

Yeni Bir Kamusal Alan Arayışı Olarak Change.Org

In the Pursuit of New Public Sphere: Change.Org

Zühre Canay Güven, Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, E-posta: zcguyen@gmail.com
Mehmet Emin Satır, Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, E-posta: mehmeteminsatir@gmail.com

Anahtar Kelimeler:

Kamusal Alan, İnternet,
Yeni Medya, Aktivizm,
Change.org.

Öz

Kamusal alan sosyal bilimler açısından oldukça önemli bir kavramdır. Üzerinde tam anlamıyla bir uzlaşmanın olmadığı bu kavramın tarifinde farklı yaklaşımlar dikkat çekmektedir. Fakat ortak bir çıkış noktası belirlemek gerekirse, demokratik toplumların tesisinde kamusal alanın son derece önem arz ettiği ifade edilebilir. Dolayısıyla, bu makale kamusal alanın farklı kavramsallaştırma şekillerine değinerek, günümüzde yeni medya aracılığıyla oluşan kamusal alan meselesini Change.org özelinde incelemektedir. Bu noktada Change.org tarafından yayınlanan 2015-2016 raporları sınırlılığında, bu platformun alternatif bir kamusal alan olma durumu tartışılmaktadır. Bu çalışmanın amacı kamusal alanın yeni medya aracılığıyla ne denli dönüşüme uğradığını/uğramadığını literatür taraması yöntemiyle tartışmaktır. Böylece kamusal alanın günümüzde almış olduğu hal ile geçmiş dönemlerdeki kamusal alan kavramsallaştırmaları karşılaştırılarak analiz edilmektedir.

Keywords:

Public Sphere,
İnternet, New
Media, Activism,
Change.org.

Abstract

Public sphere is an important concept in social sciences. Various approaches can be found in the description of public sphere. Despite of all the differences, it is admitted that public sphere is a vital area and means in the establishment of democratic societies. Therefore, this article focused on the different conceptualization forms of the public sphere and examined the new version of public sphere through new media in the context of Change.org. 2015-2016 reports published by Change.org were examined whether this platform is an alternative public space in the scope of this article. The purpose of this study was to discuss the extent to which the public space is being transformed through new media by using the literature review method. Thus, the concept of public sphere in the past periods was analyzed and compared with the situation in which the public sphere has taken today.

Giriş

İnsanlık tarihinin her döneminde öne çıkan en temel konular iletişim ve etkileşim olgularıdır. Bunun bu denli önemli oluşunun arka planında elbette ki insanın düşünme yetisine sahip olması bulunmaktadır. Şeyleri ve etrafındakileri anlamak/anlamlandırmak için kendisi gibi diğer canlılara muhtaçtır, şüphesiz ki insan, şeyleri yalnızca anlamlandırabilirken onların özlerine dair kesin bir yargıya sahip olamaz. Böylesi bir durumdan mütevellit olarak insan, iletişime ve etkileşime muhtaçtır. Aristoteles'in asırlar öncesinden belirtmiş olduğu *insanın politik bir hayvan olduğu* önermesi tam da bu noktada bir anlam kazanır. Bu önermenin içermiş olduğu anlam katmanlarına baktığımızda en temelde karşımıza iletişim ve etkileşim meseleleri çıkar. Aristoteles'e göre insan her şeyden önce bir "zoon politikon"dur, yani toplumsal bir varlıktır. Aristoteles'e göre insanın toplumsal bir varlık olmasının sonucunda toplumlar oluşmuştur. Bir diğer yandan bu toplumların oluşmasında en temel mesele insanın konuşması ve aklının olmasıdır ki, böylece Aristoteles insanı neden "zoon politikon" olarak ifade ettiğine açıklık getirir.

