

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Uğur DİK

SOSYAL MEDYANIN SUSKUNLUK SARMALI KURAMI AÇISINDAN
İNCELENMESİ: TWITTER ÜZERİNDEN “ÇÖZÜM SÜRECİ” VE “NÜKLEER ENERJİ”
TARTIŞMALARI

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2015

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Uğur DİK

SOSYAL MEDYANIN SUSKUNLUK SARMALI KURAMI AÇISINDAN
İNCELENMESİ: TWITTER ÜZERİNDEN “ÇÖZÜM SÜRECİ” VE “NÜKLEER ENERJİ”
TARTIŞMALARI

Danışman

Doç. Dr. Ahmet AYHAN

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2015

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Uğur DİK'in bu çalışması, jürimiz tarafından Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Yrd. Doç. Dr. Onur ÖKSÜZ (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Ahmet AYHAN (İmza)

Üye : Yrd. Doç. Dr. Fulya ERENDAĞ SÜMER (İmza)

Tez Başlığı: Sosyal Medyanın Suskunluk Sarmalı Kuramı Açısından İncelenmesi: Twitter Üzerinden “Çözüm Süreci” ve “Nükleer Enerji” Tartışmaları

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 27/11/2015

Mezuniyet Tarihi : 03/12/2015

Prof. Dr. Zekeriya KARADAVUT

Müdür

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iv
TABLolar LİSTESİ	v
ÖZET	vi
SUMMARY	vii
ÖNSÖZ	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAMUOYU VE SUSKUNLUK SARMALI KURAMI

1.1. Kamuoyu	4
1.1.1. Kamuoyunun Kavramsal ve İşlevsel Boyuttaki Gelişim Evreleri ile Yapısal Özellikleri	6
1.1.2. Kamuoyunun Oluşumu	8
1.1.3. Kamuoyunun Oluşumuna Yönelik Kuramsal Yaklaşımlar	10
1.1.3.1. Etkili Çoğunluk Kuramı	10
1.1.3.2. İktidar Kuramı	11
1.1.3.3. Psiko-Sosyolojik Kuram	11
1.1.4. Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçlarının Rolü	11
1.2. Suskunluk Sarmalı Kuramı	13
1.2.1. Kuramın Kavramsal Alt Yapısı	13
1.2.1.1. Grup Kavramı	13
1.2.1.2. Kitle ve Kitle Psikolojisi Kavramları	15
1.2.1.3. Sosyal Etki ve Uyma Davranışı Kavramları	18
1.2.1.4. Stereotip ve Önyargı Kavramları	22
1.2.1.5. Ötekileştirme, Ayrımcılık Kavramları	25
1.2.1.6. Dışlanma Kavramı	26
1.2.1.7. Güdü, Tutum, Algı ve Öğrenme Kavramları	27
1.2.2. Suskunluk Sarmalı Kuramı, Doğuşu ve Tarihsel Alt Yapısı	29
1.2.2.1. Kuramın Doğuşu	32
1.2.2.2. Kuramın Tarihsel Alt Yapısı ve Dayanakları	33

İKİNCİ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ETKİLERİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

2.1. Kitle İletişim Araçlarının Etkilerine Yönelik Araştırmalar ve Tarihsel Gelişimi.....	41
2.1.1. Güçlü Etkiler Dönemi	43
2.1.2. Sınırlı Etkiler Dönemi	44
2.1.3. Güçlü Etkilere Dönüş Dönemi	47
2.1.3.1. Gündem Belirleme Kuramı	48
2.1.3.2. Bilgi Açığı Kuramı	48
2.1.3.3. Medya Bağımlılığı Kuramı	49
2.2. İdeoloji ve Söylem	50
2.2.1. İdeoloji	50
2.2.1.1. Antonio Gramsci ve Hegemonya Kavramı	53
2.2.1.2. Louis Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtları	54
2.2.2. Söylem	55
2.2.3. Kitle İletişim Araçlarına Yansıyan İdeoloji ve Söylem Etkisi	57

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA

3.1. Sosyal Medyanın Doğuşu, Gelişimi ve Yapısı	63
3.1.1. Teknolojik Gelişmeler ve Sosyal Medyanın Doğuşu	63
3.1.2. Sosyal Medyanın Yapısı ve Sınıflandırılması	63
3.1.2.1 Sosyal Paylaşım Siteleri (Sosyal Ağlar)	64
3.1.2.1.1 Facebook	66
3.1.2.1.2 Twitter	66
3.1.2.1.3 Twitter Dünyasının Terminolojisi ve Olguları	67
3.2. Sosyal Medyanın Katılımcı Demokrasiye Etkileri	68
3.3. Sosyal Medya ve Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümünde Yeni Bir Evre	73
3.3.1. Kamusal Alan Kavramına Giriş	73
3.3.2. Kamusal Alandaki Dönüşüm, Yozlaşma ve Riskler	75
3.3.3. İnternet Teknolojisi ve Kamusal Alan	77
3.3.3.1. İnternet Kamusal Alan İlişkisine Yönelik Olumlu Yaklaşımlar	79
3.3.3.2. İnternet Kamusal Alan İlişkisine Yönelik Olumsuz Yaklaşımlar	81
3.4. Sosyal Medyada Algı Operasyonları ve Propaganda	84

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE SUSKUNLUK SARMALI İLİŞKİSİ

4.1. Kitle İletişim Araçları ve Suskunluk Sarmalı	87
4.2. Sosyal Medya ve Suskunluk Sarmalı	92
4.3. Sosyal Medya ve Suskunluk Sarmalı Konulu Araştırmalar	94

BEŞİNCİ BÖLÜM

TWİTTER TARTIŞMA ORTAMININ KAMUOYU OLUŞUMU VE SUSKUNLUK SARMALI KURAMI AÇISINDAN İNCELENMESİ

5.1. Yöntem	96
5.1.1. Araştırmanın Amacı	97
5.1.2. Araştırmanın Örneklemi, Sınırlılıkları ve Veri Toplama Tekniği	97
5.1.2.1. “Çözüm Süreci” Örnek Olayı	98
5.1.2.2. “Nükleer Enerji” Örnek Olayı	98
5.2. Analiz Bulguları ve Değerlendirme	99
5.2.1. “Çözüm Süreci” ile İlgili Veriler ve Değerlendirilmesi	99
5.2.2. “Nükleer Enerji” ile İlgili Veriler ve Değerlendirilmesi	112
SONUÇ	125
KAYNAKÇA	131
ÖZGEÇMİŞ	141

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1 İnternet Kullanım Alanları Araştırması: İngiltere, 2013.....	70
Şekil 5.1 “Çözüm Süreci” Tweet Kategorilerinin Aylara Göre Yüzdelik Dağılımı	107
Şekil 5.2 Sadece “Destek-Karşıt” Kategorilerinin Aylara Göre Yüzdelik Dağılımı	108
Şekil 5.3 “Çözüm Süreci” Tweetlerine Ait Üç Farklı Görüş Kategosinin “Gerçek - Paravan Hesaplar” Oranı	111
Şekil 5.4 “Nükleer Enerji” Tweet Kategorilerinin Aylara Göre Yüzdelik Dağılımı	119
Şekil 5.5 Sadece “Destek-Karşıt” Kategorilerinin Aylara Göre Yüzdelik Dağılımı	119
Şekil 5.6 “Nükleer Enerji” Tweetlerine Ait Üç Farklı Görüş Kategorisinin “Gerçek - Paravan Hesaplar” Oranı	123



TABLolar LİSTESİ

Tablo 3.1 Sosyal Ağ Sitelerinin Aylık Yaklaşık Ziyaretçi Sayısı	65
Tablo 5.1 Çözüm Sürecine Destek Verilen Tweetlere Örnekler	100
Tablo 5.2 Çözüm Sürecine Karşı Çıkkılan Tweetlere Örnekler	102
Tablo 5.3 Çözüm Sürecine Tarafsız Yaklaşılan Tweetlere Örnekler	104
Tablo 5.4 “Çözüm Süreci” Tweet Kategorilerinin Aylara Göre Dağılımı	105
Tablo 5.5 Haziran 2013’deki Tweetlerde Gezi Olaylarının Yansımalarına Örnekler	106
Tablo 5.6 Mayıs 2014’deki Tweetlerde Provokatif Eylemlerin Yansımalarına Örnekler	107
Tablo 5.7 “Dört Askerin Kaçırılması Olayının” Tweetlere Yansımalarına Örnekler	109
Tablo 5.8 “Çözüm Süreci” Tartışmalarında Twitter Hesap Sahipliği Kategorilerinin Görüşlere Göre Dağılımı	110
Tablo 5.9 Twitter Hesap Sahipliği Kategorilerinin, Görüşlerin Genel Toplamlarına Göre Dağılımı	110
Tablo 5.10 “Nükleer Enerji” Tweet Kategorilerinin Aylara Göre Dağılımı	113
Tablo 5.11 Nükleer Enerjiye Destek Verilen Tweetlere Örnekler	114
Tablo 5.12 Nükleer Enerjiye Karşı Çıkkılan Tweetlere Örnekler	115
Tablo 5.13 Nükleer Enerjiye Tarafsız Yaklaşılan Tweetlere Örnekler	116
Tablo 5.14 Çernobil Faciasının Nisan 2014’deki Tweetlere Yansımasına Örnekler	117
Tablo 5.15 Japon Vatandaşlarınca Hazırlanan Videonun Nisan 2014’deki Tweetlere Yansımasına Örnekler	118
Tablo 5.16 Tartışmaların Siyasi Konum Üzerinden Yürütülmesine Yönelik Örnekler	120
Tablo 5.17 “Nükleer Enerji” Tartışmalarında Twitter Hesap Sahipliği Kategorilerinin Görüşlere Göre Dağılımı	122
Tablo 5.18 Twitter Hesap Sahipliği Kategorilerinin, Görüşlerin Genel Toplamlarına Göre Dağılımı	123

Ö Z E T

Kitle iletişimi, gazetecilik ve yeni medyadaki teknolojik değişim ve dönüşümler, bireysel ve toplumsal hayat üzerindeki etkisini her geçen gün biraz daha arttırırken; özellikle sosyal medya olarak tanımlanan mikroblog siteleri ülke gündemini belirler hale gelmektedir. Demokrasi kültürünün az geliştiği Türkiye gibi ülkelerde baskın olan suskunluk sarmalı motiflerini aşma ve kendini ifade etme aracı olarak facebook ve twitter çok fazla konuşulur ve tartışılır olmuştur.

Bu çalışmada; sosyal medya üzerinde yürütülen tartışmalarda kamuoyunun oluşum süreci ve sürece etki eden unsurlar suskunluk sarmalı kuramı çerçevesinde incelenmiştir. Suskunluk sarmalı kuramına göre, bireyler tartışmalı bir konuda fikir beyan etmeden önce toplumda kanaatlerin genel yönelimini tespit etmeye çalışırlar ve kendi görüşleri çoğunluk tarafında ise fikirlerini ifade etme eğilimleri artarken, kendi görüşlerinin azınlık tarafında kaldığını hissettiklerinde ise dışlanma korkusu ile fikirlerini ifade etme eğilimleri azalır ve suskunlaşırlar. Bu suskunlaşma hali bir sarmala dönüştüğünde ise kamuoyu diğer görüş yönünde ve olduğundan daha baskın bir biçimde oluşur. Bu çalışmada toplumun genelini ilgilendiren iki ayrı tartışmalı konu başlığı (çözüm süreci ve nükleer enerji) seçilmiştir. Daha sonra twitter ortamında onikişer aylık süreler halinde, içeriğinde “çözüm süreci” ve “nükleer enerji” anahtar kelimeleri geçen tweetler taranmış ve incelemeye alınacak tweetler tespit edilmiştir.

Elde edilen sonuçlar betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilerek, savunulan görüşler, “destek”, “karşıt” ve “nötr” biçiminde üç kategoriye ayrılmıştır. Buna ek olarak, dışlanma korkusu ile bağlantı kurabilmek amacıyla da tartışmaya katılan twitter kullanıcılarının paravan hesap kullanım düzeyleri araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırma sonucunda ulaşılan bulgularda, twitter üzerinden yürütülen her iki tartışmada da suskunluk yönünde oluşan herhangi bir sarmallaşma gözlenmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Suskunluk Sarmalı, Twitter, Kamuoyu.

S U M M A R Y

RESEARCHING SOCIAL MEDIA FROM THE SPIRAL OF SILENCE THEORY PERSPECTIVE: DISCUSSIONS ABOUT “SOLUTION PROCESS” AND “NUCLEAR ENERGY” ON TWITTER

While the mass communication is increasing its effect on the individual and social life through newspapers and technological changes and transformations in the new media, especially micro blog websites described as social media became determining the nations' agenda. Face book and Twitter have become to be talked about and discussed as a tool for speaking out and overcome spiral of silence in countries which have underdeveloped culture of democracy such as Turkey.

In this study, creating public opinion via social media discussions and the factors affecting this process have been analyzed from a spiral of silence perspective. According to the spiral of silence theory, before out speaking their opinions on a controversial issue, people try to figure out the general tendencies of the society and if their opinion is on the side of the majority they tend to speak out their ideas while their idea is on the side of the minority they tend to reduce their voices and become silent because of the fear of exclusion. If this state of silence becomes a spiral, then the public opinion becomes more oppressive on the other side of the controversy more than its real power. Two controversial issues (peace process and nuclear energy) have been selected for this study. Later on, the tweets that contains the terms of “peace process” and “nuclear energy” have been determined for over a 12 month period and the tweets that were related to these terms have been selected.

The selected tweets have been analyzed through descriptive techniques and sorted under three categories of “support”, “oppose” and “neutral”. In addition to this, to examine the existence of correlation with the fear of exclusion, the degree of using fake accounts was also included in the analysis. According to the results, spiral of silence has not been observed in both controversial issues in Twitter.

Keywords: Social Media, Spiral of Silence, Twitter, Public Opinion.

ÖNSÖZ

Sosyal medyanın toplum hayatına hızlı ve kapsamlı olarak girişı ve buna bağlı olarak yol açtığı dönüşümler, başta iletişim olmak üzere birçok farklı bilim alanında kaçınılmaz olarak araştırmalara konu olmaktadır. Bu tez çalışmasında sosyal medya; kamuoyu oluşumu açısından özellikle de suskunluk sarmalı çerçevesinde bir araştırmaya tabi tutulmuştur. Suskunluk sarmalı kuramı hem ülkemiz şartlarında hem de sosyal medya boyutunda ele alınarak farklı bir perspektif sunulmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında, konunun belirlenmesi aşamasından en son güne kadar desteğini hiç esirgemeyen, daima bakış açımı zenginleştirerek bana geniş bir hareket alanı sağlayan ve cesaretlendiren hocam Doç. Dr. Ahmet AYHAN'a en başta teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca, her kapısını çaldığımda desteğini hiç esirgemeyen ve araştırma konusunda deneyim ve bilgilerini içtenlikle paylaşan hocam Yrd. Doç. Dr. Fulya ERENDAĞ SÜMER'e teşekkür ederim.

Pek tabi ki, bu süreçte maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen ve onlara ayırmam gereken zamandan çalarak yürüttüğüm bu süreçte hiç şikayet etmedikleri gibi gerektiğinde beni cesaretlendiren eşim Semra'ya ve kızım Zeynep'e sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Uğur DİK

Antalya, 2015

GİRİŞ

İnsanın sosyal yönünün en önemli bileşeni olan iletişim sayesinde medeniyetler kurulmuş ve buna bağlı olarak da teknolojik gelişmeler mümkün hale gelmiştir. Bu şekilde tarih boyunca iletişim medeniyeti dönüştürürken, medeniyet ve teknolojik gelişmeler de iletişim biçimlerini dönüştürmüştür. Dolayısıyla bu döngünün yansımaları insanın bireysel ve toplumsal yapısını derinden etkilemiş ve sürekli yeni kalıplara sokmuştur. Birçok farklı bilim dalı çatısı altında bu dönüşüm ve etkileşim süreçlerini anlamak ve ileriye dönük projeksiyonlarda bulunabilmek amacıyla araştırmalar yürütülmüş, çeşitli kuramlar ortaya konulmuştur. Ayrıca, bu döngünün katalizörü konumundaki iletişim, yine bu döngüden değişim ve gelişim yönünde en fazla nasibini alan sahalardandır. Teknoloji alanındaki gelişmeler sayesinde toplumsal hayatımıza giren iletişimde, zaman ve mekan sınırlarını genişleten kitle iletişim sistemi yüz yüze iletişimin bazı sınırlılıklarını aşarken, diğer taraftan tek yönlü ve dengesiz bir yapı meydana getirmiştir. Kitleleri etkileme ve yönlendirme potansiyeli, ideoloji bağlamı hep tartışma konusu olan kitle iletişim araçlarının etkilerine yönelik olarak yirminci yüzyılın başında doğup zamanla gelişen etki araştırmaları, iletişim alanının başat araştırma konularındandır.

Sanayi devrimi sonrası ortaya çıkan kitle toplumu döneminde kitlelere yönelik tek taraflı ve yönlendirici iletişim, kitle iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu süreçle birlikte kitle iletişim araçları, hem kitle toplumunun hem de kitle kültürünün oluşturulması ve genişletilmesinin temel aracı haline gelmiştir. Bu süreçte gelişen kitle toplumu, bireyleri dış dünyalarında meydana gelen olayları anlamlandırmak için kitle iletişim araçlarına bağımlı hale getirmiştir.

Bu tez çalışmasında kitle iletişimi alanında çığır açan sosyal medyanın, kamuoyu oluşumu sürecindeki işlevi çeşitli yönlerden ve özellikle de suskunluk sarmalı kuramı açısından ele alınmaya çalışılmıştır.

Web 2.0 aşamasının mümkün hale getirdiği etkileşim özelliği sayesinde gelişen ve tüm toplumu hızla etkisi altına alan sosyal medya, tüm bireylere bilgi üretme ve yayma imkanı sunmaktadır. Demokrasi ve kamusal alan kavramları yapıları gereği ideal durumları ve ütöpik hedefleri barındırır. Sahip olduğu nitelikler ile kendinden önceki kitle iletişim araçlarının “geleneksel” sınıfına sokulmasına kapı aralayan sosyal medyanın; ifade özgürlüğü, doğrudan ve müzakereci demokrasi, kamusal alan konularını yeni bir boyuta taşıması ve pozitif katkılar sağlaması yönünde hem akademik çevrelerde hem de toplum genelinde iyimser beklentiler mevcuttur. Edilgen bireyi etken bireye dönüştüren ve çığır açıcı yenilikleri günlük hayatımıza sokarak, bireysel ve toplumsal yaşam pratiklerini dönüştürmeye başlayan sosyal medyanın, bu

tip beklentileri karşılayıp karşılayamayacağı, günümüzde iletişim alanının en önemli sorunsallarından biridir.

Suskunluk sarmalı kuramı kamuoyunun oluşumu ve değişimini irdelerken; temel motivasyon kaynağı olarak bireylerin toplumdan dışlanma korkusunu merkezine alarak, özellikle sosyal baskıyı görünür hale getirmeye ve bu yolla kamuoyunun gücünü ve etkinliğini açıklamaya çalışır. Kurama göre, bireyler tartışmalı bir konuda fikir beyan etmeden önce toplumda kanaatlerin genel yönelimini tespit etmeye çalışırlar ve kendi görüşleri çoğunluk tarafında ise konuşma, fikirlerini ifade etme eğilimleri artar, ancak kendi görüşleri azınlık tarafında ise dışlanma korkusu ile fikirlerini ifade etme eğilimleri azalır ve suskunlaşırlar. Bu suskunlaşma hali bir sarmala dönüştüğünde ise kamuoyu diğer görüş yönünde ve olduğundan daha baskın bir biçimde oluşur. Bu çalışmada toplumun genelini ilgilendiren iki ayrı konu başlığı (“çözüm süreci” ve “nükleer enerji”) seçilerek, oniki aylık süreçlerde bu konuların twitter üzerinden tartışılmaları incelenmiştir. Dışlanma korkusu ile bağlantı kurabilmek için tartışmaya katılan twitter kullanıcılarının paravan hesap kullanım düzeyleri araştırmaya dahil edilmiştir.

Suskunluk sarmalı oluşumuna neden olan gerekçeler arasında yer verilmeyen bir olguyu ise Türk toplumu için belirtmek gerekir ki, o da özgüven sorunudur. Başka bir deyişle, suskunluk sarmalına neden olan dışlanma ve cezalandırılma kaygısına bağlı olarak, sosyal fobi tabanlı ‘kendini inandığı bir konuda ifade edememe’, aynı zamanda bir özgüven sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, suskunluk sarmalı kuramı tüm yönleriyle anlatılmaya çalışılmıştır. Kuramın daha iyi anlaşılması için kamuoyu kavramının tanım ve özellikleriyle başlayan bölüm daha sonra kuramla bağlantılı olan, “grup, kitle, uyma davranışı, stereotip, ötekileştirme, dışlanma, tutum, algı” gibi kavramların kısaca açıklanmalarıyla devam etmiştir. Bu kavramların açıklanmasından sonra da suskunluk sarmalı kuramı tüm yönleriyle ele alınmıştır.

İkinci bölümde, kitle iletişim araçlarının etkilerine yönelik araştırmaların tarihsel gelişimi ile ideoloji ve söylem kavramları ele alınmıştır. Üç dönem halinde irdelenen etki araştırmalarının, son döneminde ortaya çıkan ve özellikle kamuoyunun oluşum süreçlerine odaklanan etki kuramlarından, “gündem belirleme, bilgi açığı ve medya bağımlılığı” kuramlarına ayrıca değinilmiştir.

Üçüncü bölüme, internet teknolojisinin doğuşundan, Web 2.0 aşamasına geçiş ile mümkün hale gelen sosyal medyanın ortaya çıkışına kadarki süreç ve sosyal medyanın yapısı anlatılarak başlanmıştır. Daha sonra, demokrasi ve kamusal alan kavramları ele alınmıştır. Özellikle sosyal medyanın kamusal alan için yeni bir zemin oluşturabilme, kamusal alan ve

demokrasi alanlarına katkı yapabilme potansiyeli tartışılmıştır. Bu yöndeki iyimser beklentilerin yanında sosyal medyanın yol açabileceği yozlaşma ve riskler de değerlendirilmiştir.

Dördüncü bölümde, suskunluk sarmalı kuramının kitle iletişim araçları ile özellikle de sosyal medya ile ilişkisi irdelenirken, bu yönde daha önce yapılmış olan araştırmalardan örnekler sunulmuştur.

Beşinci bölümde, çalışmanın yöntemi, amacı ve kapsamı açıklandıktan sonra araştırma konuları (“çözüm süreci” ve “nükleer enerji”) hakkında bilgi verilmiştir. Seçilmiş olan iki ayrı konu başlığı hakkında twitter üzerinde yer alan paylaşımlar belirlenen süreler için taramadan geçirilmiş ve elde edilen veriler kodlanarak aylık bazda tablo ve grafiklere aktarılmıştır. Oniki aylık süreçte tartışmanın ne yönde geliştiği, savunulan fikirlerin yoğunluklarındaki değişim ile paravan hesap kullanımı arasında bir bağlantı olup olmadığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca twitter üzerinden yürütülen tartışmaların yapısının ve bu mecradaki tartışmaları etkileyen faktörlerin anlaşılmasına yönelik olarak yapılan çıkarımlar, betimleyici twitter paylaşım örnekleriyle desteklenmiştir.

Sonuç kısmında, öncelikle analizler yardımıyla ulaşılan veriler, kamuoyu oluşumu perspektifinde değerlendirilmiştir. Daha sonrasında ise kanaat ikliminde meydana gelen değişimlerden elde edilen çıkarımlar; suskunluk sarmalı kuramının belli birtakım boyutları çerçevesinde yorumlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAMUOYU VE SUSKUNLUK SARMALI KURAMI

1.1. Kamuoyu

Medeniyet tarihinin her evresinde kamuoyu kavramına yüklenen anlam değişim ve gelişmeler gösterdiği gibi, aynı dönemin düşünürleri bile kamuoyuna farklı açılardan yaklaşmış, bu olgudan hem işlevsellik hem de kavramsallık boyutunda farklı şeyler beklemişlerdir. Bu nedenle kesin bir tanım mümkün olamayacağından, kapsayıcı bir tanım üzerinde durmak yeterli olacaktır.

Kamuoyu genel bir yaklaşımla; belirli bir zaman dilimi içerisinde, belli bir tartışmalı sorun veya konu hakkında, ilgili kişilerden oluşan grup veya gruplara hakim olan ortak kanaat, görüş, eğilim ve inançların toplamı veya ortalaması olarak tanımlanabilir (Kapani, 2002, s.147). Arsev Bektaş kelimenin özüne inerek, kavramı oluşturan “kamu” ve “oy” sözcüklerinin ayrı ayrı ele alınması ve incelenmesinin kamuoyunu hem anlamaya hem de tanımlamaya yardımcı olabileceğini belirtir (Bektaş, 2000, s.42).

Kısaca kamu, belirli bir durum veya soruna özgü olarak belirli bir zamanda oluşan gruplar şeklinde tanımlanabilir (Bektaş, 2000, s.48-49). Aslında sosyolojik bir kavram olan kamu, kanaat, tutum gibi psikolojik bir taban üzerinde oluşmaktadır. Sosyologlar ve siyaset bilimciler kamuoyunu, belli bir sorun ve olaylar karşısında benzer tutum ya da kanaatlere sahip olan grup anlamında kullanmaktadırlar. Albig ve Childs gibi düşünürler kamu ve grup kelimelerinin eş anlamlı olarak kullanılabileceğini ifade etmişlerdir. Ayrıca Childs, aynı anda birden fazla kamunun oluşmasının mümkün olduğunu, bu kamuların örgütlü ya da örgütsüz, güçlü ya da güçsüz, mantıklı ya da mantıksız olabileceğini belirtir. Buna ek olarak, iletişim alanında yaşanan gelişmelerin çeşitli kamuların oluşumuna kaynaklık edeceğini savunmuştur (Bektaş, 2000, s.46). Sonuç olarak, her sorun kendi kamusunu yaratır ve aynı anda birden fazla kamuların oluşması olağandır.

Kamuoyu kavramının ikinci unsuru olan “oy” kelimesi ise tartışmalı bir konuda ifade edilen kanaat, düşünce anlamındadır. Bir gruba hakim olan kanaat anlamında da kullanılabilir. Özetle oy, kanıtlanması duygu veya izlenimden daha kolay ve nispeten onlara göre daha kuvvetli, fakat pozitif bilgiden daha az geçerli kanaatleri ifade eder (Bektaş, 2000, s.49-50). Yapısal açıdan ise, olacak olanı veya olması gereken durumu, başka bir deyişle arzulanan bir durumu ifade eder.

Kanaatler, tutumların sözlü ifadeleri olarak kabul edilebilir. Ancak, kanılar tutumların oluşmasında rol oynamaz, daha çok tutumları yansıtır. Tutumlara oranla, kanılar daha

kendine özgüdür. Belirli bir anda, belirli bir olay, davranış ya da konuya ilişkin olarak bireyin yorumunun dışı vurulmasıdır (İnceoğlu, 2004, s.154-155).

Her ne kadar kamuoyuna yönelik yaklaşımlarda özellikle “çoğunluk” olgusuna vurgu yapılsa da, azınlığın kararlı bir biçimde benimsediği bir görüş, çoğunluğun gevşek olarak benimsediği bir görüşe ağır basabilir (Kışlalı, 1987, s.339). Yani, iyi örgütlenmiş ve belirli amaçlara yönelmiş grupların görüşleri, zayıf örgütlü veya hiç örgütlenmemiş kalabalıkların kararsız ve istikrarsız eğilimlerine oranla daha etkili olurlar. Bu durumu kamuoyunun oluşumu açısından değerlendirecek, süreç içinde nitelik unsurunun daha etkin rol oynadığı ve kendini etkin olarak duyurabilen kanaatlerin başarıya ulaştığı sonucuna varabiliriz (Kapani, 2002, s.148). Dolayısıyla, kamuoyu, tartışmalı bir konuda toplumun tümünün ortak görüşü, ortak kanısı olarak genellenemez. Zaten toplumun tümü için geçerli olan ve oybirliği ile paylaşılan bir kanaat beklentisi gerçekçi de olmaz (Kışlalı, 1987, s.339).

Demokratik süreçler ne kadar gelişse de özneyle toplum arasındaki mesafe tam olarak kapanmaz. Bu nedenle adil uzlaşımları, iktidarın müdahalelerine birtakım sınırlar getiren bir kamuoyu oluşturma etiğiyle bağdaştırmak gerekir. Toplumsal adalete çağrı en güçlülerin lehine işlemez, çünkü herkese toplumsal yaşamın her alanında demokratik tartışmaya katılabilme olanağı sağlar (Touraine, 2005, s.340). İdeal bir demokratik ortama hiçbir zaman ulaşamayacağına göre, mevcut çoğulcu demokrasilerde kamuoyu oluşumunda; kendini ifade edebilme gücüne ve bilincine sahip kamuların, düşünce, kanaat ve eğilimlerinin ağırlığı yadsınamaz bir gerçekliktir.

Kamuoyunun işlevleri konusunda da farklı yaklaşımlar mevcuttur. Kamuoyunun siyasal katılma ve denetleme boyutunun yanı sıra, siyasal kararları etkileme potansiyeli de gözden kaçırılmamalıdır (Bektaş, 2000, s.57). Noelle-Neumann’a göre, kamuoyu bir halk mahkemesi gibi işlev görür ve bu mahkemeden toplumun üyesi olan her bir bireyin yanı sıra, hükümetlerin de korkması gereklidir (Noelle-Neumann, 1998, s.226).

Habermas iyimser bir yaklaşımla; kamuoyunun sağduyu biçiminde ortaya çıktığını, önyargılar tarzında halkın içinde yayıldığını, ancak bu bulanıklıkta bile gerçekliğin sahici ihtiyaçlarını ve doğru eğilimlerini yansıttığını belirtir (Habermas, 2013, s.222).

Mill ve Tocqueville gibi liberaller, kamasallık ilkesi hatırına onayladıkları kamuoyu süreci hakkında zamanla derin endişelere kapılmışlardır. Çünkü, kamasal topluluğun genişlemesiyle kamasal alana taşınan tartışmalar, bölünmüş bir kamuoyunda kendi temsiliyetlerini yaratarak, kamuoyunu egemen konumda olan kanaat suretinde, bir zorlayıcı güç haline getirmişlerdi. Bu süreçte Mill, bir zamanlar zorlamanın her türünü kaldırmayı hedefleyen kamuoyu konusunda, kamuoyu boyunduruğundan ve kamuoyunun manevi baskı araçlarından yakınmıştır. Tocqueville de kamuoyunu, bir eleştiri gücünden çok mutabakat

baskısı olarak değerlendirir. Kısacası kamuoyu, demokratik halklarda müstesna bir güce sahiptir. O kendi kanaatlerini ikna yoluyla değil, zorla kabul ettirir ve bireyin aklı üzerinde uygulanan muazzam kitlesel manevi baskı sayesinde yüreklere damgasını vurur. Hatta Birleşik Devletler'de çoğunluk, bir yığın hazır kanaati bireye sunarak, bireyi kendine özgü bir kanaat oluşturma yükünden kurtarır (Habermas, 2013, s.238-240).

1.1.1. Kamuoyunun Kavramsal ve İşlevsel Boyuttaki Gelişim Evreleri ile Yapısal Özellikleri

Kamuoyu kavramının kökenleri Antik Yunan ve Roma İmparatorluğu'na kadar gitmektedir. Yunan site devletlerinde özgür yurttaşların agoralarda bir araya gelerek kamusal sorunları tartışması ve düşüncelerin ortak bir karara dönüşmesi kamuoyunun ilk görünümlerindendir. Roma'daki forumlar da benzer işlevler görmüştür ve Romalı hukukçular "consensus populi" (halkın onayı) kavramını kullanmışlardır (Bektaş, 2000, s.16). Roma İmparatorluğunun çöküşü ile ortaya çıkan boşluğu dolduran 'feodal yapı – kilise' ittifakı, tekelci ve baskıcı bir sosyal-siyasal ortam oluşturmuş, tüm düşünsel ortamları kontrolü altına almıştır. Bu süreçte, eski gücünü ve işlevlerini kaybeden kamuoyu Reform ve Rönesans hareketleri ortaya çıkana kadar bir varlık gösterememiştir.

Modern çağlar açısından kamuoyu kavramı, Reform ve Rönesans hareketleri paralelinde oluşan aydınlanma döneminde yeniden ortaya çıkabilmiştir (Atabek ve Dağtaş, 1998, s.149). Kiliselerin halkın görüşlerini oluşturma ve yönlendirmedeki rolünün zayıflatılmasında önemli etkileri olan bu dönemdeki gelişmeler (matbaanın icadı, bilim ve sanattaki gelişmeler vb.), burjuvazinin tarih sahnesine çıkışına zemin hazırlamıştır. Dolayısıyla burjuvazinin feodal sınıflara karşı giriştiği sınıf savaşı, kentlerin büyümesi, krallıkların zayıflaması, parlamenter sistemlerin gelişmesi, kişi hak ve özgürlüklerinin önem kazanması gibi gelişmeler; kamuoyu kavramını siyasal ve felsefi tartışmaların da önemli bir nesnesi haline getirmiştir. Çağdaş anlamıyla kamuoyu kavramını ilk kullanan ise Jean Jacques Rousseau olmuştur. Çoğunluk iradesini en doğru ve en adil irade olarak kabul eden Rousseau, kamuoyunun çoğunluk yönetimi ve temsil sistemi ile bağlantılarını ortaya koymuştur (Bektaş, 2000, s.18-19).

On yedinci ve on sekizinci yüzyılda, toplumsal, siyasal ve entellektüel alanlardaki hareketlenmelerden doğan akım; mutlak yapıdaki dinsel, siyasal, ekonomik boyutlu güç odaklarıyla çevrili olan feodal toplumu çatlatmaya başlamış, kamuoyunu özgürleştirerek onu yeni bir sosyal ve siyasal öge konumuna yükseltmiştir (Bektaş, 2000, s.17). Ancak bu dönemde kamuoyu konusunda hala kafa karışıklıkları sürüp gitmektedir. Bir yandan kitlelerin fikirleri dikkate alınmadan yönetilemeyecekleri üzerinde durulurken, diğer taraftan bu fikirleri

ancak aydınların şekillendirebileceği ileri sürülmekte, kamuoyu kamusal olmayan bir kaynak üzerine yapılandırılıp, bu şekilde tanımlanmaktadır (Bektaş, 2000, s.21).

Tocqueville'e göre, eşitlik çağında kitlesel olana kolayca inanılır ve giderek artan bir biçimde kamusal fikirler dünyayı yönlendirir hale gelmiştir (Offe, 2013, s.33). On dokuzuncu yüzyılda artık kamuoyunun işlevi de köklü değişimler geçirmiştir. Sanayi devrimini takip eden teknolojik gelişmeler iletişim araçlarına da yansımış, bu süreçte artan kentleşmenin doğurduğu yönlendirmeye açık kitleler yepyeni bir ortam hazırlamıştır. Katılımcı demokrasi alanındaki gelişmeler kamuoyu kavramına yeni işlevler yüklemiştir. Bu dönemde, siyasal yönetimlerin denetlenmesi gibi eylemler de kamuoyunun işlevleri arasında sayılmaya başlamıştır.

Yine bu dönemde kamuoyunun gücünü ve işlevlerini arttırmasına kuşkuyla yaklaşan düşünürler de olmuştur. Belki de bu konudaki en çarpıcı tespitlerin sahibi olan Toqueville'e göre, toplumsal koşullar eşit olduğunda, genel kanaatler (kamuoyu) bireylerin zihninde büyük bir baskı kurmakta, onu kuşatmakta, yönetmekte ve ezmektedir. Bu etki devlet otoritesinden ve yasalardan değil, toplumun yapısından kaynaklanmaktadır. Böyle bir toplumsal yapı içerisinde bireyler, yalnızca kendi güçlerinden şüphe etmekle kalmaz, haklarından da şüphe etmeye başlarlar. Oluşan bu atmosferde, çoğunluk tarafından suçlu bulunan birey, hiç direnmeden hatasını derhal itiraf etmeye hazır bir ruh hali içindedir. Artık çoğunluğun bireyi zorlamasına gerek yoktur, çünkü zaten varlığıyla bireyleri ikna gücüne sahip olmuştur (Noelle-Neumann, 1998, s.113; Bektaş, 2000, s.24). Durkheim'e göre de toplumsal baskı, bireylerin kanaatlerini etkileyerek onları biçimlendirir ve bir grupta ortaya çıkan kanaat, toplumsal baskı nedeniyle tüm üyelerce kabul edilir (Bektaş, 2000, s.26).

Lippmann ise kamuoyunun gelişimini etkileyen çevreyi “gerçeklerle ilgisiz yapay bir çevre” olarak tarif eder. Ayrıca, kamusal kanının var olmadığını, olsa olsa “hayalet kamu”dan bahsedilebileceğini ve kamuoyunun kesin kanaatler yerine şekilsiz hayallere dayanmasının sebebinin de kullanılan “stereotype”lerin etkisinden kaynaklandığını savunur (Bektaş, 2000, s.31).

Noelle-Neumann kamuoyunun işlevlerini açık ve örtük olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Kanaat oluşumunu sağlamak, kamuoyunun açık işlevi olarak, toplumsal denetimi sağlamak ise örtük işlevi olarak gruplandırılır (Noelle-Neumann, 1998, s.252).

Sosyal psikologlar kamuoyuna ya da kamu kanaatlerine kişisel bir olay; sosyologlar ise bir grup olayı olarak bakarken, siyaset bilimciler bu olguyu bir kitle olayı olarak görürler. Ancak, kamuoyunun günümüz toplumlarındaki gerçek değeri, karar alma süreçlerine katılabilmesinden ve bu süreçleri denetleyebilmesinden kaynaklanmaktadır. Diğer bir deyişle,

kamuoyu bir siyasal katılma ve denetleme biçimi olarak görülmeli, siyasal kararları etkileme olasılığına sahip girdilerden birisi olarak ele alınmalıdır (Bektaş, 2000, s.57).

Medya kamuoyunun iktidardan bağımsız gibi görünmesi yanılsamasını yaratarak, topluma kendisinin olmayan düşünceleri kendi düşünceleri olarak kabul ettirmesi bakımından önemli bir işlevi yerine getirir. Medya toplumsal düşünüşü iktidarın ideolojisine göre biçimlendirerek, toplumsal denetimin sağlanmasına yardımcı olur. Gerçekte kamuoyu toplumun sesi değil, iktidarın sesidir (Çoban, 2009, s.138).

1.1.2. Kamuoyunun Oluşumu

Tartışmalı bir konu üzerinde kamuoyunun oluşma süreci temelde üç aşamada ele alınabilir. İlk aşamada, ilgili kişilerin oluşturduğu kamular konu hakkında bilgi edinir ve bunun üzerinde tartışmaya başlarlar. İkinci aşamada bu konudaki sorunu çözüme kavuşturmaya yönelik çözüm önerileri ortaya konulur. Son aşamada ise mevcut öneriler üzerinde yoğunlaşılarak bir yön belirlenimi gerçekleşir.

Kamuoyunu oluşturan güç odakları, toplum içinde çok küçük bir grubu teşkil etmelerine rağmen, kamuoyunun oluşturulmasında çok önemli rol oynamaktadırlar (Girgin, 2003, s.121-122). Özellikle siyasal partiler, baskı grupları ve kitle iletişim araçları olarak sayabileceğimiz bu odaklar, kamuoyunu kendi menfaatleri, ideolojileri ve görüşleri doğrultusunda oluşturma ve yönlendirme çabası içerisindeyler. Ayrıca Habermas, kamuoyunun kendi iç dinamiklerinde yani kendiliğinden oluşmadığını, aksine dış etkiyle oluşturulduğunu savunur. Dolayısıyla, kamuoyu olarak sunulan kanaatlerin de kamu görüşü değil, kamu olmayanın görüşü olduğunu belirtir (Habermas, 2013, s.364).

Günümüzde kamuoyunu oluşturma gücünü elinde bulunduran odakların yazılı, sözlü ve görüntülü teknolojik araçların sağladığı olanaklardan sonuna kadar yararlandıkları görülmektedir. Kitle iletişim araçları kullanılarak, kitle psikolojisine sahip olan kamuoyu, egemen güçlerin çıkarları ve ideolojileri doğrultusunda biçimlendirilebilmektedir. Yani ticari ve siyasi çıkarların kamunun çıkarlarının önüne geçtiği bir dünyada, kamuoyunun artık akılcı ve nesnel tartışmalar yoluyla oluşmadığı, bunun yerine yönlendirme, manipüle etme ve denetleme yoluyla oluşturulduğuna şahit olunmaktadır.

Kamusal alanda süregiden iletişim eylemleri, kamuoyu süreçlerinin yönü ve içeriği hakkında önemli ipuçları vermektedir. Bunun yanında çeşitli boyutlarda yaşanan toplumsal etkileşim de kamuoyu süreçlerini etkilemektedir. Ancak, süreç bununla da sınırlı kalmayıp; toplumsal etkenler, entelektüeller ile halkın görüşleri ve medyanın etkileri de sürece dahil olduğunda oldukça karmaşık bir işleyiş karşımıza çıkar.

Kamuoyunun oluşumunda etkin olan faktörleri; “psikolojik-kişisel faktörler” ve “çevresel-sosyal faktörler” şeklinde iki gruba ayırarak ele almak faydalı olacaktır. Ayrıca, bütün bu etkenlerin, bir kişinin doğumdan ölüme kadar devam eden ve siyasal toplumsallaşma adı verilen bir toplumsallaşma ve öğrenme süreci bağlamında işlevlerini yerine getirebildikleri de unutulmamalıdır. Bireyler yaşadıkları toplum içerisinde sürekli bir öğrenme süreci dahilinde gelişir ve farklı insanlar haline alırlar. Yaşadıkları bu süreçle birlikte kendi toplumlarına ait değer ve kuralları tanıdıkça o toplumun üyesi haline gelirler, yani toplumsallaşırlar. Siyasal toplumsallaşma kısaca, siyasal kültürün aktarılması ya da siyasal yaşamın yeniden üretilmesi olgu ve süreci olarak ifade edilir (Bektaş, 2000, s.69).

Kamuoyunun oluşumunda etkili olan psikolojik araçlar arasında kanaatler, tutum, algılama, motivasyon vb. faktörler sayılabilir. Kanaatlerin oluşumunda kişisel unsurlar içinde en önde geleni bireyin o ana kadar edindiği tutumlardır. Kanaatler aslında tutumların veya tavırların sözlü bir şekilde açığa çıkmasıdır (Bektaş, 2000, s.73). Tutumları, kişilerin kanaat oluşturmalarına ve davranışlarına çerçeve çizen kılavuzlar ve yönlendirici kalıplar olarak da anlayabiliriz (Arkonaç, 2001, s.158). Dolayısıyla tartışmalı bir konu hakkında kamuoyu oluşurken, tek tek bireylerin o konu hakkındaki mevcut tutumları oldukça belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla, tutumlar ve kanaatler birbirleriyle güçlü bir etkileşim içindedirler. Kamuoyu oluşurken önce tutumlar oluşmaktadır, buna paralel olarak da kanaatler oluşur.

Bir kişinin toplum içerisindeki konumu, yaşadığı topluma hakim olan ideoloji, demografik yapı, kültür, yasal ve siyasal kurumlar, din, birincil-ikincil gruplar, yüzyüze iletişim, kanaat önderleri ve kitle iletişim araçları gibi çevresel faktörler de bireyin kanaatini büyük ölçüde biçimlendirmektedir (Bektaş, 2000, s.75). Bireyler kamu sorunları hakkında tavır takınıp, kanaatlerini geliştirirken genellikle yakın çevreleri dışında kalan insanların kanaatlerini de öğrenirler. Bu aşamada birey, diğer bireylerin ve grupların ilgili konuda nasıl davranacakları yönünde tahminler geliştirir. Bu süreçte diğerleri hakkında geliştirdiği tahminler, kendi kanaatlerini etki ve baskı altına almaya başlar ve karşılıklı etkileşimler ile kamuoyu oluşur.

Hayatı boyunca sürekli bir öğrenme süreci içinde olan birey, gruplar aracılığıyla toplumla bütünleşir, kanaatlerini oluşturur ve yön verir. Zaten yapılan çeşitli araştırmalarda, bireylerin davranışlarını ve kanaatlerini belirlemede kendi başlarına hareket etmedikleri, üyesi bulundukları birtakım grupların, onların davranış ve kanaatlerine yön verdiği ileri sürülmüştür (Bektaş, 2000, s.82). İnsanların yaptıkları, düşündükleri ve hissettikleri şeylerin doğru ve uygun olduğundan emin olma ihtiyacı içerisinde oldukları öncülünden hareket eden Şerif, insanların kendilerine olası davranışlar yelpazesi oluştururlarken başkalarının davranışlarına

başvurduğunu ileri sürdü ki buna referans çerçevesi denilmektedir. Böylesi çerçevelerdeki ortalama, merkezi ya da orta konumların uç konumlardan daha doğru olduğu düşünülür, dolayısıyla tercihler de bu yönde yapılır. Şerif bunun, sosyal normların kökenini ve gruplar içerisindeki söz birliğini güçlendiren yakınsaklığı açıkladığı kanısındaydı (Hogg ve Vaughan, 2007, s.279).

Kitle iletişim araçlarının etki sistematğinde farklı bir işlevsellğe sahip olan “kanaat önderleri” unsurunun, kamuoyunun oluşumu konusunda ayrıcalıkla ele alınması faydalı olacaktır. İletişim süreci içinde açıklayıcı ve yorumlayıcı bir rol üstlene kanaat önderleri, içinde yaşadıkları ve hitap ettikleri çevrede kanaatlerin, dolayısıyla da kamuoyunun oluşumunda etkili olurlar. Özellikle kitle iletişim araçlarının yaydıkları mesajları çevrelere açıklayan, yorumlayan kanaat önderleri kaynak ve hedef arasında ikinci bir aşama oluştururlar. Bununla birlikte kanaat önderlerinin az gelişmiş ülkelerde daha etkili oldukları bir gerçektir. Çünkü, az gelişmiş ülkelerde gerek iletişimin ve iletişim olanaklarına erişmenin yetersizliği, gerekse eğitim düzeyinin düşüklüğü bu kişilere olan ihtiyacı arttırmaktadır (Bektaş, 2000, s.109- 111; Dursun, 2002, s.302).

1.1.3. Kamuoyunun Oluşumuna Yönelik Kuramsal Yaklaşımlar

Kamuoyu oluşumunu kuramsal düzeyde ilk ele alan bilim adamlarından James ve Baldwin, ortaya koydukları yaklaşımlarında sosyal bir varlık olan insanın tutum ve düşüncelerinin iletişim ve toplumsal yaşam aracılığıyla biçimlendiğine vurgu yaparlar. Kamuoyu konusuna geniş bir perspektiften yaklaşarak; kamuoyunun, kapsamlı bir zihinsel çerçevede biçimlenen karşılıklı ilişkilerin bir ürünü olarak ele alınması gerektiği sonucunu ortaya koymuşlardır. Özü itibarıyla, düşünceler bireyler kadar gruplara da aittir ve tek tek bireylerin düşüncelerinin matematiksel toplamı değil, karşılıklı iletişim ve etkileşim sürecinde oluşan ortak bir üründür (Atabek ve Dağtaş, 1998, s.210). Kamuoyu oluşumunu açıklayabilme konusunda öne çıkan üç kuram:

1.1.3.1. Etkili Çoğunluk Kuramı

Etkili çoğunluk kuramının kurucusu olan kamu hukukçusu Lawrence A. Lowell, kamuoyunun varlığını; tek başına “anlaşmaya” veya “sayısal çoğunluğa” değil, kendi görüşünün doğruluğunu aynı zamanda azınlığa da kabul ettirebilecek yapıdaki “etkili bir çoğunluğa” bağlamaktadır.

Etkili çoğunluk kuramına göre, kamuoyunun oluşumu için sayı çoğunluğu veya fikir birliği şart değildir. Ancak, kamuoyunun üzerinde olduğu kanaati; görüş olarak azınlıkta

kalanların bile, korkmaksızın ve sadece kendi inançlarından dolayı kabul etmeleri beklenir (Özsoy, 1998, s.24). Burada çoğulcu demokrasi vurgusu hissedilmektedir.

1.1.3.2. İktidar Kuramı

Lasswell'in daha çok siyaset bilimi alanında açıklamaya çalıştığı iktidar kuramı, kamuoyunu oluşturan düşüncelerin temellerinin, bireylerin psikolojilerine dayandığını ileri sürer. Mevcut siyasal güç ile bireylerin değer yargıları arasındaki ilişkiye vurgu yapan Lasswell'e göre, bir toplumda var olan az sayıdaki seçkinlerin elinde bulunan siyasal iktidar, toplumun geneli üzerinde sürekli etkili olabilmek ve bu etkinliğini sürekli kılabilmek için mücadele etmektedir. Ancak kuram, bu kesimlerin iktidarı ele geçirme güdüsü ve motivasyonunu psikolojik boyutta değerlendirerek; psikolojik süreçler evresinde oluşan kamuoyu kanaatinin, toplum ve iktidar üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmeyi hedeflemiştir (Atabek ve Dağtaş, 1998, s.212).

1.1.3.3. Psiko-Sosyolojik Kuram

Psiko-sosyolojik kuram; kamuoyunun, bireylerin kanaatlerinin toplamı olduğu veya grup kanaatlerinin toplamı olduğu şeklinde ikili bir yaklaşımın mücadele alanı halinde var olur. Albig, Allport ve Cantril gibi yazarlar sosyolojik bir çerçeveden yaklaşarak, ortak kanaatlerin ancak gruba ait olabileceğini iddia ederler. Ancak, psikolojik bir çerçeveden bakan Childs ve Doob gibi düşünürler ise kamuoyunu bireysel kanaatlerin toplamı olarak görme eğilimindedirler. Diğer cepheden Albig kamuoyunun, tartışmalı bir konuda herhangi bir gruba dahil bireylerin birbirleri üzerindeki karşılıklı etkilerinden doğduğunu savunurken, bu görüşünde grubun fikir yapısının her an değişmeye müsait ve aktif yönüne vurgu yapmaktadır (Bektaş, 2000, s.37-38).

1.1.4. Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçlarının Rolü

Propagandanın büyük önem kazandığı Birinci Dünya Savaşı'ndan sonraki günlerde kamuoyu üzerine çalışmalar yapan ve "Public Opinion" adlı eseriyle kamuoyu tartışmalarına kendi dönemini aşan bir bakış açısı kazandıran Walter Lippmann, kamuoyunun oluştuğu çevreyi yapay, sahte bir çevre olarak nitelemiştir. Lippmann, kitle iletişim araçlarının gerçekliği olduğundan başka bir şekilde kurgulayıp aktardığını ortaya koymuştur (Poyraz, 2002, s.61). Lippmann'a göre, insanlar yakın çevreleri dışında gerçekleşen olayları anlamlı hale getirmek için belirli anlam haritalarına gereksinim duymaktadırlar ve bu anlam haritaları ise medyanın aktardığı bilgiler doğrultusunda oluşur (İrvan, 1997, s.65).

Kitle iletişim araçları bireylerin kanaatlerinin biçimlendirilmesinde ve yönlendirilmesinde aktif rol alırlar. Kamuoyu oluşum evresinde birçok faktör etkili olmasına karşın, kitle iletişim araçları sahip oldukları özellikler yönünden, diğer faktörlerin önünde yer almaktadır (Işık, 2000, s.76). Kitle iletişim sistemi, izlerkitleye özellikle haber içerikleri kanalıyla gönderdiği mesajlar vasıtasıyla gündem oluşturma, haber verme, tutum ve kanaatleri yönlendirme gibi işlevleri yerine getirmek suretiyle kamuoyunu istediği yönde oluşturabilmektedir. Bu itibarla, kitle iletişim araçlarına sahip olan veya kontrolünde tutan kişi veya gruplar, kamuoyunu kendi çıkarları, görüşleri ve ideolojileri doğrultusunda oluşturabilme gücünü de ellerine geçirmiş olurlar.

Özellikle 1980 sonrasına rastlayan iletişim teknolojisindeki büyük gelişmeler, kitle iletişim araçlarının zamansal ve mekânsal kapasite ve kabiliyetlerini hızla arttırarak, bu araçların toplumu etkileme biçimlerini ve güçlerini de değiştirmiştir. O döneme kadar toplumda yaşanan gelişmeleri sadece yansıtmakla sorumlu görülen güç merkezleri, artık bu dönemle birlikte kamuoyu oluşturma çabalarında bulunmaya başlamışlardır. Bu güç odaklarının elindeki en önemli enstrüman olan kitle iletişim araçları da haber ve bilgi değerine sahip olan içerikleriyle kamuoyunun oluşumu sürecinde önemli roller üstlenmeye başlamışlardır (Bektaş, 2000, s.77; Kapani, 2002, s.150-151).

Kitle iletişim araçlarının, kanaatleri yönlendirirken kullandıkları en güçlü enstrümanları haber yayınlarıdır. Bu nedenle haber ve mesajların sunumunda yönlendirme amacına yönelik bazı yöntemler kullanılmaktadır (Taşdemir, 2002, s.86):

- Olayı kendi bakış açıları doğrultusunda sunabilmek için, olay içerisinde yer alan bazı bilgileri önemsememek, bazılarını gereğinden fazla önemsemek,
- Olayın içeriğini geçmişteki olaylarla ilişkilendirerek, farklı çağrışımlar uyandırarak konunun özünü farklı yönlerle çekmek,
- Belli bir görüşü halkın istediği gibi göstererek, kanıtı mümkün olmayan ifadeler kullanmak,
- Bir kanaati popüler olmayan alakasız düşüncelerle bağlantılı gösterip, o kanaatin sahiplerini itibarsızlaştırmak,
- Belli bir kanaatle ilişkili kişileri, küçültücü resimler vb. unsurlarla itibarsızlaştırmak,
- Kullanılan ifadelerle bir kişi hakkında belirli bir izlenim yaratarak, bunu çeşitli olaylarla güçlendirmek ve bu pozisyonu destekleyecek görüntüleri seçerek sunmak.

Sosyolog Herbert Gans'ın Amerika Birleşik Devletlerinde 1970'li yıllarda birkaç ay boyunca "CBS, Newsweek ve New York Times" da haber üretim süreci üzerine yaptığı araştırmaya göre; Amerika'da kitle iletişim araçları kamuoyunun oluşturulmasında, özellikle "benmerkezcilik, özgeci demokrasi ve sorumlu kapitalizm" değerleri çerçevesinde haberleri

sunmakta ve programlarını yapmaktadır. Böylece kitle iletişim araçları yürürlükteki sistemi sürekli olarak pekiştirirken karşı sistemleri kötülemektedirler. Genel çerçevede kamuoyu bir kez böyle yapılandırıldıktan sonra ülke içindeki diğer kamuoylarını oluşturmak sorun olmaktan çıkmaktadır. Kitle iletişim araçları farklı menfaat grupları tarafından veya onlar için oluşturulacak kamuoylarını istenilen biçimde oluşturabilirler (Bal, 2004, s.104).

1.2. Suskunluk Sarmalı Kuramı

1.2.1. Kuramın Kavramsal Alt Yapısı

Kuramın tanımlanmasına ve işleyişinin ortaya konulmasına geçilmeden önce ilgili kavramlara değinmek gerekir. İletişim, sosyoloji, sosyal psikoloji gibi farklı alanlarla ilişki içerisinde oluşturulan suskunluk sarmalı kuramının; dayandığı temellerin, kuramın işleyişinin ve tezlerinin daha rahat bir biçimde ve tüm boyutlarıyla anlaşılabilmesi açısından, bu kavramları irdelemek aydınlatıcı olacaktır.

1.2.1.1. Grup Kavramı

İnsanlar yaşamlarını sürdürebilmeleri için diğer insanlara, dolayısıyla da toplumsal bir yapıya ihtiyaç duyarlar. Grup adını verdiğimiz oluşum işte bu ihtiyaca karşılık olarak doğmuştur. Dolayısıyla gruplar toplumsal hayatın en önemli ve vazgeçilmez yapı taşlarındandır (Bozkurt, 2005, s.151). Bu duruma bağlı olarak da insanlar var oldukları tüm zaman dilimlerinde gruplar içinde yaşamışlar ve sürekli olarak yeni gruplar oluşturmuşlardır. İnsanlar hayatları boyunca, diğerleri ile etkileşimde bulunma, onları anlama ve kendini anlatabilme, onlarla bütünleşme çabası içinde olurlar. Bu süreçler gereğince de belli zaman dilimlerinde bir çok farklı gruba dahil olurlar. Kısacası, grup üyesi olmak, insan için seçimli bir durum olmayıp, hayatın sürdürebilmesi ve toplum içinde var olabilmek için olmazsa olmaz bir gerekliliktir.

İnsanlar belirli bir grubun parçası olmaya ve başkaları tarafından kabul edilmeye ihtiyaç duyarlar. Diğerleri ile ilgili değerlendirmeler, ait olunan gruplar içinde yapılır. Önemli ve saygın bir grubun üyesi olmakla birey pozitif duygulara da sahip olur. Bir grubun parçası olmak ve o grubun diğer gruplardan daha iyi olduğunu hissetmek sosyal kimliği oluşturur (Oğuz, 2010, s.219-220).

Grup, ortak norm ve davranışları üreten ve paylaşan, aralarında farklı roller üstlenen, ortak amaçları hedefleyen ve bu amaçlar doğrultusunda birbirleri ile karşılıklı iletişim ve etkileşim içinde olan, kendilerini bir gruba ait gören iki ya da daha fazla kişinin bir araya gelmesi ile ortaya çıkan sosyal bir birim şeklinde tanımlanabilir (Ertürk, 2010, s.253; Hogg ve Vaughan, 2007, s.305). Tanımdan da anlaşıldığı gibi, sadece insan topluluğu veya

kalabalığının bir arada olması grup olmak için yeterli olmayıp, bir arada bulunan bireylerin arasındaki “etkileşim” grup oluşumunu tamamlayan en hayati faktördür (Kağıtçıbaşı, 2013, s.284).

Grup kavramı, özellikle 18. yüzyıl başından itibaren sosyal bir anlam taşımaya başlamıştır. Eskiden cemiyet manasına alınan grup terimi bugünkü sosyolojik anlamda ilk defa Şikago’da 1914’de Polonyalı Göçmenler üzerine araştırmalar yapmış olan Florian Znaniecki tarafından kullanılmıştır (Tekarslan ve diğ., 2000, s.53).

Kişiler grup içerisindeyken, kendi başlarına oldukları zamanlara göre, davranışlarında daha fazla risk alma eğilimini taşırlar. Ayrıca bu durum, grup içerisinde diğer bazı kişilerin, dışlanma, gruptan atılma vb. nedenlerle eleştirilerini ifade etmedeki çekingenlikleri ile birleştiğinde tehlikeli kararlar ve şartlar doğurabilir (Morgan, 1998, s.400; Kağıtçıbaşı, 2013, s.308-309).

Grupları birincil ve ikincil gruplar şeklinde ikiye ayırmak mümkündür. Birincil gruplarda kişiler birbirlerini tanır ve yüz yüze iletişim kurarlar, aralarında sıkı ve samimi bir bağ vardır. İkincil gruplar daha formel yapıda olup, ilişkiler sınırlı ve resmi boyuttadır, bir üst değer etrafında toplanmış daha fazla sayıda üyeden oluşur. Çağımız modern toplumlarında, resmi yapıda olmayan, yani duygulara dayalı ilişkiler sisteminin geçerli olduğu gruplar cemaat; kişisel çıkarların öne çıktığı, ilişkilerde duyguların geri plana itildiği gruplar ise cemiyet olarak adlandırılmaktadır.

Bir kişinin üyesi olduğu gruba ilişkin kalıp düşünceyle çelişen davranışları olduğu zaman, onun kalıp düşünceye uygun davranması beklenir. Kalıp düşünceler ve önyargılar genelleştirmelere dayalı olduğu için grup üyeleri bireyselliklerini kaybederler. Bu durumda kişinin davranışlarının yorumlanmasında, üyesi olduğu grup için kullanılan önyargı ve kalıp düşüncelerin etkisi olacaktır (Hortaçsu, 1998, s.256).

