	%23.8	%9.5	%14.3

Katılımcılar Instagram'da yeni arkadaşlar edinme konusuna neredeyse yarı yarıya farklı bakış açısıyla yaklaşmaktadırlar. %52.4 oranında kullanıcı yeni arkadaş fikrine katılırken, %47.6 oranında kullanıcı bu konuya mesafeli yaklaşmıştır.

10. Gerçek hayatta bulamadığım kültürel ve sosyal çevreyi Bookstagram hesabım aracılığıyla daha rahat elde ediyorum.

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	5	1	6	3	6
Yüzdesi	%23.8	%4.8	%28.6	%14.3	%28.6

%42.9 oranında katılımcı gerçek hayatta bulamadığı çevreyi Bookstagram aracılığıyla bulduğuna inanmamaktadır. Katılımcıların %28.6'sı için bu mümkün gözükmemektedir. Yani Bookstagram hesapları onlara gerçekte sahip olmadıkları

kültürel ve sosyal bir atmosfer sağlamıştır. Aynı oran (%28.6) kullanıcı ise bu konuda kararsızdır; durumun kısmen böyle olduğunu düşünmektedir.

11. *Bookstagram aracılığıyla tanıştığım kişilerle reel hayatta da görüşüyorum.*

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	4	4	2	2	9
Yüzdesi	%19	%19	%9.5	%9.5	%42.9

Bookstagram hesabı aracılığıyla oluşan arkadaşlığı reel hayata taşıma konusunda ise kullanıcılar tereddütlüdür. %52.4 oranında kullanıcı bu görüşü benimsememektedir. Katılımcıların %38'lik dilimi bu duruma katılırken, %9.5'i kısmen katılmaktadır.

12. *Instagram'ın hikâye özelliği sayesinde diğer Bookstagram hesaplarıyla canlı iletişim kurmak beni heyecanlandırıyor.*

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	3	-	8	6	4
Yüzdesi	%14.3	-	%38.1	%28.6	%19

Instagram'ın hikâye özelliği canlı iletişimi mümkün kılmaktadır. Anında gerçekleşen iletişim, çoğulluğun ve yan yanlığın daha açıklıkla kavranılmasına neden olmaktadır. Fakat katılımcıların %47.6'sı söz konusu bu anınlık konusunda heyecan duymadıklarını belirtmişlerdir. %38.1 oranında kullanıcı ise bu durumun kısmen heyecan verdiğini söylemektedir.

13. *Kitap tutkunu diğer kişilerle birlikte toplumsal sorunların üstesinden gelebileceğimize, bu sayede gelecekte sosyo-kültürel seviyesi daha yüksek bir toplum olacağımıza inanıyorum.*

	Kesinlikle Katılıyorum (5)	Katılıyorum (4)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılmıyorum (2)	Kesinlikle Katılmıyorum (1)
Kişi Sayısı	7	6	4	3	1
Yüzdesi	%33.3	%28.6	%19	%14.3	%4.8

Bir aradalık ve çoğulculuk konusunda mesafeli olan kullanıcılar, daha iyi bir dünya umudunu içlerinde taşımaktadırlar. %61.9 gibi yüksek bir oranla kullanıcılar diğer hesaplarla birlikte gelecekte sosyo-kültürel seviyesi daha yüksek bir toplum olacağımız umudunu canlı tutmaktadırlar.

Açık uçlu soru

Bookstagram olmak sizin için ne anlama geliyor, kendinizi bu yolla ne şekilde ifade ettiğinizi düşünüyorsunuz?

Söylem analizi temelinde yorumlanmaya çalışılacak bu bölümde kullanıcılar Bookstagram olmanın kendileri için ne ifade ettiğini kişisel bir dille ifade etmektedirler. Çoğunluğu kitapları, kitap okuma eylemini öncelerken, bir kısmı bilgi vermenin önemine, bir diğer kısmı da kendi gibi düşünen insanlarla rahatça iletişim kurmanın konforuna dikkat çekmektedir.