Bir arada yaşama, aklını kullanma ve konuşma yetileri ile toplumsal bir hayvan olan insan, bu birtelilik halinin sürdürülebilir olmasında bir diğer ifadeyle ortak yaşanılabilen bir alanın tahsis edilmesinde birbiriyle iletişime geçmek zorundadır. Bu noktada beraber yaşamının bir ön koşulu olarak öne sürdüğü devletin ne olduğunu sorgulaması ise işte bizleri ortak iyi nedir ve insanlar kamu yararını ne şekilde sağlayabilir sorularına taşır. Tüm bu sorular elbette Aristoteles ile sınırlı kalmamıştır. Burjuva toplumunun doğuşu ve geç kapitalizm ile bu soruların muhtevasında bir değişiklikten ziyade toplumsal ve kültürel bağlamlarda farklılıklar ortaya çıkmıştır. Birlikte yaşama/yaşayabilmek için asgari şeyin iletişim olduğunda uzlaşsak bile bu konuların birer mesele haline döndüğü ve tartışıldığı mekân yani bir diğer ifadeyle kamusal alan mevzusunda halen bir uzlaşım yoktur. Bunun en temelinde ortak iyinin ne ve kim için olduğu sorunu vardır. Zira hem iyi hem de ortak kelimeleri pek çok kesim ve cemaat için farklı anlamlara gelirken, devletin böylesi bir şeyi tahsis edişinde çoğunluğu göz önüne alarak azınlıkların hak ve taleplerini göz ardı etmesi toplumsal uzlaşmayı baltalamaktadır. Bu noktada toplumsal uzlaşmayı kurabilmek, politik süreçlere dair katılımı bulabilmek ve bozulan dengeyi tekrardan kurabilmek adına yurttaşlar alternatif kamular yaratmaktadır. Fakat alternatif kamusal alanları tarif etmede ve anlamlandırabilme işinde öncelikle tarihsel ve sosyolojik olarak değişen kamusal alandan bahsetmekte fayda var.

Sosyal bilimlerde oldukça tartışmalı ve üzerinde tam anlamıyla bir uzlaşımın olmadığı bu kavramı kabaca tanımlarsak; insanların kamuya açık bir yerde özgürce bir araya geldikleri ve fikir alışverişinde bulunarak politik süreçlere katıldıkları, bu süreçleri biçimlendirdikleri fiziksel ve sembolik alanlar/mekânlardır. Bu mekânlar agoralardan kıraathanelere, sokaklara ve siber ortamlara kadar geniş bir yelpazede sıralanabilir. Kavramın tarifinde ortak iyi/çıkar, kamu yararı ve iletişim biçimleri gibi değişkenlerin farklı kitleler ve cemaatler için ne anlama geldiği değişim gösterir. İşte bu sebepten mütevellit olarak hem bu muğlaklık hem de kavramın işaret ettiği mekân olgusunun bu denli farklı olması yine kamusal alanın ne derece sorunlu bir kavram olduğunun bir göstergesidir.

Kamusal alanlar tarihsel süreçte değişim ve dönüşüme uğramıştır. Günümüzde her ne kadar agoralar bulunmasa da agora işlevi gören farklı kamusal mekânlar bulunmaktadır. Dolayısıyla kamusal mekânlar kılıf değiştirip farklılaşmış olsa da, özlerini korumaktadırlar. Yeni medya bu noktada kamusal alan meselesinde alternatif/yeni bir mecra olarak öne çıkmaktadır. Günümüzde yeni medya sayesinde insanlar, sembolik bir kamusal mekânı paylaşarak bir kamu yaratmakta ve bu yeni sembolik mekânı yeni medya araçları ile inşa etmektedirler. Bu söylemlerin oluştuğu, yurttaşların etkileşim ile devlet ve özel sektörlerin politikalarına müdahale ettiği bir kanal olan Change.org bu çerçevede oldukça dikkat çekicidir. Halihazırda 196 ülkede milyonları aşan kullanıcısı olan Change.org'ta başlatılan kampanyalardan 23.006 tanesi başarıya ulaşmıştır.¹ Bu yönüyle incelemeye değer olan bu kanalın bir kamusal alanın arayışı olarak ele alınması gerekmektedir. Böylece günümüzdeki kamusal alanlardan biri olarak Change.org'un hangi özellikleri ile öne çıktığı ve diğer kamusal alanlardan nasıl ayrıştığı bu araştırmanın temel meselesidir. Literatürde yer alan birçok çalışma, Change.org'u slaktivizm ve kilitivizm ekseninde ele almaktadır. Bu araştırma ise, Change.org'u kamusal alan modelleri içerisinde ele alarak, ne denli kamusal alan olduğunu sorgulamaktadır. Araştırmada Change.org'un Türkiye'de 2015-2016 yılındaki kampanyaları dikkate alınarak, verilerden onun içeriğine ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli sonuçlar çıkarmak üzere kullanılan literatür taraması yöntemi (Koçak ve Arun, 2006, Krippendorff, 1980: 25) kullanılmıştır. Bu çerçevede, araştırmacının örneklem için hangi birimlerin seçileceğine kendisinin karar verdiği yargısal/amaçsal örnekleme (Lin, 1976:158, Monette vd., 2014: 148) başvurulmuştur. Araştırmada yargısal/amaçsal örneklem olarak Change.org seçilmiş olup, araştırmanın sınırlılığı gereğince avaa.org, care2.com, sumofus.org gibi diğer e-imza platformları araştırmanın dışında bırakılmıştır.