Grup içinde işlerin yürümesi için, düzenleyici, sınırlandırıcı kurallara (normlara) ihtiyaç vardır. Normlar, bir grup üyesinin ne şekilde davranması gerektiğini anlatan ortak inançlar (Hogg ve Vaughan, 2007, s.329), insanlar arası ilişkilerin nasıl, nerede, ne ölçüde yürütüleceğini belirleyen ortak kurallardır. Grup üyeleri davranışlarını bu normlara göre düzenler. Bireyin bağlı olduğu grup ya da alt kültürde, eğer belli bir davranış doğru olarak niteleniyorsa, grup üyesi birey, bunu onaylamasa bile o grup dinamiği içinde o davranışı ortaya koymak zorundadır. Çünkü grup dinamiğinin, dolayısıyla da grup normlarının gruba üye olan bireyler üzerinde oldukça katı yaptırımları vardır. Kurt Lewin, Muzaffer Şerif gibi araştırmacılar tarafından küçük gruplar üzerinde yapılan araştırmalarda, grup normlarının davranışların biçimlenmesinde ve tutumların oluşmasında ne denli etkili oldukları ortaya konmuştur (İnceoğlu, 2004, s.32).

1.2.1.2. Kitle ve Kitle Psikolojisi Kavramları

Ortak duygu ve düşüncelerle hareket eden, organize bir yapısı ve sürekliliği olmayan gruplara kalabalık denir (Erkal, 1993, s.29). Rastgele bir araya gelmiş kalabalıkların, psikolojik anlamda bir kitleye dönüşmesi için, bu kalabalığı oluşturan bireyler arasında bir ortaklığın, belli ölçüde bir etkileşimin ortaya çıkması gerekir. Bahse konu ortaklıklar ne kadar güçlü yapıda olursa, psikolojik bir kitlenin oluşması da o oranda kolaylaşır ve kitle ruhunun nitelikleri güç kazanır.

Genel bir bakış açısıyla kitle deyince, belirli bir mekânda bulundukları varsayılan büyük sayıdaki insanların meydana getirdiği ve heterojen bir yapıya sahip her çeşit topluluk kastedilir. Sosyoloji biliminde ise, sosyal grupların öğelerine sahip bulunmayan ve özellikle devamlı nitelikte olmayan, kendisini meydana getiren kişiler arasında karşılıklı bağlılık, tavır ve hareketlerde aynı standartların bölüşülmesi, aynı normların uygulanması özelliklerinden yoksun kümeler kitle olarak adlandırılır. (İçel, 1990, s.8).

Kamudan farklı olarak kitle içinde yer alan insanlar ortaklaşa hareket etmek ve dayanışmada bulunmaktan uzaktırlar, kendi gereksinimleri doğrultusunda hareket ederler. İçinde ekonomik, siyasal, kültürel vb. bakımdan farklılıklar gösteren çeşitli yaşam biçimlerine sahip bireylerin bulunduğu kitle, uyumlu hareket edemez. Kamuya rasyonellik ve tartışma ortamı hâkimken kitle içinde yer alan bireyler birbirleriyle iletişim kuramazlar ya da kurmak istemezler.

20. yüzyılı, insan düşüncesinin sürekli değiştiği ciddi buhranlarla dolu bir dönem olarak kabul eden Gustave Le Bon, bu yüzyılı kitleler çağı şeklinde adlandırır. Bu sürecin ortaya çıkışını da iki temel değişkene bağlar; o döneme kadarki uygarlığın kaynağı olan dini, politik ve toplum inançlarının yıkılmış olması ile bilim ve tekniğin toplumsal hayat biçimine ve insanların fikir dünyasına getirdiği karşı konulamaz yenilikler (Le Bon, 2012, s.5-6).

Kavrama olumsuz yönden yaklaşan Le Bon'a göre, kitle ilkel ve barbar bir yapı olup, önüne çıkan bütün engelleri zamanı geldiğinde acımasızca yok edecektir. Uygarlıkların değişmesi; sanıldığı gibi kavim istilaları, hükümetlerin veya devletlerin yıkılması benzeri olaylardan kaynaklanmaz, aksine ilkel ve barbar olan kitleleri oluşturan bireylerin fikirlerinin değişmesinden kaynaklanır (Le Bon, 2012, s.5). İster birbirini tanımayan insanların oluşturduğu kalabalıklar olsun, isterse de belli değerlere sahip ve nitelikli insanlardan oluşan topluluklar olsun hiç fark etmez, kitle olmanın verdiği psikolojik etkiyle tahrik olmaya, tahrip etmeye açıktırlar.

Kitlenin öyle etkin ve kapsayıcı bir atmosferi vardır ki; içerisinde barındırdığı bireylerin hayat tarzları, kişilik ve karakterleri, zeka seviyeleri gibi özellikleri arasında ister uyuma olsun isterse de tamamen farklılıklar bulunsun hiç önemli değildir, o anda oluşturdukları

kalabalık onlara bir nevi kolektif ruh katar. Esasında birbirleriyle alakasız sayılabilecek bireylerden kurulu kalabalığın kitle haline gelmesi, kolektif ruhun oluşması ve topluluğun tek bir kişi gibi hareket etmesiyle olur ve artık birey yoktur, sadece kitle vardır (Le Bon, 2012, s.15-16).

Kitle halindeyken duyulan çoğunluk hissi ve buna dayalı güçlülük oranında, kuvvetli olana ceza çektirilemeyeceği kanaati, bireyin tek başınayken göze alamayacağı tavır ve davranışları, kitle içinde mümkün kılar (Le Bon, 2012, s.20). Kitleleri yönlendiren ve harekete geçiren temel motivasyon kaynağı, mantık değil duygulardır. Bu duygular da kitleyi bir araya getiren sorunlara duyulan ortak tepkilerle şekillenir.

Ortaya çıkan bir kitlenin en önemli özelliklerinden olan, şahsi bilincin kaybolması ve hislerin, fikirlerin aynı istikamete yönelmesi hususları, kitleyi oluşturan tüm kişilerin aynı anda, aynı ortamda toplanmış olmalarını gerektirmez. Birbiriyle herhangi bir bağlantısı bulunmayan binlerce kişi, herhangi bir anda bazı şiddetli heyecanların etkisi altına girip aniden bir araya gelerek, psikolojik bir kitle meydana getirebilirler (Le Bon, 2012, s.22-23). Bir kitlenin oluşması için, kitleyi oluşturan bireylerin ortak şekilde ilgilerini çekecek bir olayın meydana gelmesi veya ortak bir çıkarın ortaya çıkması yeterlidir. Kitleyi bir arada tutan ve süreklilik kazandıran temel unsur ise aynı kitlesel hedef ve amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen etkileşimdir.

Kitlenin özelliklerini dört maddede toplamak mümkündür. Birincisi, kitle heterojen yapısıyla toplumun farklı kesimlerden bireyleri bünyesinde barındırır. Farklı kültür, din, ırk veya sosyal katmana aidiyeti bulunan bireyler aynı kitlenin içinde beraberce yer alabilirler. İkinci olarak kitlesel bir hareket var olmalıdır. Kitleyi oluşturan bireyler, artık kendi çıkarlarının aksine de olsa kitlesel hareket ve eylemlere katılırlar. Üçüncü özellik, kitle üyeleri arasında karşılıklı etkileşimlerin olmayışıdır. Son olarak da kitlenin bir liderinin bulunmadığı konusu gelir (Işık, 2005, s.13-14).

Bireylerin kendilerini tutkularına bırakarak, kaygısız ve hesapsızca kitle içerisinde eriyip, içlerindeki kişisel yalıtılmışlık duygusundan sıyrılmak bireylere haz vermektedir (Freud, 2006, s.26). Bu durum kitle içerisindeyken insanların davranışlarının ulaşabileceği sınırları tahmin edebilmek ve bu durumu anlaşılır kılabilmek için bir çerçeve sunar.

Kitle, hiçbir sınır tanımaksızın daima büyüme istek ve eğilimindedir. Eğer bu büyümenin önüne dışarıdan müdahale ile yapay sınırlar konulmaya çalışılırsa, kitle her an patlayabilir. Kitle içinde mutlak bir eşitlik hali mevcuttur. Bütün adalet talepleri ve eşitlik kuramları en nihayetinde enerjilerini, bir kitlenin parçası olmuş herkese aşına olan fiili eşitlik deneyiminden alırlar. Kitle yoğunluğu sever ve bu hal deşarj anında en üst seviyeye çıkar.

Kitle, bir hedefe veya yönelime ihtiyaç duyar ve bu doğrultuda hareket eder, kitlenin varlığını sürdürebilmesi de yine hedefin varlığına bağlıdır (Canetti, 1998, s.29-30).

Büyüme isteği kitlenin ilk ve en önemli niteliğidir. Erişebileceği herkesi içine almak ister, insan yapısına sahip herkes kitleye katılabilir. Doğal kitle açık kitledir ve açık kitlenin büyümesinin hiçbir sınırı yoktur. Açık kitle büyüdüğü sürece vardır, büyümesi durduğunda ise dağılır (Canetti, 1998, s.17). Kitleyi oluşturan temel motivasyon kaynağı ve itici güç deşarj olma hissidir. Deşarj anı, kitleye dahil olan herkesin farklılıklarından kurtulduğu ve kendilerini diğerleriyle eşit hissettiği andır. Kitlenin bir diğer temel özelliği olan yıkıcılığı, farklı kültürlerde, ülkelerde ve coğrafyalarda benzer yoğunlukta kendini gösteren bir özelliktir. Buna ek olarak kitlenin hiçbir zaman tatmin duygusu yaşamadığını da belirtmek gerekir. Kitlelerdeki patlama olgusu ise kapalı kitleden açık kitleye ani geçiş olarak tanımlanır (Canetti, 1998, s.18-22).

Kitle içgüdüleriyle hareket etme eğiliminde, çok çabuk kızgınllaşıp köpüren, duygusal ve tutkulu, bocalamalar içinde çalkalanan, tutarsız ve kararsız bir yapıya sahiptir. Eylemlerinde aşırılıklara kaçan, telkine ve yönlendirilmeye yatkın, düşüncelerinde haşarı, yargılarında aceleci, sadece basit ve yetersiz kanıtları anlayabilen, özgüvenden, özsaygıdan ve sorumluluk duygusundan uzak bir yapıya sahiptir. Bu özelliklerin yanında, güçlü olduğu zannıyla, normal şartlarda mutlak ve sorumsuz bir otoriteden beklenebilecek tarzda eylemlere girişebilir (Freud, 2006, s.28).

Freud kitlelerde bir sürü psikolojisinden de bahseder ve bunun bireysel bilincin kaybı şeklinde anlatır. Özellikle kitle iletişimi açısından bireyselliği ortalama bir algılama düzeyine getirmesi kitle psikolojisi açısından önemli bir durumdur. Freud burada kitleyi betimleme konusunda Le Bon'la aynı yerde buluşmaktadır. Her iki düşünür için de kitle, bireyselliğini yitirmiş, mantıktan yoksun, kolayca yönlendirilebilir, şiddet eylemlerine hazır ve her bakımdan geriye-sığınmacıdır veya tepkicidir (Yılmaz, 2010, s.43).

İstenen fikir ve kanaatlerin kitlelere empoze edilmesinde liderler tarafından kullanılan en etkili yöntemler, “iddia, tekrar ve sirayet” olarak sıralanabilir. İddia edilen fikir, ne kadar açık ve ortaya konulan deliller ne kadar sade, mesnetsiz, ispattan uzak olursa, ortaya çıkan etkinlik ve ikna gücü de o kadar büyük olur. Bu çalışma sırasında, ortaya konulan mesnetsiz ve uçarı fikirler sürekli aynı kelimelerle tekrar edilmelidir. Bu sayede tekrar edilen şey, belli bir zaman sonra kitleyi oluşturan bireylerin şuuraltının derin tabakalarına kadar nüfuz eder ve orada yerleşir (Le Bon, 2012, s.102-103). Sosyal medya ortamında yapılacak “algı operasyonu” ve “kara propaganda” tarzı kitlelere yönelik yönlendirme girişimleri, yukarıda sayılan işte bu temeller üzerine kurulmaktadır.

Atlantiğin iki yakasında Gustave Le Bon'un (1895) "Kalabalıkların Psikolojisi"nden Walter Lippmann'ın (1922) "Public Opinion"una ve Ortega y Gasset'in (1930) "Kitlelerin Başkaldırısı"na dek çarpıcı yapıtların yayımlanmasıyla ortaya konulan toplumsal olgulara bakış açıları, mantıksızlığıyla ve histerisiyle beliren tehlikeli bir toplumsal düşünce yaklaşımı, kitleyi ya da kalabalığı eleştirir. Belirtilen dönemlerdeki bu yapıtların başarıları, medya üzerine egemen söylemin çok uzun zamandan beri etki kavramına odaklanmış olduğunu göstermektedir (Maigret, 2013, s.70).

İlkel, spontan ve örgütsüz grupların bir araya gelmesinin nedeni, spontan bir kitlenin verdiği duygusal doruğa ulaşmaktır. Bu grupların kamusal bir amaca ulaşmak gibi bir dertleri yoktur. Daha çok birlik duygusu, yoğun heyecan, sabırsızlık, güçlülük duygusu, dayanılmaz bir iktidar duygusu, gurur, hoşgörüsüz ya da aşırı duyarlı davranmaya izin verilmesi, gerçeklikten kopma, her şeyin mümkün görülmesi, sorumlu olmadan ve süreklilik talebi olmadan eylemde bulunma gibi beklentilere hitap etmektedir. Böyle bir kitlenin diğer bir özelliği de tutarsız olması, bir amaçtan diğerine çok çabuk geçebilmesi ve kolayca yönlendirilebilmesidir (Noelle-Neumann, 1998, s.136).

Günümüzde birey, normlarını geleneksel yapıdan değil, içinde yaşadığı toplumun bütününden, yakın ilişki içinde bulunduğu veya kendini ait hissettiği referans gruplarından almaktadır. Öte yandan, kitle toplumunun sonucu olan kitle kültürü, bireyi, yüz yüze ilişkilerin hakim olduğu küçük birincil gruplardan izole etmektedir. Bu durum toplumdan yalıtılmış, atomize bireyi yaratmaktadır. Bu ortamda kitle iletişim araçlarının etkin rolü, bir süre sonra kendi ürünü olarak normlaşan, "imge, simge, stereotip ve davranış modellerini" yaymasından kaynaklanır. Kitle içinde kaybolmuş atomize bireyler, görüntüleştirilmiş (imaj) normlara uyarak ve bunları uygulayarak, toplumca benimsendiğini düşündükleri "iyi davranış" biçimlerine gönül rızası ile katlanmaktadırlar (İnceoğlu, 2004, s.161).

1.2.1.3. Sosyal Etki ve Uyma Davranışı Kavramları

Sosyal etki kavramı; bireylerin inançlarında, tutumlarında, davranışlarında ve duygularında, başka kişi veya gruplar tarafından meydana getirilen değişme, biçiminde tanımlanabilir. İnsanın en belirgin özelliği, onun sosyal bir varlık olması, dolayısıyla gruplar oluşturarak toplu halde yaşamasıdır (Güney, 2011, s.51). İnsan var olduğu andan beri, toplum gerçeğinin farkındadır ve içinde yaşadığı toplumdan hem etkilenir hem de onu etkiler (Kağıtçıbaşı, 2013, s.71-72).

Günümüzde insanlar çok yoğun bir etkileşim ağı içerisinde yaşamakta ve sürekli olarak çevreye uyum baskısı hissetmektedirler. Böyle olunca, bu atmosfer içerisinde çevreye uyum davranışı göstermeden yaşayabildiğini düşünmek, insanın kendisi hakkındaki en büyük

yanılıgılarından biridir (Neumann,1998, s.25). Bireyler açısından, diğeri tarafından takdir edilme ihtiyacının zirveye çıktığı modern toplumlarda, bireysel ve sosyal tatminin de ancak çevreyle etkileşim faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan davranışsal ürüne bağlı olduğu unutulmamalıdır. Bu şartlar altında birey, amaçladığı davranışları gerçekleştirebilmek için gruplara dahil olurken, aynı süreçte bu grupların davranış biçimlerinin etkisi altında kalır.

İnsanların toplum halinde yaşama kabiliyetine sahip sosyal varlıklar olduğundan yola çıkarsak, sosyal etki sonucu meydana gelen gruba uyma davranışının, kişilerin benzerliğini ve dolayısıyla sosyal davranış düzenliliğini yaratıyor olması daha anlaşılır hale gelir. Sosyal davranışın düzenli olması, bireyler açısından başkalarının davranış çerçevelerini ön görülebilir kılar. Bu durum insanlara kendi davranışlarını ayarlayabilme imkanı sunarak, sosyal etkileşimin sağlıklı bir biçimde işlevsellik kazanmasına zemin hazırlar. Bu değerlendirmeler ışığında, uyma davranışının toplumsal yaşam için ne kadar hayati bir gereklilik olduğu ortadadır (Kağıtçıbaşı, 2013, s.72-73; Göksu, 2007, s.132). Ancak, uyma davranışı; bir taraftan, toplumsal yaşam için açık bir gereklilik iken, öbür taraftan, kişisel bağımsızlık ve bireyin kendisini ifade etme özgürlüğüne bir tehdit oluşturabilir (Taylor ve diğ., 2007, s.216).

Uyum, isteyerek ya da istemeyerek bir kişinin inanç ve davranışlarını, grup standartlarına göre değiştirme veya başkalarının davranışlarını izleme eğilimidir (Taylor ve diğ., 2007, s.212). Grup normlarına uyma, bazen toplumsal uyumu gerçekleştirmek, toplum içinde kabul görmek ve hatta toplumsal hayatın sürdürülebilirliği adına katlanılan bir bedeldir (Gökdağ, 2004, s.55). Herhangi bir sosyal etki, birey tarafından kurala uymaya zorlayıcı olarak yorumlanabilir. Bunun sonucu olarak birey, ödüllendirilmek veya cezalandırılmamak için itaat ya da sosyal etkinin kaynağı olan bireye benzeyebilmek amacıyla özdeşleşme, sosyal etkiye uyma davranışı gösterebilir. Herhangi bir sosyal etki, yanlış olsa dahi birey tarafından gerçeğin göstergesi, yani ‘doğru bilgi’ olarak da yorumlanabilir. Bu durumda birey bu etkiyi, doğru bir şey olduğunu düşündüğü için benimseyecektir (İnceoğlu, 2004, s.98). Bir yandan takdir edilme arzusu, diğeri taraftan ayıplanma korkusu da uyma davranışında etkin faktörlerdendir. Tarih boyunca tüm kültürel yapılarda, bu arzu ve korku insanların toplum içerisindeki tutum ve davranışları üzerinde hep bir baskı unsuru olarak varlığını sürdürmüştür (Gökdağ, 2004, s.57). Ayrıca, grubun büyüklüğü, bireylerin gruplara ait olma ihtiyacı, sevilme ve takdir edilme ihtiyacı, diğeri tarafından onaylanma ihtiyacı ve dışlanma korkusu gibi faktörler uyum davranışı üzerinde etkili olmaktadır.

Sosyal etki ve gruba uyma davranışının tam manasıyla anlaşılabilmesi için bu konuda yapı taşları niteliğindeki, Şerif, Asch ve Milgram’ın araştırmalarına bakmakta yarar var.

Şerif'in Grup Normunun Oluşması Deneyi : Muzaffer Şerif otokinetik etki diye bilinen bir görsel algı yanılgısından faydalanarak bu deneyi gerçekleştirmiştir. Birbirlerini hiç tanımayan kişiler, önce tek başlarına laboratuvara alınarak, tamamen karartılmış ortamda kendilerine kısa sürelerle bir ışık kaynağı gösterilmiştir. Aslında sabit duran bu ışık kaynağı göz yanılgısıyla hareketli gibi algılandığından, deneklere bu ışığın hangi yönde ve ne kadar hareket ettiği sorulmuştur. Her denek kendine göre bir miktarda karar kılmıştır. Daha sonra grup halinde laboratuvara alınan deneklere aynı soruya yüksek sesle cevap vermeleri istenmiştir. Bu süreç sonunda tek bir sonuçta birleştikleri, yani grup standardı oluşturdukları gözlenmiştir (Kağıtçıbaşı, 2013, s.75). Son aşamada ise aynı denekler yine tek başlarına laboratuvara alınıp deney tekrarlandığında, grup halinde oluşturdukları sonuca bağlı kaldıkları, yani kendi başlarına iken vardıkları sonucu terk edip, grup normuna bağlılık gösterdiklerine şahit olunmuştur.

Sosyal çevrenin bireyler üzerindeki muazzam etkisini göz önüne seren bu çalışma bağlamında bireyler; grup içerisinde çoğu zaman bireysel düzeyde sahip oldukları tutum, tavır ve davranış biçimlerinden kolayca uzaklaşabilmekte ve içerisinde yer aldıkları grubun normları doğrultusunda çok farklı birtakım tutum, tavır ve davranış eğilimleri sergileyebilmektedirler. Bu itibarla, grup içinde bir norm bir kere oluşunca, artık o normun, söz konusu grubun üyeleri tarafından benimsenmesi ve asıl gerçeğin o olduğunun, onun yansıttığının birey tarafından kabul edilmesinden başka bir seçeneğin olmadığı anlaşılmaktadır (İnceoğlu, 2004, s.101). Hatta insanlar bireysel olarak geliştirdikleri 20übjektif gerçeğin yerine de grubun geliştirdiği sosyal gerçekliği koyar ve pratik hayatlarında bu grup normuna göre pozisyon alırlar.

Asch'in Uyma Deneyi: Solomon Asch, doğru bilinen bir şeyin tersini iddia eden bir gruba karşılaşıldığında ne yönde hareket edileceğini test etmiştir. İçlerinde sadece bir kişinin gerçek denek olduğu (o kişi diğerlerinin de denek olduğunu zannetmektedir) bir gruba, “farklı uzunlukta olanın kolayca anlaşılabilirliği” çizgi şekilleri gösterilir ve hangisinin farklı olduğu sorulur. İlk birkaç soruda herkes doğru cevabı verdikten sonra, anlaşmalı grup üyeleri yanlışlığı açıkça belli olan cevaplar vermeye başlarlar. Bu aşamada gerçek denek konumundaki kişilerin yüzde otuzbeşinin gruba uyarak yanlış cevap verdikleri gözlenmiştir.

Deneyden sonra gruba uyan deneklere bile bile yanlış bir sonuca niçin katıldıkları sorulduğunda; bir belirsizlik duygusu yaşadıklarını, kendilerinden kuşkuya düştüklerini, bunun yavaş yavaş onaylanmama korkusuna, kaygıya ve hatta yalnız kalma korkusuna evrilerek öz-bilinçlerinde yer ettiğini belirtmişlerdir (Hogg ve Vaughan, 2007, s.282).

İnsanlar bazen dünyaya ilişkin kendi algılarıyla çelişkiye düşme anlamına bile gelse, uyma davranışı göstermektedirler. Birçok durumda, bireyler özel yargılarının doğru,

grubunkinin yanlış olduğuna inanmaya devam etmektedirler. Ancak, yine de herkesin önünde tepki vermeleri istendiğinde, başkaları gibi yanlış yanıtı vermektedirler (Taylor ve diğ., 2007, s.215).

Milgram'ın İtaat Deneyi: Milgram tanımadığı birisine zarar verme emri alan bir bireyin bu emre uyup uymayacağını ya da ne dereceye kadar uyacağını laboratuvar ortamında incelemiştir. Biri gerçek denek diğeri ise anlaşmalı iki kişi bilimsel bir deney için araştırmacıya gelirler. Araştırmacı onlara kura sonucu birinin öğretmen diğeri öğrenci rolüne alacağını belirtir, fakat deney gereği asıl denek öğretmen rolünü alacaktır. Öğrenme üzerindeki etkilere yönelik bir deney yapıldığı anlatılarak deneye başlanır. Öğretmen rolü verilen asıl deneğe, odanın diğer tarafına geçen kişiye her bilemediği soru karşılığında mevcut düzenden elektrik şoku vermesi söylenir. Aletin üzerinde 15 volttan başlayarak 450 volta kadar çıkan 30 düğme bulunmaktadır ve her yanlışta verilen şokun 15 volttan başlayarak bir kademe yükseltilmesi gerekmektedir. Şok miktarı arttıkça diğer odadan inlemeler, şikayetler duyulur ve denek devam etmeye çekinir, fakat araştırmacı her seferinde devam etmesini ister. Gerçekte, öğrenci rolündeki kişi anlaşmalı elemandır ve gerçekten şok verilmemektedir.

Farklı deneklerle birçok kez tekrarlanan bu deneyde, deneklerin yüzde altmışbeşinin otoriteyi temsil eden araştırmacının isteğine uyarak 450 volta kadar çıktığını görülmüştür. İnsanlık için sarsıcı olan bu sonucun ardında, otorite biçiminde ortaya çıkan sosyal etki yatmaktadır.

Uyma davranışının özellikle, “itaat, benimseme ve özdeşleşme” biçimlerinde oluştuğu çeşitli araştırma ve kuramlarla ortaya konulmuştur.

İtaat davranışının temelinde bir zorlama, korku ve yaptırım mevcuttur. Özellikle gruptan dışlanma korkusunun oluşturduğu psikolojik baskı, kişiyi grup normlarına uymaya zorlar. Asch'in deneyinde gruptan farklı davranma durumu birçok denek için rahatsız edici hisler (gruptan dışlanma, ayıplanma vb.) oluşturduğundan gruba uyum davranışı göstermişlerdir. Bu şekilde gerçekleşen uyma davranışı da itaat olarak adlandırılır (Güney, 2011, s.63-64). İtaate dayalı uyum davranışında otorite olgusunun önemi büyüktür ve toplum düzeninin sağlanması açısından otoriteyi temsil eden kişilere itaat sosyal bir gerekliliktir. Milgram'ın deneyinde ortaya çıkan uyum davranışı ise otoriteye itaatin ön planda olduğu bir uyma davranışıdır.

Özdeşleşme temelli uyum davranışında önemli olan nokta ise birisinin ya da bir grubun fikrine yönelmenin altında, ona benzeyebilme arzusunun yatmasıdır. Burada hedef kişinin gözde oluşu, cazibesi gibi unsurlar ön plana çıkar (Kağıtçıbaşı, 2013, s.100).

Benimseme temelli uyum davranışında, bir kurala ya da görüşe, doğru ve gerekli olduğuna inanıldığı için gerçekleştirilen bir uyma söz konusudur (İnceoğlu, 2004, s.105). Bu uyma sürecinde ise kaynağın güvenilirliği, statüsü gibi özellikleri önem kazanır. Şerif'in

deneyinde bireylerin tek başlarına kaldıklarında da grup standardını kullanmaları, grup standardının doğru olduğuna gerçekten inandıklarını göstermektedir, dolayısıyla bu durum benimseme temelli uyma davranışına güzel bir örnek oluşturmaktadır.

Grup üyeleri arasında söz birliği olması uyma davranışını güçlendirir, ancak grup üyelerinden aykırı bir görüşün seslendirilmesi grubun uyma yönündeki etkinliğini azaltacak ve karşı fikirdeki grup üyelerinin itaat etmeyi bırakıp, kendi görüşlerinde direnmelerinin önünü açacaktır. Asch'in deneyinde de grubun yargısına uymayan tek bir üyenin varlığının bile, uyma davranışı gösteren bireylerin oranının %35'den, %8-9'lara düşmesine yol açtığı görülmektedir (Kağıtçıbaşı, 2013, s.83-84). Bu araştırmaların tümü, sözbirliği halindeki bir grubun birey üzerinde oluşturduğu uyma davranışının gücünü göstermektedir. Bunun yanında, çoğunluk baskısı veya zorlayıcı otorite gücüne karşı direnen bir tek kişi bile diğerlerinin de cesaret bularak direnebilmesine yol açabilmektedir. Bu bağlamda düşünce ve ifade özgürlüğü ile sağlıklı bir kamusal alanın, toplum sağlığı için önemi ortaya çıkmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2013, s.85).

1.2.1.4. Stereotip ve Önyargı Kavramları

Bilimsel manada ilk olarak Walter Lipmann (1922) tarafından tanımlanan ve etimolojik olarak stereos (sağlam, dayanıklı) ve typos(karakter) sözcüklerinden oluşan ve zihindeki basitleştirilmiş imgeler olarak görülen stereotipler; sosyal dünyanın o büyük çeşitliliğini yorumlamaya yardımcı olan kalıplardır (Hogg ve Vaughan, 2007, s.77). Bu kavram başlangıçta diğer insanlarda ayırt ettiğimiz belirli bir kişilik çizgisini ifade etmek için veya gerçeklik ile algımız arasında bir köprü oluşturarak, zihinsel imgeleri belirtmekte kullanılmıştır (Bilgin, 2001, s.98). Herhangi bir kişi, grup, olay ya da konu üzerine düşünürken, bunlar hakkında var olan (daha önceden üretilmiş) ve hazır şekilde alınıp kullanılan, “alışlagelmiş, basmakalıp ve genellikle aşırı basitleştirilmiş” izlenim, kanaat ve inançları stereotipler olarak adlandırabiliriz.

Stereotipler gerçeklik veya öteki insanlar hakkında üretilmiş, genellikle hatalı ve basit yapıdaki aşırı genelleştirmelerdir. Çünkü insanlar stereotipler dolayısıyla, normal sosyal hayatlarında diğerlerine dair edindikleri izlenimleri, kategorize ederek ve belli kalıplar içine yerleştirerek genelleşmiş bir biçime sokmaktadırlar. Stereotipler, ayrıca düşmanlık duygularının sıradanlaştırılıp, içselleştirilmesi ve meşrulaştırılması amacıyla da kullanılabilen, azınlık gruplarının üyeleri ile kurulacak etkileşim için bir çerçeve sunmaktadır. Kısacası modern insan, dış dünyanın kompleks yapısı, günümüzün teknolojiyle örülmüş hızlı ve karmaşık hayat akışı içerisinde, bir şeyi bireysel olarak tanımak yerine,

kültürlerinin kendileri için önceden tanımladığı basmakalıplaşmış biçimleri seçme ve algılama eğilimindedir.

Stereotipler, onları kullanan birey ve grupların kendi konumlarını meşrulaştıran savunma araçları olarak işlev görmelerinin yanı sıra, diğer taraftan objektif ve dengeli muhakemeyi engelleyen kör noktalar olarak da araçsallaşırlar. Stereotip, temsil ettiği gerçeklerle tam olarak örtüşmeyen ve önce tanımlayıp sonra gözlemlediklerimizden çıkan sabit bir izlenim anlamına gelen bir tür inanç olarak tanımlanabilir (Harlak, 2000, s.43-44).

Birinci Dünya Savaşının güçlü etkisiyle Lippmann kamuoyunun temel taşıyıcıları olan imgelerin ve kanaatlerin duygu yüklü stereotiplerde billurlaştığını keşfeder. Stereotipler, örneğin ölüm cezasından yana olan bir politikacının adının önüne düzenli olarak eklenen “kelle uçuran” benzeri kısaltmalar şeklinde karşımıza çıkar ve bir süre sonra artık ismin kendisine gerek kalmaz. Kamuoyu süreci bu tür imalara ihtiyaç duyar, yoksa yaygınlaşamaz, bir konunun taraftarları birbirlerinden destek alamaz, güçlerini açıkça gösteremez ve karşıt görüştekileri sindiremezler (Noelle-Neumann, 1998, s.167).

Stereotipler zamanın ruhuna ve kullanıldığı toplumun sosyo-kültürel yapısına göre yer yer farklı biçimlenimler ve işlevsellikler gösterirler. Ayrıca, bireyin günlük yaşamı ve çevreyi algılamasında, kategorileştirme ve tipoloji kalıbı olarak işlevsel rol alırlar. Bu yönüyle de hem davranışları yönlendirip, hem de gerçeği etkileme ve yeniden üretme fonksiyonunu yerine getirirler (Kartarı, 2001, s.191).

Kitle iletişim araçlarının modern dönemdeki yaygınlığı, sosyal, politik, kültürel, ekonomik ve eğitimsel yapılardaki etkinliği göz önüne alındığında; stereotiplerin üretimi, dağıtımı ve toplumca benimsenip kalıp yapılara dönüşmesi süreçlerinde en etkin araç konumunda olduğu görülmektedir. Bunun yanında sosyal medya ortamlarında bu sürecin daha da hızlanıp, kapasitesini de arttırdığına şahit olunmaktadır. Adeta stereotiplerin popülerliklerinde bir boyut sıçraması meydana gelmektedir.

Medyada yer alan temsiller, dış grupların ve bunların üyelerinin özellikleri ve sosyal konumlarına ilişkin iç grup üyelerinin algılamaları üzerinde sürekli ve dayanıklı bir etkiye sahip olmaktadır. Çünkü kitle iletişim araçları, stereotipleştirme süreci içerisinde yabancılar hakkındaki basmakalıp inançları ve klişeleri üreten ve destekleyen muhtemel güçlü enformasyon kaynakları ve imaj fabrikaları olarak kolaylıkla erişilebilen ve toplumda geniş ölçüde kullanılan araçlardır. Kitle iletişim araçlarının stereotipleştirme sürecinde işlevsel bir rol oynamasının bir başka nedeni de stereotiplerin yalnızca iletilmekle kalmayıp, aynı zamanda işlenmesi ve pekiştirilmesi olarak kendini göstermektedir. Dolayısıyla medya, egemen sosyal grupların dünyayı anlamlandırma biçimlerinin de inşa edildiği ve desteklendiği daha geniş bir toplumsal sürecin parçasıdır (aktaran Bekiroğlu, 2011, s.46).

Önyargı, belirli bir grubun üyesi olunması nedeniyle diğer insanlara karşı makul olmayan negatif tutumlar şeklinde ifade edilebilir. Önyargılar, insanları grup üyelikleri ve aidiyetleri üzerinden ele alma ve buna göre değerlendirmeye yönelik geliştirilen tutumların ana işlevsel araçlarından biridir. Önyargının gruplar arası bir olgu olmasının nedeni, toplumsal biraradalığın, toplumsal bağımlılığın sonucudur. Kısaca, önyargının bir nedeni de gruplar arası rekabettir (İnceoğlu, 2004, s.157).

Önyargılar merkezdeki bir kişi veya grup ekseninde ele alındığında, belirli bir dış grup hakkında önceden var olan dogmatik nitelikteki kanaatler şeklinde tanımlanabilir. Bu açıdan önyargı, etnik ya da diğer sosyal gruplar gibi belirli gruplara yönelik olarak lehte veya aleyhte davranma eğilimini körükleyen bir tutumu anlatmaktadır. Önyargılar, diğer kişilere ve gruplara karşı hoşgörüsüz, haksız ve ayırımçı tutumlara işaret etmesinin yanında, dogmatik kanaatleri içermesi yönünden değiştirilmesi oldukça zor bir yapıya sahiptirler. Bireylerin ve toplumların ilişkisini bozan önyargıların ortaya çıkışını hazırlayan faktörlere eğildiğimizde; sosyopsikolojik motivasyonlar, bilişsel süreçler ile bireyler ve gruplar üzerindeki tarihsel, ekonomik ve benzeri sosyokültürel etkiler öne çıkmaktadır. Ayrıca gruplar arası korku ve tehdit algıları da önemli bir etkidir.

Önyargı ve stereotipler arasındaki farka gelecek olursak; stereotipler, kalıplaşmış nitelikleri ile algı, bellek ve temsilleri etkileyen bir bakış çerçevesi sunarken, önyargılar ise deneyimden önce var olan peşin yargılar olarak kanaatleri etkileyen bir hareket noktası oluşturmaktadır. Daha da somutlaştırmak gerekirse, stereotipler, algı düzleminde yer almak suretiyle algılamayı etkilerken, ondan bir sonraki aşamada ortaya çıkan önyargılar ise kavram oluşumuyla ilgili olmaktadır. Bu bağlamda, stereotipler, önyargıları taşıyarak onlar için bir temel oluşturmaktadır (Bilgin, 1994, s.172-173).

Stereotipler ve önyargılar bilişsel ve duygusal süreçler de olsalar algı, yargı ve davranışları etkilediklerinden dolayı, önemli sonuçlara neden olmaktadır. İnsanların kategorik düşünmelerinin sonucu oldukları için değişime karşı oldukça dirençlidirler. Herhangi bir kişiyle ilgili edinilen bilgi, o kişinin ait olduğu toplumsal gruba ilişkin stereotiplere uyumlu veya uyumsuz olabilir. Bu durumda genellikle stereotiplerle uyumlu bilgi hatırlanıp uyumsuz olan hatırlanmayacaktır. Yapılan çeşitli araştırmalar, insanların bazı durumlarda stereotiplere uygun bilgileri anımsamakla kalmayıp, edinecekleri yeni bilgileri de bu stereotiplerden kaynaklanan beklentiler doğrultusunda biçimlendirme eğiliminde olduklarını göstermiştir (Kartarı, 2001, s.195-196).

Stereotipleştirme ile dış gruplar homojenleştirilmektedir. Bu sayede birey, dış grup üyelerinin kendi içlerinde aynı şekilde düşündükleri ve hareket ettikleri önyargısına sahip olur. Bir grupla ilgili bir stereotipe sahip olmak; bireyin o grup üyeleri hakkındaki bilgisini,

onların davranışlarına yönelik yorumlarını ve bu bilgiyi nasıl düzenleyip anlamlandıracağı gibi konuları yönlendirmekte ve etkilemektedir (Oğuz, 2010, s.220). Ayrıca, stereotipin pozitif veya negatif olması arasında bir fark var gibi görünse de sonuçta ikisi de genellemedir ve bazen pozitif olarak görülen bir stereotip de negatif çağrışımlara yol açabilmektedir (Oğuz, 2010, s.221).

1.2.1.5. Ötekileştirme, Ayrımcılık Kavramları

Öteki kavramı, bireysel ve grup düzeyindeki kimlik inşa sürecinde ihtiyaç duyulan ve oluşan bir olgudur. Kimlik, ötekinin tarif edilmesi (genellikle olumsuz biçimde), ona atıfta bulunulması üzerinden beslenerek inşa edilmektedir. Ötekileştirme iç gruba şu işlevleri sağlar; kimlik inşa işlevi, yansıtma yaparak kendini rahatlatma işlevi, kimliğini yüceltme işlevi, meşruluk sağlama işlevi ve sosyal düzeni koruma işlevi.

Esasında bir grup önyargısının oluşturulup, geliştirilmesi şeklinde ortaya çıkan ötekileştirme, bir toplumsal süreç olarak işlev görür. Biz karşısında konumlandırılacak ötekilerin varlığına duyulan ihtiyaç; üstünlük iddiasını temellendirmek, diğerlerini denetim altına alarak bunu meşrulaştırmak ve denetimin sürdürülebilmesi için araçsal gereksinimden doğmaktadır (Tekeli, 2007, s.1-2). Ötekileştirme olgusunun doğuşunu “Sosyal Kimlik Kuramı” ile açıklamaya çalışan Tajfel; bir grupla özdeşleşen bireyin, diğer grup üyelerini algılayışında oluşan etkileri üç temel sava bağlar. Bunlardan ilki, her kişinin bir grubun üyesi olma ihtiyacı, ikincisi kişinin kendini özdeşleştirdiği grubu, diğer gruplara kıyasla daha pozitif algılama eğiliminde olması, üçüncü ise bu özdeşleşme ve pozitif değerlendirmenin kaçınılmaz olarak gruplar arası ayrıma yol açacağıdır (Sezgin, 2012, s.5).

Ötekileştirme sürecinde, diğer insanlar veya kültürler belirli bir perspektiften, sabit bir konum içinde değerlendirilir. Kültürler arası ilişkinin özünü oluşturan kimlik, öteki karşısındaki ayrılıkla hayat kazanır ve önyargılar ile stereotipler de buradan doğar (Oğuz, 2010, s.223). Ötekileştirme ve ayrımcılık sürecinin; önyargılar ve stereotipleştirme temelinde biçimlenen sosyal dışlama, ırkçılık gibi çok farklı yapıları mevcuttur. Öznenin öteki ile ilişkisinin yapısı, iç grubunun kimliğine göre biçimlenirken, aslında derin tarihsel köklere sahip, kültürel, ekonomik ve ideolojik yapıların yansımalarını da barındırmaktadır.

Kimlik inşasının devamında bir topluluğun veya grubun, yapısını ve bütünlüğünü koruması, ortaya çıkabilecek yeni sorunların üstesinden gelebilmesi çabaları esnasında, düşman yaratma yani bir öteki icat etme işlevi daima kullanılan bir yöntemdir. Ötekileştirme bu aşamada; toplumun önemli sorunlara rasyonel açıklamalar getiremediği durumlarda, suçlanacak biri, günah keçisi gereksinimini karşılayan bir figür olarak hem geleneksel hem de modern toplumlarda işlevselleşir (Bilgin, 2007, s.176). Ötekileştirilen unsur, bir cemaat,

topluluk, grup veya ırk olabileceği gibi, bunların yanı sıra bir din ya da siyasal anlayış veya ideoloji de olabilmektedir.

Herhangi bir kimlik, doğal olarak sahip olduğunu düşündüğü gerçeklik duygusunu, “ötekiler” ile arasına diktiği duvarların yüksekliğinden ve birtakım duygusal algılamaların kolektif düzeye taşınmasından almaktadır. Bunun yanında, her türlü olumlu nitelik “biz” kategorisine, olumsuz yönler de ötekilere yüklenirken, esasında tamamen ötekinin simetrisi olan bir biz üretimi söz konusu olmaktadır (Bostancı, 1999, s.129).

Ayrımcılık, dış grup düşmanlığının davranışsal bileşenidir. Grup üyelikleri temelinde bireylere yönelik olumsuz davranışlardan oluşur. Açık ayrımcılığın ona hedef olanlar için duygusal olarak güç olduğu kuşkusuzdur. Ancak, bu durum başka bir şey olarak kamufle edildiğinde daha da zor olabilmektedir (Taylor ve diğ., 2007, s.183).

Kitle iletişim araçları, özellikle ayrımcılığın yayılması ve toplumda derinleşmesinde araçsal bir rol almaktadır. Toplumun neredeyse tüm kesimlerine çok hızlı şekilde ulaşma potansiyeline sahip olan kitle iletişim araçları, belli gruplara karşı oluşturulan ayrımcılığın bir sarmala dönüşmesine katkıda bulunurlar. Teknolojik gelişmeler kitle iletişim araçlarının bu etkisini her dönemde biraz daha arttırmış ve internetle beraber, sosyal paylaşım ağları üzerinden de yeni bir boyut kazanmıştır. Gruplar açısından ise ötekine sahip olmanın sağladığı avantajlar, medyanın icat, inşa ya da pekiştirici süreçlere eklemlenmesiyle daha etkin bir hale gelmektedir. Ayrıca sosyal medya ortamındaki etkileşimli yapı ve tüm bireylerin enformasyon üreticisi ve yayıcısı olabilmesi olanağı toplumsal kutuplaşmaları körükler niteliktedir.

Kitle iletişim araçları grup kalıpyargılarını pekiştirmede önemli bir rol oynar, çünkü belirli herhangi bir grubun kitle iletişim araçlarındaki temsil oranı toplumun o gruba ilişkin şimdiki kalıp yargılarını yansıtmak eğilimindedir (Taylor ve diğ., 2007, s.186). Kamusal alanın etkin bir sahnesi olan kitle iletişim sisteminin bu konudaki işlevi sadece pekiştirme ile sınırlı kalmaz ve kendi söylemi içinde bilişsel ve sembolik metalar üreterek oluşturduğu önyargıya dayalı stereotiplerle, ötekinin inşası sürecinde de aktif rol oynar.

1.2.1.6. Dışlanma Kavramı

İnsanlar sağlıklı, etkin, olumlu, huzurlu ve güvenli bir hayat sürebilmek için bağlanmaya ihtiyaç duyarlar. Kendilerine yeterlilik hissi verecek bir ben imajına sahip olmalarını sağlayacak derecede sosyal kabul ve onayı grup aidiyeti yoluyla elde etmeye çalışırlar. Bir gruba ait olma ve diğerleriyle tutarlı, olumlu ve tatmin edici sosyal bağlar kurma ihtiyacı bireylerin en temel ihtiyaçlarındandır.

Bireyler bazında gruptan dışlanma korkusu sebepsiz değildir. Çünkü, grup içerisinde kabul edilir bir konuma sahip olmak bireyin olumlu benlik değerini yükseltirken, dışlanma ise huzursuzluk, gerginlik ve hayal kırıklığı gibi olumsuz duygular yaratmaktadır. Ait olma ihtiyacı insanları bir gruba bağlanmaya, kendilerini grup üyesi olarak hissetmeye ve diğer insanlarla olumlu, tatmin edici, çatışmadan uzak ilişkiler kurmaya zorlamaktadır. İnsanlar, reddedilmekten ve dışlanmadan kaçınır ve en azından ortalama seviyede sosyal ilişkiler kurma ihtiyacı duyarlar. Zaten modern insanın en önemli ihtiyaçlarından biri de takdir edilme ihtiyacıdır.

Bireyler çoğunluk ile ters düşmekten, diğerlerinden farklı biri olarak dışarıda kalmaktan çekinirler ve herkes gibi olmak isterler. Bunun altında da grup tarafından sevilme, iyi davranılma ve kabul edilme isteği yatmaktadır. Birey grubun düşüncelerine karşı çıktığında, grup üyelerinin kendisinden hoşlanmayacaklarından, iyi davranmayacaklarından ve onu bir asi olarak göreceklelerinden korkar. Bu sonuçlardan kaçınabilmek için de gruba uyma eğilimi gösterir.

1.2.1.7. Güdü, Tutum, Algı ve Öğrenme Kavramları

Güdü, insanları belirli davranışlara yönelten ve bu davranışın sürekliliğini de belirleyen itici güç niteliğindeki herhangi bir içsel uyarıcı, motive edici unsur şeklinde tanımlanabilir. Davranışlara kaynaklık eden güdülerin; insan organizmasını uyarıp harekete geçirmek ve insan davranışını belli bir amaca yöneltmek gibi iki temel işlevi vardır (Göksu, 2000, s.22). Ayrıca güdüyü; ihtiyaçların ortaya çıkmasıyla hissedilmeye başlayan huzursuzluğu gidermeye yönelen bir insanda içsel olarak filizlenen dürtülerinin, o kişiyi belli bir harekete yönlendirmesi olarak da tanımlayabiliriz.

Tutum, bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan, insan ile nesneler arasındaki ilişkilere kararlılık ve düzenlilik kazandıran bir eğilimdir. Yani gözlenebilen, ortaya konan bir davranış olmayıp, davranışa hazırlayıcı bir özellik taşır (Kağıtçıbaşı, 2013, s.110).

Tutum kavramı genel olarak bireyin çevresindeki herhangi bir olgu veya nesneye ilişkin sahip olduğu tepki eğilimini ifade eder. Başka bir deyişle tutum, bireyin bir durum, olay ya da olgu karşısında ortaya koyması beklenen olası davranış biçimi olarak tanımlanabilir (İnceoğlu, 2004, s.13). Kavramı toplumsallaşma süreciyle ilişkilendirerek tanımlamaya çalışan Katz'a göre ise tutum; bireyin çevresindeki bir simgeyi, bir nesneyi ya da bir olayı olumlu ya da olumsuz bir şekilde değerlendirme eğilimidir (İnceoğlu, 2004, s.15).

Tutumlar psikolojik bir düşünsel oluşum içinde ve toplumsal değer, norm ve ilişkilerin etkisiyle oluşurlar. Dolayısıyla doğuştan var olamaz, sonradan kazanılır. Bazı davranış

bilimcilerine göre tutum, zihinsel bir öge, bazılarına göre davranışı yönlendiren duyumsal bir ön düşünce, bazılarına göre de ideoloji veya kanaat oluşumunu etkileyen bir değerler bütünü, bir pozisyon alıştır (Güney, 2011, s.218).

Bireyin grup bağları, tutumlarının oluşmasına yardım eder. Bireyin tutumlarının pek çoğunun kaynağı ve varlığı, bireyin bağlı bulunduğu gruptadır. Kişinin tutumları, grubunun kurallarını, değerlerini, inançlarını yansıtmak eğilimindedir. Ayrıca bireyin tutumlarını koruyabilmesi için aynı biçimde ve yönde düşünen kimselerin (grubun) desteği de gereklidir (İnceoğlu, 2004, s.55).

Hovland ve arkadaşlarının 1950'lerdeki çalışmaları ile başlayan öğrenme kuramı temelinde yatan görüşe göre, tutumlar büyük ölçüde diğer davranış ve alışkanlıklar nasıl kazanılıyorsa öyle kazanılır. İnsanlar değişik tutum nesnelere ilişkin bilgi ve gerçekleri ve ayrıca bunlarla ilişkili duygu ve değerleri öğrenirler (Taylor ve diğ., 2007, s.142). Öğrenme kuramının tutum değişikliği ve iknaya ilişkin açıklamaları, tutumların öğrenilebileceği ve değiştirilebileceği iki yöntemi vurgulamaktadır; ileti öğrenme (mesaj öğrenme) ve duygu transferi (Taylor ve diğ., 2007, s.143).

Bilişsel tepki kuramı tutum değişikliğinin, bir iletinin tetiklediği karşıt tartışma miktar ve çeşidine bağlı olduğunu savunur. Eğer ileti güçlü ve etkili karşıt tartışmaya yol açarsa, sonuç değişikliğe direnme olacaktır. Tersine, tutum değişikliği karşıt tartışma sürecine müdahale edilerek sağlanabilir. Eğer iletiye hedef olurken iyi karşıt tartışmalar üretemezsek ve böyle düşünceler üretmemiz engellenirse, iletiyi benimseme olasılığımız daha yüksektir (Taylor ve diğ., 2007, s.153).

Dış dünyadan edinilen bilgilerin işlenip değerlendirilmesine algı denir. Algı, bir nesnenin mekanda bir yere yerleştirilmesi ve bir bütün olarak kavranmasıdır (Göksu, 2000, s.31). İnsanın dış dünyadaki soyut-somut nesnelerle ilişki kurması, bunlar hakkında birtakım yargılarda bulunması, bu nesnelere ilişkin belli bir davranış ortaya koyması, önce bu nesneleri algılaması ile başlar (İnceoğlu, 2004, s.72). Algılama; simgesel, görsel, duygusal ve seçimleyici olmak üzere dört tür altında ele alınabilir (İnceoğlu, 2004, s.77).

Algı, duyu organlarından beynimize ulaşan verilerin örgütlenmesi, yorumlanması, anlamlandırılması sürecine verilen addır. Duyu organlarımıza ulaşan veriler algılama olmaksızın tek başlarına fazlaca bir değer taşımazlar. Dış dünyadan ham olarak edinilen verilerin algılanması, yani anlamlandırılması gereklidir (Dökmen, 2004, s.97). Birey bir nesne veya olayı algıarken, hem zihninde var olan simge, sembol ve deneyimlerden faydalanır hem de algısını, iyi-kötü, faydalı-zararlı şeklindeki duygusal nitelikteki kalıplar çerçevesinde yapılındırır.

Lippmann, kendi döneminde (1920'ler) kitlesel bir niteliğe bürünmeye başlamış olan gazete, radyo ve sinema gibi kitle iletişim araçları yoluyla insanlara, kendilerinin olmayan, kendi yaşamlarında yeri bulunmayan birtakım gerçekliklerin, başkalarının yaşamlarına ilişkin birtakım kesitlerin sunularak insanların, bunları, kendi gerçeklikleri gibi algılamalarının sağlanmasına çalışıldığına dikkat çekmiştir (İnceoğlu, 2004, s.77).

Öğrenme, tekrarlar ve edinilen deneyimler sonucu davranışlarda uzun süreli değişiklikler meydana getirilmesi sürecidir. Bu süreci parçalara ayırmak gerekirse; önce öğrenmenin elde edilmesi, sonra saklama ve en son aşamada da hatırlama yer alır. Tutum değişimi de esasında bir öğrenme süreci olup, eski tutumun yerine yeni bir tutum öğrenilmektedir (Kağıtçıbaşı, 2013, s.159).

1.2.2. Suskunluk Sarmalı Kuramı, Doğuşu ve Tarihsel Alt Yapısı

Geliştirilmesi çok uzun bir zaman aralığına yayılış olan suskunluk sarmalı kuramı, esasen kamuoyunun oluşumunu açıklamaya çalışan, sosyolojik temelli bir yaklaşımdır. Elisabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen kurama göre, insanlar tutum, davranış, değer ve amaçları konusunda bir uzlaşma ihtiyacı duyar ve uzlaşım da kamuoyu şeklinde oluşur (Neumann, 2002, s.384).

Suskunluk sarmalı kuramı kamuoyunun oluşumu ve değişimini açıklarken; temel motivasyon kaynağı olarak bireylerin toplumdan dışlanma korkusunu merkezine alarak, özellikle sosyal baskıyı görünür hale getirmeye ve bu yolla kamuoyunun gücünü ve etkinliğini açıklamaya çalışır. Neumann, hükümetlere olduğu kadar bireylere de baskı yaptığını savunduğu ve korkunç bir sosyal güç olarak nitelediği kamuoyunun etkilerini incelerken konuyu sosyo-psikolojik bir zeminde ele almayı tercih etmiştir.

Suskunluk sarmalı kuramı; toplumda çoğunluğun kabul etmiş olduğu tutumları, kanaatleri, inançları temel almakta ve toplumu oluşturan bireylerin bu doğrultuda hareket etmedikleri takdirde, toplumun kendilerini dışlayacağı ve bu dışlanma korkusuyla birlikte, kamu önündeki davranışların, fikirlerin açıkça ifade edilmesinin ya da gizlenmesinin etkileneceği ve sonuçta toplumdaki fikirlerin yoğunluğu konusunda egemen görüş yönünde kuşatıcı bir sarmal oluşacağı, kamuoyu oluşumunun bu sarmaldan etkilenecek baskıcı bir nitelik kazanacağını iddia etmektedir (Noelle-Neumann, 1998, s.268). Ampirik araştırmalarda “dışlanma korkusu” hakkında ulaşılan sonuçlar yeni bir kamuoyu tanımını doğurdu; “insanın tartışmalı konularda dışlanmadan açıklayabileceği kanaatler” (Noelle-Neumann, 1998, s.87).

Suskunluk sarmalını hızlandıran etkenler; dışlanma korkusu, insanların toplumdaki hakim trendlere uyum sağlama eğilimi ve azınlıkta kalan görüşlerin açıklanması konusundaki endişeler, isteksizlikler, özgüven sorunu olarak sıralanabilir.

Kuram, bireysel düşüncenin başkalarının ne düşündüğüne bağlı olduğunu ele alan temel sosyo-psikolojik düşünceden kaynaklanmaktadır (McQuail ve Windhal, 2005, s.146). Bu sosyo-psikolojik düşünceye göre, toplum ortak uzlaşmanın dışına çıkan bireyleri dışlamakla tehdit ederken, bireyler de genellikle bilinçsiz ve muhtemelen genetik bir dışlanma korkusu taşımaktadırlar. Bu dışlanma korkusu nedeniyle bireyler, çevrelerinde onaylanan ve kınanan düşünce ve davranışları öğrenmek amacıyla, sürekli olarak çevrelerindeki fikir iklimini gözlemlemektedirler (Noelle-Neumann, 1998, s.234).

İnsanlar kendi düşüncelerinin toplum tarafından paylaşıldığına inanırlarsa, fikirlerini açık açık dile getirmekten çekinmezler. Tartışmalarda görüşlerini cesaretle dile getirirler. Bilirler ki öne sürdükleri fikirler geniş bir grup tarafından paylaşılan güçlü fikirlerdir. Eğer kendilerini azınlıkta hissedерlerse sessiz kalırlar. Onların sessiz kalması, toplumda azınlık olduklarına ilişkin yargıyı pekiştirir. Bu süreç bir sarmala dönüşür ve bir süre sonra azınlıkta olan düşünce yok olur ya da asla konuşulmayan düşünceler haline gelir.

Suskunluk sarmalı kuramı dört ana varsayıma ve bunları birbirine bağlayan bir senteze dayanır.

- Toplum, genel uzlaşmanın dışına çıkan bireyleri dışlamakla tehdit eder.
- Bireyler, sürekli dışlanma korkusu hissedерler.
- Bu korku nedeniyle bireyler, sürekli çevrelerindeki tutum ve düşünceleri, kanaat ortamlarını gözlemleyip, öğrenmeye ve değerlendirmeye çalışırlar.
- Bu gözlemler sonucu edindiği izlenimler, bireyin toplum içindeki davranışlarını, özellikle de görüşlerini ifade etme ya da saklama (konuşma ya da susma) eğilimini etkiler.
- Sayılan dört varsayım birbirleriyle etkileşim halinde olup, kamuoyunun oluşması, sürdürülmesi ve değişmesine etki etmektedirler (Noelle-Neumann, 1998, s.234).

Bireyler sürekli çevrelerini gözlemleyerek, hakim fikir iklimini belirlemeye çalışmakta, bunun devamında da kendi fikirlerinin toplumun çoğunluğu tarafından paylaşıldığına kanaat getirirlerse, özel ve kamuyla ilgili tartışmalarda yüksek sesle konuşma eğilimini göstermekte, aksi bir durumda suskun ve temkinli davranmayı tercih etmektedirler. Bu durum ise çoğunluk izlenimini verebilen fikirlerin kamuoyu önünde daha yüksek oranda temsil edilirken, azınlıkta kaldığı izlenimi verilen fikirlerin sahiplerinin kamusal alanda suskunluğa bürünmesiyle sonuçlanmaktadır. Yani çoğunluk tarafından paylaşıldığı izlenimi uyandırılabilen fikirler, gerçekte olduğundan çok daha yüksek oranda taraftara sahip gibi algılanmakta ve bu yönde hızla yapay bir kamuoyu oluşmaktadır. Azınlıkta kalanların ise kendi zayıflıkları hakkındaki inançları giderek artarak, onlar açısından bir baskı unsuruna ve psikolojik bir huzursuzluğa dönüşmektedir (Kalender, 2000, s.119-120). Bu kurama göre, bireylerin toplumun baskısına maruz kalmamak amacıyla toplumun çoğunluğu ile bütünleşme ihtiyacı hissetmesi;

diğerlerine benzemesine ve çoğunlukla uyumlu şekilde davranmaya çalışmasına neden olmaktadır (Işık, 2005, s.92-93).

Suskunluk sarmalı kuramı, yalnızca üyelerinin birbirlerini tanıdıkları grupların değil, toplumun da genel uzlaşından sapan bireyleri tehdit ettiği varsayımına dayanmaktadır. Bu tehdit ise şantaj, gözdağı verme, korkutma gibi somut eyleme dayanmaz; bireyler belki de genetik olarak belirlenen bilinçaltı bir dışlanma korkusu taşımaktadırlar. Bu dışlanma korkusu, insanların çevrelerinde hangi fikirlerin ve davranış biçimlerinin taraftarlarının arttığını veya azaldığını düzenli olarak kontrol etmelerine yol açar. İşte bu gözlemlerin sonuçları, insanların kamu önünde konuşma ve davranışta bulunma isteklerini etkiler. Eğer insanlar kendi fikirlerinin kamuoyundaki uzlaşısı içinde yer aldığına inanırlarsa, özel ve kamusal tartışmalarda yüksek sesle konuşma cesaretine sahip olurlar. Örneğin rozetler ve arabalarına yapıştırdıkları sloganlarla veya giysilerinde halkın görebileceği biçimde üzerlerinde taşıdıkları çeşitli simgelerle düşüncelerini açığa vururlar. Bunun aksine insanlar azınlıkta olduklarını hissettiklerinde ise suskun ve temkinli davranırlar; böylelikle kamu önünde kendi taraftarlarının zayıflığı konusundaki yargı daha da güçlenir. Bu durum, geçmişten gelen değerlere sıkı sıkıya bağlı kararlı bir azınlık dışında, zayıf tarafın fikirleri tümüyle ortadan kalkıncaya kadar veya bir tabuya dönüşene kadar sürer (Noelle-Neumann, 2002, s.384-385).