Kullanıcılardan biri şu ifadeleri kullanmaktadır:

“Kendimce iyi ve nitelikli edebiyatı tanıtmayı ve insanların kitap okuma alışkanlığı edinmesine katkıda bulunmayı misyon edindim. Niteliksiz, boş, ticari niteliğe bürünmüş ve popüler kültüre mal olmuş kitaplardan ziyade nitelikli, yetkin ve derinlikli edebi eserler okuyarak insanlara edebiyatı tanıtmak temel amacım. Ayrıca ileride roman yazmayı ve eleştirmen olmayı hayal ediyorum.”

Edebiyat aracılığıyla edinilen bu misyon, kamusal alan içerisinde bir ifade tarzı ve görev bilinci olarak da düşünülebilmektedir. Bu misyon duygusu bir diğer kullanıcıda da şu şekilde dile gelmektedir:

“İnsanların kitap sevgisi kazanmasında, kitap okuma alışkanlığı kazanmasında kum tanesi kadar bile olsa katkı olursa bu beni çok mutlu eder. Bookstagram olma adına çok fazla iddiam olmasa da, okuduğum kitapların başka insanlara ulaşması veya benim buradan yeni kitapları keşfetmem, kitap dostu güzel insanlarla paylaşım içinde bulunmam benim için oldukça besleyici aynı zamanda daha çok kitap okumam konusunda motive edici olması da burayı daha çekici kılıyor benim gözümdede.”

Kullanıcılar aynı zamanda edebiyatla iç dışı olabilmek, daha çok okumak ve yazmak için Bookstagram hesaplarını motive edici bir aracı olarak görmektedirler. Keşfetmek ve paylaşmak yoluyla bu haz canlı tutulmaktadır. Benzer duygular birçok kullanıcı tarafından benzer cümlelerle yineleniyor:

“Benim için kitap okumak vazgeçemediğim bir hobi. Bu hobimi instagram hesabı açarak daima aktif tutmaya çabalamak kitaplarla iç içe olmamı sağlayacak bir itici güç haline çevirmek, kendi adıma güzel bir etkinlik oldu. Belki benim sayemde bir kaç kişi okuduğum kitabı okumuştur. Buna vesile olmak çok hoş bir duygu.”

Bookstagram sayesinde önünde yeni bir kapı açıldığını düşünen kullanıcılar da var. Değişim ve dönüşüm için adeta bir araç Bookstagram:

“Bookstagram olmak benim hayatımı değiştirdiğini düşünüyorum. Ufkumun açıldığını yazılarımın daha iyi olmasını sağladı. Bu ortamda bir çok kişi ile arkadaş olmamı beni tamamlayan bir unsur olduğunu düşünüyorum.”

Tüm bunların yanında kitap okumak, o kitabın düşünceleriyle yeni düşlere dalmak ve bunu fotoğraflarla birleştirmek yeni bir yaratım süreci anlamına da gelmektedir. Bookstagram hesabına sahip olmanın haz veren, en itici gücü belki de budur. Bir kullanıcı kendi sözleriyle durumu şu şekilde özetlemektedir:

“Düşünsenize bir kitabı okuyorsunuz. Onu kafanızda canlandırıp yorumluyorsunuz. Sonra o kitabı konusuna en uygun şekilde şekillendirerek onun fotoğrafını çekiyorsunuz... Altına yorumunuzu en iyi şekilde yazma çabanız var. Sonra onu okuyorlar ve yorum yapıyorlar... İyi bir şeyler yaptığınızı hissediyorsunuz. İnsanlar sizin yazdıklarınızla kafasında bir şeyler oluşturuyor. Sanırım bazı şeyleri defter aralarında bırakmaktansa biri bookstagramda paylaşmak insanın içini ferahlatıyor...”

TARTIŞMA VE SONUÇ

Özbek, sözcüklerin, ortaya çıktıkları toplumsal dönemlerin izlerini taşıdıklarını ifade etmektedir. Yaşanan toplumsal değişimler, yaratılan yeni olgular ve tüm bunların farklı toplumsal sınıflara göre algılanışı aracılığıyla oluşan “yeni görme biçimleri” sözcükler sayesinde anlaşılmaktadır (Özbek, 2004a, s. 39).