Bir Yaşam Alanı Olarak Kamusal Alan

Siyasal sistemlere ve bu siyasal sistemlerin bileşenlerine dair söylenecek her söz bir noktada Antik Yunan düşünce sistemine dayanmaktadır. Kamusal alan olgusunun doğru bir şekilde açıklanabilmesi için Antik Yunan düşünce sisteminden faydalanmak gerekmektedir. Kamusal alana dair ilk çıkarımlara Aristoteles'in metinlerinde rastlanmaktadır. Eski Yunan'daki polis devleti ile başlayan kamusal alana dair Aristoteles, "Edimsel olarak bir anayasa düzeni kurmaya çalışanlar bir yana bırakılırsa, en iyi devlet üstüne ilk konuşan odur (Hippodamos)" tanımlamasını yapmıştır (Onat, 2013: 18). Hippodamos'un planlamış olduğu düzende topraklar kutsal, kamusal ve özel olarak düzenlenmektedir. Burada yurttaşlar siyasi bir varlık olarak yasama, yürütme ve yargı özelliklerine sahiptir. Aristoteles'in devletin yönetimi ve kamusal alan tarif ettiği mekândan da görüldüğü üzere kamusal alan yönetim biçimine dair söylemin dile getirildiği ve politikanın şekillendiği bir yerdir. Kamusal alanın, toplumsal olanla iç içeliği kamusal alanın en önemli özelliklerindedir.

Kamusal alan aynı zamanda demokrasinin temel taşlarından birisi olarak görülmektedir. Aristoteles'in öncülüğünü yaptığı kamusal alan tartışması ileriki dönemlerde Kant tarafından yapılmaktadır. Kant'ın 1784 yılında yayınladığı metinlerde

¹ <https://www.change.org/impact> (Erişim Tarihi: 08.09.2017)

kamusal alana dair düşünceler görülmektedir. Şöyle ki; insanı doğadaki tek akıllı varlık olarak konumlandıran Kant, bireyin tek başına kendi gelişimini gerçekleştiremeyeceğini dolayısıyla azınlık olmaktan kurtulamayacağını bu yüzden de adil bir sivil kurum tesis etme hususunda birlikte hareket etmeyi salık vererek kamusal alan tartışmalarına öncülük eden bir diğer isimdir (Dacheux, 2012: 15-16).