Suskunluk sarmalının oluşum sürecinde kitle iletişim araçlarının devreye girerek baskın düşüncüyü ifade etmesi bir katalizör işlevi görerek, hakim görüşün taraftarlarının sesinin olduğundan daha yüksek çıkmasına, azınlıkta kalan görüşün taraftarlarının ise daha da suskunlaşmasına neden olarak, toplum genelindeki mevcut algının katlanarak büyümesine yol açmaktadır. Kuram, kamuoyunun işte bu sarmal etrafında hızlanarak gelişen sağlıklı bir algı ortamında oluştuğunu iddia etmektedir.

Suskunluk sarmalı kuramı, medyanın belirli konu ve başlıkları, kamunun görüş ve tartışma alanından uzaklaştırabilme yeteneği üzerinde durması bakımından gündem koyma modelinin negatif ayna imgesidir (Fejes, 1999, s.318-319).

Kuram kamuoyunun oluşumunu açıklamaya çalışırken özellikle; “enformasyon sistematığı, bireylerin kişilikleri ve grup bağlılıkları” konularını göz ardı etmesi ve bu konulardan bağımsız işleyen bir süreç ön görmesi nedeniyle ciddi eleştirilere maruz kalmıştır. Çeşitli eleştirilere rağmen kuram; kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda farklı bir bakış açısı getirmesi ve kamuoyunun oluşmasında egemen ideolojinin etkinliğini ortaya koyması açısından önemlidir.

1.2.2.1 Kuramın Doğuşu

Elizabeth Noelle-Neumann, suskunluk sarmalı modelini geliştirmeden önce modelin kendisinde nasıl biçimlendiğini şöyle anlatır:

“Hipotezi herşeyden önce 60’ların sonu ile 70’lerinbaşındaki öğrenci olaylarına borçluyum; belki özellikle de bir kız öğrencime. Ona bir gün amfinin önünde rastladım, yakasında bir CDU rozeti vardı. ‘Sizin CDU’lu olduğunuzu bilmiyordum’ dedim. ‘Değilim zaten’ dedi. ‘Rozeti CDU’lu olmanın nasıl olduğunu merak ettiğim için taktım’. Öğleyin tekrar karşılaştığımızda, yakasında rozet yoktu. Nedenini sordum. ‘Rozeti çıkartmak zorunda kaldım; öyle korkunçtu ki’ dedi... Almanya’da yeni bir doğu politikasının izlendiği o günlerde, SPD ve CDU/CSU siyasi parti taraftarlarının sayısı aynı olabilirdi ama her yerde SPD rozetlerinin görüliüyordu ve onların fikirlerini ifade etme enerjileri ve coşkuları çok fazlaydı.... Daha sonra bu süreçte doğu politikasını onaylayanların çoğunlukta olduğu hissi yayılmaya başladı ve bu görüşü paylaşanlar düşüncelerini yüksek sesle söyleyip savunurken, diğerleri susmaya ve içlerine kapanmaya başladılar.... Bu durumun tıpkı bir sarmal sürecindeki gibi, bazıları toplumda bütünüyle baskın çıkana, bazıları da kamu sahnesinden tamamen silinip ‘dilsiz’ kalana dek sürdü. İşte ‘suskunluk sarmalı’ olarak tanımlanabilecek süreç budur.” (Noelle-Neumann, 1998, s.30)

Elizabeth Noelle-Neumann başka bir çalışmasında ise kuramın doğuş ve gelişim sürecini şöyle özetler:

“Kamuoyunu tam olarak neyin oluşturduğunu belirleyebilmek için 1965 yılında bilimsel araştırmalarımaya başladım ve sonuçlar (yetmişli yılların başlarında makaleler dizisi halinde ve seksenli yılların başında da kitap olarak yayınlandı) ‘Suskunluk Sarmalı’ anahtar sözcükleri ile ifade edilen kamuoyu kuramında özetlendi.” (Noelle-Neumann, 2002, s.383)

Suskunluk Sarmalı Kuramının geliştirilmesinde İkinci Dünya Savaşı sonrası A.B.D.’de gerçekleştirilen sosyal etki araştırmalarının önemi büyüktür. Özellikle sosyal psikolog Solomon Ash ve daha sonra Stanley Milgram’ın sosyal etki (uyum) ile ilgili deneysel araştırmaları ile Festinger’in ‘Bilişsel Çelişki Kuramı’ oldukça önemlidir. Önceki bölümlerde Ash ve Milgram’ın çalışmalarından bahsedildiğinden bu kısımda tekrar edilmeyecektir.

Bilişsel Çelişki Kuramı’na göre, eğer kişinin sahip olduğu bir inanç veya tutum, başka inançlarının veya tutumlarının tersine bir şey gerektiriyorsa; bu tür durumlarda bilişsel bir çelişki ortaya çıkar ve mevcut bu bilişsel çelişkiler kişiye sıkıntı vererek, o kişide bu çelişkiden kurtulmak için güdülenme meydana gelir (Kağıtçıbaşı, 2013, s.170; Milburn, 1998, s.167).

Suskunluk Sarmalı Kuramını, Festinger’in Bilişsel Çelişki Kuramın psikolojik alandan alınıp sosyolojik alana uyarlanması biçiminde yorumlayanlar olmuştur. Bilişsel uyumsuzluktan kaçış ve denge arayışı, kişinin kendi kafasında, kendi kendisiyle iletişim sürecinde oluşturduğu bir kişisel psikolojik dengedir. Suskunluk Sarmalı Kuramında ise bu

denge arayışı; kişinin yaşadığı ortamdaki egemen fikirlere yönelmesi ve uyumsuzluk yaratan fikirlerden kaçınması, eğer böyle bir fikir taşıyorsa egemen fikirler karşısında susmayı tercih etmesi biçiminde işlevsellik kazanmış ve kişinin kendi iç dünyasında denge arayışının çerçevesi genişletilerek, toplumsal hayata uygulanmıştır.

Neumann, Suskunluk Sarmalı Kuramını ilk olarak 1972’de Tokyo’da bir konferansta sunduğunda, kuramın kamuoyu tarafından bir gelişme olarak görülmeyp sevinçle karşılanmadığını, 1980’de Almanya’da ve 1984’te Amerika’da yayımlandığında da bu durumun değişmediğini ifade etmiştir. Çünkü demokrasi kuramının siyasi ideali olan ergin insan, bu kuramda tanınmayacak hale gelmiştir. Klasik demokrasi kuramında kamuoyu karşısında duyulan korkuya (gerek hükümetin gerekse bireyin duyduğu korku) yer verilmemiştir. Bireyin toplumsal doğası, toplumları neyin bir arada tuttuğu sorusu ve sosyal-psikoloji, demokrasi kuramının ilgisini çekmediği gibi suskunluk sarmalı kuramında öne sürülen yaklaşımlar da demokrasi ideali açısından rahatsız edici veriler sunmaktaydı (Noelle-Neumann, 1998, s.231).

1.2.2.2 Kuramın Tarihsel Alt Yapısı ve Dayanakları

Kamuoyunu toplumsal işlevleri açısından; açık işlevi (demokrasilerde kanaat oluşumu) ve örtük işlevi (toplumsal denetim) şeklinde iki gruba ayırmak mümkündür. Suskunluk sarmalı kuramının işleyişi ise kamuoyunun örtük işlevi ile ilgilidir (Noelle-Neumann, 1998, s.252).

Kamuoyunu toplumsal denetim olarak ele alan yaklaşım, argümanlarının niteliği üzerinde durmaz. Burada önemli olan, tartışmalı bir konuda hangi tarafın dışlama, küçük düşürme ya da ihraç etme tehditleriyle karşı tarafın gözünü korkutacak kadar güçlü olduğudur. Bu durumun pratikteki etkisini, seçim sürecinin son günlerinde oluşan “last minute swing” (son dakika dönüşü) ve Lazarsfeld’in, “bandwagon effect” (gözde taraf etkisi) (herkes kazanan tarafta olmak ister) adlı sosyo-psikolojik kamuoyu kuramıyla açıklayabiliriz. Gözde taraf etkisi ile suskunluk sarmalı arasındaki ortak nokta, bireylerin toplumda hangi cephenin güçlü ya da zayıf olduğuna dair sinyalleri dikkatle gözlemlmeleridir; ayrıldıkları nokta ise, bu gözlemlerin motivasyon kaynağıdır. Ayrıca, suskunluk sarmalı uzun vadeli bir toplumsal sürecin sonuçları olan ve yavaş yavaş gelişen değişikliklerden söz ederken; gözde taraf etkisi ise birey karşı tarafın önde olduğunu keşfettiğinde ortaya çıkan ani taraf değiştirmelerden söz eder. Ancak, bu iki etki aynı anda da yaşanabilir (Noelle-Neumann, 1998, s.258-259).

Noelle-Neumann kendine, Tocqueville’den önemli desteklerler edinmiştir. 18. Yüzyılın ortalarında Fransız kilisesinin çöküşünden sonra, Fransızlar arasında dini küçümseyen görüş

ve söylemler yaygınlaşmıştır. Tocqueville’e göre, kilisenin bu konudaki sessiz kalışı belirtilen görüşlerin yaygınlaşmasının temel nedenidir. Çünkü eski dini yapıya bağlı olan kesimler, sadece kendilerinin bu görüşte olduğunu düşündüklerinden dışlanma korkusuna kapıldılar, yani aksi görüşte olmalarına rağmen fikirlerinin hatalı olduğuna inandıkları için değil, toplum dışına itilmekten korktukları için, çoğunlukta olduğunu zannettikleri görüşün tarafındaymış gibi hareket etmeye başladılar. Böylece, toplumun yalnızca bir kısmının görüşü, herkesin görüşüymüş gibi algılandı ve bu aldatıcı tabloyu oluşturanlar için bile karşı konulamaz bir sarmala dönüştü (Noelle-Neumann, 1998, s.33).

Suskunluk sarmalı kuramında kamuoyuna biçilen işlev toplumsal bütünleşmedir. Kamuoyu hükümetleri iktidardan düşürmekle, bireyleri ise toplumdaki dışlamakla tehdit ederek kendisine saygı göstermeye zorlar. Sonuç, bütünleşme ve toplumsal birlikteliğin, dolayısıyla eylem ve karar alma yetisinin güçlenmesidir (Noelle-Neumann, 1998, s.269). Kamuoyunun bireylerin düşünce ve davranışları üzerinde kurduğu baskılar her ne kadar insanlığımız adına rahatsız edici hatta utanç verici gibi görünse de aslında, toplumsallaşabilme ve toplum hayatının devamı, bireylerin kamuoyuyla, dolayısıyla toplumdaki hakim görüşler ile uzlaştığında sağlanabilmektedir. Yani, bizi rahatsız eden konformist yapımız, kurduğumuz medeniyetin de anahtarı konumundadır.

Rousseau için kamuoyunun ahlak bekçiliği toplumun birlikteliği için ne kadar hayırlıysa, birey açısından da o kadar zararlıdır. Çoğunluğun yargıları yüzünden bizzat kendisinin çektiği acılara rağmen, Rousseau’nun insanların ahlak bekçiliği yapan kamuoyuna sırf dışlanma korkusundan ötürü saygı göstermelerine bir itirazı yoktur: “Ahlaki değer yargılarını yargılayanlar onuru yargılamış olurlar ve onuru yargılayanlar kanaati (halkın kanaatini) kılavuzsuz bırakırlar”. Bize çelişkiymiş gibi gelse de, aslında Rousseau kendisinden önce hiç kimsenin yapamadığı kadar isabetli bir biçimde kamuoyunun en önemli yönüne işaret etmektedir; “toplumsal uzlaşma ile bireyin eğilim ve kanaatleri arasındaki uzlaşma”. Birey bir orta yol bulmaya zorlanmıştır. İnsan kırılgan doğası nedeniyle başkalarının yargılarına bağımlıdır çünkü dışlanmak ya da yalnız kalmak istemez, dolayısıyla “kanaatlerin boyunduruğu” altındadır (Noelle-Neumann, 1998, s.106-108).

İnsanın “bireysel ve toplumsal” olarak ikiye ayrılabilen çifte doğasından söz edilebilir. İnsan bireysel doğasının bilincindedir ama toplumsal doğasının ya pek az bilincindedir ya da bilincinde değildir. Noelle-Neumann, kamuoyu araştırması için yaptıkları anketlerde, Batı Almanların üçte birinden fazlasının, “başkalarının benim hakkımda ne düşündüğü umrumda değil” dediğini ve insanların kendileri hakkında düşündükleri yanılğının bundan daha büyük olamayacağını belirtir (Noelle-Neumann, 1998, önsözden). Pek çok kişi kendinden uyum bekleyen toplumsal baskının genellikle bilincinde bile değildir. Ortam bizi

dışardan sararak ondan kurtulmamızı imkansız kılarken bir yandan da içimizdedir ve ruhsal sağlığımızı etkiler. Suskunluk sarmalı, kanaat ortamının değişmesine gösterilen bir tepkidir. (Noelle-Neumann, 1998, s.100-101).

Noelle-Neumann, 1972, 1973 ve 1974'te uyguladıkları tren testleri sonucunda; farklı saflardaki insanların belli konulardaki konuşma ve susma eğilimlerinin ölçülebilir bir durum olduğu sonucuna varmıştır. Bu testlerin değerlendirilmesi sonucunda; kazananların konuşmaya, kaybedenlerin susmaya eğilimli olduğu belirlenmiştir (Noelle-Neumann, 1998, s.45-46).

Konuşma ve susmayı farklı boyutlarıyla ele almak gerekir. Yakaya bir rozetin takılması, arabaya bir çıkartmanın yapıştırılması “konuşmaktır”; bir görüşe sahip olmamıza rağmen bunları yapmamak ise “susmaktır”. “Cumhuriyet-Gözcü-Yeni Şafak-Zaman” gibi bir gazeteyi herkesin görebileceği şekilde taşımak “konuşmaktır”, saklar gibi taşımak ise “susmaktır”. Bildiri dağıtmak, afiş asmak-sökmek konuşmaktır. Bugün ülkemizde bir erkeğin küpe takması, saçını uzatması da konuşmaktır. Özellikle marjinal gruplar, aşırı uç kesimler bu yollarla hep konuşurlar (Noelle-Neumann, 1998, s.49-50).

Bir fraksiyon kendi görüşlerini paylaştan ne kadar çok genç, ne kadar çok üst sınıftan iyi eğitim görmüş insan kazanırsa, toplumda o ölçüde güçlü görünür ve sözünü dinleten bir imaja sahip olur. Fakat bu konunun sadece bir boyutunu ifade eder. Konuşma eğilimini etkileyen başka bir faktör daha vardır; kanaatlerle duygular arasındaki uyum, dönemin eğilimi, dönemin ruhu ve daha modern, daha mantıklı ya da daha kaliteli insanların onayına sahip olmak (Noelle-Neumann, 1998, s.51).

Alman Hukukçu Rudolph von Ihering'in 1883 tarihli “hukukun amacı” adlı eserinde, çoğunluğun kanaatinden sapan birini cezalandırmanın bir yolu olan kınamanın; “yanlış bir çıkarsamanın, hatalı bir matematik işlemin onaylanmaması gibi rasyonel bir karaktere sahip olmadığını, esasında kınamanın toplumun kendi varlığı ve çıkarlarını korumak için gösterdiği bilinçli ya da bilinçsiz tepkiler” olduğunu belirtmiştir. (Noelle-Neumann, 1998, s.51)

Locke hukuku üçe ayırır; birincisi Tanrısal hukuk, ikincisi medeni hukuk, üçüncüsü ise erdem ve kötülüğe, şöhrete ya da kamuoyuna dayanan hukuk (Noelle-Neumann, 1998, s.92). Çevresindeki geleneklere ve düşüncelere karşı gelen hiç kimse, eleştirilmekten ve düşmanca davranışlardan kurtulamaz. Bazı kişiler yalnızlıktan hoşlansalar bile, normal olan hiç kimse, çevresindekilerin onu sürekli dışlamalarına ve aşağılamalarına dayanamaz (Noelle-Neumann, 1998, s.92). Çoğu kişi, Tanrı yasalarını çiğneyince verilecek cezalar üzerine pek kafa yormaz. Bu kişilerin çoğu, daha ihlal sırasında bile, gelecekteki olası bir bağışlanmayı ya da hatalarını düzelteceklerini düşünerek kendilerini avuturlar. Yasal cezalara gelince ise, insanlar işledikleri suçun cezasız kalacağını ya da ortaya çıkmayacağını ümit ederek kendilerini

kandırırılar. Fakat toplumun değer yargılarına ve modasına karşı çıkan hiç kimse, çevresinin kendisini eleştirerek ve dışlayarak cezalandırmasından kurtulamaz (Noelle-Neumann, 1998, s.93).

Amerikan Anayasası'nın kurucularından olan James Madison şöyle der: “Eğer hükümetlerin, yöneticilerin kamuoyu tarafından meşru kılındıkları, kamuoyuna dayandıkları taktirde varlıklarını sürdürebildikleri doğruysa, bireyin pratik davranışlarına yön veren kanaatlerin, inançların gücünün, kaç insanın aynı şekilde düşündüğüne bağlı olduğu da doğrudur”. İnsan kendisini yalnız hissettiğinde korkak ve dikkatlidir. Bunun yanında, başka birçok kişinin de kendisi gibi düşündüğüne inandığı oranda güçlü ve kendinden emin olur (Noelle-Neumann, 1998, s.99).

Karıncalar üzerine yapılan bilimsel araştırmalara göre, her karıncanın cesareti, içinde bulunduğu grubun sayısı oranında artar, onlardan ayrıldığında azalır. Etrafında yoldaşları olduğunda on kere ölmeye hazır bir işçi karınca, yuvasından yalnız başına yirmi adım uzaklaştığında çok korkar ve en ufak tehlikelerden bile kaçınır (Noelle-Neumann, 1998, s.123).

Bir yandan John Locke ve James Madison'ın, diğer yandan da David Hume'un birey ve kamuoyunu ele alışları karşılaştırıldığında, bazı farklılıklar göze çarpar. Bir yanda “kazanan tarafta olma isteği” öne çıkarken, diğer yanda ise “dışlanma korkusu” ön plandadır. Kimi insan kamuoyunu, kendisini gösterebileceği, şan ve şöhret sahibi olabileceği bir alan olarak görüp büyülenirken, kimi insan da kamuoyunun rezil olunacak bir alan olmasından etkilenmektedir. Fakat kamuoyu ile suskunluk sarmalı arasındaki ilişkiyi kurcalarken, bizi neden taç giyebileceğimizi vurgulayan yönü değil de bir tehdit ve yargı mercii olma yönü meşgul etmektedir? Çünkü Madison'ın da duyarlılıkla açıkladığı gibi, kamuoyunun oluşumunda önemli bir rol oynayan suskunluğu ancak tehdit faktörü ve bireylerin dışlanma korkusu açıklayabilir (Noelle-Neumann, 1998, s.99).

Tocqueville “Amerika'da Demokrasi Üzerine” (1835) adlı eserinde, A.B.D.'de kamuoyuyla bireyin doğası arasındaki uzlaşmadan kamuoyunun galip çıktığını ve uzlaşmayı sağlamak için boyun eğmesi gerekenin hep birey olduğunu açıklamıştı (Noelle-Neumann, 1998, s.111).

Tocqueville, Fransız Devriminden önce Fransız kilisesinin çökmesinden yola çıkarak suskunluk sarmalını çok isabetli gözlemlerle betimleyen ilk kişi olmakla kalmamış, susmanın ve konuşmanın kamuoyu açısından ne kadar önemli olduğunu her fırsatta vurgulamıştır. Kamuoyunu ele alış biçimi, bugün ampirik gözlem yöntemlerimizle saptadığımız konsepte çok yakındır ve odak noktasında dışlanma korkusuna bağlı susma eğilimi yer almaktadır. Ona göre kamuoyu yalnızca Amerikalılara özgü bir olgu değildi; kamuoyunun evrensel yüzünü ve

Avrupa'daki etkilerini de görüyor ama Amerika'da daha gelişmiş olduğunu, belki ileride Avrupa'da da oynayacağı bir role sahip olduğunu düşünüyordu. Tocqueville'e göre, kamuoyu A.B.D.'de müthiş bir uzlaşma baskısı, bir yük, Rousseau'nun deyiimiyle herkesin altında ezildiği bir boyunduruktur (Noelle-Neumann, 1998, s.111).

Tocqueville kendi dönemi itibarıyla, A.B.D.'deki gözlemleri ile Avrupa arasında bazı karşılaştırmalar yapar. O'na göre, Avrupa'nın anayasaya dayalı ülkelerinde her türlü dini ve siyasi konu üzerinde müzakereler yapılabilir, çünkü orada güç odakları birden fazla noktaya dağılmış olduğundan, görüşlerini ifade eden birisi sırtını dayayabileceği bir güç merkezi bulabilir. Fakat A.B.D.'deki gibi bir demokrasinin yerleştiği ülkelerde tek bir otorite, iktidarın ve başarının tek bir kaynağı vardır, bunun dışında alternatif güç merkezleri yoktur. Pek tabi ki bu tek otorite kamuoyudur. (Noelle-Neumann, 1998, s.111) Tocqueville A.B.D.'de kaldığı sürece en çok dikkatini çeken yeniliğin "toplumsal koşullardaki eşitlik" olduğunu belirtir. O, toplumsal koşullardaki eşitliğin kamuoyunu aşırı güçlendirdiğini belirtir ve kısaca şöyle somutlaştırır; aristokrasi dönemlerinde insanlar, üstün bir insanın ya da üstün bir sınıfın kılavuzluğunu seçme eğilimindeyken, eşitliğin hakim olduğu toplumlarda insanların tek bir üstün kişi ya da belirli bir sınıfa körü körüne bağlanma eğilimi azalır. Kitleye inanma eğilimi giderek artar ve sonunda insanları yöneten kamuoyu olur. İnsanların eşit olduğu toplumlarda bireyler benzeştikleri için birbirlerine güvenmezler ama bu benzerlikleri kamuoyunun yargılarına neredeyse sınırsız bir güven duymalarını sağlar. Görüldüğü gibi Tocqueville kamu ve kamuoyundan çoğunluğu anlamaktadır (Noelle-Neumann, 1998, s.112).

Tocqueville, demokratik ülkelerde yaşayan bireylerin kendini diğerleriyle kıyasladığında, çevresindekilerle eşit olduğunu görerek gurur duyduklarını, ancak toplumu bir bütün olarak göz önüne getirdiğinde, devasa topluluğun önünde kendini zayıf ve güçsüz hissettiğini belirtir. Bireyi diğer bireylerden bağımsız kılan eşitlik, diğer açıdan bakıldığında bireyi sayısal çoğunluğun elinde korumasız bırakır (Noelle-Neumann, 1998, s.113). Kamuoyunun merkezsizliği, yüzer-gezerliği yani tanımlanamazlığı, onu toplumsal anlamda sorumsuz kılar. Bu sorumsuzluk da söylemsel ve eylemsel şiddet içeren pratiklerini, linç eylemlerini gerçekleştirebilmesini olanaklı kılar (Çoban, 2009, s.147).

Tocqueville'e göre, demokratik toplumlar başlangıçta bireysel düşünciyi engelleyen güçlerle mücadele ederken, daha sonrasında toplumsal çoğunluğun otoritesinin zihinsel özgürlüğü ezmesine zemin hazırlarsa, derin bir hayal kırıklığı yaratmış olur. Böyle bir durumda, olumsuzluklar sadece kulvar değiştirmiş olur ve insanlar özgürce yaşamının yolunu bulamamış, sadece esaretin yeni bir biçimini keşfetmişler demektir (Noelle-Neumann, 1998, s.113). Benzer şekilde internet ve sosyal medyanın, demokrasi ve kamusal alana yapacağı olumlu katkılar yönündeki beklentiler de aynı riskleri taşımaktadır.

Kamuoyu süreçlerini, bireyin dışlanma tehdidi bağlamında ele aldığımızda; bireyin düşüncelerini özgürce açıklayamadığı ya da istediği gibi davranamadığı, dışlanmamak için çevrenin düşüncesini dikkate almak zorunda kaldığı yerde, kamuoyunun çeşitli biçimleriyle karşı karşıyayız demektir. Bu açıdan baktığımızda, somut kitlelerde ya da galeyana gelmiş kalabalıklarda hiç kuşkusuz kamuoyu işbaşındadır. Böyle bir kitleyle karşılaşan birey, kalabalığı eleştirme ya da reddetme durumunda neredeyse ölüm anlamına gelebilecek bir dışlanmaya maruz kalacağının farkındadır (Noelle-Neumann, 1998, s.134).

İnsanın doğal bir yönü olan taklit davranışı, esasında iki değişik güdüye, iki farklı kökene sahiptir. Bu iki türden biri, bilgi edinme amacını taşıyan, öğrenmeye yönelik taklittir. Onaylanan davranış biçimlerinin, iyi olduğu düşünülen zevklerin taklididir. İkincisi ise, ötekine benzemek için yapılan ve dışlanma korkusundan kaynaklanan taklittir (Noelle-Neumann, 1998, s.140).

“Teşhir direği cezası” benzeri, toplum önünde küçük düşürme esasına dayalı cezaların tüm zamanlarda ve kültürlerde uygulanmış olması, insan doğasının değişmez bir yönünü işaret ediyor. Pigmeler insanın en büyük korkusunu biliyorlardı; gülünç duruma düşürülmek, özellikle de başkalarının önünde küçük düşürülmek (Noelle-Neumann, 1998, s.143). Pazar yerlerinde kurulan kızıl renkli teşhir direkleri, bugün bize ortaçağ işkence odalarındaki aletler kadar uzak gelebilir, ama biz günlük yaşamımızdaki teşhir direkleriyle iç içe yaşıyoruz. Günümüzde insanlar, basında teşhir edilmekteler (Noelle-Neumann, 1998, s.145). Modern çağda sosyal medya ortamları bir çok teşhir olayına zemin hazırlarken, bir yandan da oluşan enformasyon seli ve bu enformasyonun çok çabuk tüketilip sürekli yeni gündemlerin oluşması ise bu tür teşhir durumlarının etkisini azaltıcı bir rol oynamaktadır.

Kamuoyu zaman duygusuyla beslenir ve “zamanın ruhu” denilen şey bütünleşme başarısı olarak görülebilir. Böylesi bir bütünleşme başarısında suskunluk sarmalı gibi süreçlerin oynadığı rolü, Goethe şöyle dile getirmiştir; “Eğer bir taraf fazlasıyla ön plana çıkıp kalabalığı etkisi altına alırsa ve bu durum, karşı taraf (geçici de olsa) bir köşeye sinip saklanmak zorunda kalana dek devam ederse, o hakim unsura dönemin ruhu denir ki, bir müddet daha varlık gösterecektir bu.” (Noelle-Neumann, 1998, s.160).

Neumann, bireye acizlik duygusu veren medyanın oluşturduğu uzun bir suskunluk sarmalı sürecinin sonunda, geriye, dışlanmayı göze alabilen, konuşma eğiliminde bir “sert çekirdek” kaldığını söylemektedir. “Sert çekirdek” tüm dışlanma tehlikelerine meydan okuyan azınlıktakilerden oluşmaktadır. Esasında Noelle-Neumann, bu kavramı ortaya atarak kurama istisna oluşturacak durumları açıklamaya çalışmaktadır.

Sert çekirdek olarak adlandırılan bu kişiler bir konuda fikirlerinin toplum genelinde azınlıkta kaldığını bilseler bile, seslerini daha yüksek sesle dile getirmeye, karşıt

görüştekilerle her ortamda tartışmaya hazır görünmektedir. Sonuçta toplumda kendi görüşünün azınlıkta kaldığını bildiği halde; ne topluma sırt çevirmeyi, ne inzivaya çekilip yer altında teşkilatlanmayı vb. düşünmeyen ama her ortamda, azınlıktaki kanaatlerini seslendirmeye hazır normal insanlar vardır (Noelle-Neumann, 1998, s.198). Ayrıca, Şerif ve Hovland'ın geliştirdikleri “sosyal yargı kuramı” çerçevesinde “iletişim-tutum” değişikliği ilişkisine yönelik araştırmalarda, iletişimin savunduğu ile hedefin görüşü arasındaki fark bir noktadan sonra daha da arttıkça tutum değişikliği miktarının azaldığı sonucuna varılmıştır (Milburn, 1998, s.197-212).

Olguların, stereotipler ile yönlendirilen seçici bakışın filtresinden geçirilerek nasıl algılandığına vurgu yapan Lippmann, bu yolla insanların kısıtlı bir bakış açısına mahkum edildiğini savunur. Ancak Lippmann'ın suskunluk sarmalı kuramı açısından asıl önemi, kamuoyunun nasıl iletildiğini, bireylere nasıl zorla verildiğini göstermesinde yatmaktadır. Olumlu ya da olumsuz stereotipler o kadar kısa ve nettir ki, herkes nerede konuşması, ne zaman susması gerektiğini bilir. Stereotipler, bir uyum sürecini harekete geçirmek açısından kaçınılmazlardır (Noelle-Neumann, 1998, s.169-174).

“Suskunluk sarmalı sürecini ampirik olarak araştırabilmek için Almanya’da 1976 seçim yılında yapılan anketin bazı önemli soruları; ‘seçmenlerin hangi partiye oy verecekleri, hangi partinin seçimi kazanacağını düşündükleri, politikayla ne ölçüde ilgilendikleri, medya ile ilişkileri, gazete ve dergi okuma alışkanlıkları, günde kaç saat televizyon, özellikle de siyaset programlarını seyrettikleri’ şeklinde idi... Mart anketlerinde seçimi Hristiyan Demokratların kazanacağını düşünenlerin oranı, Sosyal Demokratların kazanacağını düşünenlerden %20 daha fazla iken, bu oran temmuz anketlerinde %7’ye düşmüştü. Ancak, ‘partiniz için neler yapardınız?’ sorusuna ‘hiçbir şey’ yanıtı oranları kuramı doğrulamıyordu... Hristiyan Demokratların düşüncelerini toplumda açıkça ifade etme eğiliminin azalması kanaat ortamındaki değişimi açıklayamıyordu... Bu durumda başka bir etken olmalıydı. O etken medyaydı, muhabirlere yapılan ankette %70’inin seçimi Sosyal Demokratların kazanacağı sonucu çıktı. Yani muhabirler ortamı kendi gördükleri (algıladıkları) biçimde halka sundular (manipülasyon amacıyla değil, çünkü gerçekliğin kendi gördükleri gibi olduğuna inanıyorlardı). Sonuçta, halkın ve muhabirlerin görüş açısı birbirinden oldukça farklıydı. Lippmann’ın da dediği gibi, düşünceler bakış açısını yönlendirir.” (Noelle-Neumann, 1998, s.182-185).

Yapılan araştırmalarda; o seçim döneminde, liderlerin çekim açıları, mitinglerdeki kamera açıları ve kalabalığın görünümü, siyasi liderlerin muhabirlerle yaptıkları söyleşilerde hep muhabirlerin taraftarlıklarının kullanılan taktiklere ve yaklaşım tarzlarına yansıdığı (olumlu-olumsuz gösterme, sunma) tespit edilmiştir.

Noelle-Neumann kamuoyunda suskunluk sarmalı kuramını sınamak için şu soru kataloğunu önermektedir:

“1. Halkın seçilen konu hakkındaki görüşlerinin dağılımı normal bir anketle tespit edilmelidir.

2. *Toplumdaki kanaat ortamına dair tahminler sorulmalıdır: “Sizce çoğunluk bu konuda nasıl düşünüyor?” Genellikle bu bize yepyeni bir bakış açısı kazandırır.*
3. *Kamunun tartışmalı bir konunun ne yönde gelişeceğini düşündüğü araştırılmalıdır: Hangi taraf kazanıyor, hangi taraf giderek zayıflıyor?*
4. *Bireyin belirli bir konu hakkındaki konuşma ve susma eğilimi özellikle de kamusal alanda ölçülmelidir.*
5. *Konunun duygusal ve ahlaki yargılarla yüklü olup-olmadığı kontrol edilmelidir. Eğer değer yüklü değilse, kamuoyu baskısı oluşmaz, böylece suskunluk sarmalı da ortaya çıkmaz.*
6. *Medyanın yaklaşım ve tutumu bilinmelidir. Medyanın en etkili kesimi hangi tarafı desteklemektedir? Medya, insanların kanaat ortamı hakkındaki yargılarını edindiği iki kaynaktan biridir. Ayrıca, etkili bir medya, desteklediği tarafta yeralan diğer muhabirlere ve kişilere sözcükler ve savlar sunmakta, böylece kamuoyu sürecini, konuşma ve susma eğilimlerini etkilemektedir.” (Noelle-Neumann, 1998, s.232-233)*

Kuram insanların, toplumdaki kanaat iklimini algılayabildiklerini ve bu yönde istatistiksel bir duyuya sahip olduklarını iddia etmektedir. Aslında insanların bu yöndeki tahminleri çoğu kez doğru değildir. Etkin medyada temsil edilen görüşler gereğinden fazla önemsenir. Bu durum, “karşılıklı cehaletler” kavramıyla açıklanmaktadır. Kendi tarafının gücünü abartan ya da küçümseyen ve söz konusu tarafların gücüyle ilgili sorulara "berabere", "kısmen öyle, kısmen böyle" ya da "eşit güçte" şeklinde yanıt vermeye eğilimli insanların sayısının çokluğu, kamuoyu için verilen mücadeleyi gösterir. Fakat tüm insanlar (kamuoyu araştırmalarının da ortaya koyduğu gibi) hangi görüşlerin çoğaldığını, hangilerinin azaldığını, havanın sıcak mı soğuk mu olduğunu bilir gibi bilirler (Noelle-Neumann, 1998, s.247).

Bireysel kanaatlerin toplamının kamuoyuna dönüşümü, insanların toplumsal doğalarıyla sürekli yaşadıkları etkileşimlere göre gerçekleşir. Dışlama tehdidi, dışlanma korkusu, kanaat ortamının sürekli gözlemlenmesi ve güç ilişkilerine dair yürütülen tahminler konuşma ve susma eğilimlerini belirler (Noelle-Neumann, 1998, s.250).

Kamuoyu süreçlerini, “ait olma isteği, övülme ihtiyacı, itibar vb.” unsurlar değil, dışlanma korkusu harekete geçirir. Çünkü kamuoyu sürecinin en önemli unsuru olan susma durumu, toplum tarafından onaylanma ve olumlu toplumsal tepkilerden ziyade, olumsuz yaptırımlardan kaçınma ile açıklanabilir. Seçim araştırmalarında saptanan last minute swing olgusu, kazanan tarafta olma isteğinden (bandwagon effect) çok, genel eğilimin dışında kalma korkusundan kaynaklanmaktadır (Noelle-Neumann, 1998, s.269).

İKİNCİ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ETKİLERİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

2.1. Kitle İletişim Araçlarının Etkilerine Yönelik Araştırmalar ve Tarihsel Gelişimi

Kitle iletişim araçları toplum hayatına girdikleri andan itibaren işlevleri sadece kitlelere enformasyon iletmekle sınırlı kalmamış, hem günlük hayatın vazgeçilmez bir unsuru konumuna yerleşmiş hem de hedef kitleyi farklı açılardan etkileyerek siyasi iktidarın hareket alanını bile sınırlandırabilecek güce ulaşmıştır. Yüz yüze iletişimin oldukça azalmakta olduğu modern toplumlarda, herkesi ilgilendiren konulardaki bilgi sahibi olma ve tartışma ihtiyacı artık kitle iletişim araçlarının sunduğu kamusal alanlar aracılığıyla giderilmektedir. Dolayısıyla, toplumsal olayları alımladığı ve çözümlediği kadar tartışmaya sunulan yeni içerikler de yaratan (Maigret, 2013, s.27) medya; toplum hayatı içerisinde ulaştığı devasa büyüklüğün yanı sıra, toplumsal hayatın yönelimlerini etkileyebilen önemli bir kuruma dönüşmüştür.

Kitle iletişim araçlarının toplum ve bireyler üzerindeki etkilerine yönelik çalışmalar, iletişim araştırmalarının en önemli konularındandır. Kitle iletişim araçlarının etkilerinin belirlenmesi, ölçülmesi, analiz edilmesi ve tanımlanmasına yönelik araştırmaların yoğunluk kazanması, söz konusu araçların bireyler, gruplar ve toplumlar üzerinde bazı etkilere neden olduğu varsayımına dayanmaktadır.

Bu araştırmalarda etkiden kastedilen; söz konusu mecralar aracılığıyla iletilen mesajların içeriğinin izlerkitleyi oluşturan bireylerin inanç, değer, duygu, biliş, tutum ve davranışları üzerinde yol açtığı değişikliklerdir. Medya etkileri olgusunun tanımlanmasındaki güçlük ve çelişkiler, kuramsal bakış açıları, araştırma soruları veya varsayımları, kanıt toplama ve yorum yapma yöntemlerindeki geniş çeşitlilikten kaynaklanmaktadır (McLeod ve diğ., 2003, s.123; Erdoğan ve Alemdar, 1990, s.87). Konuya daha temelden bir eleştiri getiren Maigret, “medyanın varsayılan güçlerinin toptan eleştirisi hep yerleşik düzen üzerinde bir tehdit dolaştığında, güç kaybına bağlı kaygıdan doğar” derken etki kuramlarına kuşkuyla yaklaşmaktadır (2013, s.71). Ayrıca, Hitler’in iktidara radyonun yardımıyla değil, radyoya karşı geldiğini belirterek (Hitler iktidara doğru yükselirken radyo düşmanlarının kontrolündeydi), medyaya günah keçisi rolü biçilmesini sorgular (Maigret, 2013, s.73).

Kitle iletişim araçlarının etkilerine yönelik araştırmalar genellikle ana akım iletişim araştırmaları içerisinde yer almış ve gelişmiştir. Geleneksel ana akım iletişim araştırmaları içerisinde medya etkileri konusu önemli bir yer tutarken, ana akım ve eleştirel yaklaşımlar çevrelerince etki konusu oldukça farklı açılardan ele alınmaktadır (Fejes, 1999, s.309).

Ana akım iletişim çalışmalarına konu olan etki araştırmalarının özellikle izlerkitle üzerine yoğunlaşıp, mesajlara maruz kalan bireylerdeki tutum değişiklikleri ve değişikliklere karşı oluşan direnç çerçevesinde ele alındığı görülmektedir. Bu iki farklı kanattan ele alınarak yapılan değerlendirmelerde; kitle iletişim araçlarının gücünün ve oluşturulan etkinin kaynağının, bu mecralardan yayılan mesajların kapsam ve yapısına veya tekil bir mesaja dayandırıldığı gözlenmektedir (McLeod ve diğ., 2003, s.124-125; Terkan, 2005, s.25). Eleştirel yaklaşımlarda ise etki konusuna ideoloji ve hegemonya kavramları perspektifinde yaklaşılmakta ve medyanın izlerkitle üzerindeki etkisi, hegemonik bir düzenin yaratılması ve sürdürülmesi bağlamında değerlendirilmektedir (Fejes, 1999, s.313).

İletişim araştırmalarında önemli bir yer tutan etki konusunun, “medya, izleyici ve kültür” merkezli perspektiflerden ele alındığı şeklinde bir sınıflandırma varsayılabilir. Bu sınıflandırmada;

- Medya merkezli yaklaşım, kitle iletişim araçlarını etkin ve belirleyici odak olarak kabul eder.

- İzleyici merkezli yaklaşım, izleyicileri aktif konumda kabul ederek, kitle iletişim araçları karşısında tamamen pasif olmadıklarını, belirleyici fonksiyonlarının da olduğunu iddia eder.

- Kültür merkezli yaklaşım, kitle iletişim araçlarını kültür endüstrisinin birer kurumları olarak kabul eder.

Etki araştırmaları geleneğinde, ampirik yöntemler hakim durumda olup, yapılan çalışmalarda ve elde edilen sonuçlarda da genellikle bu yönetime uygunluk arama eğilimi mevcuttur (Tekinalp ve Uzun, 2006, s.39). Ampirik yöntemler, çeşitli değişkenlerin anlaşılır bir şekilde ortaya konulabilmesine ve ileri sürülen varsayımların ispatına olanak sağladığından (McLeod ve diğ., 2003, s.126), genellikle ampirik yöntemlerin kullanıldığı kitle iletişim araçlarının etkilerine yönelik araştırmalarda; ileri sürülen varsayımların ve oluşturulan model ve kuramların sayısal verilerle desteklenmesi ve ispatı sağlanabilmektedir.

Kitle iletişimi araştırmaları dönemsel olarak ele alındığında; ilk olarak kitle toplumu, sonraki dönemde davranışçı gelenek ve son dönemde ise ampirik ve eleştirel bakış ağırlık kazanmıştır. İlk dönemdeki araştırmalar kitle kültürü oluşturulması fonksiyonuna odaklanırken, takip eden dönemde bireyi temel alan ve ‘uyarıcı-tepki’ yaklaşımına dayanan davranışçı geleneğin ağırlığı dikkat çekmektedir. Uyarıcı-tepki yaklaşımının hüküm sürdüğü dönemde; alan araştırmaları ve deneyler yoluyla, kitle iletişim araçlarından yayılan ve uyaran konumundaki mesaj ve iletiler ile alıcı konumundaki kişilerin bu uyaranlara gösterdiği tepkiler arasındaki ilişki mekanik bir biçimde araştırılmaya çalışılmıştır. Özellikle 1960 sonrası dönemdeki etki araştırmalarında, duygusal ve davranışsal unsurlardan çok insanların

düşüncelerini biçimlendiren bilişsel unsur incelemelerinin yoğunluk kazandığı gözlenmektedir (Yaylagül, 2010, s.46-47).

Etki araştırmalarının tarihsel gelişiminin üç döneme ayrıldığı konusunda genel bir kabul mevcuttur.

2.1.1. Güçlü Etkiler Dönemi

Bu dönemde konu üzerinde çalışan çeşitli akademisyenlerin sosyoloji, siyaset bilimi ve sosyal psikoloji gibi alanlardaki uzmanlıkları temelindeki araştırmalarına dayanarak geliştirdikleri modeller ile iletişim süreci ve çeşitli unsurları incelenmiştir. Kitle iletişim etki araştırmalarının temelini atıldığı bu dönemdeki çalışmaların kökenleri propagandaya yönelik araştırmalara dayanmaktadır.

1900'lerin başlarından 1940'lara kadar olan süreci kapsayan bu dönem içinde yapılan araştırmaların sonucunda sosyologlar; kitle iletişim araçlarının toplumu rahatça etkileyip, yönlendirebileceğini savunmuşlar ve iletişim araçlarının etkilerini “sihirli mermi - hipodermik iğne” kuramıyla açıklamaya çalışmışlardır. Bu dönemde, toplum hayatındaki çeşitli gelişmelerin güçlü etkiler döneminin oluşmasında etkili olduğu ve giderek yalnızlaşan bireyin kitle iletişim araçları karşısında kolay etkilenir hale geldiği görüşü öne çıkmıştır. Bir tarafta toplumsal davranışı pekiştirme ve değiştirme gücüne sahip kitle iletişim araçları, diğer tarafta ise bu araçlar vasıtasıyla yayılan mesajlardan yoğun şekilde etkilenen atomize olmuş tekil kitleler şeklindeki bir toplumun varlığı kabul edilir (Hardt, 1999, s.29; McQuail ve Windahl, 2005, s.80).

Bu dönemin şekillenmesinde şu üç olgu dikkat çekicidir; birincisi kitle toplumunun ortaya çıkışı, ikincisi Birinci Dünya Savaşı'na bağlı gelişmeler ve üçüncü olarak da totaliter rejimlerin yükselişi. Kitle toplumunun ortaya çıkışı, atomize olmuş, etkiye açık ve korumasız bireyleri doğurmuştur. Birinci Dünya Savaşı sırasında kitleleri tek yönlü olarak yönlendirmek isteyen siyasal iktidarlar, iletişim araçlarını kontrolleri altına almışlardır. Bu yönlendirme gücünün farkına varan totaliter rejimler, iktidarlarını sürdürmek ve daha da güçlendirmek amacıyla, kitle iletişim araçlarını kontrollerinde tutmuş ve propaganda aracı olarak kullanmışlardır. (Işık, 2005, s.27-28; Murdock, 1999, s.439-441)

Birinci Dünya Savaşı ile başlayan dönemde, özellikle batılı ülkelerde sanayileşme ve kentleşmenin etkisiyle, aralarında güçlü bağlar bulunmayan, toplumsal değerlerden kopuk, birbirine yabancı, manipülasyona açık ve pasif bir kitle yaratması (Işık, 2005, s.29) gibi nedenlerle, bireylerin inançları, düşünceleri, yaşam biçimleri bazında kitle iletişim araçlarından fazlasıyla etkilendikleri ifade edilmiş ve bu yönde yapılan araştırmalarla da kitle iletişim araçlarının bireyler üzerinde güçlü etkileri olduğunu ortaya konulmuştur.

Kitle iletişimine yönelik ilk ampirik araştırma olarak, Harold Laswell'in 1927 yılında ortaya koyduğu "Dünya Savaşında Propaganda Teknikleri" adlı eseri kabul edilmektedir. Bu çalışmada Laswell, savaş sürecinde devletin fikir yönetimini ele aldığını ve propaganda ile sosyal dayanışma yaratıldığını öne sürer. Böylelikle, psikolojinin uyaran-tepki kuramı iletişimde kullanılmaya başlanmıştır. Buna bağlı olarak pasif izleyici görüşü geliştirilmiştir. Laswell araştırmalarında kullandığı, "kim, kime, hangi kanaldan, ne etkiyle, ne söyler?" formülü ile Amerikan egemenliğinde gelişen iletişim anlayışının temelini oluşturmuştur (Erdoğan ve Alemdar, 2002, s.57; Laughey, 2010, s.41-43).

Hipodermik iğne modeli, bu dönemi anlayabilmek açısından iyi bir çerçeve sunmaktadır. Hipodermik iğne modelinde; kitle iletişim araçlarının yaydığı iletilere maruz kalan insanların bu süreçten yoğun şekilde etkilendikleri varsayılmıştır. Bu modelde, iletişim kaynağından alıcılara gönderilen iletiler sihirli bir mermiye benzetilmiş ve hedef kitleyi oluşturan bireyleri tıpkı bir mermi veya iğne gibi etkiledikleri belirtilmiştir (Severin ve Tankard, 1994, s.433; Windahl ve diğ., 1992, s.191; Balcı, 2007, s.159-160). Kitle iletişim araçları ve mesajlarının o kadar güçlü olduğu kabul edilir ki, hedef kitleyi bir mermi gibi vurarak, savunmasız insanları derinden etkilemektedir. Kitle iletişim araçlarının içeriği izleyicinin damarlarına enjekte edilen ilaç gibidir, izleyicinin öngörülen tarzda bir tepki vereceği varsayılır.

Etki-tepki modeli, kaynağın hedefe gönderdiği mesajın izleyiciler üzerinde doğrudan tepkilere yol açmasını öngörür. Bir iletişim modeli olarak etki-tepki yaklaşımı, çift yönlü değil tek yönlüdür (Merten, 2003, s.183). Bu dönemde kitle iletişim araçları, etkili simgelerin dolaşımını sağlayan araçlar gibi görünürken, izleyiciler de etki-tepki şemasına bilinçsizce uyan kişisiz hedefler olarak düşünülmüştür (Mattelard, 2003, s.29). Etki-tepki modeline dayanan güçlü etkiler dönemi araştırmalarında, medya kullanıcılarını kitle iletişim araçlarının mesajları karşısında savunmasız alımlayıcılar, kitle iletişim araçlarının edilgen kurbanları olarak konumlandırmıştır. Ayrıca, birbirinden bağlantısız olduğu kabul edilen mesaj içeriklerinin, farklı bireyler üzerinde benzer tepkilere yol açacağını varsayılır (Kepplinger, 2003(b), s.47).

2.1.2. Sınırlı Etkiler Dönemi

Yaklaşık olarak 1940 ile 1960 yılları arasında geçtiği kabul edilen bu dönemde, kitle iletişim araçlarının etkilerinin önceki dönemde varsayıldığı kadar güçlü olmadığı, sınırlı etkilere sahip olduğu savunulmuştur. Mekanik ve doğrusal etki-tepki ilişkisinin yer almadığı bir iletişim sürecinin savunulduğu bu dönemde; izleyicileri pasif olarak kabul eden etki anlayışı yerini, izleyicileri aktif olarak gören tartışmalara bırakmıştır. Bu dönemdeki

alışmalar özellikle, izleyici araştırmaları, içerik zmlemesi ve etki zmlmeleri temelinde, nicel verilere dayalı olarak yapılmıştır (Yılmaz, 2010, s.72).

Kitle iletişim araçlarının etkilerinin önceden sanıldığından çok daha karmaşık bir doğaya sahip olduğu, toplumu tek başına değiştirici değil, toplumsal ve ekonomik boyutta kurulu düzeni pekiştirici ve güçlendirici nitelikte olduğu iddia edilmiştir. Yani, kitle iletişim araçlarının etkileri toplumları tek başına değiştirici bir özellik gösteremez sadece var olan, devam eden düzeni pekiştirici nitelikleri bulunmaktadır. Bu dönemde gelişmekte olan laboratuvar deneyleri ve toplumsal alan araştırmaları kullanılarak, insanların etkiye açık olma, anlama ve hatırlatma işlemlerini, önceki yönelimlerine göre gerçekleştirdiklerine dair veriler elde edilmiştir. Seçici izleyici davranışına ilişkin çalışmalar, bu dönemin temel yaklaşımlarındandır.

Bu döneme iki önemli araştırma damgasını vurmuştur. Bu araştırmalardan biri, 1940'da A.B.D. Ohio Erie, diğeri ise 1948'de New York Elmira'da gerçekleştirilmiştir. 1940 başkanlık seçimlerini ele alan 'The People Choice'; Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet tarafından, 'Voting' isimli çalışma ise; Berelson, Lazarsfeld ve McPhee tarafından yapılmıştır. Lazarsfeld ve arkadaşlarının yaptığı çalışma, dönemin başlıca kitle iletişim araçları olan gazete ve radyonun oy verme veya fikir üzerinde önemli doğrudan etkiler yapmadığını ortaya koymuş ve böylece kitle iletişiminin etki - tepki modeline göre işlediğine ilişkin yaygın görüşün aksine sonuçlara ulaşılmıştır. Genel kanaatin aksine, oy verme kararını etkilemede kitle iletişim araçlarından daha çok, arkadaş, aile ve komşu gibi diğer etmenlerin önem taşıdığı ortaya konulmuş ve araştırma sonunda iki aşamalı akış kuramı geliştirilmiştir (McQuail ve Windahl, 2005, s.83; Terkan, 2005, s.12). Güçlü etkiler varsayımını test eden bu tip araştırmalar sonucunda, kitle iletişim araçlarının aslında zannedildiği kadar güçlü etkilerinin olmadığı ve bireysel kanaatleri, tutum ve davranışları değiştirmede doğrudan etki gösteremedikleri ortaya konulmuştur.

Bu dönemin başlıca kuramı olan iki aşamalı akış modeline göre, kanaat önderi kendi grubuna mensup diğer kişilerle kitle iletişim araçları arasında aracı rolünü üstlenmektedir. Bu model, bireylerin toplumsal yapıdan yalıtılmış ve parçalanmış olamayacaklarını, aksine farklı grupların parçaları olduklarını iddia eder. Kitle iletişim araçlarının bireyler üzerinde direkt bir etkisi olmayıp, etkiler toplumsal ilişkiler içerisinde oluşmakta ve şekillenmektedir. Özellikle kanaat önderi konumundaki kişiler toplumun diğer bireyleri için kitle iletişim araçlarından daha fazla ileti üretmektedirler. Yani iletiler grubun normal üyelerine ulaşmadan önce bir süzgeçten geçmektedir. Ayrıca, bireyler hem iletişim sürecinde farklı roller üstlenirler hem de kitle iletişim araçlarını kullanım miktarları farklılık gösterir (Tutar ve Yılmaz, 2005, s.128; Gökçe, 2005, s.199-200).

Kanaat önderleri, birtakım haber ve bilgileri kitle iletişim araçlarından alıp yorumladıktan sonra, yüz yüze iletişimle bunları toplumun daha az aktif bireylerine aktararak onları etkilemektedirler (Severin ve Tankard 1994, s.340). Sonuç itibarıyla iki aşamalı akış modelinde, hedef kitlelerin diğer etkilerden yalıtılmış bir boşlukta bulunmadıkları, güçlü etkiler paradigmasındaki yalıtılmış birey vurgusunun aksine toplumsal etkileşim ağının birer parçaları oldukları vurgulanmaktadır (Lazar, 2001, s.106).

Bu dönemin bir diğer önemli çalışması, Hovland ve arkadaşlarına aittir. Araştırmacılar, 1949 tarihli “Experiments on Mass Communication” isimli bu çalışmalarında, İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerikan askerleri üzerinde propagandanın etkilerini ölçmeye çalışmışlardır. Bu etkiyi ölçebilmek için, Amerikan askerlerinin eğitimi için kullanılan filmleri incelemişler ve bu filmlerin tutumların değişmesinde hiçbir etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. (Severin ve Tankard 1994, s.257-262).

Bu sürecin etkili araştırmacılarından DeFleur’un ortaya koyduğu;

- “Bireysel Farklılıklar Kuramı”nda, aynı iletinin kişisel özellikler nedeniyle izleyiciler üzerinde bir birinden farklı etkiler oluşturabileceği,

- “Sosyal Kategoriler Kuramı”nda, izleyicilerin yaş, cinsiyet, eğitim vb. değişkenlere göre farklı sosyal kategorilere ayrıldıkları ve kitle iletişim araçları aracılığıyla yayılan iletilerden etkilenmelerinin de dahil oldukları kategori bazında benzeşim göstereceği,

- “Kültürel Normlar Kuramı”nda ise, her ne kadar kitle iletişim araçları belli konuları vurgulayarak toplumda belli bazı görüşlerin yayılmasında etkili olsa da, meydana gelen bu etkinin ancak bireylerin sahip olduğu kültürel normlar çerçevesinde gerçekleşebildiği,

İddia edilmiştir (Yüksel, 2001, s.14).

1960-1970’li yıllarda gelişen “Kullanımlar ve Doyumlar” kuramının kaynağı, Lazarsfeld’in yönettiği izleyicilerin seçim yetileri üzerine temellenen ilk yayınlardır. Denis McQuail, Jay Blumber, Elihu Katz, Karl Eric Rosengren, Wilbur Schramm gibi birçok yazar, kitle iletişimine yönelik hakim bakışı; “medyanın bireylere yaptığını değil, bireylerin medyaya yaptığını araştırmayı amaçlayarak” ters yüz eder. Bu yaklaşımla artık medya; emirlerine uyulması gereken otoriter bir güç odağı değil, izleyicilere açılan ortamdır (Maigret, 2013, s.105).

Bu dönemde ağırlık verilen alan araştırmaları ve laboratuvar deneyleri sonucunda; bireylerin etkiye açıklıkları ve gerçekleşen algısal süreçlerinin, önceden sahip oldukları tecrübe ve yönelimlerine göre gerçekleştiği yönünde verilere ulaşılmış ve bu doğrultuda bireyin seçici izleyici konumu öne çıkartılmıştır (Terkan, 2005, s.28).

2.1.3. Güçlü Etkilere Dönüş Dönemi

Kitle iletişim araçlarının güçlü etkilerinin varlığına olan inancın tekrar güçlenmeye başladığı bu dönemde; medyanın, enformasyon üretip topluma aktarırken bunun yanında, içerisinde faaliyet gösterdiği toplumsal hayatın diğer sistemleri ve kurumları ile etkileşim halinde bulunan ve bu doğrultuda biçimlenen ayrı bir kurum olarak, diğer siyasal ve toplumsal uygulamaları etkilediği görüşü ağırlık kazanmıştır (Yumlu, 1994, s.49-50). Bu dönemin sistematığında kitle iletişim araçları; toplumun geneli üzerinde ve uzun dönemde etkili olur. Ayrıca, aşılama ile değil, seçiciliği etkisizleştirerek ya da kısıtlı bir tercih bütününe taşıyarak etki eder (Maigret, 2013, s.254).

1960'larla birlikte çalışmalarda, kitle iletişim araçlarının toplum ve kültür üzerindeki dolaylı ve uzun vadeli etkileri üzerine yoğunlaşmış, tekrar bu araçların güçlü etkilere sahip olduğu varsayımına doğru bir geri dönüş gözlenmiştir. Bu dönemde, kitle iletişim araçlarının ekonomik, sosyal ve siyasal alanlarda etkin olabilme, toplumu yönlendirebilme eylemleri içerisinde etkili birer araç olarak kullanıldıkları yönündeki inanç güçlenmiştir (McQuail, 1983, s.73; Yılmaz, 2010, s.77). Aynı zamanda, iletişim araştırmalarında teknik açıdan daha gelişmiş araştırma yöntemleri ve istatistik gibi niceliksel çözümleme teknikleri kullanılmaya başlanmıştır. Bu dönemde süratle yaygınlaşan televizyon toplumsal hayata etkin bir şekilde girmiştir. Buna bağlı olarak da televizyon ve etkileri üzerinde yoğun çalışmaların yürütüldüğüne tanık olunmuştur.

Bu dönemde kitle iletişim araştırmaları, tutum değişiklikleri üzerine yoğunlaşmaktan ziyade, kitle medyasının bilişsel etkilerine yönelmiştir. Kıta Avrupasında yapılan araştırmalar, Amerikalı araştırmacıların odaklandığı “etki” olgusu yerine medya mesajlarının toplumsal dinamikleri, koşulları ve üretim süreçleri üzerine olmuştur. Buna bağlı olarak da Avrupa’da eleştirel ve kültürel yaklaşımlar doğmuş ve derinleşmiştir.

Bu dönemde kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerine farklı açılardan yaklaşan, özellikle de temeli sosyolojiye dayanan ve kitle iletişim sistemini daha kapsamlı bir toplumsal bağlam içerisinde ele alan çok sayıda model geliştirilmiştir. Özellikle araştırma alanları paralelinde eleştirel yaklaşımlara yakınlıkları bulunan bu modellerin en önemlileri; gündem belirleme, suskunluk sarmalı, bilgi açığı ve medya bağımlılığı modelleridir. McQuail ve Windahl'ın belirttikleri gibi bu modeller etkiyi uzun vadeli ve dolaylı olarak kavrar. Bu modeller özellikle, “toplumsal rollerin resmi olmayan yoldan öğrenilmesi, kitle iletişim araçlarının üstü kapalı olarak ideoloji taşıması, kanaat ikliminin oluşumu, toplum içinde farklılaşan bilgi ve kültürü konu edinmesi, gerek kurumlarda gerekse toplumda görülen uzun vadeli değişimleri ele almaları” gibi öne çıkan eğilimleri bakımından diğer davranışsal modellerden ayrılmaktadırlar (Fejes, 1999, s.317).

Bu dönemde ortaya çıkan kuramlar içerisinde; eleştirel araştırmalarla yakınlıkları buluna ve kitle iletişim araçlarının topluma etkilerinin uzun vadeli ve dolaylı olduğunu kabul eden, medyanın örtük olarak ideoloji taşıması ve kamuoyunun oluşum süreçlerine odaklanan “gündem belirleme, bilgi açığı, medya bağımlılığı ve suskunluk sarmalı” sayılan özellikleriyle diğer kuramlardan ayrılmaktadır (Boz, 1999, s.41).

2.1.3.1. Gündem Belirleme Kuramı

Gündem belirleme kuramı; medyanın dikkat çektiği konuların, izleyiciler tarafından da önemli görüldüğü ve medyanın, kamu gündemini belirleyebilme gücüne sahip olduğu tezine dayanmaktadır. Gündem belirleme araştırmaları, medya, kamu ve siyasal gündem arasındaki ilişkiye odaklanmakta ve bu gündemlerin birbirlerini ne şekilde etkilediğini tespit etmeye çalışmaktadır (Yüksel, 2001, s.24).

Gündem belirleme yaklaşımının kuramsallaşması süreci; McCombs ve Shaw’ın 1968 yılındaki Amerikan başkanlık seçimlerinde, kararsız seçmenlere yönelik, medyanın politik konulara karşı tutumları nasıl etkilediğine yönelik çalışmalarının, 1972 yılında “Kitle İletişim Araçlarının Gündem Belirleme Fonksiyonu” isimli makalelerinde yayınlanması ile başlamıştır (Hazar, 2002, s.47; Severin ve Tankard,1994, s.366).