Sözcükler, düşünceleri bugüne taşıyan en etkili araçlardır. Fransız kafelerinde sanatsal ve edebi sohbetlerde şekillenen düşünceler, sözcüklerin gücüyle birbirini etkilemektedir. Fransız Devrimi'nin itici gücüyle etkili bir kamusal alan yaratan bu düşünceler günümüzde sosyal medya mecraları üzerinden kurulabilir mi? Bu sorunun izinden ilerlemeye çalışan bu araştırma, Bookstagram hesaplarını anket ve söylem analizi metotlarıyla incelemiştir.

Elde edilen bulgular, edebiyat temelinde bir kamusal alan ihtiyacını gözler önüne sermektedir. Kullanıcılar kendilerini edebiyatla ifade etmeyi, yeni kitaplarla tanışmayı ve kitap önerilerinde bulunmayı, özetle kitap aracılığıyla dönüşmeyi ve dönüştürmeyi talep etmektedirler. Instagram üzerinden açtıkları Bookstagram hesaplarıyla bu ihtiyacı görece gidermeye çabalamaktadırlar. Fakat özellikle söylem analizi sonucu elde edilen veriler, çeşitliliğin yerini tektipleşmenin aldığını göstermektedir. Benzer sözcüklerle benzer betimlemeleri kullanan edebiyatseverler, edebiyatın ruhundaki özgünlüğü saf dışı etmektedirler.

Bauman, kişisel sorunların ve kamusal meselelerin tartışıldığı, diyalog ortamının oluşturulduğu “kamusal alan” fikrinin içinin boşaltıldığını ifade etmektedir (Bauman, 2017, s. 74). Bugün, kamusal alan özel alan tarafından işgal

edilmiştir. Aşırı bireyselleşme kamusal alanı eritmiştir; kurtuluş önündeki asıl engel bireyselleşen toplumdur. Çünkü söz konusu bu toplum, adil bir topluma giden yolun araçlarını da işlevsizleştirmektedir (Bauman, 2017, ss. 88-90). Bookstagram kullanıcıları için de özel alanın teşhiri ilk sıradadır. Görünür olmanın en etkili güdüleyici olduğu bir alanda, bireysellikler aşırılaşmakta, bu aşırılıklar da aynılıkları doğurmaktadır. Kamusal alanı bireysellikleriyle istila eden özel alan, kamusal alanın işlevini de devre dışı bırakmaktadır. Aynı zamanda “filtre balonları”, hesapları kendilerinin aynılıklarıyla çevrelerken, beraberinde yine bireysellikler aşırılaşmaya devam etmektedir.

Çözüm, Bauman’a göre; alternatif ortak yaşam alanları inşa etmektir. Özgürleşmenin yolu, “kamusal alan”dan ve “kamusal iktidar”dan geçmektedir. Kamusal alan özel alanın söz konusu bu işgaline direniş göstermelidir (Bauman, 2017, ss. 89-90). Söylem analizi kısmında göze batan aynılık da, özel alanın istilasından kaynaklanmaktadır. Gerçek bir kamusal alan eksikliği, farklılıkların görünür olmasını engellemektedir.

Instagram’ın hikâye özelliğini pek heyecan verici bulmayan, anında iletişime mesafeyle yaklaşan kullanıcılar, tek taraflı paylaşım ve uzaktan yorumu tercih etmektedirler. Bu durum, ancak kamusal alanla sağlanabilecek çeşitliliğin eksikliği anlamına gelmektedir. Başka hesapları takip etmekte istekli olan kullanıcılar, içinde yaşadıkları bireyselleşmiş toplumun etkisiyle bazen bilinçli bazen de bilinçsiz olarak farklılıkların çeşitliliğine mesafeyle yaklaşmaktadırlar. Bookstagram hesaplarının paylaşımlarının dönüşüm yaratabileceği konusunda açiktırlar; fakat bu dönüşüm reel hayatlarına sirayet edecek kadar köklü değildir.