Kamusal alan kavramına dair tartışmaların sosyolojik, felsefi ve siyasal konjonktürdeki yerine değinirken kelimenin etimolojik kökenini atlamamak gerekmektedir. Zira kamu kelimesinin kökeninde barındırdığı anlamlar, kamusal alanın derinlikli olarak kavranmasında yardımcı olmaktadır. Kamu kelimesi Latince’de “publicus”: devlete ait, halka ve umuma ait, genel, yaygın, kamu görevlisi gibi anlamları ihtiva etmektedir. Dolayısıyla kamuya ait olan her şey toplumsal içeriklidir. Görüldüğü üzere kelimenin etimolojik kökeninden yola çıkıldığında halk, umum ve devlet üçgeni bir sacayağı oluşturmaktadır. Tüm bunların ışığında kamusal alan modellerini tartıştığımızda karşımıza birtakım ortak özellikler çıkmaktadır. Bunlar genelde kamu, devlet, ortak çıkar ve değişim üzerinden temellenmektedir. Fakat yine de kamusal alanın ne olduğuna dair tartışmalarda birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Bu tartışmalarda kimi düşünürler bu sacayağının ağırlığını iletişime verirken, bazıları eylem üzerinden tartışmaktadır.

Tüm bu benzerlikler ve farklılıklar ekseninde kamusal alan kavramının tarifinde şuna varılır ki bu da kamusal alanın tek ve genel geçer tanımının bulunmadığıdır. Bir yaşam alanı olarak “kamu”nun ne olduğu, sınırlarının nerede başlayıp nerede bittiği ve bu kamuyu meydana getiren unsurların nitelikleri tarih boyunca değişim göstermiştir. Bu değişimler ise kamusal alanın tarifindeki farklı kavramsallaştırmalara işaret eder. Seyla Benhabib (1992: 73) özetle ifade etmek gerekirse farklı kamusal alan kavramsallaştırmalarını üç kategoride toplamaktadır. Bunlardan ilki Arendt’in antagonistik (rekabetçi/tartışmacı) görüş olarak tarif ettiği cumhuriyeti ve sivil yaşamın erdeme dayandığı bir kamu anlayışıdır. İkinci modeli ise liberal geleneğin takipçisi olan adil ve istikrarlı kamu düzeni olarak tarif eden Benhabib bu kamusal modeli legalistik olarak adlandırır. Üçüncü model ise Habermas’ın söylemsel kamu diyalogu modelidir. Bu model ise geç kapitalist toplumları şekillendiren demokrat-sosyalist bir model olarak tahayyül edilmektedir.

Bu modellerden ilki olan rekabetçi kamusal alan modeli Arendt’in İnsanlık Durumu (1994) adlı yapıtında idealize edilmektedir. Arendt’in ortaya koymuş olduğu ve Antik Yunan üzerinden kavramsallaştırdığı bu kamusal alanda yaşamının devamı için başkalarıyla birlikte yaşamak bir zorunluluktur. Fakat modernleşmeyle birlikte ev işleri ile kamusal işlerin birbiri içine sızan bir yapıya sahip olduğu ifade edilebilir. Böylelikle modern öncesi dönemde ev işleri içinde yer alan ekonomik işler modernleşmeyle birlikte kamusallaşmışlardır. Arendt (1994: 59-73) bu gelişmeleri “toplumsalın yükselişi” olarak adlandırmaktadır. Toplumsalın yükselişi; polisteki siyasal yaşamın bitişi ve kamusal insanın çöküşüdür.

Hannah Arendt’in kamusal alan tarifini anlamada vurgu yaptığı vita activa kavramına değinmekte fayda var. Arendt’in vita activa kavramı, üç temel insani etkinliği imlemektedir: Emek, iş ve eylem. Arendt’e göre bu sacayağından ilki emek olup yaşam süreci içerisinde emek yoluyla aynı anda üretilen ve beslenen hayati zorunluluklara bağlı