Kuram temelde, kitle iletişim araçlarının tutum değiştirme veya doğrudan fikir değiştirme üzerindeki etkileri yerine; bilişsel düşünce üzerindeki etkilerine odaklanmış ve öğrenme konusuyla ilgilenmiştir (McQuail ve Windahl 2005, s.132; Kepplinger, 2003(a), s.26-27). Yapılan çalışmalara bakıldığında aslında gündem belirlemenin, uzun zamana yayılmış bir tür sosyal öğrenme süreci olarak değerlendirildiği göze çarpmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2002, s.212). Bireyler, güncel konuların görece önemini, kitle iletişim araçlarında yer bulmaları vasıtasıyla öğrenmektedirler. Ayrıca, konuların haber yapılma oranı ve yapılan vurgular bireylere bir konuyla ne kadar ilgili olmaları gerektiğini de öğretecektir (McQuail ve Windahl, 2005, s.132; Atabek ve Dağtaş, 1998, s.357; Erdoğan ve Alemdar, 1990, s.212). Kitle iletişim araçlarının önem verdiği konular daha çok tanınırken, önem vermediği konular ise insanlar için de geri planda kalacak ve unutulacaktır. Haberlerin kitle iletişim araçlarındaki sunuluş şekilleri ve hangi konuların ne ölçüde işlendiğini takip eden izleyiciler, bu dolayım ile öğrendikleri konuların önem derecelerini de yine bu süreçte belirlemiş olurlar.

2.1.3.2. Bilgi Açığı Kuramı

İlk olarak, Tichenor, Donohue ve Olien tarafından 1970 yılında yayınlanan “Kitle İletişim Araçları Akışı ve Bilgide Farklı Büyüme” isimli makalede tanımlanan bilgi açığı kuramı; kitle iletişim araçlarının toplumsal hayattaki yoğunluğu, işlevi ve yaydığı bilgi miktarı arttıkça, sosyo-ekonomik statü açısından üst tabakaya dahil olan kişilerin, daha alt

tabakalardakilere göre bilgiyi daha etkin ve yoğun bir şekilde alma eğilimi gösterdiklerini, buna bağlı olarak da iki toplum kesimi arasında bilgi açığının beklenenin aksine azalma değil, artış eğilimi gösterdiğini iddia etmektedir (Terkan, 2005, s.14).

Kitle iletişim araçlarının erişilebilirliğinin artması, yaydıkları enformasyonun yoğunluğu, sanılanın aksine var olan bilgi dengesizliğini ortadan kaldıramadığı gibi daha da arttırmaktadır. Kitle iletişim araçlarının gelişmesine paralel olarak artan bilgi akışı karşısında, yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip toplum katmanları, düşük sosyo-ekonomik statüye sahip toplum katmanlarına oranla daha fazla bilgi alma eğilimi gösterirler. Bu süreç ise toplum katmanları arasındaki var olan bilgi açığını daha da büyötmektedir. Dolayısıyla da medya sınıfsal yapıdaki eşitsizlikleri korumakla kalmayıp, bu eşitsizlikleri daha da çoğaltıp güçlendirecektir. Sonuçta bilgi edinme bakımından aşağı sınıflar fakir kalmaya devam ederken, yüksek sınıflar daha da zenginleşir (Fejes, 1999, s.321).

2.1.3.3. Medya Bağımlılığı Kuramı

Ball-Rokeach ve DeFleur'un 1976 yılında yayınladıkları "Kitle İletişimi Etkilerinin Bağımlılık Modeli" isimli makale ile kitle iletişim araştırmalarındaki yerini alan bağımlılık kuramı; modern toplumlarda bireylerin, kendi toplumlarında meydana gelen olaylar hakkında bilgi edinme evresinde kitle iletişim araçlarından yayılan enformasyona bağımlı hale geldiklerini (Yaylagöl, 2010, s.84; Yüksel, 2001, s.19) ve bu yapı içerisinde yönlendirilmeye maruz kaldıklarını savunur. Özellikle kitle iletişim sistemi ve toplumsal sistem arasındaki ilişki üzerine odaklanan kuram (Güz, 2005, s.56), bağımlı hale gelme konusunda toplumdaki değişme, çatışma veya istikrarsızlığın belirleyici unsurlar olduğunu belirtir (McQuail ve Windahl, 2005, s.140). Bağımlılık modeli izleyici, kitle iletişim araçları ve daha geniş toplumsal sistemler arasındaki etkilerin-etkileşimlerin yapısını ve gücünü çözümlemeye çalışır. Toplumlar gelişip daha kompleks hale geldikçe, bireyler de toplum ve dünya hakkında daha kapsamlı bilgi edinmek ve kendilerine bir yön belirlemek için kitle iletişim araçlarına daha fazla bağımlı hale gelmektedirler (Yılmaz, 2010, s.85). Bir toplumdaki bireylerin kitle iletişim araçlarından edindikleri bilgi, bu bilgiye bağlılıkları ile etkinin türü ve şiddeti, o toplumdaki çatışma-değişim düzeyi yükseldikçe daha da artar. Yani, kitle iletişim araçlarının rolleri toplumsal koşullara göre değişmektedir (Fejes, 1999, s.323; Erdoğan ve Alemdar, 2002, s.197-198).

Bağımlılık modeli, kitle iletişim araçlarının bireyleri özellikle "zihinsel, duygusal ve davranışsal" boyutlarda etkilediğini savunur. Zihinsel etkiler, belirsizliği ortaya çıkarma, tutum oluşturma, inançları geliştirme-yayma; duygusal etkiler, korku veya sevinç oluşturma,

moral verme veya bozma; davranışsal etkilere ise aktif veya pasif hale getirme, yardımlaşmaya yönlendirme, eylem yapma şeklinde anlaşılabilir (Işık, 2000, s.126).

2.2. İdeoloji ve Söylem

2.2.1. İdeoloji

İdeoloji kavramının ilk kullanıcılarından Destutt De Tracy bu kavramı; toplumsal sorunlara çözümler geliştirme ve herkese doğru düşünme imkanları sağlamak için kullanılacak fikir bilimi anlamında önermiştir (Milburn, 1998, s.110). Kavramın, Fransız Devrimi'nin son aşaması olan konvansiyon idaresi esnasında ortaya çıkmış olması, Fransız Devrimi'ne meşruiyet kazandırılmasında kullanılan en etkili araçlardan biri olduğunu göstermektedir (Mardin, 1999, s.11-22)

İdeoloji kavramı hakkında genel bir fikir sahibi olabilmek için birden fazla tanım ve yaklaşımdan faydalanmak gerekmektedir. Ayrıca, kavrama yönelik tanımlamalar kullanıldıkları yere göre farklı anlamlar içerdiğinden, bu tanımların nesnelliğini sorgulamak manasız olacaktır. Genel bir tanım yapmak gerekirse ideoloji; düşüncenin, değerlerin, yönelimlerin ve iletişimle (kişilerarası iletişimle ve kitle iletişim araçları vasıtasıyla) ifade edilen fikirsel bakış açılarının biçimlenme eğilimlerinin, örgütlü bir yapıya dönüşmesidir (Lull, 2001, s.19). İdeoloji, farklı insan topluluklarının kendi yaşam pratiklerini deneyimledikleri, bu deneyimleri belli bir türde anlamlandırdıkları, bu anlamlara açıklamalar getirdikleri ve belli bir imgesel tutunum kazandırmak için düşünceleri kullandıkları, gerçeği şifreleyen düşünce yapılarını ifade etmektedir (Hall, 1999, s.209-211). İdeoloji aslında, yaşanmakta olan dönemin sosyo-kültürel yapısının, o dönemde üretilen fikir ürünlerindeki yansımaları olarak da ifade edilebilir.

Bir ideoloji, toplumsal önyargılar da dahil olmak üzere bilgi, kanaatler, tutumlar ve toplumsal tasarımlar gibi öbür toplumsal bilişlerin oluşumunu, dönüşümünü ve uygulanmasını denetleyen karmaşık bir bilişsel çerçevedir. Bu ideolojik çerçevenin kendisi, toplumsal pratiklerde grubun kapsamlı çıkarına işleyen algılayışı, yorumu ve edimi kolaylaştıracak şekilde seçilen, birleştirilen ve uygulanan toplumsal olarak anlamlı normlar, değerler, amaçlar ve ilkelerden oluşur (Van Dijk, 1999, s.340).

İdeolojinin gerçeklik hakkında bir yanılsama, bir illüzyon değil, onun bilinç üzerindeki izi ya da görünümü olduğunu savunan Marx, ideolojiyi kapitalist düzende siyasal iktidarı meşrulaştırmaya, bireyi sisteme entegre etmeye yardımcı fakat genellikle de yanlış fikirler kümesi olarak ifade etmektedir (Kazancı, 2006, s.71). Ayrıca, Marx ortaya koyduğu yaklaşımlarda ideolojiyi; bireylerin kişisel kanaatleri olarak değil, maddi yaşamın çelişkilerinin oluşturduğu bir toplumsal bilinç olarak konumlandırır. O'na göre, her düşünce

ideolojik değildir, sadece nesnel çelişkilerin üstünü örterek onları öznelere bilinçlerinden saklayan düşünceler ideolojiktir (Sancar Üşür, 1997, s.15-20).

Marks'a göre, ideolojik şekilde düşünmek;

- Toplum dinamiğini insanın içinde bulunduğu günlük hayatının maddi unsurlarıyla değil, fikir hayatını ön plana geçirerek düşünmek,
- Mevcut iktidarın ve hakim güçlerin manipülasyonu ile oluşturulmuş bir görünümü her zaman için geçerli saymak,
- Çıkarlarını paylaştığı grubun etkisi altında iş görmektir (Mardin, 1999, s.36).

Eagleton bir ideolojinin başarısını, yaratabileceği “gerçeklik” olgusuna bağlamaktadır. Başarılı ideolojiler, kendi inançlarını doğal gösterebilen, insanların onları sunulduğundan farklı olabileceklerini düşünemeyecekleri şekilde toplumun sağduyusu ile özdeşleşmeyi başarabilen ideolojilerdir. Pierre Bourdieu'nun doxa adını verdiği bu süreç, ideolojinin kendi ile toplumsal gerçeklik arasında mümkün olduğunca yoğun bir örtüşme oluşturmayı ve böylece eleştiri alanını yok etmeyi gerektirir. Böylece toplumsal gerçeklik, ideoloji tarafından yeniden üretilir (Eagleton, 2005, s.94).

Maddi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf, zihinsel üretim araçlarına da sahip olduğundan (Marx ve Engels, 1992, s.64), egemen gücün iktidarının devamı kitle iletişimi boyutunda oluşturulacak ideoloji ile mümkün olacaktır. Hall'a göre kitle iletişim araçları, toplumu bir arada tutan hegemonik kodların üretimi aracılığıyla işler. Ayrıca gerçeği temsil eden kodlar, kısıtlanmış bir toplumsal açıklamalar dizisini kullanan sınırlı bir egemen söylem alanından derlenir. Tercih edilen kodlar, ideolojik etkilerini doğal görünerek kazanırlar (Stevenson, 2008, s.70). Medyanın küresel çapta gelişmesi, ideolojik iletileri zaman ve mekanda potansiyel olarak iletme ve belirli mekanlara yeniden gömme kapasitesini arttırmıştır. Yani medyanın gelişmesi, ideolojik iletilerin gündelik yaşamın pratik bağlamları içine dolayimli sızıışları için koşullar yaratır (Thomson, 2008, s.322).

Marksizm'de ve ona bağlı gelişen eleştirel akımlarda ideoloji, mevcut statükoyu tabi sınıflar üzerinde meşrulaştırmaya ve olumlamaya yönelik hizmet eden, yanlış bilinç ve yanıltıcı inançlar sistemi olarak tanımlanmaktadır (Van Dijk, 2003, s.16). Buna karşılık Foucault, ideolojinin bilgi ve hakikat ürettiğini, bu nedenle de ideolojinin olumsuz ya da baskı altında tutan bir şey olarak görülmemesi gerektiğini ifade eder (Scholle, 1999, s.284-285). Yani ideolojiyi, “yanlış bilgileri yayan ve olumsuz yönlendirmeler yapan bir baskı aracı” gibi kalıplara sokmak yerine, onun iyi ve olumlu açılardan da tanımlanması gerektiğini belirtir.

İdeolojinin en belirgin işlevi, zihnin gerçeklikle kurabileceği varsayılan doğrudan ilişkiyi bozmaktır. İdeoloji bu işlevini, gerçekliği çarpıtarak, gizemleştirerek, bulanıklaştırarak veya ters-yüz ederek yerine getirmektedir. Böylelikle zihin, gerçekliğin

çıplak, dolayumsuz, bütüncül ve mutlak bilgisine erişememektedir. Kısaca gerçeklikle kurduğu ilişki bakımından ideoloji, gerçekliğe dair yanlış, eksik, abartılmış veya çarpık bilgiyi ifade etmektedir (Çam, 2008, s.27).

İdeolojiyi, sadece bir toplumda denetim ve kontrolü sağlama mücadelesiyle ilgili fikirler kümesi olarak anlamak yetersiz kalır, ideoloji; değerleri, kavramları meşrulaştırmak amacıyla toplumda söz sahibi yapıların nasıl işlediğini anımsatır ve şeylerin nasıl olduğu, dünyanın gerçekte nasıl çalıştığı ve çalışması gerektiği hakkında bireylere fikirler empoze eder. Empoze edilen bu fikirler de çoğu zaman sembollerin ve kültürel uygulamaların içine işlenmiştir (Erdoğan ve Alemdar, 2002, s. 277). İdeoloji, toplumsal hayatın her alanında ve farklı süreçlerde kendisini hissettirmektedir. Buna bağlı olarak, kitleleri örgütler, insanlara içinde hareket edebilecekleri alanları gösterir ve mücadele sahaları oluşturur (McLellan, 2005, s.44-45). İdeolojilerin bir özelliği de etkin oldukları insan gruplarında çok inatla savunulan, kan dökme pahasına da olsa vazgeçilmeyen inançlar olarak yerleşmeleridir.

Raymond Williams'ın ideoloji kavramına yaklaşımı üç temel çerçeveyi işaret eder; “belirli bir sınıf ya da gruba özgü inançlar sistemi olması”, “doğru ya da bilimsel bilgiyle çelişebilecek aldatıcı inançlar sistemi olması, yani yanlış fikirler içermesi”, “anlam ve fikir üretiminin genel süreci olması” (Fiske, 2003, s.212).

İdeolojilerin sadece egemen sınıfın görüşlerinden oluştuğu görüşüne karşı tezler de vardır. Örneğin, Van Dijk; “ideolojiler hem söylediğimiz şeyi ve onu nasıl söylediğimizi, hem de bunun tersini ifade etmektedir” (2003, s.111) derken, her türlü söylemin ve görüşün bir ideoloji barındırdığını ifade etmiş olur. Yani, egemen sınıfın görüşleri dışında kalan görüşler de ideolojiktir. İdeoloji yalnızca egemen iktidarın sahip olduğu bir şey değildir. Muhalefet de bir ideolojiye sahiptir, çünkü çıkar ideolojilerin kendilerini evrenselleştirmesinde ve ölümsüzleştirmesinde en önemli araçlardan biridir. Ayrıca, muhalifler açısından mevcut durumu katlanılabilir hale getirmenin ve bir ümit taşımanın sürdürülebilirliği buna bağlıdır.

İdeolojinin nasıl bir mekanizmayla işlediği konusunda da farklı görüşlere rastlanır. Eleştirel bir yaklaşımla Poulantzas, ideolojinin maskeleyen ve yerinden etme, parçalara bölme ve gerçek yerine hayali ilişkilerin koyulması şeklinde bir mekanizmayla işlediğini savunur (Erdoğan ve Alemdar, 1990, s.212; Hall, 1999, s.205-206). Eagleton ise ideolojinin, siyasi iktidarın çıkarları doğrultusunda, birleştirilen, eyleme yönlendirilen, meşrulaştırılan ve doğallaştırılan süreçler çerçevesinde işlediğini savunur (2005, s.75). Ayrıca, ideolojinin işleyiş sürecinde, özneler metinleri değil, metinler öznelere oluşturur (Scholle, 1999, s.278). İdeolojiler egemen grup üyelerinin pratiklerinin temeli konumunda olup, grubun ve grup iktidarının yeniden üretimi ya da diğer grupların iktidarına meydan okuma doğrultusunda işlevseldirler. Bu itibarla da geleneksel olarak “egemen ideolojiler” kavramı, egemen gruplar

tarafından kendi egemenliklerinin yeniden üretimi ya da meşrulaştırılmasında kullanılan ideolojiler manasında kullanılır (Van Dijk, 2003, s.48).

İdeolojiyle ilgili en temel tanım ve kavramlaştırma çabalarında; temel olarak “inanç ve iktidar” nesnelerinin kullanımı dikkat çekmektedir. İşleyiş aşamasında ise, düşüncelerin oluşması ve ifade edilmesinde nesnel olmayan bir yöntem, tarafsızlıktan uzak bir inanç sistemine yapılan vurgular öne çıkmaktadır.

İdeoloji konusunda, Antonio Gramsci ve Louis Althusser’e ayrı birer başlık ayırmak yerinde olacaktır.

2.2.1.1. Antonio Gramsci ve Hegemonya Kavramı

Marksist geleneğin önemli temsilcilerinden Gramsci, ideolojinin işleyişini açıklamada getirdiği hegemonya kavramıyla öne çıkan bir düşünürdür. Egemen sınıfın hükmettiği kitlelerin rızasını almasına vurgu yapan hegemonya kavramı üzerinden bakış, ideoloji konusuna daha geniş bir perspektif kazandırmıştır. Gramsci’nin düşünceleri Althusser ve Stuart Hall gibi kuramcılar da etkilemiştir. Ayrıca Marx’ın ve Lenin’in teorilerinde boş kalan halkın nasıl bilinçleneceği noktasında aydının rolünü vurgulayarak, bu anlamda öncüllerinin analizini bir adım daha ileriye taşımıştır.

Hegemonya kavramı bize egemen bir ideolojinin oluşumu sayesinde olanaklı hale gelen iktidarın (temel varoluş) alanının sivil toplum olduğunu vurgular (Sancar Üşür, 1997, s.29). Gramsci’nin ideoloji konusuna getirdiği yaklaşım da sivil toplum onayına dayalı hegemonya alanı üzerinden yürütülen iktidar ilişkisine dayanmaktadır (Sancar Üşür, 1997, s.28). Hegemonya kavramını, rızanın örgütlendiği ve bağımlı bilinç yapılarının zor kullanılmadan inşa edildiği bir süreç olarak kurgulayan Gramsci, egemen güçlerin tabi olan sınıflara karşı var olan iktidarlarını gözden kaçırarak, uyguladıkları zoru görünmez, hatta giderek gereksiz kılacak bir hegemonik yapı oluşturduklarını iddia eder. Aynı zamanda siyasal, kültürel ve toplumsal otorite olarak kavramsallaştırdığı hegemonyanın, ideoloji kullanımıyla mümkün hale gelen iktidar gücünde somutlaştığını belirtir (Sancar Üşür, 1997, s.28). Böylelikle, egemen sınıf reaksiyonlarının lehine olan, hem sivil hayat hem de devlet alanında kurumsallaştırılan gerçeklik tanımları, tabi sınıfların da yaşanan gerçekliğini oluşturur hale gelir ve bu yolla “tüm bir toplumsal bloğun ideolojik birliğini koruyan” ideoloji, bir toplumsal formasyondaki sıvayı sağlamış olur (Hall, 1999, s.222-223).

Hegemonya, ideolojiden rızanın üretilmesi bakımından ayrılır, çünkü hegemonyanın sağlanması için rıza temel zorunluluk iken, ideoloji sadece rızaya dayanmaz, zorla da dayatılabilir. Ayrıca, hegemonya ideolojiden daha geniş bir kategoridir; ideolojiyi kapsar, ama ona indirgenemez. Hegemonya bir egemen iktidarın kendi yönetimi için, hakimiyeti altındaki

insanların rızalarını kazanmada başvurduğu stratejiler alanı olarak tanımlanabilir (Çoban, 2009, s.138).

Egemen sınıfların, hem ideolojiyi olumlu bir şekilde hegemonya inşa etmek için kullanmaları, hem de tabi sınıflardan belli bir kabul görebilmeleri meşruluk ve rıza üretimi yoluyla mümkün olmaktadır (Hall, 1999, s.230). İdeolojiyi kullanan egemen güçler hegemonyasını kurduğunda, yani rızaya dayanıp hükmedebildiğinde, siyasal alanı ve toplumu kontrol altında tutmaya başlar. Bu nedenle iktidar mücadelesi bir çeşit hegemonya mücadelesine sahne olur. Bu iki boyutlu mücadele alanı; hükümet olduğu halde iktidar olamama ve resmen iktidarda bulunmadığı halde fiilen yönetimi elinde bulundurma (perde arkasından yönetme) gibi manzaralara yol açabilmektedir.

Hegemonya farklılıkların ortadan kalkması değil, kolektif iradenin farklılık aracılığıyla inşasıdır (Hall, 1998, s.83). Hiçbir hegemonya düz, çelişkisiz, istikrarlı, herhangi bir şekilde gerilim içermeyen ideolojik kazanımlar ve başarılar vaat etmez. Zaten hegemonya kavramı olarak bir toplumun genelinin hâkim sınıfın çıkarlarıyla uyum içerisinde yönetilmesini ifade etmez. Gramsci'nin ifadesiyle hegemonya, esas olarak egemen grubun çıkarlarıyla ona tabi grupların çıkarları arasındaki geçici/istikrarsız dengede (Gramsci, 1997, s.268) kurulmaktadır.

Karl Marx, her tür düşüncüyü ideolojik olarak kabul etmeyip, sadece toplumsal ve ekonomik ilişkilerin gerçek doğasını gizleyen ve bu şekilde toplumdaki sosyal ve ekonomik kaynakların eşitsiz dağılımını haklı gösteren fikirleri ideoloji kapsamına alır (McClellan, 2005, s.15) . Buna karşılık Gramsci ise, hegemonyanın sadece üretim ve ekonomik boyutlarda oluşamayacağını belirterek bu ekonomik indirgemeciliğe karşı çıkar ve konuyu çok daha geniş bir perspektifte ele alır. Bu bağlamda hegemonyayı, rızanın örgütlenmesi ve bağımlı bilinç biçimlerinin şiddet ya da zor kullanılmadan inşa edildiği süreç içerisinde tarif ederek, siyasal, kültürel ve toplumsal otorite olarak kavramsallaştırır (Barrett, 2004, s.82).

2.2.1.2. Louis Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtları

Althusser ideolojiyi, toplumsal şekillenmenin belirleyicisi, toplumu dönüştürücü ve bireyleri bu ilişkiler ağı içerisinde yönlendirici egemen fikirler ve tasarımlar ağı olarak tanımlamaktadır. İdeolojinin esasında bir temsiller, imgeler ve kavramlar sistemi olduğunu kabul eden Althusser, diğer taraftan ideolojilerin kitlelere genellikle yapılar tarzında dayatıldıklarını savunur. Althusser'e göre, ideoloji bireylerin gerçek varoluş koşullarıyla aralarındaki hayali ilişkilerin bir tasarımıdır (İlgın, 2003, s.295).

Althusser devletin güç kullanma dolayımını, “Devletin İdeolojik Aygıtları” ve “Devletin Baskı Aygıtları” olarak ikiye ayırır. Ancak, sadece ideolojiye dayanan veya sadece baskıya dayanan aygıtların olamayacağını savunur. Her ne kadar devletin baskı aygıtları

öncelikle baskı kullanımıyla işlese de, bunun yanında ideolojiyi de kullanır. Çünkü, bütünüyle baskıya dayanan aygıt yoktur. Aynı şekilde, Devletin İdeolojik Aygıtlarının da öncelikle ideolojiyle işlerken, bunun yanında çok hafifletilmiş ve gizlenmiş de olsa, baskı da kullandıklarını belirtmek gerekir (Althusser, 2003, s.170-171).

Althusser'e göre medya devletin ideolojik bir aygıtıdır. Bu aygıtlar devletin dışında özel olarak da işletilebilmektedirler. Devletin ideolojik aygıtları, ideolojiyi yeniden üretmekte, dolayısıyla bireyleri de özne olarak yeniden üretmektir. Bu bağlamda ideoloji öznenin üretilmesi anlamında işlevseldir. İdeoloji, özneleri toplumsal ilişkiler üzerinden oluşturduğu için maddi bir güç haline gelir. İdeoloji hem özneyi belirli bir konuma getirmekte, hem de devletin ideolojik aygıtlarında somut hale gelmektedir (Althusser, 2000, s.65). “Devletin İdeolojik Aygıtlarının” asıl işlevi egemen sınıfın ideolojisini diğer sınıflara taşımak ve bu ideolojiyi yeniden üretmektir. İdeolojinin egemenliği altında işlevini sürdüren kitle iletişim araçlarının etkinliği; egemen güçler tarafından dayatılan yanlış bilinçlilikle sağlanamaz, bunun yerine asıl etki mevcut durumun temsil edilmesi ve tecrübe edilmesine imkan sağlayan bilinçdışı süreçlerde sağlanabilir. Egemen sınıf devletin ideolojik aygıtlarında etkindir, çünkü devletin ideolojik aygıtlarında gerçekleşen şey aslında egemen sınıfın ideolojisinin ta kendisidir. Dolayısıyla, hiçbir sınıf devletin ideolojik aygıtları içinde ve üstünde kendi hegemonyasını uygulamadan devletin iktidarını kalıcı olarak elinde tutamaz.

İdeolojiyi sadece egemen sınıfların maniple edici görüşleriyle sınırlayan Marx'a karşın, Althusser ideoloji kavramını hem olumlu bir anlamda kullanmış hem de tabi sınıfların bilincini yansıtan görüşleri de ideoloji kapsamında kabul ederek alanı genişletmiştir. Althusser'e göre ideoloji yaşamın her alanında vardır ve tüm sistemler özü itibarıyla ideolojiktir. Bireyler ise etraflarını çevreleyen ideolojinin farkına varamaz ve kendilerini ideolojinin dışında zannederler. Bu yanılsamanın sebebi de yine ideolojinin yapısından kaynaklanır (Althusser, 2003, s.104-105).

Althusser'in ideoloji yaklaşımının temeli Gramsci'nin izinden giderek; görünür bir zora dayanmayan iktidar süreçlerinin bilgisini deşifre etmek üzerine kuruludur. Toplumsal bütünlüğün “ekonomik, politik ve ideolojik” düzeylerin birbiri karşısında görece özerk konumlarıyla sağlandığını belirten Althusser, ideolojik düzeyin ise bir bütün olarak toplumsal sistemi yeniden üretme işlevine sahip olduğunu vurgular (Sancar Üşür, 1997, s.41).

2.2.2. Söylem

Söylem öz ve nesnel olarak; dil ile gerçeklik arasındaki etkileşim sonucu dünyanın ya da dünyadaki şeylerin anlaşıldıkları biçimleriyle deneyimlenmesinin dışı vurumu olarak tanımlanabilir (Ulaş, 2002, s.1337). Söylem dil ile ideoloji arasındaki ilişkiyi anlamaya

yardımcı olurken, diğer taraftan ideoloji kuramının sorunlarından bir çıkış yolu arayan postyapısalcılık, postmarxizm, ve postmodernizm gibi akımların ana kavramı olarak ortaya çıkmaktadır (Dursun 2001, s.46). Söylem, düşünsel düzeyde yeniden üretilen gerçekliği, dil aracılığıyla toplum içerisinde dolaşıma sokmaktadır.

Anlam temsil sistemi tarafından kurulur ve göstergeler sistemi aracılığıyla iletilir. Bu çerçeveden bakıldığında, ideolojiler bir nevi temsil sistemleri olarak adlandırılabilir (Hall, 2005, s.377). Anlam özellikle içinde olduğu bağlam ve bu bağlamı niteleyen eylemler çerçevesinde şekillenir. Anlam konusunu iki boyut üzerinde ele alan Barthes'a göre "düz anlam" görünen anlamı ifade etmektedir. "Yan anlam" ise göstergenin, kullanıcıların duygularıyla ya da heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle buluştuğunda meydana gelen etkileşimi ifade eder (Fiske, 2003, s.116; Stevenson, 2008, s.76). Söylemdeki mesajın belli bir yönde kodlanmasını sağlayan, ideolojinin yarattığı etkidir (Sancar Üşür, 1997, s.110).

İktidar ilişkilerinin üretilmesi ve güçlendirilmesini, söylemlerin üretimi ve dolaşımıyla ilişkilendiren Foucault, söylemi, bilgi ve iktidar ilişkilerinin iç içe geçtiği bir yapı olarak tanımlar (Canpolat, 2003, s.106). Foucault, söylem ve iktidarın kuruluş sürecini birbirleriyle ilişkilendirirken, iktidarın bir söylem şeklinde bireylere iletiliğini ve onları öznelere dönüştürdüğünü ifade eder. Meseleyi daha geniş bir perspektiften ele alarak, iktidar etkisine sahip olmayan bir söylemden bahsedilemeyeceğini ve söylemin, bilgi üretme vasıtasıyla iktidarı yarattığını savunur (Sancar Üşür, 1997, s.106). Söylemin iktidarın bir aracı olması yanında, bir direnç noktası da olabileceğine vurgu yapan Foucault'ya göre; söylem iktidarı iletir ve üretir, ancak onu güçlendirirken bir taraftan da onu yavaş yavaş yok eder. Bu süreçte söylem iktidarı açığa çıkartır, kırılgan hale getirir ve böylece ona karşı koymaya uygun zemini hazırlar (Mills, 2003, s.128). Bu bağlamda, sadece iktidarda olanlar değil, iktidarı ele geçirmek isteyenler de bir söylemsel bütünlük kurmak zorundadır.

Sözlü, yazılı ve sözsüz (mimari yapılar vb) metinlere karşılık olarak kullanılan söylem; siyaset, kültür ve ekonomi gibi sosyal hayatın diğer yönleriyle de ilişki içerisindedir (Sözen, 1999, s.20). Bunun yanında söylem; ideoloji, bilgi, anlatım, beyan tarzı, müzakere, güç ve gücün mübadelesiyle eyleme dönüşen dil pratiklerine ilişkin süreçleri kapsar (Sözen, 1999, s.102). Zaten dil, ideolojileri yayarak bilinci dönüştürürken, aynı zamanda eylem halini alır.

Söylem, en basit ifade ile anlamın dil içinde hareket etmesi ile ortaya çıkan şey olarak tanımlanabilir. İdeoloji ise bu anlamın belli kişi ve gruplar lehine nasıl harekete geçirildiği ile ilgilenir (Sancar Üşür, 1997, s.89). Zihinler ideolojileri, ideolojiler de tutum, davranış ve söylemsel pratikleri biçimlendirebilmektedirler. Aynı şekilde, bir toplumsal grup veya sınıf tarafından paylaşılan ideoloji, bireylerin konuşmalarını ve oluşturduğu metinleri etkilemektedir. İnsanlar kendi zihinlerini oluşturmak ve değiştirmek için kişilerarası

söylemler de dahil olmak üzere çok çeşitli söylemlerden ve bunlardan üretilen enformasyondan yararlanırlar (Van Dijk, 1999, s.341-342).

Özneler bilincinde olmadıkları anlambilimsel kuralları kullanarak bilincinde oldukları toplumsal yaşamın gerçekliğini anlamaya çalışırlar ve bunu yaparken de toplumsal yaşam içerisinde kendi bakış açılarına sahip olduklarını sanabilirler. Çünkü yapısal olarak hiçbir hegemonik gücün etkisi altında kalmadan istedikleri herşeyi düşünebilecekleri yanılsamasına sahiptirler. Bakış açılarını ve düşüncelerini oluşturmakta kullandıkları kategoriler, anlamlar, kodlar ve bunların biraraya getiriliş kurallarının egemen ideoloji tarafından belirlendiğinin farkında değildirler ve sınırların dışına çıkmak isteseler bile dilin insan bilincinde yarattığı bağlayıcı olumsuz etki yüzünden özgürce düşünemezler (Çoban, 2003, s.254).

2.2.3. Kitle İletişim Araçlarına Yansıyan İdeoloji ve Söylem Etkisi

Günümüzde mevcut kitle iletişim araçları nasıl bir etki yapmaktaysa, 18. Yüzyılda kitap ve 19. Yüzyılda da gazetenin toplum üzerindeki etkileri o derece sarsıcı olmuştur. İdeoloji olarak adlandırdığımız yapı; işte bu toplumsal iletişim şartları altında çalışan, geniş kapsamlı iletişim ağları içinde şekillenen simgeleştirme kümesidir (Mardin, 1999, s.122).

Söylemin üretilip, dağıtılma (yayılma) alanı olan kitle iletişim sistemi, bu yönüyle ideoloji sistematığının işleyişinde önemli bir yer tutmaktadır. Gramsci hegemonyanın kurulabilmesi için ana etken olarak üst yapıları işaret eder. Amaca ulaşmada kilit işleve sahip üst yapıların en önemlisi ise medyadır (Hall, 1999, s.222-223). Bu durumda, tabi sınıflara yönelik rızanın üretilip, bu yolla egemen sınıfların ideolojik hegemonyasının tesis edilip sürdürülebilmesinde, kitle iletişim araçlarını en temel hegemonya aracı olarak kabul etmek gerekir. Eleştirel medya yaklaşımları da medyayı ideolojik bir aygıt ve hegemonyanın tesisinde toplumsal rızayı sağlayıcı güçlü bir araç olarak konumlandırır. Günümüzde bu işleyişin başat alanı sosyal medyadır.

Medya, toplum genelinde baskın konumdaki kültürün yeniden üretilerek, toplum geneline tekrardan yayılmasına katkıda bulunmaktadır. Aslında bu süreçte toplumu yönlendirme gücünü kullanarak, egemen ideolojiyi yeniden anlamlandırır ve toplumsal bilince etki eder. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayılan iletilerin içeriğinde toplumsal karakterler tanımlanırken; hatalı olanların cezalandırıldığı, kabul görmediği, dışlandığı, takdir edilenlerin ise onurlandırıldığı, hayranlık uyandırdığı bir ortam görüntüsü empoze edilir. Yani genele ve egemen ideolojiye uyum yönünde örtülü bir baskı kurulur.

Esnek ve biçimlendirilebilir bir yapıya sahip olan bilinç, ana akım medya tarafından yayılan ideolojik temaların yönlendirmesi altındadır. Bu mekanizmanın işleyişi tüm yönleriyle net olarak ortaya konulamamıştır. Ancak, balıkların sürekli içerisinde yüzdükleri

suju sorgulamamaları metaforu kullanılabilir. Yani, izlerkitleyi oluşturan bireyler, gündelik hayatlarını çevreleyen diğer nesneler gibi yaşadıkları ortamı ve düşüncelerini şekillendirme gücüne sahip olan kitle iletişim araçlarını sorgulamazlar (Lull, 2001, s.38).

Kitle iletişim araçları bir konu veya olayı ele alırken, kendi bakış açısına ve fikirsel sistemine uygun hale getirerek sunma eğilimdedir. Çünkü medya kuruluşları başta ekonomik çıkarları olmak üzere, çeşitli çıkarlarını gözetme güdüsüyle hareket eder. Ekonomik çıkarların güdümündeki kitle iletişim sistemi, haberleri şekillendirirken egemen güçlerin yönlendirmesinden kendini kurtaramaz ve bunu yayın politikalarına yansıtır. Basında ideoloji oluşumunu belirleyen etkenler; “medyanın mülkiyet yapısı, siyasal iktidarın medya üzerindeki denetimi, editöryal tutumlar ve okur-izleyici baskısı” olarak sayılabilir.

Kitle iletişim araçları; haber ve bilgi sağlama, toplumsallaştırma, motivasyon, tartışma ve diyalog, kültürel dönüştürme, tek tipleştirme ve eğlendirme işlevlerini etkili şekilde yerine getirebilmektedir. Böylesi işlevsel bir araçlar sisteminin, egemen sınıflar özellikle de devlet tarafından kontrol altında tutulması ve kullanılmak istenmesi kaçınılmaz bir sonuçtur.

Egemen sınıfın ideolojik yapıyı organize ederken kullandığı teorik ve ideolojik araçların en önemlisi olarak kitle iletişim sistemini işaret eden Gramsci, kitle iletişim araçlarını kontrol eden grupların mutlaka bir ideolojiyle ilişkili olduklarını savunur. Bu ideolojik bağlantı içerisinde, kitle iletişim sistemi aracılığıyla kamuoyunun doğrudan ya da dolaylı olarak yönlendirilebildiğini belirtir (Özbek, 2003, s.153). Egemen ideolojinin meşruluğunun sağlanmasında ve onlara ait ideolojilere toplumun rıza göstererek bağlı kalmasında kitle iletişim sistemi en hayati konumda bulunmaktadır. Sosyal medya ortamı ise ademi merkezi yapısı, geleneksel medyanın yapısal olarak maruz kaldığı baskılardan uzak olması, bireylere özgürce bilgi üretme, yayma imkanı sunan etkileşimli yapısıyla; toplumsal hayatta süregelen egemen sınıfların ideolojik hegemonya çarkının kırılabilmesi umutlarını yeşertmektedir.

Gramsci’nin ideolojik hegemonya kuramı perspektifinde ele alındığında, kitle iletişim araçları; egemen sınıfların, kendi ideolojilerini, bakış açılarını, kültürlerini yayarak, var olan zenginliklerini, güçlerini, konumlarını sürdürme ve daha da pekiştirme amacıyla kullandıkları araçlardır. Belirtilen bu hegemonyanın kurulması ve sürdürülmesi sürecinde kitle iletişim araçları gerekli öğeleri bireylerin bilincine asla geri çeviremeyecekleri bir biçimde yerleştirir ve sorgulamalarına fırsat vermez. Çünkü kastedilen öğeler, oluşturulan toplumsal kültürde oldukça derin bir paylaşım alanına sahiptir (Lull, 2001, s.52). Böyle olunca da kitle iletişim sisteminin yapısal özelliklerinin denetim altına alınması, ideolojik bir bütün oluşturmayı amaçlayan egemen güçler için yaşamsal bir hedef haline gelir.

Egemen sınıflar kitle iletişim araçları üzerindeki kontrolleri sayesinde ideolojilerini kamusal alanda sürdürülebilir ve çekici bir konumda tutabilirken, kendilerine yakın gelen

fikirleri, tonlamaları ve içeriği dolayısıyla söylemi ellerinde tuttukları medya vasıtasıyla toplumsal gruplardan çok daha kolay üretme ve yeniden üretme gücüne sahiptir (Lull, 2001, s.53). Kitle iletişim sistemi bu işlevselliği ile kitle kültürünün hakim kılınması, iktidar sistematığının yönetenler lehine pekiştirilmesi, kitlelerin yönlendirilmesi, egemen söylemlerin hakim kılınması süreçlerinde aktif olarak kullanılabilir. Kitle iletişim araçları, mesajların kodlanması sürecinde bir gerçeklik hissi uyandırmakta ve sahip olduğu bu güce dayanarak da gerçekliği yeniden üreterek yapılandırmaktadır. Ayrıca, kitle iletişim araçları bu yeniden üretimi gerçekleştirirken de işleyen sistematığı haklılaştıran bir dizi ortak duyuşal değerler ve mekanizmalar üreterek, hegemonyacı bir işlev görürler. Egemen sınıfın çıkarlarına hizmet eden yorumların yeniden üretilmesi fonksiyonunu yerine getiren kitle iletişim araçları, aynı zamanda rızanın kazanıldığı ideolojik mücadele alanlarıdır. Kitle iletişim araçları kamunun sesi olduğu iddiası ve kamusal savlar kullanmasıyla bir konsensüsü dayatır, oluşturduğu yanılsama ile haklılaştırma eğilimini gizler.

“İdeoloji, hegemonya veya söylem” hangi kavram üzerinden gidilirse gidilsin kitle iletişim araçları, egemen güçlerin çıkarlarının pekiştirilmesi sürecinde; kitlelerin yönlendirilmesi ve bilinçlerin şekillendirilmesinde etkin biçimde kullanılmaktadır. Bu etkinlik her ne kadar doğal bir oluş gibi göründe de aslında, ideolojinin kitle iletişim araçları üzerindeki işleyişinde sembolik inşa stratejilerinin önemli bir yeri vardır. Dolayısıyla kitle iletişim araçları, meşrulaştırma, gizleme, birleştirme, parçalara ayırma, doğallaştırma gibi özellikleri vasıtasıyla bu süreci biçimlendirmektedir (Orhon, 2004, s.38).

Toplumsal pratiklerin çoğunluğu ideolojiler tarafından telkin edilir ve egemen ideolojiler söylemler kanalıyla dolaşıma girer, işte bu işleyiş tarzı kitle iletişim araçlarının, söylem ve ideoloji düzlemindeki konumunu belirler. Kitle iletişim araçlarıyla yayılan iletiler, medya teknikleri ile görsel bir şölen haline getirilerek, kültür endüstrisinin manipüle edilmiş birer uzantılarıdır. Medya tarafından yayılan ideoloji bireyin eleştireliliğini yok ederek, var olan durumu yeniden üretir ve bireyi bu statükonun içine hapseder.

Sholle medyanın ideolojik işlevlerini; çökeltme, şeyselleşme, uyarılma, yatıştırma, meşrulaştırma, depolitizasyon, fosilleştirme ve ters yönde tartışma olarak kategorize eder (Sholle, 1999, s.291). Bu ideolojik işleyişi daha basite indirgeyip gözlediğimizde, birbirine zıt iki farklı izlenim fark edilir. Bu durum ise şöyle bir manipülasyonu barındırır; ideoloji yanlısı görüşler inşa edilen temsiller olarak sunulurken, karşıt görüşler ise aşırılık veya sapkınlık olarak sunulur (İnceoğlu, 2006).

Kitle iletişimi araçlarının toplumsal gerçekliği yeniden ürettiği veya inşa ettiği varsayımı; temelde medyanın belli konu veya olayları, kullandığı dil ve haber kalıplarıyla yorumlayarak, toplumun ilgi ve dikkatinin yöneldiği konu ve meselelerle ilgili önceliklerini

belirlediği görüşüne dayanır (McLeod ve diğ., 2003, s.144). Kitle iletişim sistemi; anlamların sürekli üretilip iletişime sokulduğu, bunun yanında çeşitli sosyal grupların, kurumsal yapıların, ekonomik ve siyasi güç merkezlerinin ve ideolojilerin, özellikle toplumsal yapıların farklı süreçleri üzerinde mücadele ettikleri önemli bir sembolik arena konumundadır.

İktidar toplumsal yapıdaki parçalanmışlığın ve çatışmaların üzerini örtmek için toplumsal bilinçte, oybirliği halinde mevcut bir kamuoyunun varlığını empoze etmek, böylece onu kuran ve olanaklı kılan bir siyaseti meşrulaştırmak ve derinleştirmek için uğraşır. Medya bu tip bir bilincin kurgulanması sürecinde en etkili araçtır, toplumsal imgelem bu düşünce bağlamında tek tipleşmiş bir ideolojiyi içselleştirmek için ikna edilir (Çoban, 2009, s.146).

Stuart ve Elizabeth Ewen'in, "Channels of Desire" (1992) adlı çalışmalarında mağara alegorisine referans verilip, medyanın geniş bir evrenin resmini çekerek, bu resmi yorumlamak için güçlü bir merceğe işlevi gördüğü vurgulanmaktadır. Onlara göre medyanın yeniden ürettiği belirli imgeler, medyada o denli çok tekrarlanmaktadır ki, sonunda imge, gerçeğin yerine geçmektedir. Dolayısıyla burada medyanın ürettiği kurgunun, olgu haline dönüşmesi söz konusudur. İmge üzerinde otorite sağlayan medya sahte bir gerçeklik evreni yaratarak insanlara aslında gerçek yerine gerçeğin gölgelerini sunmaktadır (Çam, 2008, s.56).

Kitle iletişimi, söylemin içeriğini öne çıkararak amaçlı ve normatif boyutlarını bastırdığı için çarpıktır. Kendi çıkarlarını dilsel kısıtlamalar nedeniyle dile getirmeye gücü olmayan gruplar medya içeriğini verili haliyle benimseme eğilimindedirler (Sholle, 1999, s.281).

İdeolojiler hem hakkında konuştuğumuz ve yazdığımız şeyleri hem de bunu nasıl yaptığımızı denetlerler. Bu bağlamda gazetecilerin medya ideolojileri, onların yazma ya da haberleri ve arka plan hikayelerini düzeltme biçimlerini etkileyecektir (Van Dijk, 2003, s.41).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA

Teknolojideki hızlı gelişmeler her türlü bilginin akışını hızlandırmakla kalmayıp, zaman ve mekân kavramını ortadan kaldırdığından, farklı uygulamalara da olanak sağlamıştır. Bilgisayar ve internet alanlarındaki gelişmeleri kullanarak oluşturulan yeni dijital iletişim ortamları; yüksek miktarda enformasyon akışına ve bu enformasyonu kullanan hedef kitlelerin geri dönüşümde bulunabilmesine olanak sağlamıştır. İnternetin etkileşime dayalı ortamında gelişen sosyal medya bu yönü ile çok katmanlı iletişim olanağını mümkün kılmıştır.

Yerel, ulusal ve uluslararası erişim olanaklarını sağlayan, bu anlamda zaman ve mekan ile sınırlı olmayan internet, küresel bir iletişim biçimidir. Bu özellikleri interneti, yalnızca mesaj üreten, toplayan ve dağıtan bir teknoloji olmaktan çıkarmakta, birey-birey, birey-grup, grup-grup etkileşimlerine olanak tanıyan bir toplumsal iletişim ortamı haline sokmaktadır (Timisi, 2003, s.124). İnternet bu anlamda gazete, radyo, sinema ve televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarını tamamıyla içinde barındıran yeni bir kitle iletişim aracı olarak görünmektedir. Geleneksel kitle iletişim sisteminde iletişime katılan kişi sadece alıcı konumunda bulunup, iletişim sürecine müdahalesi sınırlıyken, internet üzerinden etkileşimde bulunan kişinin ise iletişim sürecindeki egemenliği daha belirgin biçimde gerçekleşmektedir (Timisi, 2003, s.132). Bu sayede internet; küçük ama bağımsız ve alternatif medyanın gelişmesi yolunda uygun alanlar oluşturmuştur (Binark, 2007, s.22).

Yeni medyanın geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) farkları açısından ele alınması daha iyi anlaşılabilmesine katkı sağlayacaktır. Yeni medyanın ayırt edici temel özellikleri etkileşimli ve multimedya biçimine sahip olmasıdır. Dijital altyapı üzerine kurulu olduğundan, çok fazla miktarda enformasyonu aynı anda aktarabilme ve kullanıcının geri dönüşümde bulunabilmesi olanağına sahiptir. Bu etkileşimsellik özelliği, geleneksel medyaya göre kullanıcının iletişim sürecindeki rolünü ve fonksiyonlarını da farklı şekillerde etkilemektedir. Yeni medyanın sahip olduğu multimedya biçimselliği; göstergelerin, simge sistemlerinin, farklı iletişim ve veri türlerinin tek araçta toplanmasıdır (Binark, 2007, s.21). Etkileşim özelliğine göre iletişim ortamlarını inceleyen araştırmacılar; interneti, geleneksel iletişim araçlarıyla karşılaştırıldığında, yüz yüze iletişim biçiminin zenginliğine en yakın aday olarak değerlendirmektedirler (Timisi, 2003, s.135).

İnternet, adı bilinen bilinmeyen herkesle bağlantıyı mümkün kılarak toplumsal hiyerarşilere son verecek, ortak bir aklın gelişimini arttıracak ya da o güne dek bireyleri edilgenliğe boğmuş televizyonla simgeleştirilen kitle kültüründen kurtarabilecek bir işleyiş

sunmaktadır. İşte bu internet; evrenselliğiyle, esnekliğiyle, aktarım biçimleriyle, kolay ulaşılabilir ve kullanılabilir olmasıyla, adeta geleceğin tek medyası gibi gösterilmektedir (Maigret, 2013, s.328-329). Sosyal medyanın hızlı yükselişinin temelinde; kültürel sermayenin artması, ayrıcalıklı ve görünür olma arzusu, itibar ve şöhret arayışı gibi çağdaş toplumlardaki bireyselleşme dinamikleri yer almaktadır. İnternetin sunduğu teknolojik imkanlarla daha demokratik, şeffaf, kapsayıcı ve katılımcı bir iletişimin mümkün hale gelmesi; insan ilişkilerini, günlük hayatı, toplumu, kültürü, siyaseti ve ekonomiyi derinden etkilemekte ve değiştirmektedir.

Etkileşim ögesinin, internet teknolojisine entegre edilmesi sonucu ortaya çıkan Web 2.0'ın (Kırık, 2013, s.71) ilk defa 2004 yılında kullanılmaya başlamasıyla birlikte; artık internet ortamı sosyal bir nitelik kazanmış, kişilerin sosyalleşmelerinde çok farklı ve yeni alanlar açarak günlük hayatın vazgeçilemez bir parçası haline gelmiş ve sosyal medya olarak adlandırılmıştır.

Yeni iletişim ağıları mobil teknolojilerle, özellikle de cep telefonlarının olanakları ile birleşince grup oluşturma platformu olarak büyük bir işlevi gerçekleştirmektedir. Buna bağlı olarak da yeni grup türlerinde patlama yaşanmaktadır. Bu teknolojiler kamusal ifadenin eski engellerini kaldırmakta, hatta geleneksel kitle medyasının otoritesini sarsmaktadır. Medya profesyonellerine ait olan birçok alan artık amatörler ve kitlelere açılmıştır (Çakır, 2013, s.28-29).

Sosyal medyanın toplumsal hayata soktuğu yeni oluşumlardan biri de sanal cemaatlerdir. Çevrimiçinde kurulan gruplar kendilerine has kural ve ritüellere sahip olup, gerçek hayattaki topluluklardan farklı olarak genellikle üyeleri değişkendir, ayrıca grubun amacı netleştikçe üyelik bağları da güçlenir. İnternet üzerindeki topluluk üyelerinin çoğunlukla simgesel göstergeler üzerinden iletişimlerini pekiştirdikleri gözlenmektedir. Çevrimiçindeki örgütlenmeler, çevrim dışı örgütlenmelerden bağımsız düşünülemez ve bu kaynaktan beslendikleri açıktır. Sanal cemaatler, şehir hayatında insanların yeterince yaşayamadıkları toplumsallık ve kolektiflik ihtiyacına cevap veren, sosyal medyanın yarattığı yenilikçi bir çözüm olarak değerlendirilebilir.

Sosyal medya, kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkanı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir (Kuşay, 2010, s.67). Sosyal medyanın sunduğu etkileşim ortamı beraberinde; enformasyonun üretildiği, işlendiği ve değiş-tokuş yapıldığı bir ağ toplumunu da doğurmaktadır. Bu alanda var olan sanal topluluklar ve sanal cemaatler, üyelerinin uzmanlık alanlarını kombine ederek ortak bir akıl oluşturmakta, bu alanlarda oluşan tartışma ortamları

katılımcı demokrasiye katkı sağlarken, kamuoyunu yönlendirmede, kamuoyu oluşumunda ve politikada etkili bir güç haline gelmektedir.

3.1. Sosyal Medyanın Doğuşu, Gelişimi ve Yapısı

3.1.1. Teknolojik Gelişmeler ve Sosyal Medyanın Doğuşu

ABD’de 1969 yılında savunma amaçlı olarak başlatılan ‘ARPANET’ isimli ağ sistemi projesiyle ortaya çıkan internet, daha sonraları bilimsel ve akademik kullanıma açılmıştır. 1991 yılında ise ‘www’nin ortaya çıkmasıyla boyut değiştirerek bugünkü anladığımız manada internet kavramına dönüşmüştür. İnternet üretilen bilgiyi saklama, paylaşma ve bu bilgilere çok noktadan ulaşmaya yarayan, birden fazla bilgisayarın birbirine bağlı olduğu, sürekli büyüyen bir iletişim ağı şeklinde tanımlanmaktadır.

Sosyal medyanın doğuşunu ise 1979 yılında kurulan ‘Usenet’ ile ilişkilendirmek mümkündür. Usenet, dünya genelindeki internet kullanıcılarına mesaj gönderme imkânı sunarak, çoklu kullanıcıyı aynı ağ içerisinde bir araya getiren, kullanıcı temelli içerik oluşturmaya imkan veren bir tartışma platformudur. Ancak, bugün anladığımız biçimdeki sosyal medya yapısı ise 1989 yılında Bruce ve Susan Abelson tarafından kurulan ve çevrimiçi günlük yazan kişileri bir toplulukta toplayan ‘Open Diary Web’ sitesi ile kurulmuştur. Bu aşamadan sonra teknolojik imkanların da yardımıyla hız kazanan sosyal medya oluşumu, MySpace (2003) ve Facebook (2004) gibi yeni sosyal ağ siteleri ile birlikte bir patlama gerçekleştirmiştir.

Tim O’Reilly’e göre, Web 2.0 kavramı bir teknolojik dönüşümü anlatmaktan çok internet kullanımının evrimini ifade etmek için kullanılır (Eldeniz, 2010, s.18). Bu kavram, kendisinden önceki tek boyutlu yapıdan çok boyutlu yapıya geçişi sembolize eden, herkesin içerik üretip paylaşmasına imkan sunarak dinamik kullanıcıların ve genele yayılı sosyal etkileşimin yolunu açan teknolojik gelişmeleri ifade eder. Bu sayede internet sadece bilginin arandığı ve tüketildiği bir ortam olmaktan çıkarak üretildiği bir kaynak haline de gelmiştir (Eldeniz, 2010, s.21). Web 2.0 sayesinde ortaya çıkan sosyal medya, yeni özne, katılım ve etkileşim, topluluk, açıklık ve kısıtsızlık, yalınlık, sohbet/konuşma, kimlik inşası, bağlanım, erişebilirlik ve dinamiklik gibi kavramlarla ilintili olan çevrimiçi medyanın yeni çeşidi olarak bilinmektedir (Tosun ve Levi, 2010, s.96).

3.1.2. Sosyal Medyanın Yapısı ve Sınıflandırılması

Sosyal medyayı farklı açılardan ele alarak türlü gruplamalara tabi tutmak mümkündür. Kullanım amaçları açısından kabaca ele alırsak; sosyal paylaşım siteleri (MySpace, Facebook, Twitter, vb.), fotoğraf paylaşım siteleri (Flicker, PhotoBucket, vb.), video paylaşım siteleri

(YouTube vb.), profesyonel ağ siteleri (LinkedIn, Ning, vb.), bloglar (Blogger.com, Wordpress, vb.), Wikiler (Wetpaint, PBWiki, vb.), içerik etiketleme siteleri (Merlot, SLoog, vb.) biçiminde bir grupta yapılabilir.

Sosyal medya araçları, yazıyı, sesi, görüntüyü, kısaca geleneksel iletişim araçlarının sahip olduğu bütün araçları bünyesinde toplayarak, yeni bir mecra oluşturmuştur. Bu yeni dönemde web üzerinde oluşturulan yapılar, amaçsal ve araçsal olarak “blog, forum, sosyal ağ vb.” çok çeşitli türlerde karşımıza çıksa da, özünde paylaşım ve etkileşim olan uygulamaları doğurmuştur (Aydoğan 2010, s.21). Sosyal medyayı topluluk oluşturmak, sosyal etkileşim yaratmak ve işbirliği gerektiren ortak projeler üretmek için alanlar ve fırsatlar yaratan web siteleri olarak tanımlamak da mümkündür. Sosyal medya ayrıca, bireylerin ve toplulukların yüksek düzeyli etkileşimli platformlar üzerinden paylaşım, tekrar yaratma, tartışma, kullanıcılar tarafından içeriği değiştirebilme gibi eylemlerde bulundukları web temelli teknolojiler ve mobil ortamlar olarak da tanımlanmaktadır (Köseoğlu, 2012, s.60).

3.1.2.1 Sosyal Paylaşım Siteleri (Sosyal Ağlar)

Sosyal paylaşım siteleri insanların sosyal açıdan birbirleriyle bağlantı kurduğu yeni bir uygulama platformu olarak ortaya çıkmıştır. Bu siteler özellikle, ortak ilgiler, aktivitelere katılım, arkadaşlık, akrabalık gibi belirli bir ortak payda oluşturan ilgi ve bağlar üzerinden gelişen ilişkilere dayanmaktadır. Günümüzde en çok tercih edilen sosyal ağlar arasında Facebook, MySpace, Twitter gibi paylaşım siteleri yer almaktadır. Sosyal paylaşım ağları, bireylerin kendilerini ifade edebilecekleri ortamlar sunarak, insanların bir topluluğa ait olma ihtiyaçlarına hitap etmektedir. Günümüzde insanların önemli bir bölümü sosyal paylaşım sitelerini yüz yüze iletişimden daha fazla tercih eder hale gelmiştir. Ayrıca, sosyal paylaşım sitelerinin bu denli yaygınlaşması kişisel bilgi ve düşüncelerin yanı sıra, haberlerin paylaşım miktarını ve hızını da arttırmıştır.

1997 yılında kurulan Sixdegrees.com, modern anlamda ilk sosyal ağ sitesi olarak kabul edilmektedir. Kullanıcılarına profil oluşturma, arkadaşlarını listeleme ve arkadaş listelerinde dolaşma imkanı sunan Sixdegrees.com, hızlı büyüme sürecini iyi yönetmemiş ve 2000 yılında kapanmıştır.

Katılımcı kültürün günümüzdeki en belirgin biçimi olan sosyal ağ sitelerine (Tosun ve Levi, 2010, s.100) ‘profil’ oluşturularak üye olunabilir ve kişilerin bu profiller üzerinden karşılıklı yorumlarda bulunmalarıyla da etkileşimli sanal ortamlar meydana gelmiş olur. Sosyal ağlar günlük hayatta çok fonksiyonel hale gelmiştir; kimlik temsili, profil oluşturmak, gözetlemek, gözetlenmek, cemaatleşmek, örgütlenmek, sanal ortamda eylem yapmak, sanal ortamdaki bir eylemi gerçek hayata taşımak, siyasi propaganda yapmak, pazarlama

faaliyetleri geliştirmek, reklam yapmak, içerik oluşturmak, içerik yayınlamak, iletişim kurmak ilk etapta sayılabilen fonksiyonlarındanır. Buradan da anlaşılabileceği gibi, sosyal ağlar bireyin günlük yaşantısı ile birlikte toplumsal, kültürel yaşantısını, siyasi ve ekonomik faaliyetlerini derinden etkilemektedir.

Sosyal paylaşım sitelerinin temel araçlarından olan video ve fotoğraflar, görsel yapılarıyla geçmişteki metin tabanlı web'e göre, hem daha geniş kesimlerin ilgisini çekebilmekte, hem de çok daha fazla gerçeklik duygusu uyandırabilmektedir. Bu durum ise algı ve tutum değiştirmede daha etkili olduğundan, sosyal medyanın "algı yönetimi, kara propaganda kampanyaları, toplumsal dışlama kampanyaları vb." gibi faaliyetlerde kullanılabilirliğini arttırmaktadır.

Sosyal paylaşım siteleri denildiğinde ilk akla gelen ve bu türün en önemli örneklerinden biri olan site, şüphesiz ki video paylaşımına dayalı olan ve 2005 yılında kurulan Youtube'tur. Dünya çapında sosyal medyanın iki önemli bileşeni olan facebook ve twitter araştırma konusuyla ilgisi ve poplerlikleri nedeniyle ayrıca ele alınacaktır.