Bu çalışmanın konusuna dâhil edilmemekle birlikte; kullanıcıların paylaşımlarının benzerliği, fotoğrafların aynılığı, kitap yorumlarının aşinalığı başka bir araştırmanın konusu yapılabilir. Çünkü bu aynılık bize dönüştürücü potansiyelin niteliği hakkında cevaplar verebilmektedir. Bu araştırmanın kapsamı içerisinde, kullanıcıların kendi ifadeleriyle Bookstagram olmayı tanımladıkları bölümde bir nitelik değerlendirmesi yapmak mümkündür. Temelde benzer amaçlara ve isteklere sahip olan kullanıcılar, kamusal alanının çoğulcu doğasını yıkmaktadırlar. Bir kalıptan çıktığı hissini uyandıran bu ifadeler Sennett’in şu sözlerini anımsatmaktadır: “Şimdi yığınla insan, daha önce hiç görülmemiş bir ölçüde kendi yaşam öyküleri ve özel tutkularıyla ilgileniyor. Oysa bu ilginin bir özgürleşme değil, bir tuzak olduğu ortaya çıkmıştır” (Sennett, 2013, s. 18). Kitap sayılarının ve takipçilerin çokluğuna odaklanılan bir dönemde, nitelik aynılık ölçüsünde yüceltilmektedir. Bu durum da sosyal medyada kamusal alanın varlığı konusunda kuşku yaratmaktadır.

Üzerinde durulması gereken bir diğer nokta da sosyal medyada gerçekleşen soğuk iletişimin, sıcak iletişimden farklı olan doğasıdır. 90 kişiye gönderilen anketlerin birçoğundan cevap alınmamıştır. Sadece 21 kişiden yanıt alınabilmesi, 69 kişinin mesajlara olumsuz da olsa yanıt verme ihtiyacı duymaması, kamusal

alan oluşturma potansiyeli değerlendirilen sosyal mecraların soğuk iletişiminin de araştırılması gereken bir konu olduğu sonucunu doğurmaktadır. İletişimin doğasının değişen yapısı, kamusal alanı düşünürken sormamız gereken bir diğer sorudur. Aynı zamanda bu durum “psikotik medya”nın mevcudiyetini de göstermektedir. Kapasitesinden çok sese maruz kalan kullanıcılar artık cevap verme gereği bile duymamaktadırlar.

Habermas, kamusal alanın iktidar ve sermayeyle birlikte düşünülmesi gerektiğini söylemişti. Geleneksel medyanın iktidar ve sermayeyle olan sıkı ilişkisi, bireyin sesini kısmakta, hatta yok etmekteyken, sosyal medya kaybedilen bu sesi geri verme vaadi sunmaktadır. Fakat bu vaat, aslında çok da görünür olmayan bir sermaye ilişkisini, kültür endüstrisinin de yardımıyla gizlemektedir. Görünür olmanın ve tüketmenin hazı, yaratılan “ideal tip”lerin yardımıyla, aynışmayı doğurmakta ve bu durum tüketimi daha da arttırarak sermayenin yararına çalışmaktadır. Instagram’ın, sosyal medya devi Facebook’un sahipliğinde işleyen iktisadi bir yapı olduğu da unutulmamalıdır. Tabi ki, meselenin ekonomi politik boyutu, başka bir araştırmanın konusudur. Bu araştırma kapsamında dikkat edilmesi gereken nokta, sermayenin farklılık düsturuyla aynılığı tüketimin hizmetine sunmasıdır.

Bookstagram kullanıcıları üzerinden gerçekleştirilen bu çalışma, ideal bir kamusal alanın sosyal medya üzerinden sağlanıp sağlanmayacağını araştırmıştır. Kısaca, edebiyatla hemhal olmak isteyen ve kültürel bir kamusal alan özlemi çeken bu kullanıcılar, Bookstagram hesaplarına böyle bir vaadi gerçekleştirme ümidiyle sarılırlar; fakat izleyecekleri yol konusunda eksikleri vardır. Bireyselleşen toplumun, tektipleşen formlarının bir parçası olma tehdidiyle karşı karşıyadırlar. Kitapsever diğer kullanıcılarla toplumsal sorunların üstesinden gelen, sosyo-kültürel seviyesi yüksek bir toplum ideali, kullanıcıların çoğunluğu tarafından umut içeren bir idealdir. Fakat Bookstagram olmanın anlamı kullanıcılar için bu idealin gerçekleşmesi anlamına gelmemektedir. Keşfetmek ve paylaşmak temel amaçlardır, fakat derininde bir ideal, çoğunlukla yoktur.