insan bedeninin biyolojik yaşam sürecine karşılık gelen bir etkinliği imlemektedir (Arendt, 1994: 17). Sacayağının bir diğeri olan iş ise Arendt için dünyasallık anlamına gelir ki bu da doğanın düzeninden farklı yapay şeyler evreni anlamına gelmektedir (Arendt, 1994: 17-18). Arendt'in bahsettiği üçüncü önemli nokta olan eylem ise şeylerin veya maddenin aracılığı olmadan, doğrudan insanlar arasında geçen biricik etkinlik anlamına gelir ve bir arada olma haline karşılık gelir (1994: 18). Arendt'in emek, iş ve eylem üçlüsünden yola çıktığımızda onun için insanı, insan yapan en önemli noktalardan birisinin birlikte olma, kolektif bilinç ve üretim olduğu ifade edilebilir. Antik Yunan'daki idiot tanımı bu noktada anlam kazanmaktadır. Antik Yunan'da siyasetin dışında kalan ve siyasetle ilgilenmeyen insan idiot olarak adlandırılmaktaydı (Kerestecioğlu, 2011: 159). Arendt de Antik Yunan'daki bu hâkim düşüncüyü ve Aristoteles'in zoon politikon önermesini takip eder. Bu noktada Arendt, insanı insan yapan şeyi insanın üremesinde ve neslini devam ettirmesinde değil, zira bunun hayvanlar tarafından da gerçekleştirildiğini vurgulayarak insan olmanın/ölümsüzleşmenin biricik anlamının bir arada olma haliyle ilişkilendirir. Yani birey olarak ölümsüzleşmek kamusal alanda var olmakla gerçekleşir. Geride iz bırakabilmek, kelimenin tam manasıyla insan olabilmek ve diğer canlılardan ve şeylerden ayırmak ancak bu bir aradalık ve kamusal alandaki eylemsellikle gerçekleşebilir (1994: 34-35).

Seyla Benhabib'in Batı politik düşüncesindeki kamusal alan kavramsallaştırmasından bir diğeri legalistik olarak tanımlamayı tercih ettiği Kamu Diyalogu olarak Kamusal Alan Model'idir (1992: 81). Bu model, adalet ve istikrarlı bir kamu anlayışı üzerinden temellenir ve Bruce Ackerman'ın kamusal diyalog kavramsallaştırmasını takip eder (1992: 73). Legalistik model olarak adlandırılan bu kamuda, toplumsal sorunların politik olarak çözümü olarak tarif edilebilir. Fakat tahmin edilebileceği gibi neyin toplumsal sorun olduğunu belirlemek bazı zorlukları kapsar. Bu bağlamda liberal düşünörlere baktığımızda toplumsal sorunun Hobbes'te güvenlik, Locke'da mülkiyet, Hume'da hukuk ve Bentham'da hukuk reformu olarak ele alındığını görmekteyiz. Fakat her ne kadar toplumsal sorunlara yönelik yaklaşımlarında belirli ayırışma noktaları görülse de, bu kargaşayı giderecek çözüm yollarında ortak noktalar dikkat çekmektedir. Bu da bireysel karakterli temel hak ve özgürlüklerin güvence altına alınmasını sağlayacak bir politik yapının tesis edilmesidir (Müftüoğlu, 2005: 47).

Seyla Benhabib'in bahsetmiş olduğu üçüncü model ise Habermas'ın Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü (2000) çalışmasında kamusal alanın tarihsel dönüşümlerini aktardığı söylemsel kamusal alan modelidir. Habermas (2000) kamusal alanın oluşumunu tarihsel bir çizgi ile takip eder. Bu bağlamda üç tür kamusal alandan söz eder. Bunlar; temsili kamu, edebi kamu ve siyasal kamudur. Temsili kamu, bir toplumsal alan veya bir kamu alanı olmayıp bir statü belirtisidir ve kapitalizm öncesi döneme aittir (Habermas, 2000: 65). Temsili kamunun kurumları olan kilise, krallık ve soyluluk, kapitalist döneme geçiş ile bir dönüşüm sürecine girer. Ortaya çıkan burjuvazi ile kamusal alan yapısal olarak temsili kamudan ayırışır. Habermas'ın idealize ettiği bu kamusal alan 17-18. yüzyıllarda meydana gelen toplumsal ve ekonomik değişimlerin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu noktada Arendt'ten (1994) ayırışarak, kamusal alan meselesini burjuva toplumu dönemiyle kavramsallaştırmaktadır. Bir diğere ifadeyle Habermas'a göre burjuva toplumunun ortaya çıkmasıyla ve tarihsel/toplumsal gelişmelerin bir sonucu olarak kamu