Tablo 3.1 Sosyal Ağ Sitelerinin Aylık Yaklaşık Ziyaretçi Sayısı: Nisan 2015.

sıra	Sosyal ağ	Aylık yaklaşık ziyaretçi sayısı
1	Facebook	900,000,000
2	Twitter	310,000,000
3	LinkedIn	255,000,000
4	Pinterest	250,000,000
5	Google Plus +	120,000,000
6	Tumblr	110,000,000
7	Instagram	100,000,000
8	VK	80,000,000
9	Flickr	65,000,000
10	Vine	42,000,000

Kaynak: <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>

3.1.2.1.1 Facebook

2004 yılında ‘The Facebook’ adıyla Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulan ve ilk etapta sadece üniversite öğrencilerini üye olarak kabul eden site, 2004 yılı Aralık ayında 1 milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Eylül 2006’da ise Facebook, tüm internet kullanıcılarını üyeliğe kabul etmeye başlamıştır. Bugün Facebook dünyanın en yaygın toplumsal paylaşım ağı haline gelmiş ve kullanımı tüm dünyada hızla yaygınlaşmıştır (Binark ve diğ., 2009, s.38-39).

Kullanıcılarının sürekli görünür olmasını hedefleyerek, onların toplumsal sermayelerini sisteme aktarmaları yönünde çağrılarda bulunan (Çakır, 2013, s.59) facebook; kullanıcı ihtiyaç ve taleplerine göre sürekli kendini yenileyebilen dinamik yapısı, günlük hayatta ihtiyaç duyulan bir çok şeyi sanal ortama adapte edebilme becerisiyle, sürekli büyümeyi ve insanların hayatında bir tutkuya dönüşmeyi başarabilmiştir. Facebook, bireylerin görünür olma, takdir edilme gibi temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılarken bunun yanında, sanal topluluk ve cemaatler yoluyla siyasi, ekonomik ve kültürel boyutlarda da etkileşimi sağlayabilmektedir. Yerel veya küresel bazdaki herhangi bir olayla ilgili olarak bilgi akışını ve etkileşimi hızlandırabilen Facebook ortamı; bir olay etrafında sanal grupların oluşmasına, tartışmaların yürütülmesine ve fikirlerin etkileşimine, dolayısıyla da kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, eğlence boyutunu da unutmamak gerekir.

3.1.2.1.2 Twitter

Twitter, ‘140’ karakterden oluşan tweet adı verilen internet kısa mesajlarının gönderildiği ve başkalarının mesajlarının okunabildiği bir mikro blog servsidir. Genel olarak bloglar, teknik bilgi gerektirmeden, kendi istedikleri konulardaki metinleri, istedikleri biçimde yazan insanların oluşturdukları, günlük tarzında bir yapıya sahip web siteleridir.

Düzenli olarak güncellenen fikir yazıları ve sohbetlerden oluşan bloglar, bir konu etrafında sanal topluluk oluşumu, fikirlerin yayılımı, geri bildirimde bulunma gibi özellikleri ile internet ortamındaki sıradan kullanıcıların üreticiye dönüşmesinin dönüm noktalarındandır. Yani, herhangi bir konudaki kişisel görüşlerin kamusal alana taşınmasının ve burada karşılıklı etkileşime girmesinin bir aracı olabilmektedir. Ayrıca, akademisyenlerin ve çeşitli alanlarda toplumun önde gelen bireylerinin fikirlerini açıklayabildiği ve geniş bir kitlenin bu fikirleri takip edip geri bildirimde bulunmasına imkan sunması yönünden; kanaat önderlerinin fikirlerini yaydığı bir kamusal alana dönüşebileceği veya bu yönde bir işlevsellik potansiyeline sahip olduğu söylenebilir.

En temel özelliği anlık ve kısa içerikler vasıtasıyla başkalarıyla içerik paylaşılması olan mikro blog servislerinin en popülerleri Twitter’dır. Twitter gerçek hayatta bir olay meydana

gelirken, o olayın içinden çıkmadan aynı anda sanal hayatın içinde de olmayı var etmenin mecrası olmaktadır (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012, s.18). Kısa içeriğe dayanan blogların, cep telefonları gibi mobil araçlar ile her an her yerde güncellenebilmeleri, içeriğin dünya çapında hızlı bir şekilde yayılmasına olanak sağlamaktadır.

Twitter’da, profiller bir ağ üzerinden birbirlerine bağlanmakta ve kullanıcılar kimin güncellemelerini almak istiyorlarsa onların ‘takipçisi’ olarak bağlantı kurabilmekte ve tweetlerini görebilmektedirler. Fakat takipçisi olunan kullanıcı karşılık vermek durumunda değildir. Kullanıcıların Twitter sayfalarındaki tüm gönderileri bloglarda olduğu gibi ters kronolojik sırayla (günlük tarzında) görüntülenmektedir.

3.1.2.1.3 Twitter Dünyasının Terminolojisi ve Olguları

Dijital dünya için kullanılan “sanal alem” ifadesi oldukça yerindedir, çünkü bu alan kendi terminolojisini, alışkanlıklarını, davranış kalıplarını, ritüellerini ortaya çıkartan ve kullanıcılara etkin bir biçimde benimsetebilen bir yapıya sahiptir. Twitter da günlük hayatımıza bir takım terimler ve olgular yerleştirmiştir.

Tweet; paylaşılan mesajlara verilen isimdir ve 140 karakter ile sınırlandırılmıştır. Bu sınırlama sayesinde detaylara girilemeyen, sadece can alıcı kısa ve net içeriklerden oluşan bir iletişim çarkı oluşur. Başka bir kişinin tweetini, kişinin kendi hesabından paylaşması işlemine ‘retweet’ denilmektedir. Bu şekilde beğenilen tweetlerin kartopu etkisiyle yayılmasının da önü açılmaktadır.

Paylaşılan bir tweette kullanıcının bir başka kullanıcıdan bahsetmesine “mention” denir. Mention yapılan hesap, tweet içeriğinde “@kullanıcıadı” şeklinde yer alır ve artık tweet bu kullanıcının profilinde görünür. Reply; “@kullanıcıadı” şeklinde başlayan ve başka bir kullanıcının tweetine cevap vermek amacıyla, cevap verilen kullanıcının adı eklenerek gönderilen tweet türüdür. Mention’dan farkı, ilgili twitter kullanıcısına karşılık verilmesidir.

Standart herkese açık mesajların yanında, twitter ortamında kullanıcılar arası özel mesajlaşma imkanı da mevcuttur. “Direkt mesaj” denilen bu yöntemde, alıcının göndericiyi takip (follow) ediyor olması şartı vardır. Karşılıklı mesajlaşma için de her iki kullanıcının karşılıklı olarak birbirini takip ediyor olması gereklidir.

Etiket (hashtag); belirli bir konudan veya konu başlığından bahseden bir tweeti ilgili konuya etiketlemek anlamına gelmektedir. Burada bir konu üzerinden anlık bir grup oluşmakta ve takibi kolaylaştırmaktadır. Gönderilen tweetleri bir başlık altında toplamak için kullanılan hashtag, kullanıcıların ilgilendikleri belli bazı konularda hızlı ve organize şekilde enformasyon yayması ve mesajın doğru kitleye ulaşması fonksiyonuna sahiptir. Oluşturulan

etiketler tweet içeriğinde “#” işareti ile görünmekte olup, bu uygulama özellikle organize eylem ve kampanyalarda sıkça kullanılmaktadır.

Bir kullanıcının başka bir hesabı takibe alması işlemine “follow” denir. Bu işleyle takip edilen hesap kullanıcısı açısından ise kendisini takip eden kullanıcı “follower” (takipçi) olarak adlandırılır. Twitter ortamında yüksek sayıda takipçisi bulunan, popüler olan hesaplara “fenomen” denilmektedir. Gerçek hayatta da ünlü kişiler olabildiği gibi gerçek hayatta tanınmayan kişiler de fenomen durumuna gelebilmektedir. Gündem değiştirme ya da bir haberi, gelişmeyi hızlı bir şekilde yayma konusunda oldukça önemli bir işleve sahip olan fenomen hesaplar; kamuoyu oluşumunda aktif rol alarak, bir çeşit kanaat önderi fonksiyonu kazanabilmektedirler.

Trend topic; twitterda anlık olarak en çok konuşulanlar listesi şeklinde tanımlanabilir. Twitter bu yönde hem dünya çapında hem de ülkeler bazında; en çok kullanılan kelimeleri, cümleleri ve etiketleri sürekli ölçerek, listelemektedir. Kullanıcılar bu listelerden o anda kendi ülkelerinde ve dünyada en çok hangi konuların konuşulduğunu görebilmektedirler.

Fake (sahte) hesap; sosyal paylaşım sitelerinde kullanıcıların farklı amaçlarla açtıkları gerçek olmayan kullanıcı profillerine verilen isimdir. Fake profil, bir kişinin olmadığı bir kişi tavrına bürünmesi, onun gibi davranıp onun ismini vermesidir ve dolandırıcılıktır (Ünaldı, 2015). Twitter ortamında sıkça rastlanan fake hesaplarda özellikle kişisel bilgiler ya çok azdır ya da hayali ve tutarsız yapıdadır. Bu tür hesaplarda kullanılan profil fotoğrafları da aynı şekilde ya yoktur ya da gerçek dışı imaj, nesne, çizim, ünlülere ait fotoğraflar ve benzerlerinden oluşur. Temelde çeşitli duyguların tatmini için basit aldatma amacıyla kullanılan bu hesaplar, “toplum mühendisliği ve kamuoyunu yönlendirme vb.” açısından ele alındığında ise; algı operasyonları ve kara propaganda çalışmalarında organize biçimde kullanıldıklarına şahit olunmaktadır.

Twitter hesaplarının kullanımına ilişkin yukarıda belirttiğimiz teknik süreçler 2015 yılının mayıs ayı itibarıyla düzenlenmiştir. Sosyal medya ya da mikro blog siteleri günümüzde piyasada kalıcı olabilmek ve kullanıcı sayılarını arttırabilmek açısından; sürekli kendilerini yenilemek ve yeni teknik özellikleri etkinleştirmek zorundadırlar.

3.2. Sosyal Medyanın Katılımcı Demokrasiye Etkileri

Dünyada iletişim teknolojilerinin gelişmesi, temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye geçişi hızlandırmış ve bu yönelimde yeni ufuklar açmıştır. Katılımcı demokrasi, birey odaklı bir demokratik toplum modelini ortaya koyar ve en önemli ögesi de sivil toplum örgütleridir. Sosyal medya ise sivil toplum örgütlenmesini bir üst boyuta taşıma potansiyeline sahiptir. İnternetin sunmuş olduğu, çok yönlü bilgiye kolay ulaşım, karşılıklı etkileşim gibi

fırsatlar antik çağdaki doğrudan demokrasi tablolarını çağrıştırmaktadır. Hatta bazı iyimser akademisyenler, “Antik Yunan’ın demokratik hayatının” asırlar sonra çağımızın siber demokrasisiyle yeniden hayat bulacağını iddia etmektedirler.

Mead “eğer insanlar arasındaki iletişim kusursuz olsaydı, demokrasi de kusursuz olurdu” derken (Maigret, 2013, s.58), demokrasi ve iletişim arasındaki ilişkinin hayatiyetine vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda sosyal medyanın demokrasi alanı ile ilişkisini var eden en önemli unsur, sunduğu çift yönlü iletişim vasıtasıyla mümkün hale gelen katılımcılıktır. İnternet, ademi merkezileştirilmiş yapısıyla kullanıcıların istedikleriyle iletişim kurmasına ve geleneksel hiyerarşik yapıların dışına çıkarak yatay iletişime olanak sağlayacaktır. Böylelikle şeffaf, merkezsiz, hiyerarşik olmayan bir iletişim modeli topluma egemen olacaktır ki bu da tam olarak doğrudan demokrasiyi tarif etmektedir.

Çok sayıda kişinin yatay olarak mesajlarını birbirine hızlı bir şekilde yaymasına olanak sağlayan internet iletişimi; kurduğu ademi merkeziyetçi yapıyla, büyük holdinglerin ve devletin kontrolünden bağımsız, çoğulcu bir iletişim modeline kapı aralamıştır. Bu gelişmeler dev medya kuruluşlarının tekeli belli oranda kırarak, siyasal iletişimi belli merkezlerin tekeline çıkartabilecek ve hem kaynağı hem içeriği hem de etkileri açısından denetim dışı bir çeşitlilik kazandırabilecek potansiyele sahiptir (Kellner, 2004, s.718; Timisi, 2003, s.194).

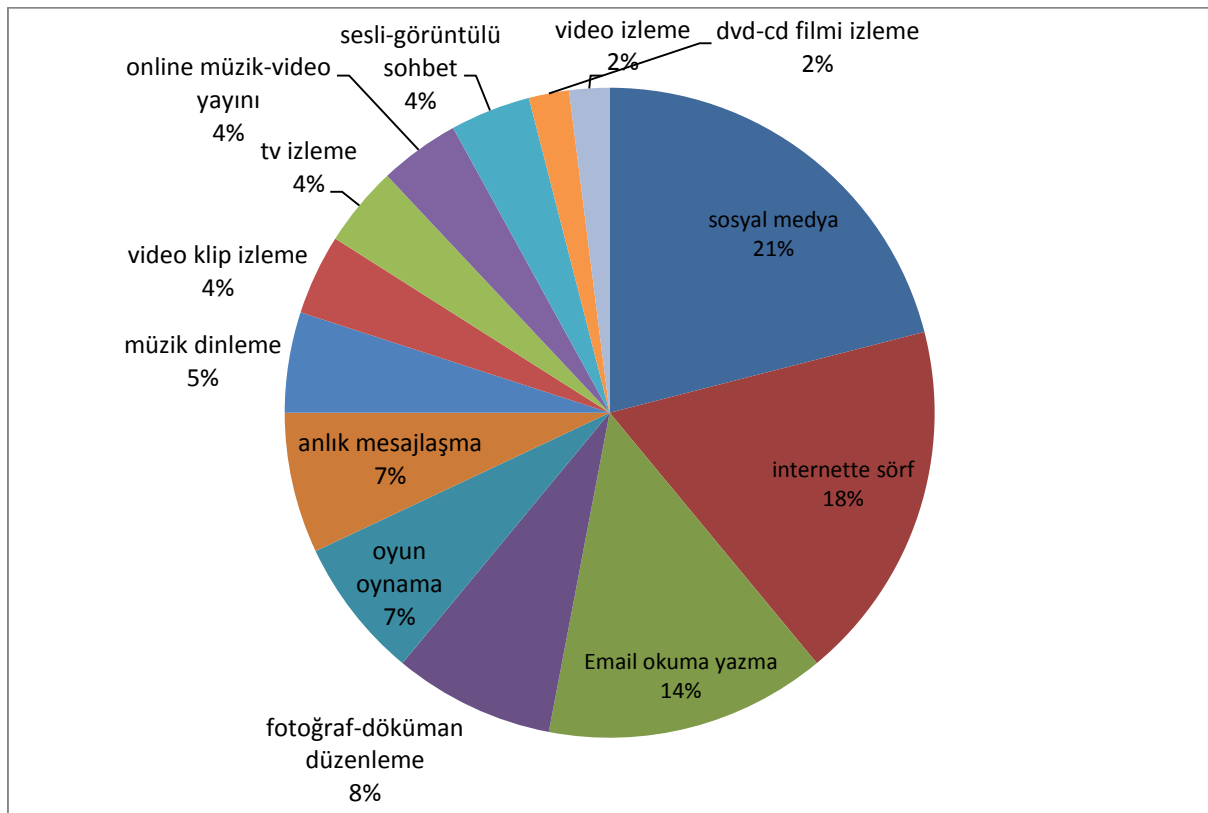
İletişim alanında çığır açıcı her yeni keşif nasıl ki ilk dönemlerinde; toplumsal ve bireysel boyutlarda bilgilenmeyi, demokratikleşmeyi ve özgürleşmeyi arttıracığı, kurumsal tıkanmayı ve kitle medyasının haber üzerine varsayılan tekeli aşabilme imkanı sunarak demokrasiyi kusursuzlaştırması yönünde bir coşkuyla, beklentiyle karşılandıysa (Maigret, 2013, s.345; Atikkan ve Tunç, 2011, s.97), internet ve sosyal medya da günümüzde aynı umudu uyandırmaktadır. Dahası, internetin etkileşime açık yapısı ve çok hızlı yaygınlaşma potansiyeli bu tip umutları da en üst seviyelere taşımıştır.

Günümüzde iyimser kanadı temsil eden liberal yaklaşım, kitle iletişim sistemini ideal bir demokratik toplum oluşumunun en temel ve kritik parçalarından biri olarak kabul etmektedir. Bu yaklaşıma göre iletişim teknolojileri bireysel ve toplumsal gelişmenin kilit parçalarındandır. Zaten demokrasi de kendini ifadeyi kolaylaştırma, kamusal aklı ileri götürme ve toplumun kendi geleceğini ortaklaşa belirleme inancı olarak kabul edildiğinden (Timisi, 2005, s.40-42), sosyal medyaya bu yönde umut bağlanması anlaşılabilir bir beklentidir.

Demokrasi perspektifinde interneti diğer kitle iletişim araçlarından olumlu yönde öne taşıyan en önemli özelliği, yurttaşlara kamusal tartışma ortamına katılma ve fikirlerini iletme imkanı sağlamasıdır. Sosyal medya ortamı, bireylere mekandan ve hatta zamandan bağımsız olarak özgürce her türlü konu hakkında diğer kişilerle tartışabilme, görüş alış-verişinde

bulunabilme ve tepkilerini ortaya koyabilme olanağı sağlamaktadır (Hoşgör, 2006, s.185-194).

İnternet sayesinde kullanıcılar, karşılıklı etkileşime dayalı yeni bir kamusal iletişim biçimini mümkün kılacak şekilde, belli grupların bildiri panolarına, web sitelerine, bilgisayar konferanslarına ya da sohbet odalarına bağlanabilirler. Demokrasi sadece oylamaya indirgenemeyecek, demokratik katılım ve tartışmayı da içeren daha kapsamlı bir kavramdır. Sermayenin sahipliğinde ve devletin kontrolünde bulunan geleneksel kitle iletişim sisteminde, kitleler demokratik tartışma ortamının dışında tutulmuş ve görsel, işitsel teknolojiler tarafından dev bir enformasyon gösterisinin pasif tüketicileri konumuna düşürülmüştü (Kellner, 2004, s.721-722). İnternet çağında ise, sıradan bireylerin kamusal tartışmalara katılabilmeleri kolaylaşmış ve bu yöndeki sınırlar genişlemiştir. Böylece demokratik diyalogun dışında bırakılmış çok sayıda birey ve grup tekrar güç kazanmıştır (Kellner, 2004, s.724).



Şekil 3.1 İnternet Kullanım Alanları Araştırması: İngiltere, 2013.

Kaynak: <http://optimiseblog.co.uk/a-2013-social-media-report/>

Sosyal medya üzerinde kısıtlamalara tabi olmadan gerçekleşecek etkileşimli iletişim ortamının; ifade özgürlüğü ve insan hakları kavramlarını derinlemesine dönüştürerek, demokrasinin gelişip yayılmasına katkıda bulunacağı (Timisi, 2003, s.197) umudu taşınmaktadır. Ancak, internetin demokratik katılımı güçlendirmeye hizmet etmek yerine,

küresel ticaretin bir aracı konumunda sıkışıp kalması riski de mevcuttur. Bu riskin gerçekleşmesi halinde ise, sanal dünyada kontrol dışı mutlak bir ifade özgürlüğünün gerçekleşmesini ümit etmek ütöpik bir beklenti olarak kalabilir. Ayrıca sosyal medyanın insanları eğlenceye boğarak, toplumsal ve siyasal konular üzerine düşünme, okuma ve fikir üretme faaliyetlerinden giderek uzaklaştırmakta olduğu gerçeğini de gözden kaçırmamak gerekir.

İnternet aracılığıyla gelişen yeni iletişim teknolojileri daha özgürlükçü bir iletişim ortamı vadederken, diğler taraftan dijital dünyada yapılan tüm yorum ve paylaşımların kayıtlı kalması ve istenen her zaman geçmişe dönük olarak kontrol edilebilmesi bir nevi gözetim alanı oluşturmaktadır (Atikkan ve Tunç, 2011, s.97). Bu durum ise suskunluk sarmalı oluşumunun ana kaynağı olan dışlanma korkusunu beslemektedir. Sosyal medyadaki tüm faaliyetlerin her an hissedilen bir gözetim altında bulunması ifade özgürlüğüne, dolayısıyla da katılımcı demokrasi işleyişine zarar verebilecek niteliktedir. Kişilerin bir olay karşısında aldıkları fikri pozisyon, tepkileri ve açığa vurdukları kanaatleri kamusal olarak görünür olacak ve sürekli herkesin ulaşımına, denetimine açık olacaktır. İleride kişinin aleyhine kullanılabilecek bir leke, bir açık gibi kalması ihtimali, tartışmalı sorun ve konular hakkında internet üzerinden fikir belirtmedeki özgürlüğü sınırlandıracaktır. Yani ümit edildiğı gibi internet ideal bir kamusal alan oluşturamayacak, kamuoyu oluşumuna tam bağımsız bir ortam hazırlamayacaktır. Ütöpik beklentiler, önceki kitle iletişim araçlarının gelişiminde yaşandığı gibi yine başka bir bahara kalabilir. Sosyal medya özellikle otoriterleşen iktidarların, muhalif görüş sahiplerine karşı yürütecekleri cadı avının yapıldığı bir alana dönüşebilir. Böyle bir ortamda pek tabi ki, sosyal medyanın kamusal alana ve demokrasiye katkılarından bahsetmek anlamını yitirecektir. Bir diğler sakıncalı durum da sanal alemde aynı görüş etrafında oluşan grup ve cemaatlerin, karşıt birey ve grupları dışlaması ve onlara karşı nefret söylemi üretmesidir. Bu tip durumlar da sosyal medyanın demokrasiye olan katkılarını sınırlandırmaktadır. Yani sosyal medya sayesinde katılımcı demokrasinin genele yayılması ve sosyal medyanın nitelikli bir tartışma ortamına dönüşmesi gerçekleşmeyebilir.

Kitle iletişim araçları sadece siyasal sistemin demokratikleşmesinde değil, aynı zamanda iletişimin demokratikleşmesinde de kilit rol oynarlar. Maletzke kitle iletişim araçlarının bu kilit rolünün; “karşılıklı etkileşim, ortak üretim ve içeriğin çoğunluk tarafından ortak çıkarlara uygun olarak tespit edilmesi” üzerinden gerçekleşebileceğini belirtmiştir (Güz, 2005, s.26). Sayılan bu şartları karşılayabilecek nitelikler, geleneksel kitle iletişim araçlarından ziyade sosyal medyada mevcuttur.

“Demokrasi bir yandan çıkarların temsili için bir araçtır, diğler yandan tartışmalı konuların yerleşik iktidar biçimlerinden çok diyalog aracılığıyla çözümlenebildiğı ya da en

azından ele alınabildiği kamusal bir alan ortaya koymanın yoludur.” (Giddens, 2002, s.22) Sosyal medya burada demokrasinin atıfta bulunulan her iki yönüne de katkı sağlayabilme potansiyeli barındırmaktadır. Yani sivil toplumun örgütlenmesi ve aktivitelerinin görünür hale gelmesine yardımcı olabilecek olanaklara da sahiptir, kamusal alandaki eşitlikçi ve özgürlükçü tartışmalara alan oluşturabilme olanağına da sahiptir.

Foucault, 18. yüzyılın reformcularının, medyanın kaçınılmaz olarak iktisadi ve siyasi çıkarların emrinde olduğunu fark edemediklerini, kamuoyunun oluşumu ve dolayısıyla kamu görüşünün maddi ve iktisadi bileşenlerini tam manasıyla çözümleyemediklerini belirtir. (Foucault, 2003, s.102). Bu nedenle günümüzde de internet ve sosyal medyanın gelişimi, dönüşümü ve etkileri dikkatle ve çok boyutlu olarak takip edilmelidir.

İnternet çağında artık, görsel-işitsel medya çağında demokratik diyalogun dışında bırakılmış çok sayıda birey ve grup yeniden güç kazanmıştır. Sonuç olarak, siberuzamın yeni kamusal alanlarında yeni bir teknopolitika yeşerebilir ve kamusal tartışmanın yerine geçmeksizin onu tamamlayan bir unsur olabilir. Teknolojik gelişmeler sayesinde ortaya çıkan siberdemokrasi biçimleri, yeni bir kamusal diyalog ve etkileşim biçimi yaratmakta ve yeni kamusal alanlarda gerçekleşerek, demokrasi anlayışımızı genişletmektedirler (Kellner, 2004, s.722). Ancak bunun yanında internetin, demokrasinin (insanların, salt mesajlaşarak ya da belli bilgileri dolaşıma sokarak kendilerini politik olarak yeterince aktif görme yanılsamasına kapıldıkları) kendi içine kapalı bir dünya halini alması tehlikesi mevcuttur (Kellner, 2004, s.722).

Meselenin özüne bakacak olursak; katılımcı demokrasi, ifade özgürlüğü, sivil toplumun dönüşümü, kamusal alanın genişlemesi ve özgürleşmesi gibi alanlarda yeni bir dinamik yaratan şey teknolojinin kendisi değil, teknolojik gelişmelerin ortaya koyduğu potansiyel ile toplumsal aktörlerin projeleri arasındaki ilişkidir.

Habermas'ın geliştirdiği ve kolektif bir biçimde iletişimi gerektiren 'iletişimsel eylem kuramı', bireyler arasında birlikte yürütülen bir müzakere sonucu varılan bir anlaşmayı hedeflerken, stratejik eylem ise bencil özel çıkarları amaçlar. Habermas'ın kavramsallaştırdığı 'ideal iletişim durumu', özneler arası eşitliği, iletişim ortamlarına sınırsız ve engelsiz erişimi, güvenilir olma yükümlülüğünü, rasyonelleştirilmiş en iyi argümanın önemini ve iletişim ortamında zayıf öznelere gösterilen özeni ve dikkati içerir (Avcı, 2010, s.200-203). Her ne kadar ulaşılması zor bir ideal gibi görünse de bu yoldaki mücadelelerde en etkili, uygun ve potansiyelli ortamı mevcut şartlarda sosyal medyanın sunabildiği ortadadır.

3.3. Sosyal Medya ve Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümünde Yeni Bir Evre

3.3.1. Kamusal Alan Kavramına Giriş

Sözlük anlamlarından çıkarılan sonuca göre, kamunun bir halkın bütününe ifade ettiği gibi, devleti ve devletin işlerini de belirttiği görülür. Her iki anlamda da kamu, özel karşıtı bir konuma sahiptir. Bunun nedeni kamunun bir çoğulluk, alenilik, herkese açıklık gibi unsurlarla biçimlenmiş olmasıdır (Yükselbaba, 2012, s.57).

Günlük hayatta kamusal alan denince ilk akla gelen; kişilere ait özel yaşam alanları dışında kalan, herkese açık ve devlet otoritesine tabi, kamu hizmetlerinin verildiği, genele ait mekanlar ve alanlar anlaşılmaktadır. Ancak konumuz açısından ele alınacak olan kamusal alan kavramıyla, Habermas'ın tanımlamaları çerçevesinde; özel şahısların kendilerini ilgilendiren ortak bir sorun veya konu etrafında, kişisel çıkarlardan arınmış rasyonel ve eleştirel bir söylemle ve devlet müdahalesinden bağımsız tartışmalar gerçekleştirerek kamuoyu oluşturdıkları bir yaşam alanı (söylemsel kamusal alan) kastedilmektedir. Sıradan vatandaşların kamusal bir gövde oluşturacak biçimde toplanarak oluşturdıkları her bir konuşma-tartışma-müzakere ortamında, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmış olur (Habermas, 2004, s.95). Esasında Habermas'ın kamusal alan kavramsallaştırmasının temeli, “genele yayılmış ve eşitlikçi-özgür nitelikteki eleştirel-rasyonel tartışmalarla toplum için neyin iyi olduğuna karar verilebileceği” fikrine dayanır.

Kamusal alan; özel şahısların kendilerini ilgilendiren ortak bir mesele etrafında akıl yürüttükleri, rasyonel bir tartışma içine girdikleri ve bu tartışmanın neticesinde o mesele hakkında ortak kanaati, kamuoyunu oluşturdıkları süreç, araç ve mekanların tanımlandığı hayat alanıdır (Yükselbaba, 2012, s.89).

Bugün üzerinde durduğumuz kamusal alanın doğuşunu hazırlayan temeller; ortaçağda feodalizmden kapitalizme geçişle birlikte burjuva kamusunun oluşmasıyla başlar. Feodal güçlerin merkezi krallıklar karşısında güç kaybetmesi, kilisenin özel alana doğru çekilmesi, burjuvazinin siyasal olarak etkinlik kazanmaya başlaması ile öncelikle edebi kamu gelişmeye başlamış ve daha sonra gelişim gösterecek olan siyasal kamusal alanın adeta bir deneme alanı olmuştur (Karadağ, 2003, s.185-186). Bu sürecin devamında 18. yüzyılda burjuvazinin her alanda etkinlik kazanmasıyla, bir burjuva iktidarı ve onun somut göstergeleri olan halk egemenliği, demokrasi ve bunların bağlamında kamusal alan gerçekleşmiştir. Kamusal alan; devlet iktidar alanının ve meta üretim-dolaşım alanının dışında kalan, yurttaşlara ait toplanma, eleştirel-kamusal tartışma, anlaşma ve eylem alanıdır. Erken dönem kapitalizmini ve burjuva toplumunda kamu fikrinin yükselişini ve çöküşünü inceleyen Habermas, kamusal alanı modern toplumun ve demokrasinin kurucu örgütlenme ilkesi olarak işaret etmektedir.

Kamusal alan kavramı; mekânsal boyut ve anlam üretim boyutu şeklinde ele alınabilecek iki ana koldan oluşmaktadır. Mekansal boyutu, toplumsal hayat içinde fikirlerin, ifadelerin ve tecrübenin üretildiği, açığa çıktığı, paylaşıldığı, dolanıp yayıldığı ve müzakere edildiği toplumsal alanları (kamusal mekanlar) içermektedir. Yani kamusal alanda ortaya çıkan konular ile bunların anlam üretim sürecini oluşturan ya da bu süreç içinde oluşan kollektif gövdeleri ifade etmektedir. Anlam üretim boyutu ise özellikle bu anlam üretiminin, özgürlükçü, eşitlikçi, genel katılıma açık olması ve eleştirel niteliklerine vurgu yapmaktadır (Özbek, 2004(a), s.40-41).

Kamuoyu, bağımsız ve eşit bireylerin katıldığı, kimsenin dışlanmadığı rasyonel-eleştirel bir tartışma ortamında gelişir; söyleme dayanan ve sonunda uzlaşya varılan bir süreçtir. Genel olarak Habermas'ın "Kamusallığın Yapısal Dönüşümü" adlı kitabındaki kamusal alan söylemlerine bakıldığında üç noktanın öne çıktığı görülür. Birincisi, kamusal bir konuda kişilerin özgürce fikirlerini söyleyip tartışırken bilgi ve fikirlerin serbest bir akışının olması gerektiği; ikincisi, kişilerin fikirlerini ortaya koyarken ekonomik çıkar ve kaygılardan etkilenmemesi ile ekonomi piyasasının kamusal alana dâhil olmaması gerektiği; sonuncusu da, kamusal alanın hem hükümet ve onu oluşturan politikalardan ayrı özerk bir alan olması hem de hükümetin ve politikalarının sistemli, eleştirel biçimde denetlenmesi gerektiğidir. (Habermas, 2013; Kejanlıoğlu, 2004, s.690-691). Kamusal alanı idealize eden bu şartlar sosyal medya ortamında gerçekleşebilir, ancak bu yolda internet iletişimini bekleyen ciddi riskler de gözden kaçırılmamalıdır.

Kamusal alan rasyonelliğe, eleştirel düşünceye ve ifade özgürlüğünün var olduğu tartışma ortamına dayandığından, her zaman için enformasyona ihtiyaç duyar. Bu itibarla, modern toplumlarda birincil enformasyon kaynağı konumundaki kitle iletişim araçları kamusal alanın nüvesini oluşturmaktadır. Kamusal alan süreçlerinde kitle iletişim araçları, öncelikle haber kaynağı olarak gündemdeki tartışmaları şekillendirir ve devamında meydanlarda konuşulanları aktararak bunların yeniden kamuya dönüşünü sağlar. Tartışma, hem medya ortamlarında hem de kamusal alanın fiziksel mekanlarında gerçekleşir. Pasif medya tüketicisi, aynı zamanda üreticisi olduğu kamu ile buluşarak gündemi belirleme ve değiştirme gücüne sahip olur. Bu bakımdan ideal bir kamusal alanda kitle iletişim araçlarına düşen rol, tarafsız bir biçimde kamuoyunu bilgilendirme ve çeşitli tartışma süreçlerini canlı tutmaktan ibaret olmalıdır.

Olgusal olarak kamusal mekanlar toplumsal ilişkilerimizde görünürlük ve ortaklık sağlayan mekanlardır. İlkesel olarak ise bir mekanı kamusal yapan, onu sadece ortak olarak kullanabilmemiz değil , ona çoğulcu sosyal yaşamsallığını ve karşılıklılık bağlamını veren, herkesin erişebileceği ve aynı zamanda olabildiğince mahrem olanın tiranlığına, metalaşmaya,

bürokratik hiyerarşi ve baskıya direnen bir kullanım değerine sahip olmasıdır (Özbek, 2004(b), s.467). Bu bağlamda sosyal medya kamusal alanların hayat kazanabileceği ortamlar sunmaktadır.

Seyla Benhabib, Batı politik düşüncesi içinde biçimlenen üç kamu alanı kavramı üzerinde durur. İlk olarak Hannah Arendt'in görüşlerinde temellendirilen “cumhuriyeti ve sivil yaşamı erdeme dayandıran geleneklerde ortak olan kamu alanı anlayışı”. İkinci model Kant'la başlayan ve liberal geleneğin "adil ve istikrarlı kamu düzeni" anlayışıyla biçimlenen “legalistik” (yasalcı) kamu alanı modelidir. Son olarak da Habermas'ın içinde yer aldığı “söylemsel kamu alanı modeli” yer almaktadır (Yükselbaba, 2012, s.119).

Kamusal alan – demokrasi bağlantılı tartışmalarda; temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye doğru yeni açılımların, ancak kamusal alan genişletilerek sağlanabileceği ve ileri kapitalist toplumların yaşadığı krizin aşılabilmesi için meşruiyet zemini yaratan kamusal alanın geliştirilmesi gerektiği yönünde görüşler belirtilmektedir (Yükselbaba, 2012, s.120).

Verstraeten, Habermas'ın kamusal alanı tarafsız bir alan olarak gören ideal-tipik bir nosyonunu, fazla idealleştirilmiş ve ütöpik bulduğunu belirtir. Çünkü, tanımı gereği kamusal alan; toplumun gözlemlenmesinde, analizinde ve tartışılmasında kullanılan tanımların ve kategorilerin meşruluğu üzerine girilen sürekli bir hegemonyacı mücadele alanıdır. Bu tür bir mücadele ise asla tarafsız değildir (Verstraeten, 2002, s.343). Ayrıca, Foucault kamusal alanın gelişiminin sadece toplumsal özgürleşmeyi değil aynı zamanda ve belki de daha çok toplumsal denetimi içerdiğini işaret etmektedir (Verstraeten, 2002, s.346). Foucault'ya göre, kamusal alanda yer alan bireyler ve düşünceleri, görünmeyen, ancak her an hissedilen bir gözetim altındadır. Bu gözetim hissi, kamusal alanın ideolojik yanını oluşturmaktadır (Timisi, 2003, s.227).

3.3.2. Kamusal Alandaki Dönüşüm, Yozlaşma ve Riskler

Toplumsal gelişmelere koşut olarak kamusal alan tarih boyunca dönüşümler geçirmiştir. 18. yüzyılda Londra ve Paris kafelerindeki özgür tartışma ortamları, farklı fikir ve görüşlerin yer aldığı gazete ve sürekli yayınlar ile olgunlaşan kamusal alan, ideal yapısına kavuştuğu dönemde, içerisinde farklı çıkar ve fikirlerin ifade edilebilmesine olanak sağlayan fiziksel mekanların değişime uğrayıp ortadan kalkması sonucu dönüşüme uğramıştır. Kitle iletişim sisteminin tekelleşmesi, ekonomik ve siyasi açıdan egemen güçlerin kontrolüne girmesi, kamusal alandaki özgür iletişim mekanlarının ortadan kalkması ve toplumsal yapıda yaşanan değişimlerin bir araya gelmesiyle; kamusal alan, bir taraftan kamuoyunun oluşumu üzerindeki etkisini, diğer taraftan toplumsal muhalefetin örgütlediği iletişim biçimi etkisini yitirmiş veya tamamen ortadan kalkmıştır.

19. yüzyılın sonu, 20. yüzyılın başı liberal kamusal alanın sona erdiği görülür. Artık, ortaya çıkan refah devleti şartlarında, farklı taban ve çıkarlara dayanan örgütlerin, devletle pazarlık yapıp uzlaştığı ve kamunun dışlandığı bir kamusal alan var olmuştur. Kamuoyu artık kamusal alanın içinde müzakere süreçleri içinde değil, kamuoyu araştırmaları, tanıtım, halkla ilişkiler çerçevesinde biçimlendirilir hale gelmiştir. Habermas, kamusal alanın, sosyal refah devletine geçişle birlikte yapısal bir dönüşümden geçtiğini belirtmiştir. Artık bu aşamada sadece görünüşte bir kamusal alandan söz etmek olasıdır. Liberal kamusal alanda kamuoyu bireylerin açık politik tartışmaları ile ortaya çıkarken, sosyal refah devleti şartlarındaki kamu alanının kamuoyu ise siyasal, ekonomik ve medya elitleri tarafından yönlendirilir. Dolayısıyla kitle iletişim sistemi artık, kamusal alan tartışmalarının kamu ile dolayımlanması için değil, toplumsal konsensusu idare etmek ve tüketimi destekleme yönünde hizmet görmektedir. Bu süreçte kitle iletişim araçlarının burjuva iktidarının aracı haline dönüşmesi ve özel çıkar lehine hareket etmesi kamusal alanın çöküşünü de doğuran süreci başlatmıştır. Kitle iletişim araçları kamusal alan için zorunlu bir unsur olmakla birlikte hem kurucu, hem de yıkıcı yönde etkin olabilmektedir (Yükselbaba, 2012, s.80-81; Kejanlıoğlu, 2004, s.690; Kellner, <http://www.istanbul.edu.tr/4.boyut/dosya.html>). Habermas'ın "Kamusallığın Yapısal Dönüşümü" çalışmasında belirttiği müzakereci kamudan, tüketici kitleye dönüşüm, kamuoyunun manipülatif bir yapıya büründüğünü de gösterir. Tüketim kültürü ile tartışma artık gereksiz ve verimsiz hale sokulmuştur (Yükselbaba, 2012, s.180).

Burjuvazinin hak arayışı mücadelelerinden doğan kamusal alan; kilisenin ve feodal mutlakiyetçi yönetimlerin gücünü zayıflatıp, toplumsal hayatı demokratikleştirirken, özellikle burjuvazinin gücü eline geçirmesine hizmet etmiştir. Bu dönemde kamusal alan kavramı, katılımcı, eşitlikçi, eleştirel nitelikleri barındırıyordu. Ancak, bu mücadeleyi kazanan burjuvazinin kitle iletişim araçlarını kontrolü altına alarak kendi iktidarının bir aracı haline dönüştürmesi (Yükselbaba, 2012, s.76) ve başlangıçtaki bu nitelikleri bir bir yok etmesi, kamusal alanı yozlaştırmış, çöküşünü hazırlamıştır (Habermas, 2004, s.99-100). Bu durum bazı ülkelerde çeşitli siyasi hareketler tarafından, hedefe giden yolda demokrasinin araçsallaştırılmasını çağrıştırmaktadır. İnternet iletişiminin geleceğini de benzer tehlikeler beklemektedir. Sansür ve benzeri baskı mekanizmaları ile kontrol altına alınması halinde, sosyal medyanın da ideal bir kamusal alan olabilme potansiyeli zayıflayacaktır. Hatta, sahip olduğu zaman ve mekandan bağımsız, kavrayıcı yapısıyla; kamuoyu süreçlerini yozlaştırıcı bir manivelaya bile dönüşebilir.

Matbaa kültürüne ve yüz yüze etkileşime dayalı eski burjuva kamusal alanı, yerini yanıt verme şansı tanımayan tek yönlü bir anında söyleme bırakmıştır. Modern iletişim sistemlerinin müthiş hızı nedeniyle artık özne sağlam bir geçmiş versiyonu oluşturamaz hale

gelmiştir. Günümüzdeki mevcut yoğun enformasyon akışı yüzünden, tarih ve toplumsal bağlam kaybolmakta ve bu durum da toplumsalın şekleşmesi ve parçalanması üzerinden uluslararası sermayenin çıkarlarına hizmet etmektedir (Stevenson, 2008, s.247-248).

Profesyonelleşen, daha geniş kitlelere hitap eden kitap üretimi yanında, içerik itibarıyla da değişim geçiren gazete ve basınla beraber kamusal alanın altyapısı da değişime uğradı. Bu altyapı, elektronik kitle iletişim araçlarının yükselişiyle, reklamın öne çıkmasıyla, eğlenceyle bilgilenmenin birbirine karışmasıyla, her alanda artan merkezileşmeyle, liberal örgütlenmenin ve yerel kamusal alanların çöküşüyle bir kez daha değişti. Kitle iletişim araçları hem önceden yapılandırılan hem de egemen olunan kamusal alan; sadece nüfuz elde etmek üzere değil, insanların davranışlarını etkileyen iletişim akışlarına stratejik eğilimlerini olabildiğince gizleyerek, konuları ve katılım imkanları için boğuşulan, iktidarla donanmış bir arena haline geldi (Habermas, 2013, s.31-32).

Kamusal alanın yapısal dönüşümü, kamusal alanın yeniden 'feodalleşmesi'ne, yani genel çıkarı ilgilendiren konularda ilke olarak baskıdan ve zordan arınmış rasyonel bir tartışmanın yürütülmesi imkanının ortadan kalkması olgusuna işaret eder. Medyanın, kamusal alanın ihtiyaç duyduğu herhangi bir 'görüşü' oluşturma amacıyla değil, 'görüş manipülasyonu' dürtüsüyle hareket etmesi bu olguyu pekiştirir (Çiğdem, 2004, s.505).

3.3.3. İnternet Teknolojisi ve Kamusal Alan

Her yeni iletişim teknolojisi toplumsal hayata girdiğinde; öngörülemez ve çelişkili sonuçlara yol açabilmektedir. Geniş bir özgürlük alanı olacağı yönünde iyimser beklentileri üzerinde toplaması açısından, tüm dünyada geniş kitleler tarafından kullanılan internetin bir kamusal alana dönüşüp dönüşmeyeceği konusunda pek çok farklı görüş ileri sürülmektedir. Kapitalizme hizmet eden ve tüketimi körükleyen yönüne, tekelleşmesi yönündeki endişelere değinilmektedir. Holmes, interneti, radyo, televizyon gibi etkileşim olanağı tanımayan kitle iletişim araçlarının yerine geçen bir araç olarak tanımlarken, Mark Poster interneti postmodern karaktere sahip, modern standartların dışında, yeni tür bir kamusal alan yaratan alan olarak nitelendirmektedir (Aydoğan 2010, s.12).

İnternet, enformasyonun üreticilerini, aktarımını ve yoğunluğunu değiştiren yapısı bağlamında, kamusal alan kavramıyla ilişkilidir. İnternet kamuoyu oluşum sürecinde, sadece enformasyon taşıyan-yayan bir araç olmakla kalmaz, bunun yanında kamusal ilişkilerin kendi üzerinde gerçekleştiği bir zemin işlevine de sahiptir. İnternet, etkileşimli doğası nedeniyle sürekli geri besleme alarak dönüşen ve yeniden şekillenen bir iletişim ortamı sunduğundan, kamusal alanın geleceği açısından önemlidir.

Habermas, kamusal alanın başlıca kurumsal ölçütlerinden biri olarak; “tartışılabilir sorunlar yalnızca taşıdıkları anlamla değil, aynı zamanda herkes tarafından ulaşılabilirlikleriyle ‘genel’ hale gelirler, bu nedenle herkes bu tartışmaya dahil olabilmelidir” (2013, s.107) şartını ortaya koymaktadır. Kamusal alan, yurttaşların toplanma ve katılma özgürlüklerini kullandıkları ve bir kamusal bütünlük olarak bir arada günün sorunlarını, özellikle siyasal sorunlarını tartışmak üzere bir araya geldikleri her an kurulabilir (Timisi, 2003, s.61). Esasen, günümüzde toplumsal hayatın ve bireysel ilişkilerin yürütülme biçiminin evrildiği yön düşünüldüğünde, tarif edilen bu alanın oluşabileceği en uygun zeminin sosyal medya olacağı çok açıktır. Çünkü, kamusal alanı genişleterek toplumsal katılımı ve söylem imkanlarını zenginleştiren internet ortamı; sadece kanaat ifade etmek veya tartışmaktan ibaret olmayıp, bunun yanında baskı oluşturmak ve çözüm üretmek gibi boyutları da içererek demokrasiye ciddi katkılar sağlamaktadır (Bal, 2004, s.89).

Howard Rheingold tarafından ortaya atılan “sanal cemaat” kavramı ile gündelik hayatta yitirildiği düşünülen sıkı toplumsal ilişkilerin ve dayanışmanın, internetteki tartışma sitelerin üzerinden oluşan yeni bir toplumsallık modeli ile yeniden canlanması üzerine odaklanılır. Sanal cemaatler, internet ortamında hayat bulan katılımcı oyunları, tartışma gruplarını, forumları, sohbet odalarını, siyasi örgütlenmeleri, her türlü anlık ya da daimi birliktelikleri tanımlamaktadır (Kılıçbay, 2005, s.27-28). Sosyal medyanın günlük hayatımızdaki payı arttıkça sanal cemaatler de nicelik ve nitelik bakımından çerçevelerini genişletmektedir. Ortak hedefler ve fikirler etrafında oluşan bu gruplar; antik çağdaki agora ortamını dijital dünyada kurup, kamusal alanı büyütme ve dönüştürme gücünü kazanabilir, sivil toplum hareketlerine dünya çapında örgütlenme imkanları sağlayabilir. Kellner, yeni iletişim teknolojilerinin hegemonik güçler ve aşırı sağcı politik grupların kullanımına terk edilmeyip, bu teknolojilerin muhalif bilgi ve iletişim üretimi potansiyellerini kullanabilmenin, geleceğin kamusal alanının şekillenmesini belirleyeceğini belirtmektedir (Özbek, 2004(b), s.499). Önümüzdeki dönemde gözlenmesi gereken husus, bu süreç sonunda Habermas’ın tanımladığı burjuva kamusal alanı biçiminde bir kamusal alana ulaşıp-ulaşılamayacağı olacaktır.

Özgür bireylerin, korunaklı bir mekanda, siyasi ve ekonomik otoriteden bağışık olarak, sansüre uğramamış bilgi aracılığıyla katılımlarının kamusallaştırılması ve ortak iynin tartışma yoluyla uzlaşma kavuşması kamusal alanın özünü oluşturmaktadır (Timisi, 2003, s.17). Bu bağlamda sosyal medya, özgür bireylerin bilgiye ulaşma kanallarını herkes için erişilebilir yapma iddiasıyla, sivil toplumun kanallarını ve sınırlarını genişletiyor görünmektedir (Timisi, 2003, s.17-18; Atikkan ve Tunç, 2011, s.97). Buradan da anlaşılabilirliği gibi, günümüzde ideal bir kamusal alanın var olabilmesi; uygun şartlarda

işleyen bağımsız bir sosyal medyanın ana gövdeyi oluşturabilmesine bağlı gibi görünmektedir.

Kamusal alanda var olan sosyalleşmiş iletişim, anlamın toplumsal üretimine destek sağlamakta ve insanın zihinsel savaşı büyük ölçüde iletişim sürecinde gerçekleşmektedir. Ayrıca, bu durum çok-modlu hipermetinli iletişim ağlarının yaygınlığıyla karakterize edilen ağ toplumunda daha fazla geçerlilik kazanmaktadır (Castells, 2012, s.14). İnternet kamusal mekanında, metin üretme amacıyla var olan herkes, bu alanın bir üyesi olan diğerleriyle eşitlik ilişkisi içindedir. Deneme türü mesajlarla dolu olan bu alan, geleneksel kamusal söylemin bazı sınırlılıklarından kendini uzaklaştırmış görünmektedir (Timisi, 2003, s.177).

İnternet iletişimi alanında yaşanan tüm iktidar mücadelelerine ve denetim girişimlerine karşın; önceki tarihsel dönemlerde de olduğu gibi gelişmekte olan ve kökleri iletişimde bulunan kamusal alanın biçimi, herhangi bir tarihsel yazgı ya da teknolojik zorunluluk tarafından önceden belirlenmemiştir. Bu biçim sadece insanlığın en eski mücadelesi olan ‘zihinlerimizi özgür bırakmanın mücadelesi’nin yeni aşamasının bir sonucu olacaktır (Castells, 2012, s.37).

Kamusal topluluk genişlediğinde, o zaman doğrudan tartışmanın yerini araçlar, daha açık bir ifadeyle medya dolayımıyla yapılan tartışmalar almakta ve basın, kamunun ve kamuoyunun oluşmasında vazgeçilmez bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır (Yükselbaba, 2012, s.89). Her ne kadar internet iletişimi, yatay etkileşimli yapısıyla yeniden doğrudan tartışma ortamının taşıyıcısı olma umutlarını yeşertse de twitter, facebook gibi önde gelen sosyal medya ortamlarındaki tartışmalarda hala geleneksel kitle iletişim araçlarından alınan köşe yazıları, haberler, yorumların kullanıldığı, bu unsurların sosyal medya döneminde de dillendirme işlevini sürdürdüğü gözlenmektedir.

3.3.3.1. İnternet Kamusal Alan İlişkisine Yönelik Olumlu Yaklaşımlar

Yirminci yüzyılın başlarında tamamen çöken burjuva kamusal alanı sonrasında, günümüzde ortaya çıkan dijital teknoloji ve buna bağlı olarak gelişen sosyal medya, kamusal alanı yeni bir dönüşüme uğratmaktadır. Esnek üretime imkan tanıyan yapısıyla, kapitalizmin ve toplumsal ilişkilerin küreselleşmesine hizmet eden internet, bunun yanında gerçek hayatta susturulmuş olan toplumsal muhalefetin, muhalif kimliklerin özellikle sosyal medya üzerinden örgütlenmesine ve kamuoyunda görünür hale gelmesine katkı sağlamaktadır.

Habermas'ın bireylerin kamuya ait olanı yakalamak için oluşturdukları, akılcı tartışma ortamına eşit taraflar olarak katıldıkları alanlar olarak tarif ettiği kamusal alan günümüzdeki pek çok yeni medya kuramcısına göre, internette yaşama geçirilebilir. Bu kuramcılar, internetin etkileşim özelliğinin, bağlantılı metnin (hypertext) benzersizliğinin, interneti 18.

yüzyılın kamusal alan modeline uygun bir ‘kamusal alan’ yarattığını belirtmektedirler. Öyle ki, bu bağlamda internet demokratikleşmenin yeni gücü olarak adlandırılmaktadır (Aydoğan, 2010, s.11).

İnternet üzerinde oluşturulan topluluklar, cemaatler ve gruplar sadece sanal gerçeklik boyutuyla sınırlı kalmayarak, aynı zamanda gerçek hayata uzanıp buradaki sorunların da tartışılacağı, çözümler üretilebileceği bir kamusal alan oluşturmaktadır. Ayrıca, internet üzerinde gerçekleşen tartışma ortamları, yüz yüze iletişimin birtakım sınırlılıklarını aşabilecek yenilikler barındırması nedeniyle de kamusal alanın nicelik ve nitelik bakımından gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Geleneksel kitle iletişim araçlarının katılımcılığa olanak vermemesi ve bağımsız sesleri dışlaması, birey merkezli yeni medya ortamlarına daha fazla umut bağlanmasına yol açmaktadır. Geleneksel kitle iletişim araçları merkezileştirilmiş ve tek yönlü bir iletişim biçimi ile denetimin artışına katkı sağlarken, bağımsız seslerin büyük çoğunluğunu da dışlar. Kitle iletişim araçları elit kesimin çıkarları izin verdiği ölçüde eleştirinin yer aldığı, status quo’yu koruyan bir politika gütmektedir (Moyo, 2009, s.143). Ancak internetin doğrusal olmayan iletişimi, kaynağı alıcı, alıcıyı kaynak yaparak dinamik, akışkan ve iletişimsel bir ilişki sağlamaktadır. Aynı zamanda farklı mecraları birbiriyle ilişkilendirip, kamusal alanın çoklu ortamlara dönüşebilmesine olanak sağlar. Bunlara paralel olarak da kullanıcıların kendilerini ifade edebilmeleri veya anlam inşa edebilmeleri için yazılı, işitsel ve görsel mecralardan faydalanma fırsatı sunmaktadır (Moyo, 2009, s.143-144).

Teknoloji taraftarları, yeni iletişim teknolojilerinin, ana akım medya ve politikadan dışlanmış grup ve bireylere, olağan politik tartışma spektrumunda yer almayan fikirleri yayma ve genellikle muhalif fikir ve gruplara kapalı tutulan tartışma ve diyaloglara katılma olanağı sunduğunu savunmaktadırlar. Bu görüşe göre, internet iletişimi; kamunun erişimine açık bilgi ve fikirler kümesini zenginleştirerek, daha fazla bilgilenmiş bir seçmen kitlesinin oluşmasına yardım ederek ve politik tartışma alanından dışlanan grup ve bireylerin kamusal alana katılım olanaklarını genişleterek demokrasiye katkıda bulunuyor (Kellner, 2004, s.715). Kendini sosyal veya siyasal hayattan dışlanmış hissedenleri, pasif izleyici rolüne mahkum olmaktan kurtararak, onlara kamusal tartışmalara katılma imkanları sunan sosyal medya; her türden grup ve görüşün kendini ifade olanağı bulabildiği açık erişim, gönüllü katılım, eşitlikçi katılım, iktidarından bağımsızlık gibi kamusal alanın temel ölçütlerini içeren etkileşimli iletişim süreçleri vaat etmektedir.

İnternetin yoğun bilgi akışı ile enformasyon bolluğu sunması, kamusal alanda nitelikli tartışmalar yürütülebilmesi adına bireylerin daha fazla bilgi sahibi olmalarına fırsat vermektedir. Bu noktada Masuda, yurttaşların enformasyona erişiminin kolaylaşmasının

katılımcı demokrasinin gerçekleşmesine katkı sağlayacağını belirtmektedir (Başaran, 2010, s.72). Ayrıca, internetin; ulusal sınırları ve zaman sorununu aşarak bireylere istedikleri enformasyonu sağladığı, vatandaşların siyasete katılımını teknoloji boyutunda kolaylaştırdığı, sanal forumlar aracılığıyla tartışma ortamı yarattığı, genel olarak sivil toplumun örgütlenmesini ve daha geniş kitlelere seslenmesini mümkün kılarak kamusal alanı canlandırdığına inanılmaktadır.

İletişimsel aklın egemen olduğu, devlet ve piyasa ilişkilerinden bağımsız, gönüllü birlikteliklerde, yani sivil toplumda, sosyal refah devletinin kamusalılığı zayıflatmasına karşın bir direniş sürmektedir (Kejanlıoğlu, 2004, s.690). Bu tip direnişlerin sosyal medyada örgütlenmesine, geliştirilmesine ve yaygınlaştırılmasına dünya çapında sıkça rastlanılmaktadır (Arap baharı, “Wall Street’i işgal et” eylemleri, vb.). Toplumsal muhalefetin özellikle kamusal alanda ses getirebilme koşullarını iyileştirebilecek bir yapıda olması sebebiyle sosyal medya giderek önem kazanmaktadır. Sosyal medya bu anlamda gerek yeni toplumsal hareketlerin kitleleri mobilize etmek yönünde gerekse bu hareketler sırasında belirlenen sivil itaatsizlik eylemlerinin kamusal alanlarda duyurulması sürecinde etkin rol oynamaktadır. Özellikle twitter ve facebook’un bu manada çok etkin kullanımlarına sıkça tanık olunmaktadır. New York Üniversitesi Sosyal Medya ve Sıyasi Katılım (SmaPP) Laboratuvarı’nın Türkiye’de yaşanan Gezi protestolarının Twitter’da yarattığı trafiği ölçmesi sonucunda 24 saatte en az 2 milyon tweet atıldığı tespit edilmiştir.

İnternet iletişimi siyasi sistemler karşısında sıradan bir vatandaşın canlı tartışmalara aktif bir şekilde katılabildiği ve kendi günlük yaşamını ilgilendiren meseleleri tartışabildiği bir alternatif haline gelmiştir (El Gody, 2012, s.76). İnternet üzerinde oluşturulan forumlara katılan yurttaşlar, siyasal, sosyal ya da kültürel bir konu hakkında tartışma, örgütlenme ve kamuoyu oluşturma imkanına kavuşmaktadırlar. Günümüzde bireyler, çeşitli konular hakkında seslerini duyurabilecekleri ve diğer kişilerle örgütlenebilecekleri alanlar olarak elektronik forumları kullanmaya başlamışlardır (Demircan, 2006, s.38-40).

3.3.3.2. İnternet Kamusal Alan İlişkisine Yönelik Olumsuz Yaklaşımlar

İnternet, görüş belirtmenin kolay, enformasyon akışının bol miktarda olduğu, ancak bunların üzerinden ortak bir karar veya sonuca ulaşmanın pek de gerçekleşmediği bir mecradır. Dominique Wolton’a göre, internet bir talep mantığından çok bir arz mantığına cevap verir, dolayısıyla kamusal alanı birleştirmek yerine, parçalanmasını daha da kolaylaştırır (Maigret, 2013, s.343). Kamusal alana yüklenen kamuoyu oluşturma işlevinin internet ortamında iyimser beklentileri karşılayacak kadar da merkezi bir yer kazanmadığı görülmektedir. Vattimo, enformasyon bolluğunun izleyicinin gerçeklik algısını olumsuz

etkilediğini ve böyle ortamlarda sorunlara ya da olaylara ilişkin çok farklı gerçeklik ve perspektiflere maruz kalan izleyicilerin gerçekliğe olan inançları sarsılacağından, bu tip ortamlarda ikna gücünün kaybolacağını iddia eder. (Başaran,2010, s.78). Ayrıca, enformasyon miktarındaki artışın bilgilendirilmiş bir toplum ya da katılımcı bir yurttaşlık biçimi yaratıp yaratmayacağı nihai olarak iddia edilemez. Nitekim enformasyon toplumunun post-fordist eleştirileri ve küreselleşmenin evrensel bir demokrasi yaratmayacağına ilişkin yaklaşımlar, enformasyon miktarındaki artışın ve enformasyona erişimin katılımcı bir yurttaşlık için yeterli olamayacağını görüşündedirler (Timisi, 2003, s.20).

İnternette belli bir sorun etrafında birleşen topluluklar aynı düşüncüyü paylaşan ve destekleyen katılımcıların politik katılımını cesaretlendirme, karşıt görüştekilerin ise cesaretini kırabilme, yani dolaylı olarak suskunluk sarmalını besleme etkisine sahip olabilmektedir. Özellikle internet iletişimi aracılığıyla anonim kimliklerin hızla, zaman ve mekan farkı gözetmeksizin birleşebilmesi ile oluşan güç birikimi, toplumsal baskı ve dışlama şekline dönüşebilmektedir. İnternet tabanlı yeni iletişim teknolojileri Benhabib'in ifade ettiği müzakereci demokrasi modelinin imkanlarını barındırmaktadır. Ancak müzakere süreçlerinde, toplumsal eşitsizliklerin gerçekte var olmalarına rağmen sanki yokmuşlar gibi davranılması, katılım eşitliğinin geliştirilmesini teşvik etmeyecektir. Buna ek olarak, bu tür kabullerin genele yayılıp kanıksanması, genellikle toplumdaki egemen grupların yararına, bağımlı grupların ise zararına işleyecektir (Fraser, 2004, s.114). Bu tip ortamlar, çoğunluğun görüşüne muhalif olan bireyleri dışlanma korkusuyla suskunluğa iterek, toplumda bir suskunluk sarmalı oluşmasına neden olacaktır.