Bauman’ın alternatif ortak yaşam alanları kurarak yeniden “kamusal alan”ı yaratma fikri, adil ve özgür bir dünya umudu, bu kanaldan gerçekleşecek gibi gözükmemektedir. Tabi ki, sosyal medya çok geniş bir alandır. Bu araştırmada Instagram üzerinden yalnızca Bookstagram hesaplarına odaklanarak bir analiz gerçekleştirilmiştir. Sosyal medya üzerinden kamusal alan oluşturma potansiyeline yönelik, farklı birçok çalışmanın yapılması gerekmektedir. Tüm bu çalışmaların işbirliği ile meseleye daha eleştirel bir perspektiften bakmak mümkün olabilir. Eleştirel bakışla mümkün olabilecek farkındalık, süreç isteyen bir yoldur ve dönüşümün de en önemli basamaklarından biridir. Yine de bu bakımdan Instagram içerisinde Bookstagram’lar, diğer tür kullanıcılara göre nispeten bu yola en yakın olanlardır.

KAYNAKÇA

Acar, N. O. (2013). Özgürlük alanı olarak sunulan sosyal medya ve Taksim Gezi Parkı eylemleri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (20), 178-193.

Andersson, L. (2017). Neoliberal söyleme karşı alternatif medyanın eleştirel gücünün alternatifsizliği. A. Ay & B. Öztürk (Çev.). F. Aydoğan (Ed.), *Yeni medya kuramcılarında yeni medya kuramları içinde* (ss. 85- 110). İstanbul: Der Yayınları.

Arendt, H. (1994). İnsanlık durumu. B. S. Şener (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Aydoğan, F. & A. Akyüz (2010). Önsöz. F. Aydoğan & A. Akyüz (Der.), *İkinci medya çağında internet içinde*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Aydoğan, F. (2011). *Tüm boyutlarıyla küresel medya*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Bauman, Z. (2017). *Akışkan modernite*. S. O. Çavuş (Çev.). İstanbul: Can Sanat Yayınları.

Briggs, A. & P. Burke (2011). *Medyanın toplumsal tarihi*. Ü. H. Yolsal & E. Uzun (Çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Budak, H. (2016). Kamusal alanda dönüşen yapılar: agoradan sanal uzama. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (36), 507-530.

Cangızbay, K. (2004). Globalleşme ve kamusal alan. M. Özbek (Ed.), *Kamusal alan içinde* (ss.285-307). İstanbul: Hil Yayınları.

Castells, M (2013). *İsyân ve umut ağları: İnternet çağında toplumsal hareketler*. E. Kılıç (Çev.). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Curan, J. (2014). Medya ve demokrasi: Yeniden değer biçme. S. İrvan (Der.), *Medya kültür siyaset içinde* (ss. 135-191). Ankara: Pharmakon Yayınevi.

Çambay, S. O. (2015). Bir toplumsallaşma aracı olarak yeni medya: kuramsal bir değerlendirme. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 237-247.

Çobanoğlu, Y. (2019). Değişen kamusal alanın yeni “siyaset yapma” mekânı olarak sosyal medya – (Politik kimlikler ile kamusal haklar ilişkisi bağlamında twitter örneği). *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırma-ları Dergisi*, 10(17), 696-737.

Filibeli, T. E. & O. Şener (2019). Manipüle edilmiş enformasyonel bir vitrin ve popülist bir enformasyon alanı olarak Twitter. *Moment Dergi*, 6(2), 492-515.

Fraser, N. (2004). Kamusal alanı yeniden düşünmek: Gerçekte varolan demokrasinin eleştirisine bir katkı. M. Özbek (Ed.), *Kamusal alan içinde* (ss. 103-132). İstanbul: Hil Yayınları.

Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. London: Sage Publications.

Giddens, A. (2005). *Sosyoloji*. H. Özel & C. Güzel (Çev.). Ankara: Ayraç Yayınevi.

Göker, G. (2015). İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal medya üzerine bir inceleme. *Turkish Studies*, 10(2), 389-410.