meselesine yeni konular ve aktörler dâhil olur. Bu değişimler elbette yalnızca kamusal alandaki konu ve katılımcıları etkilemez. Aynı zamanda bu yeni kamuda doğrudan gerçekleştirilen tartışmalar yerini medya aracılığıyla yapılan dolaylı müzakerelere bırakmıştır. Habermas'ın tarif ettiği bu kamusal alan herkese açık, iletişimin temel alındığı bir yerdir. Burada yurttaşları ilgilendiren meseleler hakkında konuşulmakta ve bu durum Habermas'ın ifadesiyle bir arada olma haline karşılık gelmektedir. Fakat bu bir aradalık örgütlenme ve kanaatlerin ifade edilmesi gibi durumları içinde barındıran amaçlı bir bir aradalık halidir. Böylece iletişim sayesinde oluşturulan kamusal alanda kamuoyu ile ilgili meseleler muhataplarına aktarılmakta ve bu muhataplar etkilenmektedir. Habermas (2004: 95) bu durumu yurttaşların ancak, genel yarara ilişkin meseleler hakkında kısıtlanmamış bir ortamda, yani toplanma, örgütlenme, kanaatlerini ifade etme ve yayınlama özgürlükleri garantilenmiş olarak tartışabilmeleri gerektiğini vurgular.

Kamusal alana dair sunduğu görüşlerle ön plana çıkan bir diğer isim ise Richard Sennett'tir. Kamusal İnsanın Çöküşü isimli eserinde kamusal alana dair derinlikli analizler yapan Sennett, kamusal alanın 19.yüzyılda Sanayi Devrimi ve sekülerleşme gibi toplumsal süreçler sonucunda değişime/dönüşüme uğraması üzerinde durmaktadır (2010: 40). Sennett, kamusal alan ve özel alan arasında belirli bir dengenin olduğunu ileri sürmektedir. Kamusal alanın gerilemesi ve işlevselliğini yitirmesi, özel hayatın alanını genişleterek, özel alanı, kamusal alan karşısında ön plana çıkartmaktadır (Fırat, 2002: 52). Kamusal alanın Antik Roma Dönemi'ne değin izini süren Sennett, modern toplumda kamusal alanın formel hale gelişini, Roma Dönemi'ndeki Augustus çağının sonlarındaki formellikle özdeşleştirmektedir. Sennett'e göre, günümüzde kamusal alan, formel bir yükümlülüğe dönüşmüş olup, birçok yurttaş, devletle olan ilişkisinde teslimiyetçi ve kanıksayıcı bir halde yaşamını sürdürmektedir (2010: 16). Bu noktadan hareketle kamusal alanın çöküş yaşadığını savunan Sennett, odağın kamusal meselelerden; özel meselelere kaydığını öne sürerek, insanların önemli ölçüde öz yaşam öyküleri ve bireysel istekleriyle ilgilendiğini belirtmektedir (2010: 18).