Sosyal medya tüm imkan ve sınırlılıklarıyla beraber düşünüldüğünde, demokrasi düşüncesinin gelişmesinde ve açık toplum anlayışının yerleşmesinde yeni ifade araçlarını ve biçimlerini destekleyebilme potansiyelinin yanında, belirsizliğin ve bazı durumlarda ise toplumsal kaosun oluşmasında da etkin olabilmektedir.

Mills'e göre, kitle toplumunu kamu toplumundan ayıran en belirgin özellik, başat haberleşme biçimidir. Kamu toplumlarında fertlerin fikir ve kanaatlerini eşit şartlarda ifade edebildikleri tartışma ortamları mevcuttur ve kitle iletişim araçları bu tartışma ortamlarını besler. Kitle toplumlarında ise, kitle iletişim sistemi kamuyu pasif tüketiciler konumunda kabul edip stratejisini buna göre belirler (Türkoğlu, 2004, s.244). İnternetin de kamu toplumundan ziyade kitle toplumu oluşturan bir etkisi gözlenmektedir. Bu açıdan yaklaşıldığında internetin kamusal alanı yozlaştırıcı bir etki yapabileceği gözden kaçırılmamalıdır.

Günümüzde internet, bilgi bağımlısı ve tüketicisine dönüşmüş insanların boş zamanlarının çoğunu geçirdiği, basit eğlencelere boğulmuş, çoğunluğu gereksiz ve önemsiz

nitelikteki enformasyonun, kullanıcılar üzerine sel gibi aktığı bir mecra konumundadır. Dolayısıyla, bu ortamda gerçekçi tartışmalardan ziyade, fantastik, geçici ve yüzeysel içerikler aktarılıp, paylaşılmaktadır. İnternet üzerinde oluşan kamusal alan, katılımın burjuvalarla sınırlı kalmadığı, ancak eleştirel ve rasyonel aklın da her zaman için egemen olmadığı bir alan olarak nitelendirilebilir. Maigret'ye göre ise internet, verilerin herkese açıklanması ve depolanması için olağanüstü bir araçtır, ancak yeni bir evrensel düşüncenin ortaya çıkışını açıklayacak hiçbir üstün erdemi yoktur (2013, s.332). Dijital dünyada artık ilişkiler yüz yüze olmaktan giderek uzaklaşmaktadır. Daha çok sohbet ve eğlence amacıyla kullanılan internet, yakın geçmişin meydanlarının aksine, tartışma ve bu tartışma sonucunda bireyi ve toplumu dönüştürme potansiyeli açısından yetersiz bir izlenim uyandırmaktadır.

Teknopolitikaya ve elektronik demokrasiye karşı geliştirilen görüşler birçok argüman içermektedir. Bunlardan ilki, yeni bilgisayar teknolojisine erişimin eşitlikçi olmadığı konusundadır. İkincisi, yeni teknolojilerin politik bilgi ve tartışmanın yaygınlaşmasına katkıda bulunabileceği, ancak aslında ne bu bilginin ne bu tartışmanın kendi başına politik bir içerik taşımadığı ve söz konusu bilginin böylesi bir bilgi bombardımanı çağında yaşayan kitleler üzerinde daha çok kafa karıştırıcı ve boğucu bir etkisinin olabileceği yönündedir. Bunun yanı sıra, internet kanallı bilginin güvenilmezliğine vurgu yapılmaktadır. Esasen demokrasi, rasyonel bir müzakere sürecini, akla dayalı bir yargılamayı ve fikirleri bizimkilerden farklı bile olsa karşımızdakine karşı belli bir saygı çerçevesini korumayı gerektirir. Dolayısıyla, müzakereye dayalı bu tür bir demokrasinin savunucuları elektronik ve siberdemokrasiye karşı eleştirel yaklaşma eğilimindedirler (Kellner, 2004, s.715-716).

İnternet ortamı, “düşüncelerin özgürce ifade edilmesi ve karşıtlarının tartışılmasına izin verecek bir alan olması” şartlarını karşılayabilecek bir potansiyele sahiptir. Ancak, Arendt ve Habermas'ın “kamusal alanın bir görünürlülük/aleniyet arenası olduğu” noktasında ise bu görünürlüğü engelleyen şey, internet ortamında kimliklerin görünmez oluşudur. Kimliklerini açık ve net bir biçimde ortaya koyan özgür bireyler, düşüncelerini ortaya koymada ve savunmada da açıktırlar. İnternet ortamında ise kimlikler seçilmiş ya da üretilmiştir. Ortak mekanda üretilen sözle, sözü üreten arasındaki bu belirsizlik sanal kamusal mekanın, gerçek bir kamusal alan olmasını engellemektedir (Timisi, 2003, s.25-26).

Günümüzde sosyal medya ortamları; siyasi otorite, ekonomik güç odakları veya çeşitli ideolojik örgütlenmeler tarafından organize edilip yönetilen, algı operasyonlarının ve kara propaganda faaliyetlerinin mücadele alnına dönüşme riskini de taşımaktadır. Bu tip yapay müdahaleler, sosyal medyanın demokrasiye katkılarını ve nitelikli bir kamusal alan için zemin oluşturabilme imkanlarını zayıflatmaktadır.

3.4. Sosyal Medyada Algı Operasyonları ve Propaganda

Bireyler kendi dışındaki tüm dünyayı algılar vasıtasıyla anlamlandırdığından, algı yönetimi toplumların yönlendirilmesi açısından son derece önemlidir. A.B.D. Savunma Bakanlığı tarafından kavramlaştırılmış olan algı yönetimi, “kitlelerin duygu, düşünce, amaç, mantık, istihbarat sistemleri ve liderlerini etkileyerek seçili bilgilerin yayılması ve/veya durdurulması; bunun sonucunda hedef davranış ve düşüncelerinin hedefleyenin istekleri doğrultusunda yönlendirilmesi” şeklinde tanımlanmıştır (Sarı ve Aksu, 2012, s.41-43). Her ne kadar A.B.D. Savunma Bakanlığı tarafından kavramlaştırılmış olsa da özü itibarıyla tarih boyunca kullanılmış olan, bireyleri ve kitleleri manipüle ederek ikna etme, yönlendirme, rızanın inşası, toplum mühendisliği çalışmaları günümüzde de sosyal medya ortamlarında yoğun şekilde kullanılmaktadır.

İnsanlık tarihi boyunca iktidarı ele geçirme ve paylaşma mücadelesini kazanabilmek için pek çok strateji geliştirilmiş ve kullanılmıştır. Bu süreçte, siyasal sistemi benimsetme, yönetime – düzene bağlılığı sürdürme, rejim değiştirme ve benzeri amaçlarla çeşitli güç odaklarınca yürütülen çabaların tümünü propaganda içerisinde değerlendirmek gerekir (Ayhan, 2007, s.37). Propaganda kullanılan yöntemler açısından; beyaz propaganda, gri propaganda ve kara propaganda olarak üçe ayrılır. Beyaz propaganda, kaynağın belli olduğu ve açık bir biçimde gerçekleştirilen propaganda türüdür. En önemli psikolojik savaş yöntemlerinden biri olan gri propaganda da kaynak belli olmayıp, hedef kitlenin söylemin doğruluğunu ya da yanlışlığını kanıtlama şansının olmaması başarı olasılığını arttırabilir. Psikolojik savaşın tüm yöntemlerinin kullanabildiği kara propaganda da ise gerçek dışı bilgi, iftira, karalama gibi unsurlar pervasızca kullanılır. Kaynağın gerçek anlamda belli olmaması (propaganda başka bir kaynaktan yapıyormuş gibi göstererek), kara propaganda yapanın bu tür yöntemleri sınırsızca kullanabileceği bir ortam oluşturur (Ayhan, 2007, s.63-68). Sosyal medya ortamları, kullanılan fake (sahte) hesaplar yoluyla kimliği gizlemeye, dolayısıyla da kaynağın gizlenmesine veya farklı gösterilmesine olanak sağladığından; kara propaganda faaliyetlerini için uygun bir zemin haline gelmiştir.

İnternet ortamında bireyin sadece etkileme potansiyeli artmaz, aynı zamanda kullandığı farklı uygulamalara bağlı olarak etkilenme potansiyeli de artar. Çünkü internet iletişiminin doğası etkileşime dayanmaktadır (Doğu, 2010, s.225). Bu etkileşimli yapısı ve buna ek olarak anonim karakteri internet iletişimini önemli bir ikna aracı olarak inşa eder (Doğu, 2010, s.237).

Sosyal medyada yer alan haberlere yapılan okur yorumları her ne kadar toplumu temsil edecek tek ölçüt olmasa da kamuoyu üzerinde oldukça etkilidir. Üstelik bu mecra,

kamuoyunun rızasının örgütlenmesinde yoğun şekilde kullanılan yöntemlerden biri haline dönüşmektedir (Dirini, 2010, s.91).

Kişinin kendini ya da anlatmak istediği şeyi ifade edebilmesinde video diğer araçlara göre çok daha işlevseldir. Hem göze hem de kulağa hitap ettiğinden çok daha akılda kalıcıdır. Ayrıca videolar, söylemeden de ifade edebilmeyi olanaklı kılması yönüyle propaganda aracı olarak kullanılmaya yatkındır (Çomu, 2010, s.145). Kitleleri etkileme, yönlendirme gücü yüksek olan bu araç, günümüzde youtube başta olmak üzere birçok video paylaşım sitesi üzerinden çeşitli algı operasyonlarında aktif olarak kullanılmaktadır. Video paylaşım sitelerine konulan bir video; facebook, twitter vb. sosyal ağlarda link oluşturularak toplumun çoğunluğunun ulaşımına sokulmaktadır. Bu şekilde birey aynı video ile sayısız kez karşılaşmakta ve tekrarlar videonun zaten var olan inançları etkileme kapasitesini sosyal medya sayesinde daha da arttırmaktadır. Hitler döneminde zirveye çıkan video (sinema) – propaganda bağlantısı, günümüzde video paylaşım sitelerinin algı operasyonlarında ve kara propaganda faaliyetlerinde kullanılmasıyla yeni bir boyut kazanmıştır.

Sosyal medyayı algı operasyonları konusunda işlevsel bir alan haline getiren en önemli unsurlardan biri de kullanıcıların ve kullanıcı türevli içeriklerin, propaganda işlevi gerçekleştirebilmesi durumunun, benzer söylemleri olan çevrimdışı örgütlenmeler için değerli fırsatlar sunmasıdır. Çünkü böylece herhangi bir maliyete katlanmadan, amatör kullanıcıların ürettiği metinlerin dolaşıma girmesi ve üstelik bunun gündemle eş zamanlı olarak gerçekleşmesi sayesinde, ilgili örgütün iletmek istediği mesajın çok daha fazla kişiye, çok daha hızlı bir biçimde ve çok farklı sayıda metinle ulaşması mümkün hale gelmektedir (Çomu, 2010, s.176-177).

Sosyal medya, kullanıcılar üzerinde geniş bir etkiye sahiptir. Kuralları net olmayan bu camiada hem bireyler hem de kurum ve kuruluşlar, belli bir hedef doğrultusunda yürütecekleri iletişim stratejilerinde sosyal medya üzerinden güç sahibi olmaya çalışmaktadır (Kuşay, 2010, s.61). Günümüzde ortaya çıkan tabloda internet, tüm siyasi taraflarca kendi gündemini ve çıkarlarını savunmak üzere kullanılan, çekişmeli bir alandır. Muhtemel ki geleceğin politik kavgaları yine sokakta, fabrikada, parlamentoda ve geçmişte de geçerli olan diğer alanlarda verilecektir; ancak daha şimdiden tüm politik mücadeleler, öyle ya da böyle, medya, bilgisayar ve bilgi teknolojilerinin dolayımından geçmektedir ve bu durum gelecekte de artarak sürecektir (Kellner, 2004, s.732).

Gizli siyasal gündemler için oluşturulan sahte, uydurma internet siteleri paravan internet siteleri olarak adlandırılabilir (Daniels, 2012, s.48). Marjinal alt kültürlerden gelen kolayca tespit edilebilir yazarların açıkça ilan edilmiş siyasi gündemlerini gerçekleştirmek üzere interneti kullanması üzerine çok sayıda bilimsel çalışma yapılmıştır. Paravan internet

siteleri aracılığıyla ‘siyah’ ve ‘gri’ online propaganda stratejilerini kullanan örgüt veya bireyler niyet ve yazarlarını sakladıkları için kesinlikle daha etkili olabilirler (Daniels, 2012, s.49). Paravan internet siteleri sol kanattan sağ kanata, çokuluslu kurumsal çıkarlardan küreselleşme karşıtı aktivistlere, kürtaj karşıtlarından siber-ırkçılara kadar çeşitli siyasi gündemleri perdeleyebilir (Daniels, 2012, s.64).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE SUSKUNLUK SARMALI İLİŞKİSİ

Suskunluk sarmalı kuramını geliştiren Elizabeth Noelle-Neumann, kuramı kitle iletişim araçları boyutunda detaylı biçimde değerlendirmiştir. Ancak, günümüzde kamuoyu üzerinde çığır açıcı etkileri bulunan sosyal medya boyutlarında kuramın ayrıca araştırılmasına ve değerlendirilmesine ihtiyaç vardır. Bu araştırmada özellikle, bir sosyal medya platformu olan twitter üzerinde yürütülen tartışma ortamları gözlenerek, kamuoyunun oluşumu ve buna bağlı olarak suskunluk sarmalı kuramı açısından bir takım etkilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Suskunluk sarmalı kuramın ana dayanağı, bireylerin kamusal alanda fikirlerini beyan etme sürecinde, öncelikle kamuoyunun genel fikri yönelimini tahmin ettikleri ve azınlıkta kaldıklarını hissettiklerinde ise dışlanma korkusunun etkisiyle suskunlaştıkları yönündedir. Bu bağlamda kuramın; enformasyon akışına getirdiği hız ve kapasite artışı yanında, etkileşimli iletişimi de mümkün kılma niteliklerini barındıran sosyal medya üzerinden araştırılması oldukça değerli sonuçlar verebilecektir.

4.1. Kitle İletişim Araçları ve Suskunluk Sarmalı

Kitle iletişim sisteminin baskın ve kuşatıcı yapısı gereği insanlar, bu mecralar kanalıyla kamuoyuna sunulan ve ağırlık verilen görüşleri çoğunluk görüşü, toplum ilgisinden uzak tutulan görüşleri ise azınlık görüşü olarak algılama eğilimine sahiptirler. Bu eğilim tutum ve davranışlara da yansıtacağından kitle iletişim araçlarında savunulan görüşler olduğundan daha güçlü, karşıt görüşler ise olduğundan daha güçsüz hale gelecektir. Bu işleyişte medyaya hakim olan veya medyada sesi daha fazla duyulan fikirlerin çoğunluk etkisi yaratması mümkün olabilecektir (Güz, 2005, s.54). Kitle iletişim araçlarından aktarılan görüşlerin toplumun genel görüşü olarak kabul edilmesi nedeniyle; kitle iletişim araçları suskunluk sarmalını hızlandıran ve kapsamını genişleten bir işlevsellik kazanır.

Bir görüşler demetinin çoğunluk algısının, halkın gerçekteki kanaat yoğunluğu ile pek bir ilgisi yoktur. Çoğunluğun kanaatleri gibi algılanan kanaatler, çoğu zaman yalnızca bir azınlık tarafından benimsenmektedir. Öyle ki, bir görüşler demetinin çoğunluğa ait olduğuna ilişkin algılama bir sarmallaşma süreci başlatır ki, bu süreçte karşıt görüşler suskunluğa gömülmeye başlar ve çoğunluğun gibi algılanan görüşler fiilen geçerli görüş olarak yer eder. İnsanlar rayiç gerçeklik tanımlarını öğrenmek için medyaya yöneldikçe, suskunluk sarmalı da gelişir. Medyanın tekel olma niteliği ve medya üretiminin doğasındaki iş akışının tekdüzeliklerinden ötürü, medyaların kendi aralarında gerçekliğe ilişkin hangi görüşlerin sunulması gerektiği konusunda oldukça yüksek bir anlaşma ya da uyumluluk derecesi vardır.

Kişilerarası iletişim de enformasyon sağlamasına rağmen, medya, iletişimin temel etkeni olma eğilimindedir (Fejes, 1999, s.319; Timisi, 2003, s.236).

Kuram açısından, medyanın manipölasyon ve yönlendirmelerinde kullandığı bazı unsurlar öne çıkmaktadır. Kitle iletişim araçları toplumda hangi kanaatlerin baskın durumda olduğu yönünde biçimlendirmede bulunabilmektedir. Kitle iletişim araçları, toplumda yükselmekte olan ideolojiler, dünya görüşleri ve kanaatler konusunda kendi perspektifleri açısından bir izlenim oluşturup bu yönde pekiştirme işlevi görürler. Bunlara ek olarak, herhangi bir bireyin kamu önünde hangi kanaatlerin korkmadan söylenebileceği ile ilgili izlenimlerini belirlemekte ya da pekiştirmektedirler. Kuramda, medyanın toplumsal alana, görüşlerin çeşitliliğini baskılayarak müdahale ettiği savunulur. Medyaya gündem belirleme kuramının sistematığıne yaklaşan bir konum verilerek; “medya bize neyi düşünmememiz gerektiğini söyler” sonucuna varılır (Maigret, 2013, s.255).

Birey tartışmalı bir sorunla karşılaştığında, çoğunluğun yönelimi hakkında bir sonuca varabilmek için iki farklı kaynaktan bilgi edinir; kendi deneyim alanı içinde kalan konularda doğrudan gözlem, bu alanın dışında kalan diğer konularda kitle iletişim araçları aracılığıyla dolaylı gözlem. Bireyin kendi yaşamı ve kişisel deneyimiyle ilişkili olmayan tüm konularda fikir iklimine ilişkin kesin izlenimler kitle iletişim sistemi aracılığıyla kazanılır. Tartışmalı konular gündeme geldiğinde, kamuoyunun hükümeti ya da toplumun bir üyesini tehdit etme gücü kesinlikle kitle iletişim sistemi aracılığı ile biçimlenmektedir (Noelle-Neumann, 2002, s.386-387). Bu doğrultuda kitle iletişim araçlarının etki gücü, kamuoyunda hangi görüş ve davranış şekillerinin kabul gördüğü, hangilerinin ise reddedildiği hususunda doğrudan doğruya bireylerin tasavvurlarını yönlendirmesinden kaynaklanmaktadır (Noelle-Neumann, 1998, s.52). Daha geniş bir çerçeveden bakarsak, modern çağda kitle iletişim sisteminin kuşatması altındaki insanlar artık, kendi deneyim alanları içinde kalan konularda bile, başka insanlarca da doğrulanmadıkça ya da kitle iletişim araçlarında rastlamadıkça, bir olguya inanamamaktadırlar (Mills, 2000, s.437).

Suskunluk sarmalı kuramı ile kitle iletişim araçlarına diğer pek çok kuramdan daha fazla güç atfeden Noelle Neumann, kitle iletişim araçlarının kamuoyu üzerinde güçlü etkileri olduğunu fakat bu etkilerin çeşitli nedenlerle geçmişte ortaya konulamadığını ve sezilemediğini belirtir. Kitle iletişim araçlarının; “birikimliliği”, “her yerde hazır olması” ve “uyumluluğu” özelliklerinin, kamuoyu üzerinde güçlü etkiler oluşturmada kilit rol oynadığını vurgular. Uyum, sorun veya konunun “tek tipleştirilmiş resmi” anlamında kullanılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının oluşturduğu uyum; herkesin belli bir konuyu kitle iletişim araçlarının sunduğu şekilde görmesi biçiminde oluşur (Severin ve Tankard, 1994, s.443). Muhabirlerin haber seçim kuralları büyük ölçüde birbiriyle örtüştüğü için, okuyucular üzerinde bir tür onay

etkisi yaratan bir ses uyumu yaşanır. Lippmann'ın deyimiyle, bir sahte dünya oluşur. Muhabirler kendi bilinç düzeyleriyle algılayabildikleri kadarını haber olarak sunabilirler, okuyucular ise dünyayı, büyük bir kısmı medya tarafından iletilen bilinç aracılığıyla kavrar ve açıklarlar (Noelle-Neumann, 1998, s.169-172). Neumann'a göre medya toplumsal hayatı kapsayıcı bir güce sahiptir ve modern çağda bireylerin medyanın sunduğu mesajlardan kaçınabilmesi pek mümkün değildir. Medya mesajlarının sürekli olarak yinelenmesi de medyanın etkisini güçlendirmektedir. Medyada sunulan içerikler o kadar birbirine benzemektedir ki bireyin bunlar arasından bilinçli bir seçim yaparak algılayabilmesi çok zordur. Seçici algılama azaldıkça da medyanın etkileme oranı artmaktadır. (Yaylagül, 2010, s.51)

Tartışmalı bir konuda kamuoyu oluşurken, suskunluk sarmalının kamusal olarak algılanabilir bir seviyeye gelmeye başladığı anda oluşan toplumsal katılım, sarmalın oluşumuna hız kazandırıp devamını sağlayacaktır. Kamu unsurunun bu sürecin içine en etkili şekilde çekilmesi ise kitle iletişim araçları vasıtasıyla olur. Bu süreçte kitle iletişim sistemi; geniş alanlara yayılmış, anonim ve erişilemez, etki altına alınamaz kamuyu temsil eder (Noelle-Neumann, 1998, s.178).

Medyada oluşturulan izlenimin tersine gelişen bir suskunluk sarmalına rastlanmaz. Çünkü, belli yöndeki bir kanaatin kamu önünde seslendirilebilmesinin ve savunulabilmesinin bir nedeni de medyanın desteğinin hissedilmesidir (Noelle-Neumann, 1998, s.233). Bireylerin konuşmalarında medyanın kullandığı argümanları kullanmaları, medyanın “dillendirme” işlevinden kaynaklanmaktadır. İnsanlara görüşlerini savunmakta kullandıkları sözcükleri, argümanları medya sunduğundan, insanlar kendi bakış açılarına uygun, düzenli bir biçimde tekrarlanan ifadelerle, söylemlerle karşılaşmayınca dilsizleşmektedirler (Noelle-Neumann, 1998, s.199).

Medyanın sahip olduğu iletişim biçiminin, “tek yönlü, dolaylı ve kamusal” nitelikli olması, insanın en doğal iletişim biçimi olan konuşmaya üç yönden tezat oluşturur ve işte bireylerin kendilerini medya karşısında aciz hissetmelerinin nedeni de budur. Bu acizlik iki şekilde yaşanır. Birincisi, medyanın toplumun dikkatini çekmek isteyen birine, bir görüşe vb. haber seçim sürecinde yer vermemesi, onu dikkate almaması halinde ortaya çıkar. İkincisi ise, “teşhir direği” olarak kullanılan medyada olumsuz bir biçimde teşhir edilen bireyin kendini ele verilmiş olarak görmesi durumudur. Bu durumda birey medya karşısında kendini koruyamaz ve aciz bir konumda hisseder. Bireyin medyaya karşı kullanabileceği araçlar, medyanın gösterişli nesnelliğiyle kıyaslanamayacak kadar zayıftır (Noelle-Neumann, 1998, s.179).

Suskunluk sarmalı kuramına göre, insanların sosyal bakımdan yalıtılma ve dışlanma korkusu taşıdıklarından, az veya çok bilinçli şekilde sürekli olarak çevrelerini gözleyerek kanaat iklimini tespit edebilme çabası içerisindeyler. Bu süreçte başvurulan unsurlardan biri olan kitle iletişim araçları, adeta sanal bir referans grubu oluşumuna neden olmaktadır. İnsanlarının tutum ve davranışları, somut olarak kamuoyundaki baskın kanaatlerden değil, kitle iletişim araçlarının söz konusu kanaatlerin toplumda çoğunlukta veya azınlıkta olduğu yönünde insanların zihninde oluşturduğu izlenimlerden etkilenmektedir (Kepplinger, 2003(a), s.29).

Kitle iletişim araçlarının kamuoyu ve suskunluk sarmalının oluşumları sürecindeki etkileri, çeşitli araştırma sonuçlarına dayanılarak şu şekilde sıralanmıştır;

- Tartışmalı bir konudaki çoğunluk ve azınlığın görece gücü kitle tarafından çarpıtılmış biçimde görülür. Yani, egemen medya bakış açısı tarafından yansıtıldığı biçimde görülür.
- Çoğunluk tarafında olanlar, kitle iletişim araçları tarafından desteklendiklerinde konuşmak için azınlığa göre daha istekli olurlar.
- Eğer kitle iletişim araçları azınlığı desteklerse, çoğunluk tarafı, sessiz çoğunluk haline gelir.
- Azınlık, medyanın düşmanca tutumuyla karşılaşır sessizliğe bürünür.
- Azınlık, kitle iletişim araçlarından destek gördüğü takdirde, görece daha fazla konuşma arzusu duyar, çünkü egemen kitle iletişim sisteminin kamusal otoritesinden güç almaktadır. Mevcut fikir iklimini kendi yararına yorumlar ve özgüvenli şekilde davranır, kendi kanaatlerini ifade etmek ve savunmak için kitle iletişim araçlarının sunduğu argümanları kullanır (Noelle-Neumann, 2002, s.387).

İnsanların gerçeklik tanımlarını öğrenmek için kitle iletişim araçlarına yönelmesi, suskunluk sarmalını genişletir. Kitle iletişim araçlarının, toplumun enformasyon kaynağı olma noktasındaki gücü tekeli niteliği, medyaların kendi aralarında, gerçekliğe ilişkin hangi görüşlerin sunulması ve öne çıkartılması gerektiği konusunda oldukça yüksek bir anlaşma ve uyuma ulaşmalarını sağlar. Suskunluk sarmalı kuramı, kitle iletişim araçlarının belli bazı simgesel gerçeklikleri nasıl meşrulaştırabilecek biçimde işlediğini göstermesi bakımından da önemlidir (Fejes, 1999, s.19).

Lippmann okuyucularını, medya tarafından iletilen mesajların, insanın doğrudan yaptığı gözlemlere göre ne kadar fazla olduğu konusunda düşünmeye yöneltiyor. Gerçekliğin tam olarak fark edilebilmesi ümitsiz bir iş gibi görünüyor. Çünkü gerçek ortam birey için fazla büyük, karmaşık ve akışkandır (Noelle-Neumann, 1998, s.169-170). Bu denklemlerle de gerçeklik hakkındaki algıların oluşması, büyük oranda kitle iletişim araçları dolayımına bağımlı hale gelmektedir.

Saturday Review dergisinde çıkan bir karikatürde çocuk, koltuğuna oturmuş, gazetesini okuyan babasına şöyle bir soru sorar: “Baba, ormanda bir ağaç devrildiğinde, orada bu olayı anlatacak medya mensupları yoksa, ağaç gerçekten devrilmiş olur mu?” Medya kültürü, medyanın dış dünyadan seçip bize sunduğudur ve dünya bireyin görüş alanı dışında kaldığı sürece de genellikle, bireyin dünya hakkında sahip olduğu tek görüştür (Noelle-Neumann, 1998, s.169-173).

Suskunluk sarmalının oluşmasında, kamuoyu oluşturma gücü nedeniyle medyanın önemli bir rolü vardır. Medya, çoğunluğun fikri olarak görülen şeyleri ön plana çıkarma yoluyla bu fikirlerin egemenliğini güçlendirirken, sessiz azınlığın suskunluğunun devamına ve daha da suskunlaşmasına hizmet edebilir. Suskunluk sarmalı, bazı fikirlerin toplumun çoğunluğu tarafından benimsenmesine rağmen, azınlık görüşüymüş gibi algılanmasına yol açabilir. Fejes kurama farklı bir açıdan yaklaşarak, suskunluk sarmalı çerçevesinde birey ve grupların medya iktidarına karşı mücadele edebileceklerini öne sürer. Çünkü fikir ve kanaatlerin susturulması, bu fikir ve kanaatlerden vazgeçildiği anlamına gelmez. Suskunluk sarmalı, her zaman çoğunluğun fikirlerinin tamamen kabullenilip özümsemesine yol açmayabilir. Sessiz azınlık, dile getiremediği fikirlerine içten içe bağlı olmaya devam edebilir ve bir noktada bu fikirlerini dile getirme cesaretini ve uygun ortamı bulabilir. Medyanın tek sesliliği, tek bir görüşü veya sadece belli görüşleri sunması eğiliminin çeşitli nedenlerle azalması durumunda, bastırılmış kanaatler ve görüşler ortaya çıkabilecektir. Böyle durumlarda suskunluk sarmalı kırılmış olur ve sarmal bir kez kırılabilirse köklü bir değişime yol açabilir (Fejes, 1999, s.320).

Suskunluk sarmalı ve gündem belirleme kuramlarının bazı örtüşen yönleri dikkat çekmektedir. Her iki kuram da, bireylerin kendi deneyim alanları dışında kalan bilgileri kitle iletişim araçları vasıtasıyla edindiklerini ve kamuoyunda tartışılacak konuları bu yolla belirlediklerini varsayar. İki kuramı birbirinden ayıran en temel fark ise suskunluk sarmalı kuramında, kamuoyunda tartışılan bir konu hakkında hangi yöndeki fikirlerin çoğunlukça benimsendiğine odaklanılırken, gündem belirleme kuramında ise kitle iletişim araçlarının hangi konularda kamuoyu oluşturacağını belirlenmesi üzerine odaklanılır (İrvan, 1997, s.64).

Noelle-Neumann kitle iletişim araçlarının etkilerine yönelik araştırmalarda güçlü etkilere dönüşün en önemli figürlerindendir. O günümüz toplumunu homojen bir kitle gibi görme eğiliminde olmasının yanında, kitle iletişim araçlarını da güçlü etkilere sahip bir unsur olarak konumlandırır. Suskunluk sarmalı kuramında; toplumdaki farklı grupların, cemaatlerin, çıkar gruplarının ve özel birliklerden kaynaklanabilecek özel etkileşim alanlarının görmezden gelinmesi eleştirilecek bir husustur.

Gündem koyma modelinde olduğu gibi suskunluk sarmalı modeli de, medyanın içeriğini anlamak konusunda ortaya çıkan karmaşıklıklara duyarsızdır. Medyanın anlamlandırma ve temsil etme boyutlarını kaba bir tarzda ele alır. Model bu anlamda kusurludur. Yine de bu model, gündem koyma modeliyle birlikte medya etkileri hakkında düşünmek konusunda eleştirel araştırmacılara yararlı bir yol sağlamaktadır. Davranışsal ve eleştirel gelenekler arasındaki engin dil ve kavram farklılıklarının farkında olunsa da, gündem koyma ve suskunluk sarmalı modelleri, her ne kadar kaba bile olsa medyanın izleyici üzerindeki ideolojik etkisini ampirik olarak incelemenin bir yolu olarak önerilebilir (Fejes, 1999, s.320-321).

4.2. Sosyal Medya ve Suskunluk Sarmalı

Sosyal medya gündelik hayat içerisinde pratik uygulamalar oluşturmasının yanı sıra toplumsal yapıda köklü değişikliklere ve dönüşüme neden olmaktadır. İnternet yalnızca kamuoyunun biçimlenmesinde haber ve bilgiyi taşıyan bir araç olarak değil, kamusal ilişkilerin gerçekleştiği bir alan olma özelliğini de taşımaktadır (Timisi, 2003, s.140). Klasik kitle iletişim araçlarının aksine çift yönlü iletişimi mümkün hale getiren sosyal medya döneminde doğup gelişen sanal cemaatler olgusu ile birlikte artık bireyler; kişisel zevklerini ve yaşam tarzlarını sosyal medya aracılığıyla paylaşarak, grup kimliklerini bu alanda inşa eder hale gelmiştir. Dolayısıyla bir gruba dahil olma ve gruptan dışlanma durumları sanal dünya üzerinde de gerçekleşebilmektedir.

Medyanın tek sesliliği, tek bir görüşü veya sadece belli görüşleri sunması eğiliminin çeşitli nedenlerle azalması durumunda, bastırılmış kanaatler ve görüşler ortaya çıkabilecektir. Böyle durumlarda suskunluk sarmalı kırılmış olur ve sarmal bir kez kırılabilirse köklü bir değişime yol açabilir (Fejes, 1999, s.320). İnternet iletişimi çerçevesinden bakınca, bireylerin enformasyona ulaşma şanslarının, geleneksel medyaya oranla oldukça arttığı görülmektedir. Ayrıca, burada var olan enformasyon, bir kitle iletişim aracının manipüle edici gerçeklik yaratma arzusundan uzaktır. Enformasyonun akışında, bir kişi ya da grubun tasarrufu ve denetlemesi olmadığı için, enformasyon saf haliyle mevcuttur. Bu anlamda manipüle edilmemiş bir enformasyon akışı, bireysel kanı ve kanaatlerin özgürce oluşmasında etkilidir. Bu ortamda, grup ya da topluluk ortamının yüz yüze ilişkilerinden farklı olarak bireyin kendini ifade etmesindeki baskı ve sınırlılıklar ortadan kalktığı için, birey kendi gerçek kanaatini yansıtmakta daha özgürdür. Bu noktada internet iletişimi; geleneksel medyanın iktidarına karşı direnmek ve azınlık ya da muhalif görüşlerin ortaya konması ve desteklenmesi anlamında önemlidir (Timisi, 2003, s.236). Geleneksel kitle iletişim araçları tarafından dışlanmış gruplar, sosyal medyada örgütlenerek, birbirlerinden manevi güç alarak, suskunluk

sarmalını kırarak duruma gelebilir. Bu konumdaki bir birey, azınlıkta kaldığını bilse bile dışlanma korkusunu üzerinden atarak fikirlerini bu mecralarda kendi yandaşları ile birlikte ifade edebilir.

Bireyin kanaat belirlemesinde en önemli kaynak konumundaki kitle iletişim araçları; siyasi iktidar baskısının olmadığı, ticari kaygılardan sıyrılmış, farklı görüşlerin özgürce iletildiği bir nitelik kazanıp, yaygınlaştıkça, suskunluk sarmalının oluşumu büyük ölçüde engellenecektir (Boz, 1999, s.41). Bu bağlamda, sosyal medyanın suskunluk sarmalı boyutunda ne derece önemli bir yer tutacağı çok açıktır. Sosyal medyanın, kamusal alan ve demokrasi alanlarına getireceği muhtemel olumlu ve olumsuz katkıların ne yönde gelişecek olması; tartışmalı konularda toplumda suskunluk sarmalı oluşup oluşmaması konusunda belirleyici olacaktır.

İnternet iletişimi, adı bilinen bilinmeyen herkesle bağlantıyı mümkün kılarak toplumsal hiyerarşilere son verirken, bireye kendi görüşünü savunanları bulma ve onlarla iletişime geçme imkanı vermektedir. Böylece kendi yandaşlarından oluşan sanal cemaat ve gruplar içerisinde sosyalleşen birey, kendinden farklı düşünenleri görmezden gelebilmekte, dolayısıyla da dışlanma korkusunu üzerinde hissetmeyerek, suskunluk sarmalına kapılmaktan kurtulabilmektedir.

Diğer taraftan, dijital dünyada yapılan tüm yorum ve paylaşımların kayıtlı kalması ve istenen her zaman geçmişe dönük olarak kontrol edilebilmesi bir nevi gözetim alanı oluşturmaktadır (Atikkan ve Tunç, 2011, s.97). Bu nedenle, kişilerin bir olay karşısında aldıkları fikri pozisyon, tepkileri ve açığa vurdukları kanaatleri kamusal olarak görünür olacak ve sürekli herkesin ulaşımına, denetimine açık olacaktır. İleride kişinin aleyhine kullanılabilecek bir leke, bir açık gibi kalması ihtimali, tartışmalı sorun ve konular hakkında internet üzerinden fikir belirtmedeki özgürlüğü sınırlandıracaktır. Ayrıca, sanal grupların karşıt kamplara karşı oluşturdukları “nefret söylemi, kara propaganda, toplumsal linç kampanyaları” gibi baskılar, dışlanma korkusunu körükleyebilir. Bu saldırılara maruz kalabileceğini hisseden birey, görüşünü ifade etmekten kaçınabilir. Bu tip durumlar ise dışlanma korkusunu tetikleyerek suskunluk sarmalını besleyebilir.

Günümüzde toplumun önemli bir kısmı sosyal medyayı günlük hayatlarında etkin bir biçimde kullanmaktadır. Bu kişiler artık, sosyal ilişkilerini büyük oranda bu mecralarda gerçekleştirmenin yanında, güncel tartışmalı bir konu hakkında;

- Arkadaş, akraba, dost vb. çevrelerine dahil kişilerin o konu hakkındaki görüşlerini sosyal medyadan (özellikle facebook ve twitter),

- Çeşitli alanlarda öne çıkmış ve tanınan kişilerin, kanaat önderi konumundaki kişilerin o konu hakkındaki görüşleri sosyal medyadan (özellikle twitter),

- Twitter’da yer alan “hashtag, trend topic” benzeri özellikler sayesinde, herhangi güncel bir konu hakkında o mecrada oluşmuş olan ve o anki fikir iklimine ışık tutan verileri,

Anlık olarak gözleyebilmektedirler. Pek tabi ki bu durumlar, suskunluk sarmalında suskunlaşmanın temel motivasyonu olarak kabul edilen “toplumdan dışlanma korkusu” noktasında yeni sonuçlar doğuracaktır. Yakın çevrenizin ve/veya toplumun önde gelen kişilerinin sizden farklı düşündüğünü öğrenmek, dışlanma korkusunu ne yönde etkileyecektir. Bunun yanında, bu gözlemlerde sosyal medyada kendi fikrinin azınlıkta kaldığını hisseden birey, yine aynı mecralarda azınlıkta da olsalar kendine yandaş kişilerin varlığını gördüğünde bu onu ne yönde motive edecektir. Bu hususlar, suskunluk sarmalı kuramının sosyal medya ortamlarında ve farklı kültürlerde çalışılmasını zorunlu kılmaktadır. Çünkü, ortaya çıkan bu yeni durum; bir birinden farklı konformist yapılara sahip toplumlarda, suskunluk sarmalı oluşumunu yoğunlaştırma veya sarmalın kırılmasına yol açma gibi çok farklı sonuçlar doğurabilme potansiyeli taşımaktadır.

4.3. Sosyal Medya ve Suskunluk Sarmalı Konulu Araştırmalar

Suskunluk sarmalı kuramı, kitle iletişimi alanının önemli kuramlarından olan, “gündem belirleme” ve “kullanımlar ve doyumlar” kuramları kadar üzerinde fazla araştırma ve çalışma yapılan bir kuram değildir. 1990’lı yılların sonlarından itibaren farklı ülkelerde kuramın çeşitli kısımlarının teyit edilmesine dair ampirik araştırmalara ve çalışmalara rastlanmaktadır. Son yıllarda ise kuram hakkında, sosyal medya boyutunda yapılmış çalışmalar mevcuttur. Ancak ülkemizde yapılan araştırmalar gözden geçirildiğinde, doğrudan bu kuram çerçevesinde yapılmış pek fazla bir çalışmaya rastlanılmamaktadır.

Japonya’da Tokinoya tarafından 1996’da yapılan “A Study on the Spiral of Silence Theory in Japan” isimli çalışmada; toplumdaki çoğunluk kampının medya tarafından desteklendiği durumlarda, konuşmak için azınlığa göre daha istekli oldukları sonucuna varılmıştır (İrvan, 1997, s.434). Ancak, suskunluk sarmalı kuramı çerçevesinde Japonya’da yapılan araştırmalarda farklı sonuçlarla da karşılaşmıştır. Örneğin, Tokyo’da 1980’lerin sonunda ve 1990’ların başında yapılan birçok araştırmada (“imparator Hirohito’nun ölümü”, “iktidar partisinin yöneticilerinin skandalları”, “anayasanın değiştirilmesi” konularında yapılan), kuramı destekleyen sonuçlar elde edilmiştir. Yine Tokinoya tarafından, Japonya, Çin ve Kore’de karşılaştırmalı olarak yapılan araştırmalarda kurama kısmi destekler elde edilebilmiştir.

Glynn, Hayes ve Shanahan (1997) tarafından yapılan bir meta analiz kapsamında 17 farklı anketin sonuçlarının birbiriyle karıştırılması; bireylerin kendi görüşlerinin toplumun çoğunluğunda da var olduğunu anlamaları ve bu görüşleri kamuya açık alanlarda açıklama

istekleri arasında istatistiksel olarak, küçük oranda ama dikkate değer bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur (Salmon ve Glynn, 2009 s.158).

Erkan Yüksel, “Mahalle Baskısı Hangi İletişim Kuramıyla Açıklanır?” isimli makalesinde; ilk kez Prof. Dr. Şerif Mardin'in gazeteci Ruşen Çakır'a 2007 yılında verdiği röportajla gündeme gelen ve o dönemde ülkemizde yoğun bir biçimde tartışılan “mahalle baskısı” kavramını suskunluk sarmalı kuramı ile ilişkilendirerek irdelemiştir.

Bu röportajdan sonra medyada tartışılmaya başlanan kavram, türbanın üniversitelerde serbest kalmasına ilişkin tartışmalarda yeniden alevlenir. Türban serbest bırakılırsa, bunun diğer öğrenciler üzerinde "mahalle baskısı" yaratacağı ve başı açık olan öğrencilerin bu baskı karşısında başlarını kapatmak zorunda kalacakları dile getirilir. Ancak bu görüşe karşı çıkanlar da başı açık olanların aynı baskıyı uyguladıklarını seslendirir. Ardından da medyada çıkan toplumsal baskı, çevre ya da komşu unsurundan söz edilen her türlü haber "mahalle baskısı" kavramıyla çerçevelenmeye başlanır (Yüksel, <http://www.siyasaliletisim.org/index.php/dr-bahadr-kaleaas/doc-dr-erkan-yueksel/494-mahalle-basks-hangi-letim-kuramyla-acklanr.html>). Yüksel bu çalışmasında, toplumda oluşan baskı atmosferini medyanın etkinliği bağlamında ele alarak, suskunluk sarmalı kuramı ile ilişkilendirmiştir.

Shelly A. Neill, “The Alternate Channel: How Social Media is Challenging the Spiral of Silence Theory in GLBT Communities of Color” isimli çalışmasında (2009), LGBT'lilere ait sosyal ağ sitelerini ve blogları, suskunluk sarmalı kuramı çerçevesinde incelemiştir. Araştırmanın sonucunda; LGBT gruplarının kendi sosyal medya grupları ve blogları sayesinde, toplumdaki dışlanmışlıklarını aşabilecek deneyimler oluşturabildikleri ve sosyal medya ağlarının, bu gruplardaki suskunluk sarmalı etkisini ve dışlanmışlık korkularını önemli ölçüde azalttığı tespit edilmiştir (Neill, <http://www.american.edu/soc/communication/upload/09-Neill.pdf>).

Duygu Tosunay'ın “Sosyal Medyada Otosansür: Facebook Örneği” isimli yüksek lisans tez çalışmasında (2015); Facebook örneği üzerinden, sosyal medyadaki otosansür eğilimlerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu çalışmada, gözetim ve suskunluk sarmalı bağlamında, çevrimiçi anket ve yarı yapılandırılmış görüşme aracılığıyla Facebook kullanıcılarının davranışları incelenerek, otosansür davranışları ortaya konulmaya çalışılmıştır (Tosunay, 2015).

BEŞİNCİ BÖLÜM

TWITTER TARTIŞMA ORTAMININ KAMUOYU OLUŞUMU VE SUSKUNLUK SARMALI KURAMI AÇISINDAN İNCELENMESİ

Bu bölümde, belirlenen araştırma soruları çerçevesinde “sosyal medya ortamında yürütülen tartışmaları kamuoyu oluşumu ve suskunluk sarmalı kuramı açısından irdeleyen” nitel bir araştırma yer almaktadır. İlk olarak araştırma tasarımına yer verilecek, sonrasında ise elde edilen bulgular ve araştırma sorunsalı ile ilgili üretilen sonuçlar ele alınacaktır.

5.1. Yöntem

Betimsel analiz, içerik analizine göre daha yüzeyseldir ve daha çok araştırmanın kavramsal yapısının önceden açık biçimde belirlendiği araştırmalarda kullanılır. İçerik analizi, toplanan verilerin derinlemesine analiz edilmesini gerektirir ve önceden belirgin olmayan temaların ve boyutların ortaya çıkarılmasına olanak tanır (Yıldırım ve Şimşek, 2000, s.158). Betimsel sistemde geçişler oldukça esnek olup, oluşturulan kurgular, sınıflama için gerekli kategori sisteminin belirlenmesini sağlar. Bu yolla, çeşitli belgeler belirli başlıklar altında toplanabilmektedir (Mayring, 2000, s.85-86). Betimsel analizde, elde edilen veriler daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. Veriler araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre organize edilebileceği gibi, görüşme ve gözlem süreçlerinde kullanılan sorular ya da boyutlar dikkate alınarak da sunulabilir. Bu tür analizde amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır. Bu amaçla elde edilen veriler, önce mantıklı ve anlaşılır bir biçimde betimlenir. Daha sonra yapılan bu betimlemeler yorumlanır, neden-sonuç ilişkileri irdelenir ve birtakım sonuçlara ulaşılır. Ortaya çıkan temaların ilişkilendirilmesi, anlamlandırılması ve ileriye yönelik tahminlerde bulunulması işlemleri de, araştırmacının yapacağı yorumlar arasında yer alabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2000, s.158-159).

Araştırma temelde nitel araştırma yöntemine dayanmakta olup, uygulama kısmında (elde edilen verilerin analizinde) betimsel veri analizi tekniği benimsenmiştir. Bu çalışmada, toplumun genelini ilgilendiren iki ayrı tartışmalı konu başlığı seçilerek (“çözüm süreci” ve “nükleer enerji”), twitter ortamında bu konuların tartışılmasına yönelik paylaşımlar, “anahtar kelime” taraması sistemiyle elde edilmiştir. Elde edilen twitter mesajları hem kendi içerikleri, hem de paylaşılan yorumlar, köşe yazıları, videolar vb., itibarıyla incelenmiş ve tartışılan konuya yaklaşım açısından; ‘destek’ (olumlu), ‘karşıt’ (olumsuz) ve ‘nötr’ (tarafsız) biçiminde kodlanmıştır. Ayrıca, araştırmaya dahil olan tweetler, hesap sahiplikleri, kullanıcı isimleri, kullanıcı fotoğrafları ve profil bilgilerinde belirttikleri kendilerine ait diğer sosyal

paylaşım sitelerindeki kimlik bilgileri açısından değerlendirilerek; “gerçek kişi” ve “paravan hesap” (kimlik durumu net olmayan) şeklinde iki grupta kodlanmıştır. Betimleme ve kodlama çalışmalarından sonra, kategorilerin sayısal, yüzdesel ve oransal bir biçimde sıklıkları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yani frekans analizi yapılarak genel bir değerlendirme yapılmıştır.

5.1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada öncelikle toplumun genelini ilgilendiren ve kamusal alanda tartışılan iki ayrı konu seçilmiştir. Bu iki konu başlığı üzerinden twitterda yer alan yorumlar ayrı ayrı analiz edilerek; twitter ortamında kanaatlerin dağılımı, kamuoyu oluşum yönünün ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu süreçte, özellikle kanaatlerin yönelimi ile “kimlik gizleme” arasındaki ilişki üzerinden dışlanma korkusu tespit edilemeye çalışılarak; suskunluk sarmalı kuramının bu boyutu ile aralarındaki bağlantının gözlenebilmesi amaçlanmıştır.

Ayrıca, araştırmaya sadece kişisel twitter hesapları dahil edilmiş ve bu hesaplar da açık kimlik, açık olmayan kimlik (paravan hesap) olarak iki grupta değerlendirilmiştir. Bu yolla, kanaat dağılımındaki yoğunluk ile kullanılan hesaplardaki kimlik netliği (açıklık-gizlilik) arasındaki ilişki de ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Araştırmaya yön veren alt amaç soruları şu şekilde belirlenmiştir;

- Twitter ortamında gerçekleşen tartışmalarda suskunluk sarmalı oluşuyor mu?
- Twitter ortamında gerçekleşen tartışmalarda kişiler görüşlerini ifade ederken dışlanma korkusu etkin mi?
- Twitter ortamında gerçekleşen tartışmalarda kişiler görüşlerini ifade ederken kişilerin kimliklerini gizleme eğilimlerinin işleyişi nasıl?

5.1.2. Araştırmanın Örnekleme, Sınırlılıkları ve Veri Toplama Tekniği

Seçilen her iki konu başlığı için de oniki aylık bir süreç içerisinde yer alan twitter mesajları araştırmaya dahil edilmiştir. Bu onikişer aylık süreç; ‘çözüm süreci’ konu başlığı için ‘haziran 2013’, ‘nükleer enerji’ konu başlığı için ise ‘mayıs 2013’ tarihlerinden başlatılmış olup, bu tarihlerin belirlenme gerekçeleri alt başlıklarda anlatılmaktadır. ‘Twitter Search’ özelliği kullanılarak, bir sosyal paylaşım ağı olan twitter üzerinde yer alan tüm paylaşımların, içerikleri yönünden “anahtar kelime” sistemiyle taramaya tabi tutulabilmeleri mümkündür. Bu sayede istenen anahtar kelime veya kelime grupları girilerek, içeriğinde bu kelimelerin geçtiği tüm twitter mesajlarına ulaşmak mümkündür. Ayrıca, her türlü tarih aralığı için ayrı ayrı arama yapılabilmektedir. Yani bu araştırmada, internet ortamında mevcut bulunan arşivsel nitelikteki ve kamuya açık veriler araştırmacının katılımı olmadan, geriye dönük bir tarama ile elde edilmiştir.

İnternet ortamında veri toplamanın en önemli avantajlarından birisi; hassas ve özel konulara ilişkin katılımcıların samimi yorumlarına ve kanaatlerine kolaylıkla ulaşılabilmesidir (Baş ve Akturan, 2013, s.119-120). Ayrıca, araştırmacının önceden belirleyerek kısmen sınırlandırdığı cevap seçeneklerinden oluşan anket yardımıyla veri toplamanın yanında, sosyal medya ortamlarında; hem sembolleri, anlamları, etkileşimleri ve sosyal yapıları içeren hem de dolaysız ve gerçekçi bir yapıya sahip çok daha geniş bir veri zenginliği bulunmaktadır.

Bu araştırma için toplumu ilgilendiren iki ayrı konu başlığı seçilmiştir. Bunlar, ‘toplumsal barış-terör’ bağlamıyla öne çıkan ‘çözüm süreci’ ile ‘çevresel kaygıları’ barındıran ‘nükleer enerji’ konularıdır.

5.1.2.1. “Çözüm Süreci” Örnek Olayı

2009 yılının temmuz ayında PKK lideri Öcalan’ın sorunun çözümü için bir yol haritası hazırladığını açıklamasının ardından AKP Hükümeti bu çözüm çağrısını dikkate almış ve ‘demokratik açılım’ adını verdiği proje ile terör sorununu yeniden kamuoyunun gündemine taşımıştır. Çalışmaların koordinatörü olan İçişleri Bakanı Beşir Atalay 29 Temmuz’da düzenlediği basın toplantısında projenin hedefini; ülkenin ilerlemesini, kalkınmasını, büyümesini, ulusal ve uluslararası itibarını yükseltmesini, milletin refah ve huzurunun artmasını engelleyen her sorun alanını, özellikle de demokratikleşme sürecinde en ağır sorun alanı olan terör ve Kürt meselesini çözmek olarak duyurmuştur.

Bu tarihten sonra inişli-çıkışlı çok çeşitli aşamalardan geçen bu proje, 3 Nisan 2013’de çözüm sürecine katkıda bulunması için 63 kişilik bir ‘Akil İnsanlar Heyeti’ oluşturulmasıyla yeni bir boyut kazanmıştır. Bu araştırmada, Akil İnsanlar Heyeti’nin süreç hakkında hazırladıkları raporları Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’a sunduğu 26 Haziran 2013 tarihi başlangıç noktası olarak alınmıştır. Haziran 2013 tarihinden itibaren oniki ay boyunca, “twitter search” internet sitesi kullanılarak içerisinde “çözüm süreci” ibaresi geçen her ayın ilk haftasındaki bütün tweetler taranmıştır.

Daha sistematik ve verimli bir analiz yapabilmek amacıyla, bu konu başlığı için ayın tamamı yerine sadece her ayın ilk haftası araştırmaya dahil edilmiştir. Başlangıç noktası olarak Akil İnsanlar Heyeti’nin süreç hakkında hazırladıkları raporun sunulma tarihi seçilmiştir. Çünkü, bu heyetin çalışmaları sürecinde konu daha geniş kesimlerce yeniden ve daha farklı boyutlarıyla tartışılmaya başlanmıştır.

5.1.2.2. “Nükleer Enerji” Örnek Olayı

Nükleer enerji atomun çekirdeğinden elde edilen bir enerji türü olup, bu iş için nükleer santraller kurulmaktadır. Başlangıçta askeri amaçlar için yürütülen nükleer çalışmalar, ikinci dünya savaşı sonrası sivil amaçlar için de yapılmaya başlandı. 1951’de ABD’ de ilk elektrik

üreten nükleer reaktörün açılmasından sonra ilk ticari nükleer enerji santrali de Pensilvanya’da üretime başladı. Nükleer enerji üretiminde meydana gelebilecek kazaların, çevre ve insanlık açısından telafisi mümkün olamayacak zararlara neden olması potansiyeli yüzünden, bu konu üzerindeki tartışmalar evrensel boyutta sürüp gitmektedir.

Ülkemizde çeşitli dönemlerde nükleer enerji santrali kurulması gündeme gelse de ilk somut adım; 12 Mayıs 2010 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Rusya Federasyonu Hükümeti Arasında Mersin Akkuyu’da bir nükleer enerji santralinin kurulmasına ilişkin imzalanan anlaşma ile atılmıştır. Bu araştırmada ise 3 Mayıs 2013 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Japonya Hükümeti arasında Sinop’ta bir nükleer enerji santralinin kurulmasına ilişkin imzalanan anlaşma başlangıç noktası olarak alınmıştır. Mayıs 2013 tarihinden itibaren oniki ay boyunca, “twitter search” internet sitesi kullanılarak içerisinde “nükleer enerji” ibaresi geçen bütün tweetler taranmıştır.

5.2. Analiz Bulguları ve Değerlendirme

Araştırmada bireysel seviyede kanaat dağılımı, kamusal alanda bireylerin tartışmaya katılımları ve suskunluk sarmalı boyutunda bireylerin kanaatlerini ifade etme ve susma eğilimleri gözleneceğinden, bireysel olamayan hesaplara ait mesajlar ayrıştırılarak, araştırma harici bırakılmıştır. Bu ayrıştırmada özellikle ulusal ve yerel gazetelere ait, internet haber sitelerine ait ve sivil toplum örgütlerine ait hesaplar dikkat çekmektedir.

Bireysel hesaplar da kendi içlerinde kimlik bilgilerinin belirgin olup olmaması açısından iki gruba ayrılmıştır. Bu grulamada hesap profilinde yer alan isim, soyisim, fotoğraf ve diğer sosyal ağlardaki hesaplara ait bilgiler beraberce değerlendirilmiş ve kullanıcı kimliği belirgin olan hesaplar ‘gerçek kişi’, belirgin olmayan hesaplar ise ‘paravan hesap’ olarak kodlanmıştır.

5.2.1. “Çözüm Süreci” ile İlgili Veriler ve Değerlendirilmesi

Twitter mesajlarında yer alan şahsi yorumlar, paylaşılan köşe yazıları, videolar incelenerek; çözüm sürecini destekleyen (olumlu), karşıt (olumsuz) ve nötr (tarafsız) biçiminde kodlanmıştır.

İçeriğinde ‘çözüm süreci’ ibaresi geçmesine karşın tam olarak bu tartışma ile ilgisi olamayan paylaşımlar ile yukarıda belirtilen üç ayrı kategoriye de (olumlu-olumsuz-nötr) dahil edilemeyen paylaşımlar araştırma harici bırakılmıştır. Araştırma için belirlenen aralıkta, içeriğinde ‘çözüm süreci’ ibaresi geçen toplam ‘4870’ tweet tespit edilmiştir. Bu tweetlerden; kurumsal hesaplara ait olanlar ile üç ayrı kategoriye de (olumlu-olumsuz-nötr) dahil edilemeyen tweetler araştırma haricinde bırakıldığında, veri analizine tabi tutulan ‘2183’ tweet elde edilmiştir.

Tablo 5.1 Çözüm Sürecine Destek Verilen Tweetlere Örnekler

KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
NEDİM KUZU @nedimkuzu56	5 Temmuz 2013	“Çözüm Süreci Bölgeye Huzur Getirdi! Haberi http://www.sierttehaber.net/haber/384 /cozum-sureci-bolgeye-huzur-getirdi#.UdbBDJ4xBJU.twitter ”
MELİH ALPAN @melihalpan	11 Ağustos 2013	“Yılmaz: Çözüm Süreci Milletin Takdiridir Haberi OLAYCI HABER http://www.olayci.com/haber/12011/yilmaz-cozum-sureci-milletin-takdiridir.html ”
Bertan Golal @bertangolal	7 Kasım 2013	“TBMM çözüm süreci komisyonu Şırnak'ta STK'larla görüştü. @trthaber aracılığıyla”
Filiz'in Düşünceleri @filiz175	11 Nisan 2014	“Hırslarından ölseler de, çözüm süreci devam edecek, Cudi dağında bombalar değil, uçurtma uçuran çocuklar olacak!”
SERDAR KALELİ #чк @serdarkaleli	8 Eylül 2013	“#Çözüm süreci etap etap mı? - Açık Görüş - Star Gazete http://haber.stargazete.com/acikgorus/cozum-sureci-etap-etap-mi/haber-787300 ”
ramazan koçyiğit @rmznkocyyigit	6 Eylül 2013	“Erdoğan'dan Çözüm Süreci Açıklaması: Biz İşimize Bakıyoruz - TIKLA İZLE http://www.sondakika.com/haber/haber-erdogan-dan-cozum-sureci-aciklamasi-5028995 ”
Hasan Yağmur @hasan_yagmur	13 Ekim 2013	“Çözüm süreci esnafa çifte bayram yaşıyor: Batmanda Kurban Bayramı alışverişi ile yüzü gülen esnaf, bu bayram http://bit.ly/1boPVBh ”
Ziver Sarginalp @ziversarginalp	8 Aralık 2013	“Çözüm süreci bozulursa yazık olur.. Çok yazık olur bu ülkeye, hepimize.. Belli ki kirli ellerini hiç yıkamamışlar. Öyle beklemişler pusuda.”
MakarnaVeAyran @thelastscoutboy	8 Şubat 2014	“Çözüm süreci Kürt ve Türk halklarının ortak iradesidir.Kaset komplalarıyla bitirilemez..”@DARKAPI: Öcalan'ın kaseti http://smart.aksam.com.tr/Home/newsDetail?newsHeadline/haber-283094 ”
abdullah naci @abdullahnaci	7 Mart 2014	“ne marmaray,ne kanal istanbul,ne üçüncü köprü.. bölgede yaşayan bilir,çözüm süreci'nden daha değerli proje yok!”
Emre EREN ERDEM @ssaaakkkiiirr	8 Mayıs 2014	“@RT_Erdogan sayın başbakanım artık PKK bitsin istiyoruz terörün ülkemizde son bulmasını istiyoruz size güveniyoruz çözüm süreci devam etsin”

Üstteki tabloda çözüm sürecine destek verilen tweetlerden bazıları sunulmuş olup;

- “NEDİM KUZU @nedimkuzu56” isimli kullanıcının tweetinde, hem doğrudan destekleyici bir ifade kullanılıyor hem de Limak Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve Siirt Ticaret ve Sanayi Odası (STSO) Meclis Başkanı Nihat Özdemir’in “çözüm sürecinin bölgeye huzur getirdiği ve bölge ekonomisini canlandırdığı” ifadeleri üzerine yapılandırılmış bir haber, [“http://www.siirttehaber.net/haber/384/cozum-sureci-bolgeye-huzur-getirdi#.UdbBDJ4xBJU.twitter”](http://www.siirttehaber.net/haber/384/cozum-sureci-bolgeye-huzur-getirdi#.UdbBDJ4xBJU.twitter) linki ile paylaşılmıştır.