Güven, Z. C., & M. E. Satır (2018). Yeni bir kamusal alan arayışı olarak change.org. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 46, 257-274.

Habermas, J. (2004). Kamusal alan. M. Özbek (Ed.), *Kamusal alan içinde* (ss. 95-102). İstanbul: Hil Yayınları.

Habermas, J. (2017), *Kamusal alanın yapısal dönüşümü*. T. Bora & M. Sancar (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Holub, R. C. (1991). *Jürgen Habermas: Critic in the public sphere*, London and New York: Routledge.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Keane, J. (2010). *Medya ve demokrasi*. H. Şahin (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Köselerli, B. B. (2017). Yeni medya ortamının yeni kamusal alan olarak kullanımı üzerine bir değerlendirme. *Humanities Sciences*, 12(1), 51-64.

Kruse, L. M., D. R. Norris & J. R. Flinchum, (2017). Social media as a public sphere? Politics on social media. *The Sociological Quarterly*, 59(1), 62-84.

Loader, B. D. & D. Mercea (2011). Networking democracy? Social media innovations and participatory politics. *Information, Communication and Society*, 14(6), 757-69.

Miriam, H. (2004). Yirmi yılın ardından Negt ve Kluge'nin "kamusal alan ve tecrübe"si: Değişken karışımlar ve genişlemiş alanlar. M. Özbek (Ed.), *Kamusal alan içinde* (ss. 141-177). İstanbul: Hil Yayınları.

Negt, O & A. Kluge. (2004). Kamusal alan ve tecrübe'ye giriş. M. Özbek (Ed.), *Kamusal alan içinde* (ss. 133-139). İstanbul: Hil Yayınları.

Özbek, M. (2004a). Giriş: Kamusal alanın sınırları. M. Özbek (Ed.), *Kamusal alan içinde* (ss. 19-89). İstanbul: Hil Yayınları.

Özbek, M. (2004b). Giriş: Politik kamusal alan ve kolektif yaratıcılık. M. Özbek (Ed.), *Kamusal alan içinde* (ss. 181-232). İstanbul: Hil Yayınları.

Özbek, M. (2004c). David Harvey'e göre postmodernliğin durumu ve tarihsel materyalizm. M. Özbek (Ed.), *Kamusal alan içinde* (ss. 233-236). İstanbul: Hil Yayınları.

Özçetin, B., U. T. Arslan & M. Binark (2012). Türkiye'de internet, kamusal alan ve demokratik kanaat oluşumu. *Folklor / Edebiyat Dergisi*, 18(72), 51-76.

Özgül, G. E. (2012). Bir görme biçimi olarak yeni medya: Kamusal bir alan imkânının araştırılması. *Journal of Yasar University*, 26(7), 4526-4547.

Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9-27.

Saka, E. & A. Dağsalgüler (2007). Yeni iletişim teknolojileriyle Habermas'ın Kamusal Alanı'nı yeniden düşünmek. Ö. Yılmazkol (Ed.), *Medya Okumaları* içinde (ss. 161-173). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Saka, E. (2012). Siber medya sonrası kamusal alan ve gazetecilik pratikleri. *Folklor/Edebiyat*, 18(72), 35-50.

Sayımır, İ. (2014). Yeni medya ortamlarında ağlar oluşturan toplumsal hareket deneyimleri. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 97-112.

Sennett, R. (2013). Kamusal insanın çöküşü. S. Durak & A. Yılmaz (Çev.). İstanbul: Ayrıntı yayınları.

Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. New York: Penguin Press.

Topbaş, H., & A. Doğan (2016). Toplumsalın yeni agorası olarak sosyal medya: Eleştirel yaklaşım. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1), 124-148.

Trenz, H., (2009). Digital media and the return of the representative public sphere, *Javnost-The Public/European Institute for Communication & Culture*, 16(1), 33-46.

Varol, A. (2010). Bilgi toplumunda kamusal alan. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 121-129.

Yegen, C. (2013). *Demokratik ve yeni bir kamusal alan olarak sosyal medya*. *ANEMON Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 119-135.

Yegen, C. (2014). Bir dijital aktivizm biçimi olarak slaktivizm: change.org örneği. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1(8), 84-108.