- “MELİH ALPAN @melihalpan” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan haberde, Milli Savunma Bakanı İsmet Yılmaz’ın ifadelerinden yola çıkarak, “çözüm sürecinin otuz yıldır dindirilemeyen acılar üzerine halktan gelen talep üzerine doğduğu ve huzur getirdiğine” vurgu yapılmaktadır.

- “Bertan Golal @bertangolal” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan haber, TBMM Çözüm Süreci Komisyonu Başkanı Naci Bostancı’nın ifadelerine dayanmaktadır. Haberde; bu sürecin ortak bir yolculuk olduğu, sürece sahip çıkmanın iyi niyetli olan bu ülkeyi seven, hep birlikte bu ülkede yaşama iradesinde olan, kimliği ne olursa olsun insanlığın ortak değerleri istikametinde güzel bir ülke kurabileceğine inanan herkesin görevi olduğu belirtilmektedir.

- “SERDAR KALELİ #PKK @serdarkaleli” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan köşe yazısında, PKK militanlarının çok yavaş ilerlediği eleştirilerine cevap verilmekte ve böyle kapsamlı ve derin sorunların çözümünün de uzun zaman alacağını anlatılmaktadır.

- “ramazan koçyiğit @rmznkocyigit” isimli kullanıcının tweetinde hem video hem de yazılı olarak paylaşılan haberde, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Kandil’den gelen olumsuz açıklamalara aldırmadıklarını ve hükümet olarak sürecin başarıya ulaşması için gerekenleri kararlılıkla yapacaklarını belirtmektedir.

- “Hasan Yağmur @hasan_yagmur” isimli kullanıcının, hem tweet içeriğinde hem de [“http://bit.ly/1boPVBh”](http://bit.ly/1boPVBh) linki ile paylaşılan haberde, Batman’da bayramın ekonomiye getirdiği hareketliliğin çözüm süreciyle daha da arttığı ve kent esnafının memnun olduğu belirtiliyor.

- “Ziver Sarginalp @ziversarginalp” isimli kullanıcının tweetinde, sürece yönelik provakatif eylemlere dikkat çekilmektedir.

- “MakarnaVeAyrar @thelastscoutboy” isimli kullanıcının tweetinde, sürecin Kürt ve Türk halklarının ortak iradesi olduğu, yani güçlü bir zemine sahip olduğu, bu nedenle de Abdullah Öcalan’ın görüntülerinin basına sızdırılması ve benzeri komplolardan etkilenmeyeceği belirtilmektedir.

- “abdullah naci @abdullahnaci” isimli kullanıcının tweetinde, son dönemde birçok önemli projenin hayata geçirilmekte olduğu, ancak çözüm sürecinin en hayati, en değerli proje olduğu belirtilmektedir.

Tablo 5.2 Çözüm Sürecine Karşı Çıkan Tweetlere Örnekler

KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
KİMSE YOK MU @sariresul78	8 Şubat 2014	“KCK artık yol kontrolü işini de devraldı. Çözüm süreci neler getirdi neler? #HainÖrgütPKKdır #İfadeHürriyetiSınırDışı”
Mustafa EFEÖĞLU @m_efeoglu	9 Haziran 2013	“akpkk yasak aşkından israil'e ikinci bir kardeş doğuyor ... bize çözüm süreci ve barış diye yutturulan budur..”
☸☺ sema • @ceujaneiro	5 Temmuz 2013	“birde kalekol yapılmasın çözüm süreci zarar görür diyor bazı dengesizler.lanet olsun pkk ve onları salan tayyip'e. http://www.hurriyet.com.tr/gundem/23660989.asp ”
Ümidim Var @charlyakon	8 Ağustos 2013	“Banu AVAR 'Çözüm süreci dedikleri' nedir http://youtu.be/VkCofcLgeDk ”
Erkan Mert Özoğul @mahkumunikilemi	9 Mart 2014	“Birisi "çözüm süreci" mi demişti? - Fethiye'de HDP tabelası kaymakam talimatıyla indirildi, Türk bayrağı asıldı - http://t24.com.tr/haber/fethiyede-hdp-tabelasi-kaymakam-talimatıyla-indirildi-turk-bayragi-asildi/252968?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_content=sharebutton ”
Erdoğan Toprak @EToprakCHP	6 Eylül 2013	“PKK’nın çekilmeyi durdurduğunu açıklaması Çözüm Süreci’nin iflas ettiğini, gizli-kapaklı pazarlıkların yanlışlığını ortaya koydu.”
yılmaz tekin @tekin_yilmaz	8 Aralık 2013	“İşte buna çözüm süreci veya barış süreci derler. "Çözümçüler ve barışçılar" lütfen dikkatli bakın bugün çekildi.”
TC Adem uysal @AdemUysal_mhp	6 Ocak 2014	“SÖZDE ÇÖZÜM SÜRECİ .. İSMET Büyükataman: Akp, Pkk'yı siyasete sokmak için yeni bir hareket başlattı https://www.facebook.com/photo.php?v=525210484253637 ”
Oğuz Turhan @oguzturhan89	8 Nisan 2014	“Teröristbaşı Öcalan'ın Talimatları ve Sözde çözüm Süreci.: http://youtu.be/RdeHmJO2aBY @YouTube aracılığıyla”
Hasan Aydos @kartaltw	11 Mayıs 2014	“Çözüm süreci durdurulmalı - Armağan KULOĞLU http://www.yenicaggazetesi.com.tr/cozum-sureci-durdurulmali-30730yy.htm ”

Üstteki tabloda çözüm sürecine karşı çıkılan tweetlerden bazıları sunulmuş olup;

- “Mustafa EFEOĞLU @m_efeoglu” isimli kullanıcının tweetinde, barış gibi gösterilen bu sürecin ülkeyi bölünmeye götüreceği ve dış güçlere hizmet edeceği ifade edilmektedir. Ayrıca, eleştiri siyasi iktidar üzerinden yapılmaktadır.

- “00 ☹️ 📌 sema 📌 @cejaneiro” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan haberde, PKK terör örgütünün 1993’de yaptığı Başbağlar Katliamı hatırlatılarak, bugün süreç nedeniyle PKK’ya tavizler verilmesi eleştirilmektedir.

- “Ümidim Var @charlyakon” isimli kullanıcının tweetinde “<http://youtu.be/VkCofcLgeDk>” linki ile paylaşılan videoda, uluslararası egemen güçlerin bölgede etnik ve dini kaynaklı çatışmalar çıkartarak ülkemizi de içine alan bölünmeleri planladıkları ve siyasi iktidarın da buna ortak olduğu belirtilmektedir.

- “Erkan Mert Özoğul @mahkumunikilemi” isimli kullanıcının tweetinde, Fethiye’de HDP tabelasının kaymakamın talimatıyla indirildiği belirtilerek sürecin sağlıklı bir şekilde yürütülmediğine dikkat çekilmektedir.

- “Erdoğan Toprak @EToprakCHP” isimli kullanıcının tweetinde, PKK’nın çekilmeyi durdurduğu ve sürecin başarısızlıkla sonuçlandığı, gizli pazarlıkların başarısızlığı getirdiği belirtilmektedir.

- “yılmaz tekin @tekin_yilmaz” isimli kullanıcının tweetinde, göstericilere müdahaleyi gösteren bir fotoğraf paylaşarak, sürecin yanlış yürütüldüğü ima edilmektedir.

- “TC Adem uysal @AdemUysal_mhp” isimli kullanıcının tweetine, “Sözde çözüm süreci” ifadesiyle başlanmış olup, paylaşılan videoda, Oslo görüşmeleri ile PKK’nın siyasete sokulmaya çalışıldığı ve iktidar partisinin ülkeyi bölünmeye götürdüğü belirtilmektedir.

- “Oğuz Turhan @oguzturhan89” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan videoda, Abdullah Öcalan’ın hükümet ile pazarlık yaparak özerklik konusunda anlaştığı anlatılmakta, bölgede KCK’nın yol kontrolü ve benzeri eylemleri gösterilmektedir.

- “Hasan Aydos @kartaltw” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan köşe yazısında, süreç gereği sınır dışına çıkması planlanan PKK’nın aksine ülke içinde hiç olmadığı kadar organize olduğu ve güçlendiğine dikkat çekilmekte ve bu şekilde tavizler verilmeye devam edilirse ülkenin parçalanabileceği belirtilmektedir.

Tablo 5.3 Çözüm Sürecine Tarafsız Yaklaşılan Tweetlere Örnekler

KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
BAHADİR ÇAKIR @SERHOSASIK	4 Haziran 2013	“Çözüm Süreci Hakkında http://azrailinbilesecdeettigiadam.blogspot.com/2013/05/cozum-sureci-hakknda.html ”
İstanbulda @pasaalib	11 Ağustos 2013	“Jandarma ve Emniyet’in çözüm süreci raporu.. PKK silah bırakıp şehre iniyor! http://haber.mynet.com/iphone/guncel/pkk-silah-birakip-sehre-iniyor-759152-1?share=1 ”
سیدینان sinan hakan @sinanhakan	8 Eylül 2013	“Çandar’dan derinlikli bir Suriye analizi: Suriye- Çözüm süreci bağlantısı... http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/24668550.asp ... @hurriyet aracılığıyla”
nevzat çiçek @nevzatcicek	5 Eylül 2013	“Çözüm süreci nereye gidiyor? http://www.timeturk.com/tr/2013/09/06/cozum-sureci-nereye-gidiyor.html ”
CK @cngzkync	6 Ocak 2014	“Türkiyeliler açısından önemli bir eşikteyiz... Çözüm Süreci bir Ak Parti projesi mi, yoksa devlet projesi midir daha net belli olacak”
Abdurrahman ERİN @AbdurrahmanErin	5 Mart 2014	“Batman Demokrasi Platformu son süreci değerlendirdi, “Çözüm süreci, siyasi çıkarlara heba edilemez” http://www.batmancagdas.com/gundem/cozum-sureci-siyasi-cikarlara-heba-edilemez-h32481.html ”
sibel güllüçayır @sibelgullucayir	9 Nisan 2014	“@setavakfi: Çözüm Süreci açısından seçim sonuçları nasıl okunabilir? http://goo.gl/5qyuON ”

Üstteki tabloda çözüm sürecine tarafsız yaklaşılan tweetlerden bazıları sunulmuş olup;

- “BAHADİR ÇAKIR @SERHOSASIK” isimli kullanıcının tweetinde, içerikte verilen link üzerinden paylaşılan blog yazısında; sürecin amacı ve işleyişi hakkında bilgiler verilmekte, halkın bu konuda yeteri kadar bilgilendirmediği benzeri yorumlarda bulunmaktadır. Yazıda hem PKK’ya hem hükümete hem de süreç karşıtlarına yönelik eleştiriler mevcuttur.

- “İstanbulda @pasaalib” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan haberde, PKK militanlarının çekilme süreci hakkında bilgi verilmektedir. Ayrıca, haberde Emniyet ve Jandarma tarafından hazırlanan raporlara atıfta bulunulmakta ve çözüm sürecini destekleyici veya karşıt bir tavır ortaya konulmamaktadır.

- “سیدینان sinan hakan @sinanhakan” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan köşe yazısında, Suriye’deki iç karışıklık ve gelişmeler çözüm süreciyle de ilişkilendirilerek uluslararası siyaset boyutunda değerlendirilmektedir.

- “nevzat çiçek @nevzatcicek” isimli kullanıcının tweetinde çözüm sürecinin şu ana kadarki evreleri hakkında bilgi veren ve bundan sonraki muhtemel senaryoları değerlendiren, ‘BİLGESAM’a ait bir yazı paylaşılmıştır.

- “CK @cngzkync” isimli kullanıcının tweetinde, lehte veya aleyhte net bir yargıda bulunmadan, sürecin kritik bir evreye geldiği belirtilmiştir.

- “Abdurrahman ERİN @AbdurrahmanErin” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan haberde, barışa destek verileceği, ancak sürecin işleyişinin ise beğenilmediği yönünde ifadeler yer almaktadır.

- “sibel güllüçayır @sibelgullucayir” isimli kullanıcının tweetinde, SETA Vakfının bir analizi paylaşılmaktadır.

Tablo 5.4 “Çözüm Süreci” Tweet Kategorilerinin Aylara Göre Dağılımı

Araştırmaya Dahil Edilen Tweetlerin Kodlama Kategorilerine Göre Dağılımı								
Zaman dilimi (Aylar)	Destek (olumlu)		Karşıt (olumsuz)		Nötr (tarafsız)		Toplam	
	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı
Haziran 2013	168	% 56	98	% 32	36	% 12	302	% 100
Temmuz 2013	112	% 56	59	% 30	27	% 14	198	% 100
Ağustos 2013	81	% 55	25	% 17	41	% 28	147	% 100
Eylül 2013	94	% 44	47	% 22	73	% 34	214	% 100
Ekim 2013	71	% 63	24	% 21	18	% 16	113	% 100
Kasım 2013	64	% 42	46	% 31	41	% 27	151	% 100
Aralık 2013	45	% 22	123	% 60	38	% 18	206	% 100
Ocak 2014	34	% 40	33	% 38	19	% 22	86	% 100
Şubat 2014	63	% 43	54	% 36	31	% 21	148	% 100
Mart 2014	61	% 33	92	% 50	32	% 17	185	% 100
Nisan 2014	67	% 41	72	% 45	22	% 14	161	% 100
Mayıs 2014	50	% 18	189	% 70	33	% 12	272	% 100
GENEL	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı
TOPLAM	910	% 42	862	% 39	411	% 19	2183	% 100

Araştırma dahilindeki oniki aydan sekizinde süreci destekleyen tweetler, dördünde ise sürece karşı çıkan tweetler çoğunluktadır. Aylara göre tweet sayılarına bakıldığında, ilk sırada yer alan Haziran 2013’deki “302” tweet sayısını takip eden Mayıs 2014’deki “272” tweet

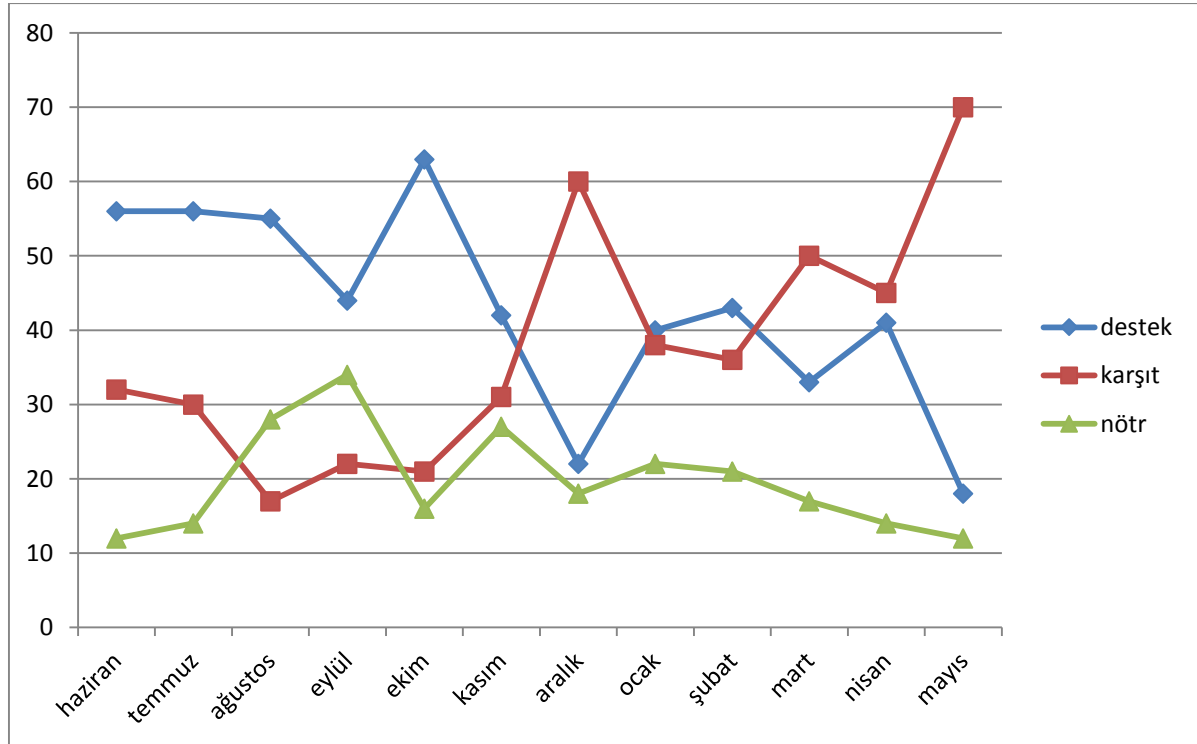
sayıları diğer aylardan belirgin biçimde öne çıkmaktadırlar. Akil insanlar heyetinin çalışmaları sürecinde bu konunun kamu gündemine daha çok geldiği ve daha çok tartışıldığı varsayımından yola çıkılarak araştırma haziran 2013 tarihinden başlatılmış olup, ortaya çıkan tweet sayıları da bunu desteklemektedir. Ayrıca bu dönemde meydana gelen “gezi olayları”nın da dolaylı olarak tartışma ortamını genişlettiği, çözüm süreci tartışmalarına kısmen gezi olaylarının yansıtıldığı gözlenmiştir. Mayıs 2014 dönemine bakıldığında ise Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde PKK terör örgütünün çocukları dağa kaçırmayı, yol kesme ve molotof atma gibi provokatif eylemlerin artmasının tartışmaları şiddetlendirdiği ve bu durumun tweet sayılarına da yansıdığı gözlenmiştir.

Tablo 5.5 Haziran 2013’deki Tweetlerde Gezi Olaylarının Yansımalarına Örnekler

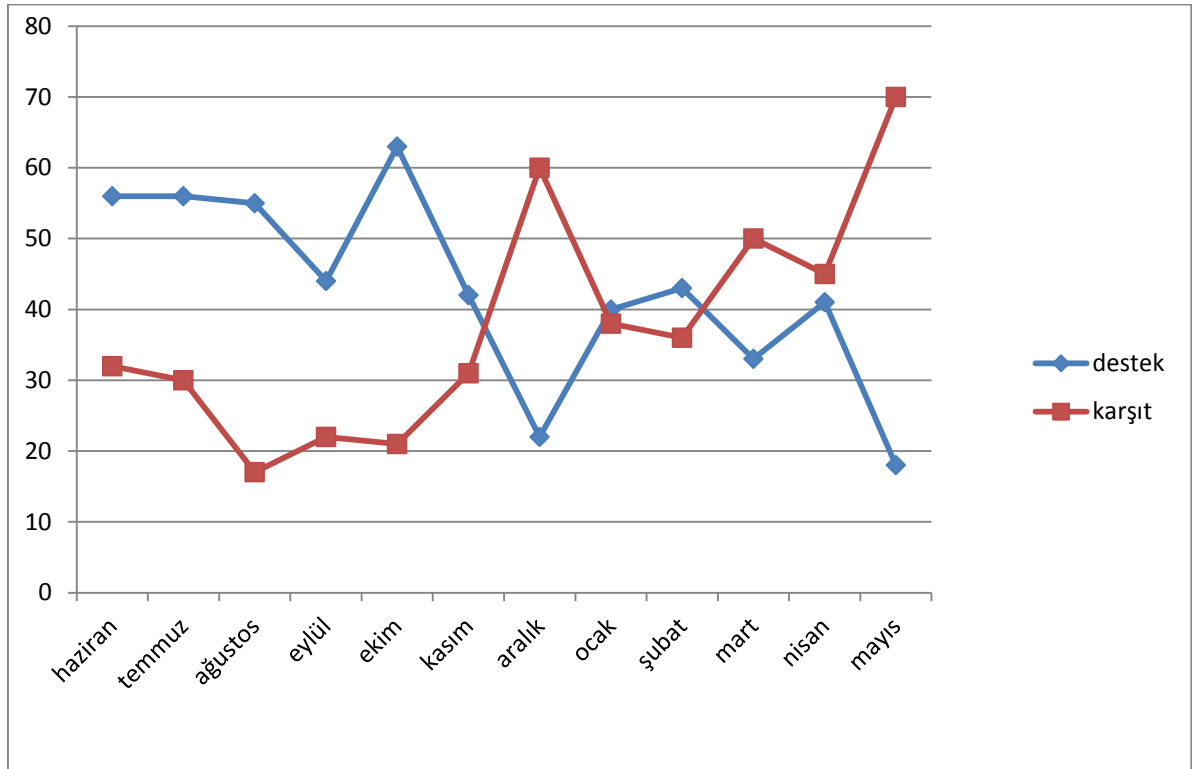
KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
Zekeriya Yerlikaya @yerlikayazeki	9 Haziran 2013	“çözüm süreci ve gezi süreci kısmı tekrar tekrar okunmalı ... #direndemokrasi - Açık Görüş - Star Gazete http://haber.stargazete.com/acikgorus/direndemokrasi/haber-760923 ... ”
Adalet Herkese Lazım @DEMOKRAT	8 Haziran 2013	“@siring Çözüm süreci ve Kanal İst ve 3.Köprü ve Dünyanın en büyük Hava Limanı anlaşmaları sonrasında Eylemler olması düşündürücü değilmi?”
İLHANLI @m_ilanli	7 Haziran 2013	“Şu an gündemde Yeni Anayasa ve Çözüm Süreci olması gerekirken, Gezi Parkı olayları konuşuluyor. Ortada bir hesap olduğu açık...”
Nazoryan Kapuvski @haslamacay	7 Haziran 2013	“Apo'dan gezi Parkı'na selam gelir mi? Gelirse gelen topu önce göğüste yumusatıp sonra parka servis atmak lazım. Çözüm süreci sahiplenilmeli”
suat bozkus @suatbozkus	6 Haziran 2013	“Çözüm süreci ve ateşkes olmasaydı, 10-15 cenaze gelmeye devam etseydi,Taksim direnişi olabilir miydi?Çözüm süreci ve direnişin birlikteliği!”
necip fazil kurt @necipfazilkurt	6 Haziran 2013	“Gezi Parkı'ndaki ağaçlar için günlerdir bağırان sanatçıların kaçı, her gün toprağa fidanlar düşmesin diye Çözüm Süreci'ne destek olmuştun?”
T.C☆ ybolge #ATA @ybolge	4 Haziran 2013	“garip değilmi eli kanlı örgüt için hala çözüm süreci başarıyla işlemektedir diyenlerin.gezi olayları için teröristle müzakere etmeyiz demleri”
Edebiyat Hocası @rseyhan05	3 Haziran 2013	“Göstericiler açıkça suç işliyorlar.Bu iş çırgından çıkarsa çözüm süreci derin yara alır Yoksa bu ÇÖZÜM SÜRECİNE BİR SABOTAJ mı(ydı) zaten”

Tablo 5.6 Mayıs 2014’deki Tweetlerde Provokatif Eylemlerin Yansımalarına Örnekler

KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
İbrahim Gökdemir @ibrahim_gkdemir	10 Mayıs 2014	“Pkk'nin kaçırdığı çocukların annelerin feryadına Huda Par ziyaret etmemesi manidar.Yoksa çözüm süreci bozulmasın mı?”
Hayrettin Yıldırım @h_yildirim_	9 Mayıs 2014	“PKK son altı ayda 330 çocuğu dağa kaçırmış.!! Çözüm süreci kime yaradı dersiniz???”
Gün olur asra bedel @Hsngulsen	9 Mayıs 2014	“Çocuğu dağa çıkarılan ANNE : ÇÖZÜM SÜRECİ varsa ben niye AĞLIYORUM ???”
Sıddık @s_ocak	8 Mayıs 2014	“@fatihportakal Çözüm süreci dedinizde g.doğuda PKK yol kesip asker kaçırıyor niye tepki yok”
Kubilay Kaptan @KubilayKaptan	6 Mayıs 2014	“@islakmeseodunu çözüm süreci başladıktan sonra başlayan karışık işler. bdp provokasyon diyor, bazıları gerçekten pkk diyor”
Ramazan Selimoğlu @selimoluR	6 Mayıs 2014	“Molotoflansanız,bıçaklansanız,bombalansanız,çocuklarınız dağa kaçırılsa da aman ha sesinizi etmeyin. Çözüm süreci bozulacak !?”
objektifadam @objektifada	5 Mayıs 2014	“Pkk doğuda yollarda kontrol noktaları kuruyor,çocuk kaçırıyor,vergi alıyor, tek taraflı statü ilan ediyor!”

**Şekil 5.1 “Çözüm Süreci” Tweet Kategorilerinin Aylara Göre Yüzdelik Dağılımı**

Grafikte nötr kategorisinin eylül ayında oldukça yüksek bir seviyeye çıktığı görülmektedir. Bu dönemdeki tweetler içerik açısından ele alındığında; bu kategorideki yetmişüç tweetten otuzdokuzunda Cengiz Çandar'ın “Suriye-Çözüm Süreci Bağlantısı” isimli köşe yazısı paylaşılmıştır. Bu nedenle nötr kategorisi normal seyrinin çok üzerine çıkmıştır.



Şekil 5.2 Sadece “Destek-Karşıt” Kategorilerinin Aylara Göre Yüzdelik Dağılımı

Çözüm sürecinde incelemeye dahil edilen oniki aylık süreçte twitter üzerindeki kamusal tartışmaları ve bu mecradaki kamuoyu yönelimini daha yalın ve somut bir biçimde görebilmek amacıyla sadece “destek” ve “karşıt” kanaatlerin dağılımı ayrı bir grafikte (Şekil 5.2) sunulmuştur.

Şekil 5.2’deki grafikte de açıkça görüldüğü gibi aralık ve mayıs aylarında keskin ayrışmalar meydana gelmiştir. Bu iki ayda çözüm sürecine karşıt olan tweetlerin oranında normal seyri bozan yükselişler tespit edilmiştir. Tweet içerikleri açısından ele alındığında; aralık ayında ‘dört askerin kaçırılması olayı’, mayıs ayında ise ‘artan provokatif eylemler’in, çözüm sürecine karşı olumsuz tweetlerin oranının yükselmesinde etkin olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 5.7 “Dört Askerin Kaçırılması Olayının” Tweetlere Yansımalarına Örnekler

KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
Şeref Gül @istiklal5834	8 Aralık 2013	“Akp nin içeriğini bilmediğimiz çözüm süreci vatani bölmekmiş. #TürkOrdusu4MehmetçikİçinGöreve”
dilaraköseoğlu @Dlrksgl	8 Aralık 2013	“Ne acıdır ki çözüm süreci kapsamında olayları değerlendirdiğimizde ; bir askerimizin bir bdpli milletvekili kadar değeri yok.”
enazından @firattakin	8 Aralık 2013	“4 askerimiz kaçırılıyor, başbakan "çözüm süreci işleyecek" diyor. Desene size 1 saat müddet o kandili başınıza ykarız diye.”
Taylan Özgür Tan @mahirlerinyolu	8 Aralık 2013	“PKK 4 askeri kaçırdı - Türkiye Haberleri - Radikal http://www.radikal.com.tr/turkiye/pkk_4_askeri_kacirdi-1165147 ... @radikal aracılığıyla-Çözüm süreci harikalarla dolu devam ediyor.”

Araştırmaya dahil edilen oniki aylık süreç kamuoyu oluşumu çerçevesinde incelendiğinde; akil insanlar heyetinin raporunun sunulduğu haziran 2013’den itibaren altı ay boyunca çözüm sürecine destek veren görüşlerin oldukça yüksek oranda seyrettiği, yedinci ayda (Aralık 2013) sürece karşıt görüşlerin ani bir yükseliş göstererek %60 oranına geldiği, sonraki dört ayda her iki görüşün birbirine oldukça yakın oranlarda seyrettiği ve son olarak onikinci ayda (Mayıs 2014) sürece karşıt görüşlerin ani bir yükseliş daha göstererek %70 oranına ulaştığı görülmektedir. Bu tablodan da anlaşıldığı gibi akil insanlar heyetinin çalışmalarının, çözüm süreci konusunda sosyal medya üzerinde gerçekleşen tartışmalarda süreci destekleyen görüşlerin artışında etkili olduğu gözlenmektedir. Ancak, bu etki birkaç ay sonra diğer güncel etkiler karşısında ağırlığını yitirmiştir. Ayrıca, sürecin provokatif eylemlere karşı hassasiyeti ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya ortamında bu konuda gerçekleşen tartışmalarda; provokatif eylemlerin olmadığı dönemlerde süreci destekleyici görüşler ağırlık kazanırken, bu tip eylemlerin arttığı dönemlerde ise sürece karşıt görüşler ani yükselişler göstermiştir.

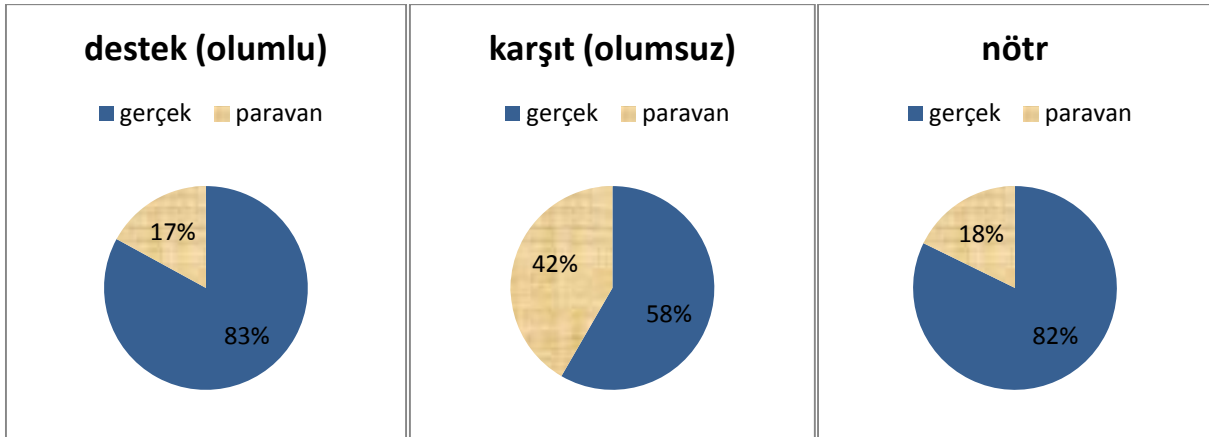
Araştırmaya dahil olan tweetlerde, geleneksel kitle iletişim araçlarında yer alan köşe yazısı, haber ve videoların yoğun şekilde paylaşıldığı gözlenmektedir. Yani kişiler sosyal medya ortamlarında kamusal tartışmalara katılırken, geleneksel kitle iletişim araçlarından beslenmekte ve etkilenmektedirler. Bu aşamada geleneksel kitle iletişim araçların dillendirme fonksiyonu, sosyal medya üzerinde yürütülen kamusal tartışmalarda da etkisini sürdürmektedir.

Tablo 5.8 “Çözüm Süreci” Tartışmalarında Twitter Hesap Sahipliği Kategorilerinin Görüşlere Göre Dağılımı

Zaman dilimi (Aylar)	Destek (olumlu)		Karşıt (olumsuz)		Nötr (tarafsız)	
	Gerçek hesap Sayı - % oranı	Paravan hesap Sayı - % oranı	Gerçek hesap Sayı - % oranı	Paravan hesap Sayı - % oranı	Gerçek hesap Sayı - % oranı	Paravan hesap Sayı - % oranı
Haziran 2013	144 - %86	24 - %14	68 - %69	30 - %31	29 - %81	7 - %19
Temmuz 2013	95 - %85	17 - %15	39 - %66	20 - %34	23 - %85	4 - %15
Ağustos 2013	66 - %81	15 - %19	16 - %64	9 - %36	23 - %56	18 - %44
Eylül 2013	86 - %91	8 - %9	33 - %70	14 - %30	63 - %86	10 - %14
Ekim 2013	62 - %87	9 - %13	16 - %67	8 - %33	18 - %100	0 - %0
Kasım 2013	51 - %80	13 - %20	29 - %63	17 - %37	36 - %88	5 - %12
Aralık 2013	39 - %87	6 - %13	60 - %49	63 - %51	32 - %84	6 - %16
Ocak 2014	31 - %91	3 - %9	21 - %64	12 - %36	14 - %74	5 - %26
Şubat 2014	50 - %79	13 - %21	29 - %54	25 - %46	27 - %87	4 - %13
Mart 2014	46 - %75	15 - %25	50 - %54	42 - %46	25 - %78	7 - %22
Nisan 2014	50 - %75	17 - %25	35 - %49	37 - %51	17 - %77	5 - %23
Mayıs 2014	35 - %70	15 - %30	107 - %57	82 - %43	31 - %94	2 - %6

Tablo 5.9 Twitter Hesap Sahipliği Kategorilerinin Görüşlerin Genel Toplamlarına Göre Dağılımı

Destek (toplam tweet sayısı)		Karşıt (toplam tweet sayısı)		Nötr (toplam tweet sayısı)	
910		862		411	
Gerçek hesap	Paravan hesap	Gerçek hesap	Paravan hesap	Gerçek hesap	Paravan hesap
755 tweet	155 tweet	503 tweet	359 tweet	338 tweet	73 tweet
%83	%17	%58	%42	%82	%18



Şekil 5.3 “Çözüm Süreci” Tweetlerine Ait Üç Farklı Görüş Kategorisinin “Gerçek - Paravan Hesaplar” Oranı.

Çözüm sürecini destekleyen tweetlere ait kullanıcı profilleri %83 oranında, sürece tarafsız (nötr) yaklaşan tweetlere ait kullanıcı profillerinin ise %82 oranında gerçek hesaplardan oluşmaktadır. Ancak, sürece karşı olumsuz (karşıt) yaklaşan tweetlere ait kullanıcı profillerinin ise sadece %58’i gerçek hesaplardan oluşmaktadır. Tarafsız yapıdaki yorumları paylaşan kullanıcıların daha açık ve net kimlik bilgisi kullanmaları ve bu durumda daha rahat bir pozisyonda olmaları normal bir durumdur. Burada önemli olan süreci destekleyen ve karşıt olan paylaşımların pozisyonudur. Araştırma süreci genelinde bu iki kanaat, tweet sayısı ve oranı bakımından birbirlerine yakın durumdadır (destek 910 tweet, karşıt 862 tweet). Bu durumda, hesap sahipliği kategorisindeki bu ayrışmanın, çoğunluk görüşü olmaktan daha farklı bir sebebi olması gerekir. Süreci destekleyen kanaatlerin sahipleri, görüşlerini sosyal medyada açıklarken kimliklerine ait bilgilerin açıklığı konusunda daha rahatken, sürece karşıt kanaatlerin sahipleri kimliklerini daha yüksek oranda gizleme gereği duymaktadır. Çözüm süreci siyasi iktidarın yürüttüğü ve desteklediği bir proje olduğundan, sürece karşıt kanaat sahipleri bu noktada bir endişe içerisinde olabilirler. Bu durumda gerçek kimliklerini ortaya koymayan ek paravan hesaplar oluşturan kişiler, sosyal medya üzerinden bu tip tartışmalara paravan hesapları üzerinden katılma eğiliminde olabilmektedirler. Kişileri bu davranışa iten sebepler arasında, siyasi iktidarlara karşı muhalif olarak yaftalanma korkusu, arkadaş, akraba ve iş çevresi tarafından dışlanma korkusu, iş ortamında üstleri tarafından olumsuz karşılanma korkusu sayılabilir.

Ağustos ayı haricindeki tüm aylarda, çözüm sürecine karşıt görüşlerin paylaşıldığı tweetlerin hesap sahiplerinin “paravan hesap” kullanım oranları, diğer iki kategoriye göre daha yüksek oranda gerçekleşmiştir. Sadece Ağustos ayında “nötr” kategorisindeki “paravan hesap” kullanım oranı %44 ile “karşıt” kategorisinin %36’lık oranını geride bırakmıştır.

Çözüm sürecine karşıt görüş belirtenlerin twitter ortamında açık kimliklerini kullanma oranları diğer görüşleri paylaşanlara göre oldukça düşüktür.

Suskunluk sarmalı kuramına göre, kamuoyunda bir konu tartışılırken azınlıkta kaldığını hissedenler dışlanma korkusuyla görüşlerini belirtmekten çekinecekleri için bir sarmal oluşur ve bu sarmal genişleyerek azınlıktaki görüş kamuoyunda tamamen kayboluncaya kadar devam eder. Araştırmada, twitter üzerinden yürütülen çözüm süreci tartışmalarında; sürece destek veren görüşlerin de karşı çıkan görüşlerin de oniki ay boyunca varlıklarını sürdürdükleri gözlenmiştir. Bu süreçte, herhangi bir görüşün sürekli azalarak yok olma noktasına yaklaşmadığı da ortadadır. Dışlanma korkusu ile ilişki kurabilmek amacıyla da araştırmaya hesap sahiplerinin kimliklerini gizleme eğilimi, yani paravan hesap kullanım oranları dahil edilmiştir.

Tweeter üzerinde yaşanan bu tartışma sürecinde; bir görüşün ifade edilme oranı yükseldiğinde, buna bağlı olarak o görüşü ifade edenler arasında paravan hesap kullanımının artması veya azalması yönünde güçlü bir eğilim gözlenmemektedir. Aynı şekilde bir görüşün ifade edilme oranı azaldığında da, buna bağlı olarak o görüşü ifade edenler arasında paravan hesap kullanımının artması veya azalması yönünde güçlü bir eğilim gözlenmemektedir. Kanaatlerin dağılımı ne yönde değişirse değişsin, araştırma dahilindeki tüm aylarda sürece karşı olanların paravan hesap kullanma eğilimi, sürece destek verenlerin oldukça üzerinde seyretmiştir. Bu durumda, twitter üzerinden yürütülen bu tartışmada oniki ay boyunca bir suskunluk sarmalı oluşmamıştır. Her iki tarafta da etkin bir suskunlaşma eğilimi gözlenmemiştir.

5.2.2. “Nükleer Enerji” ile İlgili Veriler ve Değerlendirilmesi

Twitter mesajlarında yer alan şahsi yorumlar, paylaşılan köşe yazıları, videolar incelenerek; nükleer enerjiyi destekleyen (olumlu), karşıt (olumsuz) ve nötr (tarafsız) biçiminde kodlanmıştır.

İçeriğinde ‘nükleer enerji’ ibaresi geçmesine karşın tam olarak bu tartışma ile ilgisi olmayan paylaşımlar ile yukarıda belirtilen üç ayrı kategoriye de dahil edilemeyen paylaşımlar araştırma harici bırakılmıştır. Araştırma için belirlenen aralıkta, içeriğinde ‘nükleer enerji’ ibaresi geçen toplam ‘5311’ tweet tespit edilmiştir. Bu tweetlerden; kurumsal hesaplara ait olanlar ile üç ayrı kategoriye de (olumlu-olumsuz-nötr) dahil edilemeyen tweetler araştırma haricinde bırakıldığında, veri analizine tabi tutulan ‘2109’ tweet elde edilmiştir.

Tablo 5.10 “Nükleer Enerji” Tweet Kategorilerinin Aylara Göre Dağılımı

Araştırmaya Dahil Edilen Tweetlerin Kodlama Kategorilerine Göre Dağılımı								
Zaman dilimi	Destek (olumlu)		Karşıt (olumsuz)		Nötr (tarafsız)		Toplam	
(Aylar)	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı
Mayıs 2013	106	% 49	90	% 41	21	% 10	217	% 100
Haziran 2013	146	% 60	90	% 37	8	% 3	244	% 100
Temmuz 2013	84	% 53	62	% 39	12	% 8	158	% 100
Ağustos 2013	37	% 26	87	% 60	20	% 14	144	% 100
Eylül 2013	18	% 23	49	% 62	12	% 15	79	% 100
Ekim 2013	46	% 38	54	% 44	22	% 18	122	% 100
Kasım 2013	34	% 36	56	% 58	6	% 6	96	% 100
Aralık 2013	84	% 56	57	% 38	9	% 6	150	% 100
Ocak 2014	131	% 60	81	% 37	6	% 3	218	% 100
Şubat 2014	47	% 42	60	% 54	5	% 4	112	% 100
Mart 2014	26	% 43	33	% 55	1	% 2	60	% 100
Nisan 2014	83	% 16	411	% 81	15	% 3	509	% 100
GENEL	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı	Tweet say.	% oranı
TOPLAM	842	% 40	1130	% 54	137	% 6	2109	% 100

Araştırma dahilindeki oniki aydan yedisinde nükleer enerjiyi destekleyen tweetler, beşinde ise nükleer enerjiye karşı çıkan tweetler çoğunluktadır. Aylara göre tweet sayılarına bakıldığında, ilk sırada yer alan Nisan 2014 dönemi “509” tweet ile diğer aylardan belirgin biçimde öne çıkmaktadırlar. 26 Nisan 1986 günü meydana gelen Çernobil faciasının yıl dönümü bu ayda yer aldığından hem genel tweet sayısı hem de nükleer enerjiye karşı tweetlerin sayısında diğer aylara göre aşırı bir yükselme gözlenmiştir. Ayrıca, Japon vatandaşların Fukushima’da yaşanan nükleer felaketi hatırlatan Türkçe bir video hazırlamaları da Nisan ayındaki bu yükselişte etkili olmuştur. Bu iki etken, dolaylı olarak nükleer enerjinin tehlikelerine vurgu yapan tweetleri arttırmıştır.

Tablo 5.11 Nükleer Enerjiye Destek Verilen Tweetlere Örnekler

KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
Safa İkinci @safaikinci	27 Mayıs 2013	“Güçlü ülke = nükleer enerji. Avrupanın 'tarım toplumu olun sanayiye bizden alın' oltasıyla sanayi devrimini kaçırdık. Kaybedecek zaman yok.”
kaan @domatezdomatez	16 Haziran 2013	“@capulzka hidro enerji sürekli değildir 2 yıl sonrada bitebilir 1 yıl sonrada ama nükleer enerji hiç bitmez bütün ülkelerde neden var”
hulya yurt @hlyyrt	7 Temmuz 2013	“erdogan gezi olaylarından sonra kanal istanbul 3, havaalanı nükleer enerji projelerini hayata geçirebilirse küffarın kalbine hançeri geçirek”
Fatih Berker Avşar @berkeravsar	18 Ağustos 2013	“Nükleer enerji dünyada yaygınlaşıyor #AA @anadolujansi http://www.aa.com.tr/tr/dunya/203804--nukleer-enerji-dunyada-yayginlasiyor ... ”
Serdar KARA @serdarkara__	29 Eylül 2013	“#HalkınGururuRecepTayyipErdoğan Ülkemizde artık nükleer enerji santrali kuruluyo Bu grur verici”
Cherokee @cpt_magaraada mi	28 Nisan 2014	““Nükleer enerji olursa : Kaçak elektrik,dışa bağımlılık,yüksek elektrik faturası,baraj yüzünden bozulmuş eko sistem ve kesilen ağaç.Olmicak.”
İbrahim Sediyani @IbrahimSediyani	25 Kasım 2013	““Nükleer enerji", dünyadaki en ekolojik ve çevre dostu enerjidir. Bizim salak çevreciler sırf ismine bakarak onu kötü birşey sanıyorlar.”
M. Altuğ KARATAŞ @altugkaratas	19 Aralık 2013	“Nükleer enerjide Türkiye ile aynı zamanda yola çıkan (1956) G.Kore nin geldiği nokta ortada,nükleer enerji Türkiye için gerekliliktir”
Selcuk Acar @selcukacar	16 Ocak 2014	“@StratejiMerkezi Çıkarın enerji alanındaki ithalatı,Türkiye'nin uçtuğunu göreceksiniz!Yaşasın enerjide dışa bağımsız Türkiye,nükleer enerji!”
Onur Özbek @NRZBK	4 Şubat 2014	“@bilgilimelek Nükleer enerji temiz enerjidir, sırf risk var diye engelleyeceksek o zaman uçağa binmeyelim. Sokakta yürümeyelim.”
Bu hale nasıl geldik @kaptanheyamola	26 Mart 2014	“@ilhanchihaner sn.vekilim Türkiye enerjide % 100 dışbağımlılığı olan bir ülke ve mutlaka doğru teknolojiyle nükleer enerji kullanmalı”

Tablo 5.12 Nükleer Enerjiye Karşı Çıkılan Tweetlere Örnekler

KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
Vedat Yozkat @vedatyozkat	29 Haziran 2013	“Prof. Hayrettin Kılıç'dan Cumhurbaşkanı ve Başbakan'a açık mektup... Nükleer Enerji - http://www.enerjitir.com/hayrettin-kilic-cumhurbaskani-ve-basbakana-acik-mektup-1 ... ”
ömer pusat @omerpusat	18 Temmuz 2013	“Dünya enerji açığına nükleer santral açarak ileriye dönük çare üretmeye çalışmaktadır. Nükleer enerji daha büyük felaketler yaratacaktır..”
aynur toksun @aynurtoksun	9 Ağustos 2013	“@azuth @RT_Erdogan nükleer enerji santralleri bu toprakların insanlarına yapılan en büyük kötülük olarak tarihe geçecektir.”
KD @ByDevrim53	25 Eylül 2013	“Güzelim Sinop, ve insanlarımızın risk altında yaşamaması için... Nükleer enerji'ye Hayır diyorum...”
Selma Eroğlu @slmero	18 Ekim 2013	“Fukusima'da radyasyon oranı 6500 kat artmış. Devletin Nükleer enerji ısrarı devam ederse temiz hava sahası gerçekken, hayal olacak!”
Erdoğan K. @Berlin_52	6 Kasım 2013	“Türkiye üç tarafı deniz olan bir güneş ülkesi. Aklıma #sinop ve #akkuyu geldikçe üzülüyorum. #Nükleer #enerji ye #hayır !!!”
Aykanat @yalcinaykanat	16 Aralık 2013	“nükleer enerji ne ucuz, ne temiz, ne de güvenli. http://birgun.net/yazi-goster/harun-tekim/17-12-2013/nukleeri-cok-seviyorsan-milli-iradeye-sor-bence-1428.html ...”
hülya onaran @hulyaonaran	30 Ocak 2014	“Açık deniz rüzgar enerji santralı'na " EVET" , nükleer enerji santralına "HAYIR" http://fb.me/6FhXcCp2I ”
Sadi Özgül @SadiOzgul	23 Şubat 2014	“Nükleer enerji soğutma için korkunç düzeyde suya ihtiyaç kullanır. Karadeniz'ide Sapanca gölü gibi kurutacaklar. http://bit.ly/1nXQqa9 ”
İlknur Yılmaz @pembehayalli	26 Mart 2014	“@idrisgulluce nükleer enerji santralının kurulmasını gelecek nesiller adına durdurmalsiniz !!”
Pinar @Pelinbarun	16 Nisan 2014	“"@t24comtr Japonlar Türkçe uyarıyor: Sattığımız için utanıyoruz, nükleer enerji felaketiniz olur http://t24.com.tr/haber/japonlar-turkce-uyariyor-sattigimiz-icin-utaniyoruz-nukleer-enerji-felaketiniz-olur/256120”

Tablo 5.13 Nükleer Enerjiye Tarafsız Yaklaşılan Tweetlere Örnekler

KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
Buğra Gören @nuitarian	9 Mayıs 2013	“@LeventUzumcu tehlikeli olan nükleer değildir, kötü hükümetlerin elindeki nükleerdir. nükleer enerji bilimin gerekliliğidir.”
aaysun @aaysun1	7 Mayıs 2013	“nükleer enerji şart,çünkü sanayi için bu enerji daha uygun...doğaya zararı da malum...enerji mi doğa...günümüzde seçmek zoookoorrrr”
Mustafa Rıza @MustafaEfendii	13 Temmuz 2013	“nükleer enerji konusunda kafam çok karışık yapılacak diye gözlerim yaşıyordu sevinçten ama belgesel izledim riskleri de çok büyük :(“
BULUT M. @drmbulut	26 Ekim 2013	“@dw_turkce: Nükleer enerji ikilemi: Avrupa’da bazı ülkeler nükleere veda ederken, diğerleri yeni santraller açıyor http://bit.ly/19vvL8G ”
Murat Manioğlu @geveleme den	26 Ağustos 2013	“Nükleer enerji Türkiye için şart mı? - Enerji Enstitüsü http://enerjiensitusu.com/2013/08/02/nukleer-enerji-turkiye-icin-sart-mi/ ... @enerjiensitusu aracılığıyla”
AntiParalel @celaletti ndrmz	19 Eylül 2013	“Nükleer Enerji Dosyası 1.Bölüm http://fb.me/1Nz7EuHRU ”
ergün kaya @kayaergun	2 Kasım 2013	“1-Nükleer enerji taraftarıyım ancak, şu andan itibaren Türkiye’de santral yapılmasına karşıyım. Görülüyor ki AKP her işte olduğu gibi +”
Murat Nişancıoğlu @mrtnis	17 Aralık 2013	“Kömür’e karşı nükleer enerji tartışması.Hımmm. @GeorgeMonbiot hassas bir konuya giriyor http://bit.ly/1diDxTG @guardian Daha ikna olmadım”
nesrin nas @Nesrinnas	13 Şubat 2014	“@AslanPolat025 Nükleer enerji kaçınılmaz görünüyor.Her kullandığımız enerjinin çevreye olumsuz etkisi var maalesef.En temizi güneş ve rüzgar”
sis651 @Ferhad_Fidan	29 Nisan 2014	“Üretimin ve atık depolamanın tamamen güvenli olacağı garanti olsa belki de nükleer enerji en temiz elektrik üretim yöntemidir.”

Tablo “5.11, 5.12 ve 5.13”de “destek, karşıt ve nötr” kategorilerine örnek tweet içerikleri sunulmuş olup, genellikle içeriklerin doğrudan kullanıcıların kendi yorumlarından oluştuğu ve açık, net yönelimleri ifade ettikleri gözlenmektedir. Ayrıca, paylaşımlar açısından bakıldığında;

- Destek kategorisinde yer alan, “Fatih Berker Avşar @berkeravsar” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan haberde, risklere karşın dünya genelinde nükleer enerji kullanımının ve ilk defa bu teknolojiye geçiş yapan ülke sayısının artmakta olduğu belirtilmektedir.

- Karşıt kategorisinde yer alan, “Vedat Yozkat @vedatyozkat” isimli kullanıcının tweetinde, Prof. Hayrettin KILIÇ’ın, Başbakan ve Cumhurbaşkanı’na seslendiği ve nükleer santrallerin risklerini ve bu konudaki endişelerini dile getirdiği mektubu paylaşılmıştır.

- Karşıt kategorisinde yer alan, “hülya onaran @hulyaonaran” isimli kullanıcının tweetinde, facebook üzerinden bir yazı paylaşılmıştır. Paylaşılan yazıda, elektrik üretim maliyetleri karşılaştırılarak, rüzgar ve güneş enerjilerinin daha avantajlı olduğu savunulmaktadır.

- Nötr kategorisinde yer alan, “Murat Manioğlu @gevelemeden” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan yazıda, nükleer enerjinin Türkiye için niçin geçerli olduğunu açıklayan üç ayrı uzman görüşü ile niçin gereksiz olduğunu açıklayan üç ayrı uzman görüşüne yer verilmiştir.

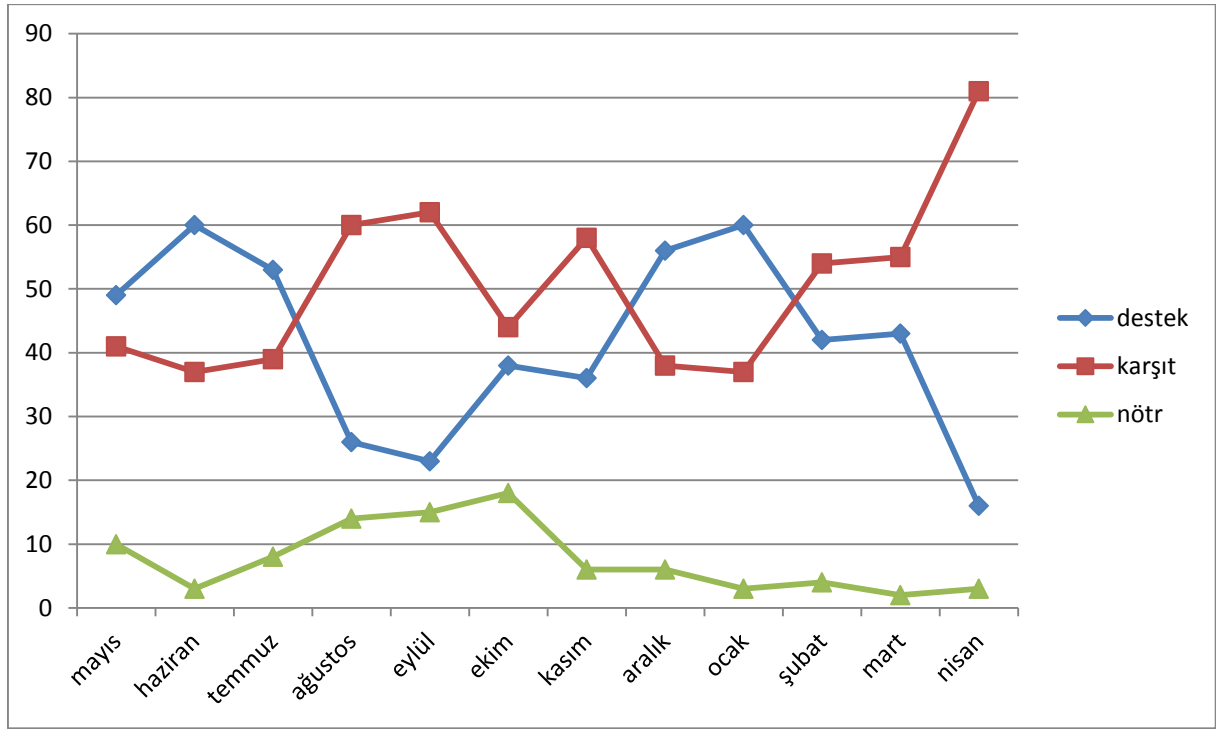
- Nötr kategorisinde yer alan, “AntiParalel @celalettindrmz” isimli kullanıcının tweetinde paylaşılan yazıda, nükleer enerjinin teknik tanımı, tarihi, avantajları ve dezavantajları anlatılmaktadır.

Tablo 5.14 Çernobil Faciasının Nisan 2014’deki Tweetlere Yansımasına Örnekler

KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
Enis Behar @EnisBehar	29 Nisan 2014	“6) Nükleer enerji en temiz enerji kaynağıdır (evet, Çernobil ve Fukushima halkı'nda sizinle aynı görüşü, lütfen kendinizi kandırmayın)”
Halis Dokgöz @halisdokgoz	28 Nisan 2014	“@ozzgurbuz Ozgur Gurbuz: Çernobil’in 28. yılında nükleer enerji -1 http://ozgur-gurbuz.blogspot.com/2014/04/cernobilin-28-ylnda-nukleer-enerji-1.html?sref=tw ... ”
nevzat cingirt @ncingirt	27 Nisan 2014	“Nükleer Enerji Sinop'a ölüm getirecek... Çernobil nükleer felaketinin 28. yıl dönümüydü. Bildiğiniz gibi... http://fb.me/3jkiPZZpz ”
TC NrgzsŞireciEgeli @nergiz35ege	26 Nisan 2014	“@Kemalistler1923 @fatmacumhurefe @YBelensay Şaka mı bu? Çernobilden hiç ders almadık mı? Nükleer enerji çok tehlikeli ve çok pahalı..”
Me Like Franco @melloow	26 Nisan 2014	“115bin kişiyi öldürdüğü, 200milyon kişiyi (dolaylı) etkilediği düşünülen bi faciaya rağmen hala nükleer enerji ısrarınız? #CernobiliUnutma”
saudade @ortabudala	23 Nisan 2014	“3Etkileri hala süren Çernobil faciasının yıldönümü yaklaşırken nükleer enerji hakkında bilgilenmek için ---> #FF @karadenizisyan”

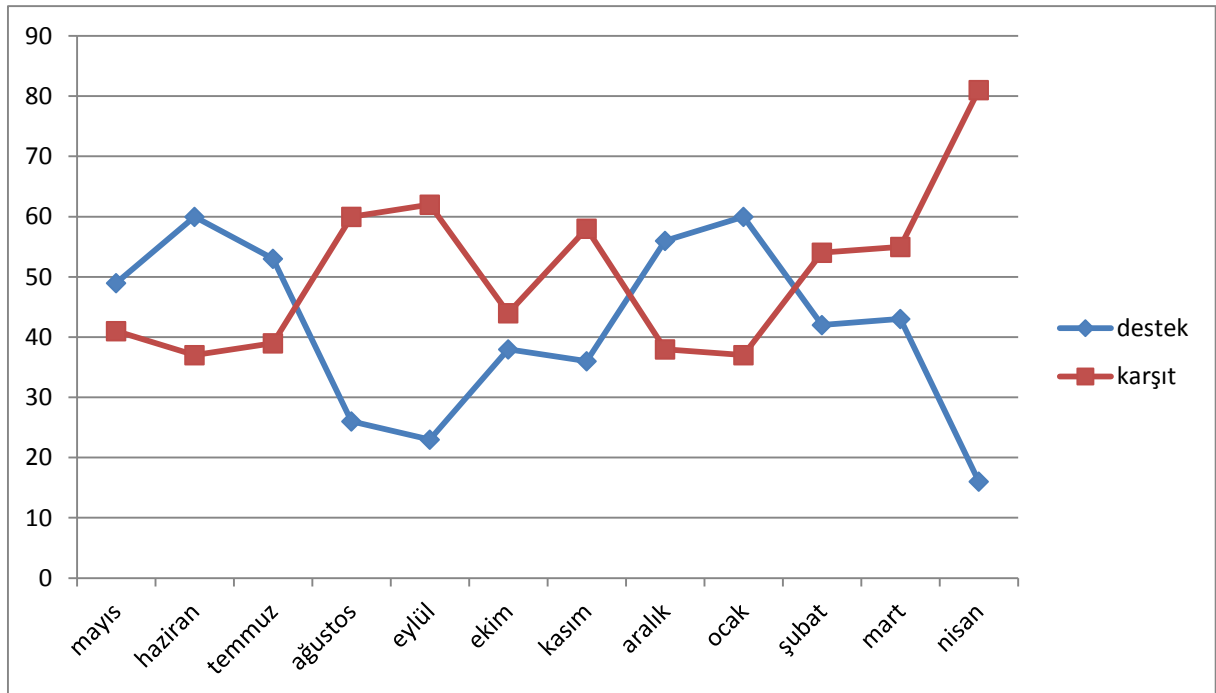
Tablo 5.15 Japon Vatandaşlarınca Hazırlanan Videonun Nisan 2014'deki Tweetlere Yansımalarına Örnekler

KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
Hakan ÇOLAK @HknCOLAK	28 Nisan 2014	"#NükleereHayır Japonya'dan Uyarı; Sattığımız İçin Utanıyoruz,Nükleer Enerji Felaketiniz Olur http://oned.io/h/288213 @onedio.com aracılığıyla"
Yadigar Kahraman @YadigarKahraman	27 Nisan 2014	"Japonya'dan Uyarı: "Sattığımız İçin Utanıyoruz, Nükleer Enerji Felaketiniz Olur" http://oned.io/h/288213 "
Deniz Demirkıran @marsmllow	26 Nisan 2014	"Japonya'dan Uyarı: "Sattığımız İçin Utanıyoruz, Nükleer Enerji Felaketiniz Olur" http://oned.io/h/288213 "
betül okcu @OkcuBetul77	25 Nisan 2014	"JAPON YÖNETMEN TÜRK HALKINA NÜKLEER ENERJİ SANTRALİNİN OLUMSUZLUKLARINI ANLATTI,TÜRKLERİ SEVİYORUM VE ENDİŞE EDİYORUM,KÖTÜLÜK YAPACAĞIZ SİZE"
Burak @hbrkktby	19 Nisan 2014	"Japonya'dan Uyarı: "Sattığımız İçin Utanıyoruz, Nükleer Enerji Felaketiniz Olur" http://oned.io/h/288213 "
Cem Açar @acarrccemm	18 Nisan 2014	"Japonya'dan Uyarı: "Sattığımız İçin Utanıyoruz, Nükleer Enerji Felaketiniz Olur" http://fb.me/1lg1vgkCZ "
neyzen242 @neyzen242	17 Nisan 2014	"(Nükleer enerji belasını) Belki anlarlar diye Japonlar Türkçe uyarmış. Ama zor be! http://www.youtube.com/watch?v=6o8AoGo2jcE "



Şekil 5.4 “Nükleer Enerji” Tweet Kategorilerinin Aylara Göre Yüzdelik Dağılımı

Araştırma boyunca nötr kategorisinin oldukça düşük seviyede seyrettiği görülmektedir. Ayrıca, nisan ayında karşıt ve destek kategorileri aşırı derecede birbirinden ayrılmıştır. Nisan ayı hariç bırakılırsa diğer onbir ayda destek ve karşıt kategorileri nispeten birbirlerine yakın sonuçlar vermekte ve inişli çıkışlı bir dağılım göstermektedirler. Hiçbir kanaatin düzenli olarak artması veya azalmasına rastlanılmamaktadır.



Şekil 5.5 Sadece “Destek-Darşıt” Kategorilerinin Aylara Göre Yüzdelik Dağılımı

Nükleer enerji konusunda incelemeye dahil edilen oniki aylık süreçte twitter üzerindeki kamusal tartışmaları ve bu mecradaki kamuoyu yönelimini daha yalın ve somut bir biçimde görebilmek amacıyla sadece “destek” ve “karşıt” kanaatlerin dağılımı ayrı bir grafikte (Şekil 5.5) sunulmuştur.

Nisan ayında nükleer enerji karşıtı görüşlerin aşırı yükselişi dikkat çekicidir. Bunun sebebi ise Çernobil Nükleer Santralinde meydana gelen kazanın yıldönümü ile Japonya’da Türkçe olarak hazırlanan “Sattığımız için utanıyoruz, nükleer enerji felaketiniz olur” isimli videonun tartışmanın genel seyrini değiştirmesidir. Yukarıda örnekleriyle gösterildiği gibi bu iki etken doğrudan ve dolaylı olarak tweetlere yansımış ve tweet sayılarında bir kartopu etkisi yapmıştır. Nisan ayı dışında Ağustos ve Eylül aylarında da ayrışma yüksek oranlarda gerçekleşmiş ve nükleer enerjiye karşıt görüşlerin ifade edilmesi büyük artışlar göstermiştir. Bu üç ayın dışında kalan sekiz ayda ise genel olarak dengeli ve kısmi inişli çıkışlı bir dağılım mevcuttur. Ancak, Ağustos ve Eylül aylarında karşıt kategorisinin oranının artışı Nisan ayındaki gibi tweetlere yansıyan belirli bir veya birkaç etkenden değil, destek kategorisindeki tweetlerin sayısındaki düşüşten kaynaklanmaktadır. Çünkü bu iki ayda nükleer enerjiye karşıt tweetlerin sayısında ani yükselişler meydana gelmemiştir. Araştırmayı başlattığımız, Sinop Nükleer Enerji Santrali Anlaşmasının imzalandığı Mayıs 2013’den itibaren ilk üç ayda destekleyici tweetler yüksek sayıda seyrederken, takip eden aylarda düşüşe geçmiştir. Bu durum muhtemelen, tartışmanın siyasi gündem üzerinden beslenmesinden kaynaklanmaktadır. Çünkü nükleer enerjiyi destekleyen tweetlerin belli bir bölümü siyasi iktidarın desteklenmesi motivasyonuna sahiptir ve siyasi figürlerin görüşlerini yansıtmaktadır. Bu yüzden ilk üç aydan sonra konu siyasi gündemden düşünce nükleer enerjiyi destekleyici tweetler de azalma eğilimi göstermiştir.

Tablo 5.16 Tartışmaların Siyasi Konum Üzerinden Yürütülmesine Yönelik Örnekler

KULLANICI İSMİ	TARİH	İÇERİK
Görkem İmrek @gorkemimrek	9 Mayıs 2013	“AK Parti, nükleer konusunda ikna edemeyince "Çevre ve Din Bağlamında Nükleer Enerji" konulu konferans üzerinden halka fetva verdi.”
cengiz yel @trt_yel	17 Haziran 2013	“Enerji Bak. Sn. Yıldız: Nükleer Santral yapmaz isek yerine ne yapalım? Büyümek zorundayız ve nükleer enerji santralini yapacağız”

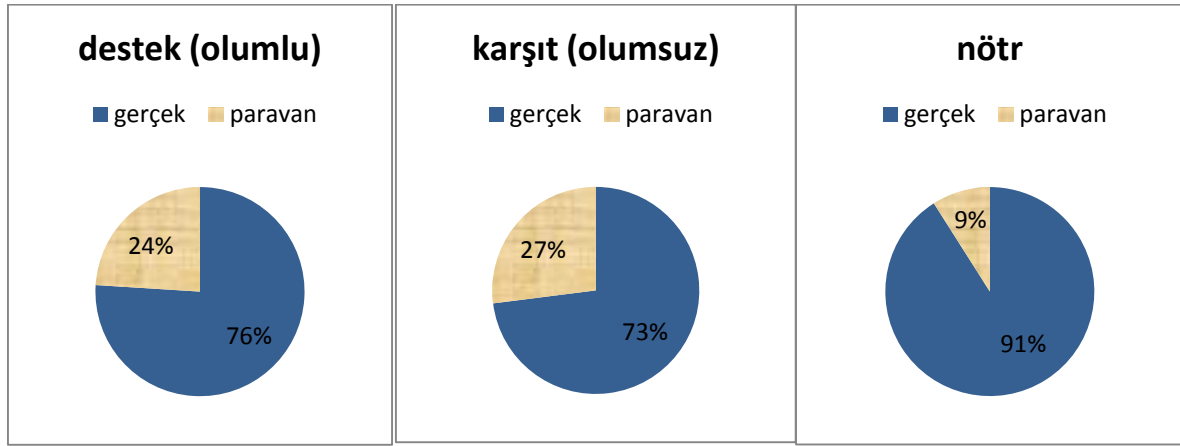
Bir Bilen @metinkyn	20 Temmuz 2013	“Nükleer enerji stratejisi sanayii de uygun enerji be rekabet AK Partiyle gerçek olmak üzere #AkTakipBaşlıyor”
Tamer Poyraz @Kelleistiyor	29 Ağustos 2013	“Nükleer enerji tehlikesini "o zaman aygaz da kullanmayalım" diyerek yok saymaya çalışan rte'yi tebrik eder, başarılarının devamını dilerim.”
Serdar KARA @serdarkara__	20 Eylül 2013	“#HalkınGururuRecepTayyipErdoğan Ülkemizde artık nükleer enerji santrali kuruluyo Bu grur verici”
# @resurvivalist	19 Ekim 2013	“@06melihgokcek @memetsimsek Avrupanın ve dünyanı vazgeçtiği her şeyi: Nükleer enerji, çimento fab.. nimet diye gözünü sokuyorsunuz milletin”
Ferhat AKTAŞ @ferhataktas1972	22 Kasım 2013	“1985 yılında finali düşünülen Nükleer Enerji santrali nihayet hayalleri gerçekleştirmeyi şiar edinmiş Ak Parti tarafından gerçekleştiriyor...”
Tayyar @Tayyar1453	23 Aralık 2013	“enerjide %60 dışa bağımlılığımızı görmezsin,nükleer enerji santrallerine karşı eylem yaparsın..hadi ordan #BizimdeDuamızSeninleUSTA”
Sefa Koyuncu @sefakoyuncu	26 Ocak 2014	“Türkiyenin güvenliği için acil nükleer enerji ve teknolojiye ihtiyacı vardır. Erdoğan'a karşı olmalarının sebeplerinden biri de nükleerdir.”
Ali Yasin @Aliyasin007	8 Şubat 2014	“#OyumAkPartiyeÇünkü Var olmak,Rekabetle mümkündür.Rekabet için,ucuz enerji gerek,Bunun da tek yolu,Nükleer enerji,CHP nükleer enerjiye karşı”
Özgür @1982_cArsi	15 Mart 2014	“#kılıçdaroğlunasorumvar Türkiyede HES projeleri yerine20 Nükleer enerji yerine geçen Güneş Paneli Tarlası yapılsa sizce de daha iyi olmaz mı”
Tunahan KÜÇÜKKURT @Tnhnkkurt	27 Nisan 2014	“@idrisgulluce Nükleer enerji yerine insana ve doğaya zararsız olan alternatif enerji kaynaklarına yönelilmesi daha doğru olacaktır...”

Tablo 5.17 “Nükleer Enerji” Tartışmalarında Twitter Hesap Sahipliği Kategorilerinin Görüşlere Göre Dağılımı

Zaman dilimi (Aylar)	Destek (olumlu)		Karşıt (olumsuz)		Nötr (tarafsız)	
	Gerçek hesap	Paravan hesap	Gerçek hesap	Paravan hesap	Gerçek hesap	Paravan hesap
	Sayı - % oranı	Sayı - % oranı	Sayı - % oranı	Sayı - % oranı	Sayı - % oranı	Sayı - % oranı
Haziran 2013	78 - %74	28 - %26	65 - %72	25 - %28	19 - %90	2 - %10
Temmuz 2013	114 - %78	32 - %22	62 - %69	28 - %31	8 - %100	0 - %0
Ağustos 2013	54 - %64	30 - %36	44 - %71	18 - %29	11 - %92	1 - %8
Eylül 2013	30 - %81	7 - %19	65 - %75	22 - %25	19 - %95	1 - %5
Ekim 2013	13 - %72	5 - %28	32 - %65	17 - %35	8 - %67	4 - %33
Kasım 2013	33 - %72	13 - %28	36 - %67	18 - %33	22 - %100	0 - %0
Aralık 2013	30 - %88	4 - %12	40 - %71	16 - %29	5 - %83	1 - %17
Ocak 2014	67 - %80	17 - %20	39 - %68	18 - %32	9 - %100	0 - %0
Şubat 2014	104 - %80	27 - %21	59 - %73	22 - %27	5 - %83	1 - %17
Mart 2014	37 - %79	10 - %21	45 - %75	15 - %25	5 - %100	0 - %0
Nisan 2014	19 - %73	7 - %27	25 - %76	8 - %24	1 - %100	0 - %0
Mayıs 2014	62 - %75	21 - %25	312 - %76	99 - %24	13 - %87	2 - %13

Tablo 5.18 Twitter Hesap Sahipliği Kategorilerinin, Görüşlerin Genel Toplamlarına Göre Dağılımı

Destek (toplam tweet sayısı)		Karşıt (toplam tweet sayısı)		Nötr (toplam tweet sayısı)	
842		1130		137	
Gerçek hesap	Paravan hesap	Gerçek hesap	Paravan hesap	Gerçek hesap	Paravan hesap
641 tweet	201 tweet	824 tweet	306 tweet	125 tweet	12 tweet
%76	%24	%73	%27	%91	%9



Şekil 5.6 "Nükleer Enerji" Tweetlerine Ait Üç Farklı Görüş Kategorisinin "Gerçek - Paravan Hesaplar" Oranı

Nükleer enerjiyi destekleyen tweetlere ait kullanıcı profilleri %76 oranında, karşı çıkan tweetlere ait kullanıcı profilleri %73 oranında, sürece tarafsız (nötr) yaklaşan tweetlere ait kullanıcı profilleri ise %91 oranında gerçek hesaplardan oluşmaktadır. Her üç kategoride de paravan hesaplar oldukça düşük oranda kalmaktadır. Özellikle destek kategorisi (%76) ile karşıt kategorisinin (%73) oranları birbirine çok yakındır.

"Çözüm Süreci" araştırmasında karşıt kategorisindeki tweetlerde paravan hesap kullanımı diğer kategorilere göre oldukça yüksek gerçekleşmiştir. Ancak, nükleer enerji araştırmasında böyle bir ayrışma ortaya çıkmamıştır. Sosyal medya üzerinde bir tartışmaya katılan kişiler, siyasi yönü daha düşük olan konularda kanaatlerini ifade ederken, kimliklerini gizleme ihtiyacı azalıyor olabilir. Ayrıca, tartışmalara tarafsız yorumlar getiren kişilerin her tür tartışmada kimliğini gizleme ihtiyacını daha az hissetmeleri zaten beklenen bir sonuçtur.

Nükleer enerji tartışmalarında, karşıt kategorisinde yer alan tweet sahipleri siyasi iktidarla ters düşmelerine karşın, daha açık ve net kimlik bilgisi kullandıkları ve bu durumda

daha rahat bir pozisyonda oldukları görülmektedir. Bu yönüyle “nükleer enerji” konusunda twitter üzerinden yürütülen tartışmalar, “çözüm süreci” konusunda yürütülen tartışmalardan farklı bir durum oluşturmaktadır. Özetle, siyasi yönü daha düşük olan ve teknik, çevre, enerji politikası gibi yönleriyle öne çıkan nükleer enerji tartışmalarında, paravan hesap kullanımının daha düşük oranda gerçekleştiği gözlenmektedir. Bu durum ise tweeter üzerinde siyasi yönü daha düşük konulara ilişkin gerçekleşen tartışmalarda, dışlanma korkusunun daha az hissedildiği yönünde işaretler taşımaktadır.

Tweeter üzerinde yaşanan bu tartışma sürecinde; bir görüşün ifade edilme oranı yükseldiğinde, buna bağlı olarak o görüşü ifade edenler arasında paravan hesap kullanımının artması veya azalması yönünde güçlü bir eğilim gözlenmemiştir. Aynı şekilde bir görüşün ifade edilme oranı azaldığında da, buna bağlı olarak o görüşü ifade edenler arasında paravan hesap kullanımının artması veya azalması yönünde güçlü bir eğilim gözlenmemiştir. “Destek” ve “karşı” kategorileri araştırma boyunca kısmen inişli çıkışlı bir grafik oluştururken, hem nükleer enerjiyi destekleyen tweetler arasındaki hem de karşı çıkan tweetler arasındaki gerçek hesap kullanımı çok daha dar bir aralıkta hareket etmiştir. Yani her iki görüşü ifade edenler arasında da paravan hesap kullanımı oniki ay boyunca fazla dalgalanmadan benzer bir oranda devam etmiştir. Bu durumda, twitter üzerinden yürütülen bu tartışmada oniki ay boyunca bir suskunluk sarmalı oluşmamıştır. Her iki tarafta da etkin bir suskunlaşma eğilimi gözlenmemiştir.

SONUÇ

Kitle iletişim araçlarının etkilerinin boyutları, etki alanları ve etki biçimleri her dönemde tartışmalı bir konu olagelmıştır. Buna bağlı olarak da yirminci yüzyılın başından itibaren gelişmeye başlayan etki araştırmaları, iletişim araştırmaları içerisinde daima önemli bir yer tutmuştur. Bu süreçte konuya farklı açılardan yaklaşan ve hem toplumsal hayattaki hem de kitle iletişim teknolojilerindeki değişime göre biçimlenen çok sayıda kuram geliştirilmiştir.

Henüz daha geleneksel kitle iletişim araçlarının toplumsal ve bireysel düzeydeki etkileri konusunda bir görüş birliğine ulaşılamamışken, bilgisayar ve internet teknolojilerindeki gelişmeler ile sosyal medya aniden hayatımıza girmiştir. Sosyal medyanın ortaya çıkışı kitle iletişim alanına yepyeni bir boyut kazandırmış ve etki araştırmaları alanında bakir ve bilinmezlerle dolu bir araştırma sahası doğurmuştur. Geleneksel kitle iletişim araçlarının sermaye yapısı nedeniyle ekonomik egemen güçler ve dolayısıyla da siyasi iktidarlar ile var olan bağlantısı hep eleştiri konusu olmuştur. Özellikle ekonomi politikçi yaklaşımlar geleneksel kitle iletişim araçlarını bu yönüyle eleştirel biçimde sürekli irdelemişlerdir. Sosyal medya ise sahip olduğu, “ademi merkezizetçi yapısı, anlık ve yüksek miktarda enformasyon üretme-yayma kapasitesi, yatay ve etkileşimli iletişimi mümkün kılması, bağımsız ve bağlantısız yapısı” gibi kendine has nitelikleri bağlamında; ifade özgürlüğünü genişletme, kamuoyu oluşum süreçlerini genele yayma, doğrudan demokrasiye katkı sağlama, kamusal alana nitelikli bir zemin oluşturma gibi iyimser beklentileri yeşertmiştir.

Bu tez çalışması kapsamında, iki ayrı tartışmalı konu hakkında (“çözüm süreci” ve “nükleer enerji”) bir yıllık süreleri kapsayan ve twitter üzerinden yürütülen bir araştırma gerçekleştirilmiştir. ‘Çözüm süreci’ konusundaki araştırmada, oniki aydan sekizinde süreci destekleyen tweetler, dördünde ise sürece karşı çıkan tweetler çoğunluktadır. Özellikle, aralık ve mayıs aylarında çözüm sürecine karşıt olan tweetlerin oranında normal seyri bozan sert yükselişler tespit edilmiştir. Bu durumun nedenine bakıldığında, aralık ayında ‘dört askerin kaçırılması olayı’, mayıs ayında ise ‘artan provokatif eylemler’ karşımıza çıkmaktadır. Yani, provokatif eylemlerin olmadığı dönemlerde süreci destekleyici görüşler ağırlık kazanırken, bu tip eylemlerin arttığı dönemlerde ise sürece karşıt görüşler ani yükselişler göstermiştir. Ayrıca, twitter üzerindeki tartışma ortamının; daha çok süreci çözümsüzlüğe taşımaya çalışan provokatif eylemlerin amacına hizmet eder hale geldiği ve bu tip olumsuz çabaların kamuoyu üzerindeki etkisini arttırdığı gözlenmektedir.

‘Nükleer enerji’ konusundaki araştırmada, oniki aydan yedisinde nükleer enerjiyi destekleyen tweetler, beşinde ise nükleer enerjiye karşı çıkan tweetler çoğunluktadır. Aylara

göre tweet sayılarına bakıldığında, Nisan 2014 dönemi diğer aylardan belirgin biçimde öne çıkmaktadırlar. 26 Nisan 1986 günü meydana gelen Çernobil faciasının yıl dönümünün bu dönemde yer alması ve Japon vatandaşların Fukuşima’da yaşanan nükleer felaketi hatırlatan Türkçe bir video hazırlamaları nedeniyle, hem bu aydaki genel tweet sayısında hem de nükleer enerjiye karşı tweetlerin sayısında diğer aylara göre önemli miktarda bir yükselme gözlenmiştir. Sonuç olarak sansasyonel tarzdaki olaylar kamuoyunun seyrini etkilerken, özellikle twitter ve benzeri sosyal medya sitelerinin bu tip yapay dalgalanmaları kartopu etkisiyle büyütme kapasitesine sahip oldukları gözlenmektedir.

Bu tez çalışmasında yürütülen twitter taramasında, tartışmanın tüm taraflarının görüşlerini ifade etmeyi sürdürdükleri, hiçbir tarafın azalarak yok olma noktasına gelmediği gözlenmiştir. Tartışmaya katılan twitter kullanıcıları, kanaatlerin dağılımı ne yönde gelişirse gelişsin, kendi fikirlerini savunmayı sürdürmektedirler. Ayrıca, paylaşılan içeriklerde de herhangi bir dış baskı veya kontrolden bağımsız ve endişesiz biçimde keskin ifadeler rastlanmaktadır. Bu sonuçlar sosyal medyanın ifade özgürlüğünü güçlendirme konusunda pozitif bir etki yapabilme gücüne işaret etmektedir. Ancak mevcut tablo, sosyal medya ortamında ifade özgürlüğünün geliştiği ve genişlediği biçiminde algılansa da kullanılan sloganvari, tepkisel ifadeler, yüzeysel anlatılar nedeniyle nitelikli tartışmalar ortaya çıkamamaktadır. Buna ek olarak, gizlenme amacıyla paravan hesap kullanımı, kara propaganda ve algı yönetimi faaliyetleri için çok sayıda hesabı idare etme gibi durumlar, bu inancı gölgelemektedir. Ayrıca, içeriklerin çoğunluğu, klasik kitle iletişim araçlarından alıntılanan yazılı ve görsel paylaşımlar ile başka kullanıcılara ait tweetlerin tekrar paylaşılmasından (retweet) oluşmaktadır.

Araştırmamızda twitter üzerinden yürütülen tartışmalarda; bireylerin kendi fikirlerini ifade etmekten çok geleneksel kitle iletişim araçlarında yer almış olan yazılı ve görsel enformasyondan yaptıkları alıntıları paylaştıkları gözlenmektedir. Yani sosyal medyanın ortaya çıkışı, beklenmedik bir biçimde kitle iletişim araçlarının dolaylı olarak daha geniş kesimlere ulaşmasına neden olabilmektedir. Bu durumda kamuoyu oluşumu, kamuoyunun yönlendirilmesi süreçlerinde hala geleneksel kitle iletişim araçlarının doğrudan ve dolaylı olarak etkinliği devam etmektedir. Dolayısıyla, sosyal medyanın özgün olarak kamuoyunun oluşumunu genele yayma gücü ile bu süreçte bireylerin belirleyici olma potansiyelinin zayıflığı ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medya, kamuoyu oluşum sürecindeki fonksiyonu açısından ele alındığında; bu süreçteki etkileşimi genele yayarak daha sağlıklı bir seviyeye taşınması beklenmektedir. Ancak, bireyler sadece fenomen konumundaki, takipçisi fazla olan popüler kullanıcıları dikkate almakta ve sadece onların paylaşımlarına olumlu veya olumsuz tepkiler verme

eğilimindedirler. Normal kullanıcıların paylaşımlarını ise genelde görmezden gelerek, sadece kendi görüşlerini ani duygusal gerilimlerle, derinlemesine tahlil ve analizler yapmadan, üzerinde fazla düşünmeden ani tepkiler biçiminde kendilerini ifade etmektedirler. Twitter’da paylaşılan içeriklerin 140 karakter ile sınırlandırılması da bu yüzeyselliği beslemektedir. Kullanıcıların önemli bir kısmı twitter’ı bir nevi deşarj olma alanı gibi kullanmakta ve bu bağlamda da diğerlerinin paylaşımlarına karşı ilgisiz ve duyarsız kalmaktadırlar. Bu biçimlerde yürüyen bir süreçte; ne sağlıklı bir tartışma ortamı, ne uzlaş, ne de ortak bir görüş ortaya çıkmaktadır. Her ne kadar twitter gündemi ülke gündemini belirlese de sadece bu yolla kamuoyunun bir yönde oluşmasını beklemek gerçekçi olmayacaktır.

Derinliği olan tartışmalı konuların tarafları, “dar kabul alanlarına” ve “geniş red alanlarına” sahip olma eğilimindedirler. Sosyal medya ortamında sürdürülen tartışmalarda kullanılan sloganlaşmış, ötekileştirici, dışlayıcı tarzdaki ifadeler çerçevesinde oluşan ortam, var olan bu eğilimi besleyerek, red alanlarını daha da genişletmekte ve ortak bir ‘oya’ ulaşmayı zorlaştıracı yönde etki yapmaktadır.

Tweet içeriklerinin özellikleri hakkında yukarıda anlatılanlar kapsamında; sosyal medya, nitelikli bir kamusal alana zemin oluşturabilmekten hayli uzak görünmektedir. Ayrıca, paylaşımların kartopu etkisiyle yayıldığı, enformasyon bolluğunun bir kaos havasına dönüştüğü, yönlendirmeye açık bir mecra görünümü ortaya koyan sosyal medyanın demokrasi ideali açısından da beklentilere cevap verebilmesi oldukça zor görünmektedir.

Tweetlerin taranması esnasında; tek bir merkezden veya kişi tarafından kontrol edilen, daima aynı anlarda aynı içerikli tweetleri paylaşan zincir şeklinde twitter hesaplarına rastlanılmıştır. Bu yönü, sosyal medyayı algı operasyonlarının ve kara propagandanın mücadele alanına çevirirken, aynı zamanda kamuoyu oluşumunda rasyonel bir etki sağlamasına, kamusal alan ve demokrasi alanlarına katkı sunma potansiyeline zarar vermektedir.

Twitter üzerinde yürütülen tartışmalar, tarafları kutuplaştıracı bir yönde gelişirken, ortak bir uzlaş yerine tarafları “sert çekirdekler” haline dönüştürmektedir. Böyle bir işleyişte sosyal medya; toplumu, kamu toplumundan ziyade kitle toplumuna doğru dönüştürücü bir etkinlik kazanmaktadır.

Özellikle çözüm süreci gibi siyasal ve toplumsal açıdan hassasiyeti olan konularda meydana gelebilecek provokatif eylem ve söylemlerin, tartışma ortamının, dolayısıyla da kamusal alanın “rasyonel – eleştirel” niteliğine zarar verdiği, kamusal alanda tartışmaya katılan tüm tarafları sağduyudan uzaklaştırıp nefret söylemine doğru evrilen, karşıdakinin söylediklerinin dinlenmediği bir şekil aldığı ve sağlıklı tartışma zeminin kaybolduğu

anlaşılmaktadır. Sosyal medya ortamları da öncelikle bu işleyişi tetiklemekte ve sonuçta ortaya çıkan olumsuz durumdan payına düşeni almaktadır.

Demokratik ülkelerde iletişim araçlarının, daha özgür bir şekilde kullanılıyor olması, bu araçların kullanımı üzerinde ideolojik baskı ve kaygıların bulunmadığı anlamına gelmemektedir. Araştırma dahilinde incelenen tartışma süreçlerinde bireylerin genel olarak “ilkesel değer, gözlem, evrensel doğru” ve benzeri unsurlardan değil de ideolojik taraftarlıklarından kaynaklanan motivasyonla ve bu etkilerle hareket ettikleri görülmüştür. Ancak bu durumu sosyal medya üzerinden yürütülen tartışmaların bir özelliği olarak görmek yanlış olur, çünkü bu durum ülkemizdeki sosyo-kültürel yapıdan kaynaklanmakta olup, farklı platformlarda yürütülen tartışmalarda da geçerlidir.

Esasında Habermas’ın kamusal alan kavramsallaştırmasının temeli, “genele yayılmış ve eşitlikçi - özgür nitelikteki eleştirel, rasyonel tartışmalarla toplum için neyin iyi olduğuna karar verilebileceği” fikrine dayanır. Sosyal medya ortamında yürütülen tartışmalarda sayılan bu şartlardan, “genele yayılmışlık ile eşitlikçi-özgür nitelik” kısmen sağlanabilmektedir. Ancak, bu tartışmalar “eleştirel-rasyonel” niteliklerini büyük oranda taşımadıkları gibi toplum için iyi olanı ortaya çıkartma ya da herhangi bir uzlaşma noktasına ulaştırma potansiyelinin oldukça zayıf olduğu anlaşılmaktadır. Yani, sosyal medya üzerinde oluşan kamusal alanda, eleştirel ve rasyonel aklın tam olarak egemen olamadığı ortaya çıkmaktadır. Bu tez çalışmasında incelemeye tabi tutulan her iki tartışma konusunda da (“çözüm süreci” ve “nükleer enerji”) olumlu paylaşımların önemli bir kısmının siyasi iktidar yandaşlığı üzerinden, olumsuz paylaşımların önemli bir kısmının ise siyasi iktidar karşıtlığı üzerinden kurgulandığı gözlenmiştir. Sosyal medya üzerinden yürütülen tartışmaların ideolojik saplantılardan kurtulamadığını gösteren bu durum, ideal kamusal alanın yakalanmasına bir diğer engel olarak sayılabilir.

Suskunluk sarmalı kuramı, kamuoyu oluşumuna yönelik ileri sürdüğü kısmi tezleri tek tek açıklamada başarılı olmuş ve bu yönden takdir edilen bir etkiye sahip olmuştur. Ancak, kuramın tamamı bir bütün olarak, geleneksel bilimsel araştırma teknikleri ile teyid edilememektedir. Glynn, Hayes ve Shanahan (1997) tarafından yapılan bir toplu analizde (meta-analysis) 17 farklı anketin sonuçlarının birbiriyle karıştırılması, bireylerin kendi görüşlerinin toplumun çoğunluğunda da var olduğunu anlamaları ve bu görüşleri kamuya açık alanlarda açıklama istekleri arasında istatistiksel olarak dikkate değer (fakat küçük) bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Glynn ve arkadaşları ayrıca, klasik suskunluk sarmalı araştırmalarının hipotetik (kuramsal) durumlarının dış geçerlilik bakış açısını yeterince yansıtmaması nedeniyle, fikirlerin daha gerçekçi şekilde ifade edildiği durumların farklı sonuçlar üreteceğini ileri sürmektedirler. Muhtemelen suskunluk sarmalı kuramının hiçbir

zaman kapsamlı bir ampirik testten geçirilmediğini, hatta Noelle-Neumann'ın kendisinin bile böyle bir test yapmanın hem çok masraflı hem de zaman alıcı (muhtemelen 25-30 yıl) olduğunu söylemekle yetindiğini ifade etmektedirler. Araştırmacılar bunun yerine modelin kendisini somut ve yönetilebilir dilimlere bölerek hipotezlerini bu dilimler çerçevesinde test etme eğiliminde olmuşlardır (Salmon ve Glynn, 2009:158).

Bu araştırmada, yukarıda belirtilen teknik ve uygulamadan kaynaklanan kısıtlılıklar çerçevesinde, suskunluk sarmalı kuramının belli bölümleri üzerinde çalışılmıştır. Kuramın yapı taşlarından olan konformizm etkisi kültürler arası farklılık gösterdiği için farklı kültürlerde çalışılması önemlidir. Ayrıca, bugüne kadar klasik kitle iletişim araçlarının suskunluk sarmalının oluşumu ve gelişimi sürecine etkilerine yönelik çalışmaların varlığına karşın, kuramın sosyal medya bağlamında çalışılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Glynn ve arkadaşlarının ileri sürdüğü "fikirlerin daha gerçekçi şekilde ifade edildiği durumların, var olan klasik araştırmalara nazaran farklı sonuçlar üreteceği" iddiası da bunu gerekli kılmaktadır. Sosyal medya ortamında yapılan araştırmalar gerçek hayatın içerisinden doğrudan alınan ve herhangi bir kurgusalılık taşımayan eşsiz bir deneyim sunmaktadır.

Suskunluk sarmalı olgusunun temelinde, azınlığın sahip olduğu fikirleri savunan bireylerin düşüncelerini açıkça ifade etmekte gönülsüz davranacakları fikri yatmaktadır. Kuramın bu yönü bugüne kadar anket çalışmaları ve tren testleri ile çalışılmıştır. Araştırma mülakatları bireylerin fikirlerini hiç tanımadıkları şahıslara aktarmalarının istendiği iletişim ortamlarıdır. Denek araştırmanın konusunun algılanan ikliminden etkilendiği ölçüde araştırmaya/ankete katılmakta isteksiz olabilir. Trende sizinle seyahat eden ve tartışmalarınıza kulak misafiri olan kişi düşüncelerini açıkça ifade eder, ancak bilimsel araştırmalar esnasında ise araştırmacılar araştırma konusu hakkında kendi görüşlerini kesinlikle hissettirmemek üzere eğitilmişlerdir. Yani tren testleri gerçekçi bir ortam oluşturmada yetersiz kalmaktadır. Sosyal medya ortamı ise bu kısıtları aşarak gerçekçi bir araştırma havuzu sunmaktadır. Kişiler fikirlerini doğal ortamlarda, örneğin twitter gibi herkese açık bir ortamda kendi doğal davranışlarını sergilemektedirler. Bu durum bir laboratuvar veya kurgu ortamı oluşturmada tüm tartışma evrelerini kendi tabi mecrasında gözleme imkanı sunmaktadır.

Bu tez çalışmasında da kurgusal bir alan yerine toplumun genelini ilgilendiren iki ayrı konu başlığı hakkındaki tartışmalar twitter üzerinde gerçek halleriyle izlenmiştir. Araştırma sonuçlarını suskunluk sarmalı kuramı açısından değerlendirdiğimizde; twitter ortamında ifade edilme oranı yönünden azınlıkta kalan görüş sahiplerinin, kendilerini ifade etmekten vazgeçmedikleri gözlenmiş ve her iki ayrı tartışmada da oniki aylık süreçte hiçbir kanaat yönünde sarmal oluşturacak boyutta bir suskunlaşma eğilimine rastlanılmamıştır. Sonuçlar dışlanma korkusu boyutunda ele alındığında, paravan hesap kullanma oranları ile savunulan

görüşün yoğunluğundaki değişim arasında belirgin bir paralellik eğilimi gözlenmiştir. Yani paravan hesap kullanımının, savunulan görüşün çoğunlukta veya azınlıkta olmasından pek de etkilenmediği ve kendi içinde oldukça istikrarlı bir oranda devam ettiği, aylık dilimlerde fazlaca değişim göstermediği ortaya çıkmıştır.

Bu araştırmada elde edilen sonuçlar; sosyal medyanın, suskunluk sarmalını kırma noktasında, alternatif bir mecra sunduğu yönünde ipuçları taşımaktadır.

Bu tez çalışması kapsamında yaptığımız araştırma dahilinde belirgin bir suskunluk sarmalının oluşmaması durumu; ‘sosyal medyanın sunduğu niteliklerden, seçilen konu başlıklarından veya ülkemizin kültürel yapısı’ gibi farklı unsurlardan kaynaklanıyor olabilir. Bu nedenle, sosyal medya üzerinden yürütülen tartışmalara yönelik farklı konu başlıklarında ve daha uzun süreleri kapsayan, ek parametrelerin de eklendiği yeni araştırmaların yapılması faydalı olacaktır. Ayrıca, sosyal medyadaki paylaşımların “söylem analizi” yöntemiyle incelenmesi, seçilen tartışmalı konuların sosyal medya paralelinde anket veya odak grup araştırmalarıyla desteklenip karşılaştırılması gibi alternatif tekniklerle test edilmesi, suskunluk sarmalı kuramı hakkındaki tartışmalara önemli katkılar sağlayacaktır.

Literatür incelendiğinde; sosyal medya konusunda yapılan araştırmalarda genellikle kullanım amaçları, kullanım sıklığı gibi konularda çok sayıda araştırma yapıldığı görülmektedir. Ancak, sosyal medyanın kamuoyuyla ilgili kuramlar çerçevesinde ele alındığı araştırmalar konusunda ise derin bir boşluğun olduğu dikkat çekmektedir. Toplumsal hayatı son derece derinden etkileyen bu konunun farklı boyutlarıyla araştırılması derin faydalar sağlayacaktır.

K A Y N A K Ç A

- Althusser, L., Özeleştirici Öğeleri, (Çev. Targu L.), Belge Yay., İstanbul, 2000.
- Althusser L., İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, (Çev. Tümertekin A.), İthaki Yay., İstanbul, 2003.
- Arkonaç S., Sosyal Psikoloji, Alfa Yay., İstanbul, 2001.
- Atabek N. ve Dağtaş E., Kamuoyu ve İletişim, Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yay., Eskişehir, 1998.
- Atıkkın Z. ve Tunç A., Blogdan Al Haberi, YKY Yay., İstanbul, 2011.
- Avcı A., “Öteki Merkezli Düşüncenin Kurucu İlkesi Olarak, İdeal İletişim Durumu”, Kırılan Kalıplar 1: Kitle İletişimi ve Kültürel Dönüşüm, (Der. Bilgili C. ve Akbulut N. T.), Beta Yay., İstanbul, 2010.
- Aydoğan F., “İkinci Medya Çağında Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet” İkinci Medya Çağında İnternet, (Der. Aydoğan F ve Akyüz A.), Alfa Yay., İstanbul, 2010.
- Ayhan, A., Propaganda Nedir?, Literatürk Yay., İstanbul, 2007.
- Bal H., İletişim Sosyolojisi, Süleyman Demirel Üniv. Yay., Isparta, 2004.
- Balcı Ş. “Bir Siyasal Kültür Yaratıcısı Olarak Siyasal Toplumsallaşma ve Siyasal Toplumsallaşma Sürecinde Medyanın İşlevleri”, İletişim ve Ötesi, (Der. Arık B. ve Şeker M.) 139-181, Tablet Kitabevi, Konya, 2007.
- Barrett M., Marx’tan Foucault’a İdeoloji, (Çev. Fethi A.), Doruk Yay., Ankara, 2004.
- Baş T. ve Akturan U., Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yay., Ankara, 2013.
- Başaran F., İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme, Ütopya Yay., Ankara, 2010.
- Bekiroğlu O., Kültürlerarası İletişim Bağlamında Türk Basınında Etnik Kimliklerin Sunumu, Anadolu Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir, 2011.
- Bektaş A., Kamuoyu İletişim ve Demokrasi, Bağlam Yay., İstanbul, 2000.
- Bilgin N., Sosyal Bilimlerin Kavşağında Kimlik Sorunu. Ege Yay., İzmir, 1994.
- Bilgin N., İnsan İlişkileri ve Kimlik, Sistem Yay., İstanbul, 2001.

- Bilgin, N., Kimlik İnşası, Aşina Kitaplar, Ankara, 2007.
- Binark M., “Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu”, Yeni Medya Çalışmaları, (Der. Binark M.), 21-44, Dipnot Yay., Ankara, 2007.
- Binark M., Toprak A., Yıldırım A., Aygöl E., Börekçi S., Çomu T., Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım!”, Kalkedon Yay., İstanbul, 2009.
- Bostancı, M. N. Bir Kolektif Bilinç Olarak Milliyetçilik, Doğan Kitap, İstanbul, 1999.
- Boz H.A. “Kitle İletişim Araçları ve Suskunluk Sarmalı”, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt: 32, Sayı: 1, 41-49.
- Bozkurt V., Değişen Dünyada Sosyoloji, Ekin Yay., Bursa, 2006.
- Canetti E., Kitle ve İktidar (Çev. Aygen G.) Ayrıntı Yay. İstanbul, 1998.
- Canpolat N., “Michel Foucault”, Kadife Karanlık, Su Yay., (Der. Rigel N.), İstanbul, 2003.
- Castells M., “Ağ Toplumunda İletişim, İktidar ve Karşı-İktidar”, Yeni Medya Üzerine, (Çev. Sepetçi T.), 13-45, Akdeniz Üniversitesi İletişim Araştırma ve Uygulama Merkezi Yay., Antalya, 2012.
- Çakır M., “Sosyal Medya ve Gösteri”, Sosyal Medya Araştırmaları 1, (Der. Büyükaslan A. ve Kırık A. M), 11-68, Çizgi Kitabevi, Konya, 2013.
- Çam Ş., Medya Çalışmalarında İdeoloji, De Ki Basım Yayın, Ankara, 2008.
- Çiğdem A., “Kamusal Alan, Kamusal Din ve Kamusal Akıl”, Kamusal Alan, (Der. Özbek M.), 501-514, Hil Yay., İstanbul.
- Çoban B., “Söylem, İdeoloji ve Eylem” Söylem ve İdeoloji, (Der. Çoban B. ve Özarslan Z.), 245-284, Su Yay., 2003.
- Çoban B., “Medya, Kamuoyu, İdeoloji”, Kitle İletişimi ve Toplumsalın Üretimi, (Der. Bilgili C. ve Akbulut N. T.) Beta Yay., İstanbul, 2009.
- Çomu T., “Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi”, Yeni Medyada Nefret Söylemi, (Der. Çomu T.) Kalkedon Yay., İstanbul, 2010.
- Daniels J., “Paravan İnternet Siteleri”, Yeni Medya Üzerine, (Çev. Aksoy S. ve Çeliker D.), 46-72, Akdeniz Üniversitesi İletişim Araştırma ve Uygulama Merkezi Yay., Antalya, 2012.

- Demircan B., “İnternet ve Kamusal Alan: Kamusal Tartışma Zemini Olarak Çevrimiçi Forumlar”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2006.
- Dirini İ., “Okur Yorumlarıyla Yeniden Üretilen Nefret Söylemi”, Yeni Medyada Nefret Söylemi, (Der. Çomu T.) Kalkedon Yay., İstanbul, 2010.
- Doğu B., “Sanal Nefret Pratikleri”, Yeni Medyada Nefret Söylemi, (Der. Çomu T.) Kalkedon Yay., İstanbul, 2010.
- Dökmen Ü., İletişim Çalışmaları ve Empati, Sistem Yay., İstanbul, 2004.
- Dursun Ç., Tv Haberlerinde İdeoloji, İmge Yay., Ankara, 2001.
- Dursun D., Siyaset Bilimi, Beta Yay., İstanbul, 2002.
- Eagleton T., İdeoloji, (Çev. Özcan M.), Ayrıntı yay., İstanbul, 2005.
- Eldeniz L., “İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0”, İkinci Medya Çağında İnternet, (Der. Aydoğan F ve Akyüz A.), Alfa Yay., İstanbul, 2010.
- El Gody A., “Arap Blog Dünyasında ABD’nin İmajı”, Yeni Medya Üzerine, (Çev. Gürel N.), 73-95, Akdeniz Üniversitesi İletişim Araştırma ve Uygulama Merkezi Yay., Antalya, 2012.
- Erdoğan İ. ve Alemdar K., İletişim ve Toplum, Bilgi Yay., Ankara, 1990.
- Erdoğan İ. ve Alemdar K., Öteki Kuram, Erk Yay., Ankara, 2002.
- Erkal, E.M. Sosyoloji (Toplumbilimi), Der Yay., İstanbul, 1993.
- Ertürk D. Y., Davranış Bilimleri, Kutup Yıldızı Yay., İstanbul, 2010.
- Fejes F., “Eleştirel Kitle İletişimi Araştırması ve Medya Etkileri”, Medya, İktidar, İdeoloji (Der. ve Çev. Küçük M.), Bilim ve Sanat Yay., Ankara, 1999.
- Fiske J., İletişim Çalışmalarına Giriş, (Çev. İrvan S.), Bilim ve Sanat Yay., Ankara, 2003.
- Foucault M., İktidarın Gözü, Seçme Yazılar-4, (Çev. Ergüden I.), Ayrıntı Yay., İstanbul, 2003.
- Fraser N., “Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek”, Kamusal Alan, (Der. Özbek M.), 103-132, Hil Yay., İstanbul, 2004.
- Freud S., Kitle Psikolojisi, (Çev. Şipal K.), Cem Yay., Ankara, 2006.

- Giddens A., Sağ ve Solun Ötesinde Radikal Politikaların Geleceği, (Çev. Sözen M. ve Yücesoy S.), Metis Yay., İstanbul, 2002.
- Girgin A., Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2003.
- Gökçe O., İletişim Bilimine Giriş, Turhan Kitabevi, Ankara, 2005.
- Gökdağ R., Sosyal Psikoloji, (Der. Ünlü S.) Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yay., Eskişehir., 2004.
- Göksu, T., Toplum Psikolojisi, Özen Yay., Ankara, 2000.
- Gramsci A., Hapishane Defterleri, (Çev. Cemgil A.), Belge Yay., İstanbul, 1997.
- Güney S., Davranış Bilimleri, Nobel Yay., Ankara, 2011.
- Güz N., Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları, Nobel Yay., Ankara, 2005.
- Habermas J., “Kamusal Alan”, Kamusal Alan, (Der. Özbek M.), 95-102, Hil Yay., İstanbul, 2004.
- Habermas J., Kamusal alanın Yapısal Dönüşümü. (Çev. Bora T. ve Sancar M.), İletişim Yay., İstanbul, 2013.
- Hall S., “Eski ve Yeni Kimlikler, Eski ve Yeni Etniklikler” Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi, (Der. King A. D.), (Çev. Seçkin G. ve Yolsal Ü. H.), 63-96, Bilim ve Sanat Yay., Ankara, 1998.
- Hall S., “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”, Medya İktidar İdeoloji, (Der. ve Çev. Küçük M.), 198-243, Bilim ve Sanat Yay., Ankara, 1999.
- Hall S., “Anlamlandırma, Temsil ve İdeoloji”, Kitle İletişim Kuramları, (Der. Mutlu E.), Ütopya Yay., İstanbul, 2005.
- HARDT H., “Eleştirelin Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu”, Medya İktidar İdeoloji, (Der. ve Çev. Küçük M.), Bilim ve Sanat Yay., Ankara, 1999.
- Harlak H., Önyargılar, Psikososyal Bir İnceleme, Sistem Yay., İstanbul, 2000.
- Hazar Ç. M., “Medyanın Sosyolojik İşlevlerinden Gündem Kurma”, Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi, Sayı: 16, (Kış 2002), 47-70.
- Hogg M. A. ve Vaughan G. M., Sosyal Psikoloji (Çev. Yıldız İ. ve Gelmez A.) Ütopya Yay., Ankara, 2007.
- Hortaçsu N., Grup İçi ve Gruplararası Süreçler, İmge Kitabevi, Ankara, 1998.

- Hoşgör E., “İnternet ve Demokratik Katılım”, Mülkiye Dergisi, Cilt 25, Sayı 230, (Eylül-Ekim 2001), 185-206.
- İlgın L., “Söylem ve İdeoloji”, Söylem ve İdeoloji, (Der. Çoban B. ve Özarslan Z., Çev. Ateş N.), 14-113, Su Yay., 2003.
- İrak D. ve Yazıcıoğlu O., Türkiye ve Sosyal Medya, İstanbul, Okyanus Yay., 2012.
- İşık M., İletişimden Kitle İletişimine, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yay., Konya, 2000.
- İşık M., , Kitle İletişim Teorilerine Giriş, Eğitim Kitabevi, Konya, 2005.
- İçel K., Kitle Haberleşme Hukuku, Beta Yay., İstanbul, 1990.
- İnceoğlu M., Tutum-Algı İletişim, Kesit Tanıtım Ltd. Şti., Ankara, 2004.
- İnceoğlu Y., Medya - İktidar İlişkilerinin Tarihsel Gelişimi, BİA Haber Merkezi, 2006, <http://eski.bianet.org/2006/10/27/86980.htm>, Erişim 13.11.2014.
- İrvan S., Dış Politika ve Basın:Türk Basınındaki Dış Politika Haberlerinin Gündem Belirleme Yaklaşımı Açısından Çözömlenmesi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara, 1997.
- İrvan S., “Suskunluk Sarmalı Kuramı ve Elizabeth Noelle Neumann’ın Özgeçmişi”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:6 (1997), 420-450.
- Kağıtçıbaşı Ç., Günümüzde İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş, Evrim Yay., İstanbul, 2013.
- Kalender A., Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri, Çizgi Kitabevi, Konya, 2000.
- Kapani M., Politika Bilimine Giriş, Bilgi Yay., Ankara, 2002.
- Karadağ A., “Kamusal Alan Modelleri: Çoğulcu Perspektiften Bir Değerlendirme”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt: 58 Sayı: 3 (2003), 171-195.
- Kartarı A., Farklılıklarla Yaşamak - Kùltürlerarası İletişim, ÜrünYay., Ankara, 2001
- Kazancı M., “Althusser, İdeoloji ve İdeolojiyle İlgili Son Söz”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul, Sayı 24, (2006), 67-93.
- Kejanlıoğlu B., “Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı”, Kamusal Alan, (Der. Özbek M.), 689-714, Hil Yay., İstanbul, 2004.

- Kellner D., “Tabandan Küreselleşme: Radikal Demokratik Bir Teknopolitikaya Doğru”, Kamusal Alan, (Çev. Kurtarıcı T.; Der. Özbek M.), 715–735, Hil Yay., İstanbul, 2004.
- Kellner D., “Habermas, Kamusal Alan ve Demokrasi”, (Çev. Sungur S.), (<http://www.istanbul.edu.tr/4.boyut/dosya.html>), ulaşım Nisan 2014.
- Kepplinger H. M., “Etki Kavramının Sınırları”, Medya Etki Araştırmaları, (Der. ve Çev. Çebi, M.S.) 9-37, Alternatif Yay., Ankara, 2003a.
- Kepplinger H. M., “İletişim Araştırmalarında Paradigma Değişmesi”, Medya Etki Araştırmaları, (Der. ve Çev. Çebi, M.S.) 39-60, Alternatif Yay., Ankara, 2003b.
- Kılıçbay B., “Bir Teknoloji Söyleminden Parçalar”, İnternet, Toplum ve Kültür, (Der. Binark M., Kılıçbay B.), 15-30, Epos Yay., Ankara, 2005.
- Kırık A. M., “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”, Sosyal Medya Araştırmaları 1, (Der. Büyükaslan A. ve Kırık A. M), 69-102, Çizgi Kitabevi, Konya, 2013.
- Kışlalı A. T., Siyaset Bilimi, Ankara Üniversitesi B.Y.Y.O. Yay., Ankara, 1987.
- Köseoğlu Ö., “Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk İletişim Dergisi, Cilt 7, sayı 2, (Ocak 2012), 58-81.
- Kuşay Y., “Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri”, İkinci Medya Çağında İnternet, (Der. Aydoğan F ve Akyüz A.), Alfa Yay., İstanbul, 2010.
- Laughey D., Medya Çalışmaları: Teoriler ve Yaklaşımlar, (Çev. Toprak A.), Kalkedon Yay., İstanbul, 2010.
- Lazar J., İletişim Bilimi, (Çev. Anık C.), Vadi Yay., Ankara, 2001.
- Le Bon G., Kitleler Psikolojisi, Alter Yay., Ankara, 2012.
- Lull J., Medya İletişim Kültür, (Çev. Güngör N.), Vadi Yay., Ankara, 2001.
- Maigret E., Medya ve İletişim Sosyolojisi, (Çev. Yücel H.) İletişim Yay., İstanbul, 2013.
- Mardin Ş., İdeoloji, İletişim Yay., İstanbul, 1999.
- Marx K. ve Engels F., Alman İdeolojisi, (Çev. Belli S.) Sol Yay., Ankara, 1992.
- Mattelart M. ve Mattelart A., İletişim Kuramları Tarihi, (Çev. Zıllıoğlu M.) İletişim Yay., İstanbul, 2003.

- Mayring P., Nitel Sosyal Araştırmaya Giriş, (Çev. Gümüş A. ve Durgun M. S.) Baki Kitabevi, Adana, 2000.
- McLellan D., İdeoloji, (Çev. Yıldırım B.), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yay., İstanbul, 2005.
- McLeod J. M., Kosicki G. M., Pan Z., “Medya Etkilerinin Anlaşılması ve Yanlış Anlaşılması”, Medya Etki Araştırmaları, (Der. ve Çev. Çebi M.S.), 123-178, Alternatif Yay., Ankara, 2003.
- McQuail D., “Kitle İletişim Araçlarının Etkileri”, Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar, (Der.ve Çev. Alemdar K. ve Kaya R.), Savaş Yayınları, Ankara, 1983.
- McQuail D., Kitle İletişim Kuramı, (Çev. Yüksel A.H.), Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi Yay., Eskişehir, 1994.
- McQuail D. ve Windahl S., İletişim Modelleri: Kitle İletişim Çalışmalarında, (Çev. Yumlu K.) İmge Kitabevi, Ankara, 2005.
- Merten K., “Medya Etki Araştırmalarının Buluntuları, Baskın Paradigmanın Varsayımlarının Eleştirisi”, Medya Etki Araştırmaları, (Der ve Çev. Çebi M.S.), Alternatif Yay., Ankara, 2003
- Milburn M. A., Sosyal Psikolojik Açidan: Kamuoyu ve Siyaset, (Çev. Dönmez A., Duyan V.), İmge Kitabevi, Ankara, 1998.
- Mills C. W., İktidar Seçkinleri, (çev: Ünsal Oskay Ü.), Bilgi Yay., İstanbul, 2000.
- Mills S., “Söylem ve İdeoloji”, Söylem ve İdeoloji, (Der. Çoban B. ve Özarslan Z., Çev. Özarslan Z.), 113-130, Su Yay., 2003.
- Morgan C. T., Psikolojiye Giriş, (Çev. Arıcı H., Aydın O., Bayraktar R., İmamoğlu O. Vd.), Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yay., Ankara, 1998.
- Moyo, L., “Digital Democracy: Enhancing The Public Sphere”, Digital Cultures, (Der. Creeber G. ve Martin R.), 139-150, Glasgow, 2009.
- Murdock G., “İletişim Modernlik ve İnsan Bilimleri”, Medya İktidar İdeoloji, (Der. ve Çev. Küçük M.), Bilim ve Sanat Yay., Ankara, 1999.
- Neill, S. A., “The Alternate Channel: How Social Media is Challenging the Spiral of Silence Theory in GLBT Communities of Color”, (<http://www.american.edu/soc/communication/upload/09-Neill.pdf>), ulaşım Eylül 2015.
- Noelle-Neumann E., Kamuoyu, Suskunluk Sarmalının Keşfi, Dost Kitabevi, Ankara, 1998.

- Noelle-Neumann E., “Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Katkısı”, Medya Kùltür Siyaset, (Der. İrvan S.), Alp Yay., Ankara, 2002.
- Offe C., Amerika Üzerine Düşünceler; Tocqueville, Weber ve Adorno Birleşik Devletlerde, (Çev. Toklu O.) Dost Kitabevi, Ankara, 2013.
- Oğuz G. Y., “Amerika’da Öteki Olmak”, Kırılan Kalıplar 1, (Der. Bilgili C. ve Akbulut N. T.), Beta Yay., İstanbul, 2010.
- Orhon N. E., Değişim Değeri Açısından Televizyon Haberi, Anadolu Üniversitesi Yay., Eskişehir, 2004.
- Özbek S., İdeoloji Kuramları, Bulut Yay., İstanbul, 2003.
- Özbek, M., “Kamusal Alanın Sınırları”, Kamusal Alan, (Der. Özbek M.), 19-90, Hil Yay., İstanbul, 2004a.
- Özbek, M., “Kamusal-Özel Alan, Kùltür ve Tecrübe”, Kamusal Alan, (Der. Özbek M.), 443-500, Hil Yay., İstanbul, 2004b.
- Özsoy O., Geçmişten Günümüze Yöntem ve Uygulamalarıyla Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma, Alfa Yay., İstanbul, 1998.
- Poyraz, B., Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik, Ütopya Yay., Ankara, 2002.
- Salmon C. T. ve Glenn C. J., “Spiral Of Silence, Communication and Public Opinion as Social Control”, An Integrated Approach To Communication Theory and Reserch, (Der. Stacks D. W. ve Salwen M. B.), 153-168, Routledge, New York, 2009.
- Sancar Üşür S., İdeolojinin Serüveni: Yanlış Bilinç Ve Hegemonyadan Söyleme, İmge Kitabevi, Ankara, 1997.
- Sarı M. ve Aksu T., “Afetlerde Sosyal Medya ve Algı Yönetimi”, İdarecinin Sesi Dergisi, Sayı 152, (Temmuz-Ağustos 2012), 41-46.
- Severin W. J. ve Tankand, J. W., İletişim Kuramları, (Çev. Bir A. A. ve Sever S.), Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi Yay., Eskişehir, 1994.
- Scholle D. J., “Elestirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar/Bilgiye”, Medya İktidar İdeoloji, (Der. ve Çev. Küçük M.), 267-307, Bilim ve Sanat Yay., Ankara, 1999.
- Sezgin S., “Gazete Sütunlarında Öteki Olmak”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, 2012.

- Sözen E., Söylem, Paradigma Yay., İstanbul, 1999.
- Stevenson N., Medya Kültürleri, (Çev. Orhon G. ve Aksoy B.E.), Ütopya Yay., Ankara, 2008.
- Taşdemir E., “Basının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu Doğrultusunda Siyasi Partilere Yaklaşımı”, Selçuk İletişim Dergisi, Cilt 2, Sayı:3, (2002), 79-95.
- Taylor S. E., Peplau L. A., Sears D. O., Sosyal Psikoloji (Çev. Dönmez A.) İmge Kitabevi, Ankara, 2007.
- Tekarslan E, Kılınç T, Şencan H ve Baysal A. C., Davranışın Sosyal Psikolojisi, İstanbul Üniversitesi İşletme Fak. Yay., İstanbul 2000.
- Tekeli, İ. “Tarih Yazıcılığı ve Öteki Kavramı Üzerine Düşünceler”, Tarih Eğitimi ve Tarihte Öteki Sorunu, (Der. Berkay A. ve Tuncer H. C.), Tarih Vakfı Yurt Yay., İstanbul, 2007.
- Tekinalp Ş. ve Uzun R., İletişim Araştırmaları ve Kuramları, Beta Yay., İstanbul, 2006.
- Terkan B., Gündem Belirleme, Tablet Kitabevi, Konya, 2005.
- Thomson J. B., Medya ve Modernite, (Çev. Öztürk S.) Kırmızı Yay. İstanbul, 2008.
- Timisi N., Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Dost Kitabevi, Ankara, 2003.
- Timisi N., “Sanallığın Gerçekliği İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi”, İnternet, Toplum ve Kültür, (Der. Binark M. ve Kılıçbay B.), 89-105, Epos Yay., Ankara, 2005.
- Tosun N. B. ve Levi E., (2010) “Marka Topluluğu Yaklaşımında Sosyal Medyanın Kullanımı”, İkinci Medya Çağında İnternet, (Der. Aydoğan F ve Akyüz A.), Alfa Yay., İstanbul, 2010.
- Tosunay, D., Sosyal Medyada Otosansür: Facebook Örneği, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, 2015.
- Touraine A., Birlikte Yaşayabilecek miyiz?, (Çev. Kunal O.) YKY Yay., İstanbul, 2005.
- Tutar H. ve Yılmaz K., Genel İletişim Kavramlar ve Modeller, Seçkin Yay., İstanbul, 2005.
- Türkoğlu N., İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara: Toplumsal İletişim, Babil Yay., İstanbul, 2004.
- Ulaş S. E., Felsefe Sözlüğü, Bilim ve Sanat Yay., Ankara, 2002.

- Van Dijk T. A., “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, Medya İktidar İdeoloji, (Der. ve Çev. Küçük M.), 331-395, Bilim ve Sanat Yay., Ankara, 1999.
- Van Dijk T. A., “Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım”, Söylem ve İdeoloji, (Der. Çoban B. ve Özarslan Z., Çev. Ateş N.), 14-113, Su Yay., 2003.
- Van Dijk, T. A., “Söylem ve İktidar”, Nefret Suçları ve Nefret Söylemi, (Der. Çavdar A. ve Yıldırım A. B., Çev. Uygun P.), 9-44, Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yay., İstanbul, 2010.
- Verstraeten H., “Medya ve Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü”, Medya Kültür Siyaset, (Der. İrvan S.), Alp Yay., Ankara, 2002.
- Weaver, D. H., “Medya Gündem Kurması ve Kamuoyu: Bir Bağlantı Var mı?”, (Çev. Damlapınar Z.), Selçuk İletişim Dergisi, Cilt 1, Sayı 1, (Temmuz 1999), 140-147.
- Windahl, S., Signitzer B.H., Olson J.T., Using Communication Theory: An Introduction to Planned Communication, Sage Publication, London, 1992.
- Yaylagül L., Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar, Dipnot Yay., Ankara, 2010.
- Yıldırım A. ve Şimşek H., Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yay., Ankara, 2000.
- Yılmaz, S. H., Toplumdan Medyaya Bir Gündem Çalışması, Literatürk Yay., Konya, 2010.
- Yumlu K., Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları, Nam Basım, İzmir, 1994.
- Yüksel E., Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Çizgi Kitabevi, Konya, 2001.
- Yüksel E., ““Mahalle Baskısı Hangi İletişim Kuramıyla Açıklanır?”, (<http://www.siyasaliletisim.org/index.php/dr-bahadr-kaleaas/doc-dr-erkan-yueksel/494-mahalle-basks-hangi-letiim-kuramyla-acklanr.html>), ulaşım Nisan 2014.
- Yükselbaba, Ülker (2012) Habermas ve Kamusal Alan, Oniki Levha Yay. İstanbul.
- <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites> (erişim: 5 nisan 2015).
- <http://optimiseblog.co.uk/a-2013-social-media-report/> (erişim: 8 nisan 2015).

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI : Uğur DİK
Doğum Tarihi ve Yeri : 24.02.1974 – Denizli
Medeni Durumu : Evli

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : İzmir Polis Koleji, 1992
Lisans Diploması : Polis Akademisi, Ankara, 1996
Yüksek Lisans Diploması: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Antalya, 2015
Tez Konusu : Sosyal Medyanın Suskunluk Sarmalı Kuramı Açısından İncelenmesi: Twitter Üzerinden Çözüm Süreci” ve “Nükleer Enerji” Tartışmaları
Yabancı Dil : İngilizce

İş Denevimi

Çalıştığı Kurumlar : Emniyet Genel Müdürlüğü (1996-)
E-Posta : ugurdik@hotmail.com