Batı politik düşüncesindeki kamusal alan modellerinin demokratik toplumdaki "iletişim" ortaklığı ve ifade özgürlüğü bağlamında olduğu ifade edilebilir. Fakat demokrasi ise kaygan zeminde salınan bir kavramdır. Zamana ve yaşanan coğrafyaya göre değişen bir kavram olarak demokrasi günümüzde modern toplumlarda "öznelerin çoğulculuğu" olarak ifade edilebilir (Mouffe, 2000: 19). Bu şekilde kavramsallaştırıldığında öznelerin çoğulculuğu mevzu bahis olmakta ve bunla beraber, birlikte yaşama zorunluluğu bulunan farklı toplumsal kesimler karşımıza çıkar. Bu durum ise farklılıklara ilişkin demokratik hak talepleri ile yakından ilişkilidir. Diğer yandan, halkın halk üzerindeki iktidarı her ne kadar bir çoğulculuk ilkesine dayansa da, farklı toplumsal kesimlerin hak taleplerine ilişkin politika çoğulculuk ilkesinin benimsendiği toplumlarda yeterli değildir. Seyla Benhabib'in özetle kategorileştirdiği üç kamusal alan kavramsallaştırmasını tekrar hatırlarsak bunlardan ilki Arendt'in antagonistik (rekabetçi/tartışmacı) cumhuriyeti ve sivil yaşamın erdeme dayandığı bir kamu anlayışı, ikinci model liberal geleneğin takipçisi olan adil ve istikrarlı kamu düzeni ve üçüncü model ise Habermas'ın söylemsel kamu diyalogu modelidir. Her üç kamusal alan kavramsallaştırmasında da dikkat çeken ortak noktalar, birlikte olma, örgütlenme, ortak bir kamusal alan üretme ve demokratik ortam için asgari düzeyde uzlaşım sağlamanın yollarını arama çabasıdır.

Toplumun farklı kesimlerinin hak ve talepleri, günümüzde yukarıda bahsedilen kamusal alan modellerine alternatif bir kamusal alan olarak tarif edebileceğimiz yeni medya mecralarında dile getirilebilmektedir. Yukarıda aktarılan üç kamusal modelin hiç birisine tam anlamıyla uymayan bu yeni kamusal alan simgesel bir platformu işaret eder. Çünkü yeni medya, siber dünya yahut daha öz bir ifadeyle internet teknolojisinin yaratmış olduğu tüm alanlar fiziksel bir mekânın ötesinde sembolik/metaforik bir alana tekabül eder. Yukarıda aktarılan kamusal alan modellerine baktığımızda ise, insanların daha çok somut bir mekânı paylaşmaları söz konusudur. Günümüzde bu fiziksel mekânlar ortadan kaybolmasa da alternatifleri ortaya çıkmaktadır. Bu noktada yeni medya, yeni bir kamusal alan olma potansiyeli bakımından dikkate değerdir.

Kamusal Alan ve Yeni Medya

Teknolojik ilerlemelere paralel olarak internet teknolojileri, yeni medyanın gelişimine öncülük etmiştir. Yeni medya günümüzde ana akım medyanın bir alternatifi konumuna erişmiştir. Zaman zaman ana akım medyanın önüne geçebilen bu mecra'nın gün geçtikçe politik süreçlerde ve toplumsal olaylarda etkili olduğu gözlemlenmektedir². Başlangıcı çok yakın bir tarihe dayanan ve dolayısıyla tam gelişimini henüz gözlemleyemediğimiz yeni medya, Manovich'e göre, (2001) teknolojik gelişmelere paralel olarak sürekli gelişmekte olduğundan kavramsal olarak net bir şekilde tanımlanamamaktadır. Bu noktadan hareket edildiğinde yeni medya kavramsallaştırması yapmak güç gözükmektedir. Yine de yeni medyanın ne olduğuna dair bir tanım denemesi olarak yeni medyaya; geleneksel medyadan farklı olarak bilinen tüm farklı ortamların bir arada toplandığı, metin, sabit/hareketli görüntü ve ses gibi bileşenlerin bir araya geldiği multi-medya bir mecradır. Yeni medyanın bu çok yönlülüğü, etki alanını da genişletmektedir ki bu bağlamda yeni medya, etkileşimli ve çoklu-ortamlı bir iletişim kanalı olarak nitelendirilebilir (Binark, 2007: 21).

Yeni medyanın bu yapısı itibarıyla ana akım medyadan pek çok farklılıklara sahip olduğu bir gerçektir. Bu noktada sorgulanması gereken temel şey yeni medyanın bir mecra olarak ne derece demokratikleştirici yahut statükoyu sürdüren bir yapıya sahip olduğudur. Bu çerçevede yeni medyanın potansiyeline dair ütöpik ve distöpik yaklaşımların olduğu ifade edilebilir (Papacharissi: 2002: 10-12). Ütöpik yaklaşımlar yeni medya mecralarının demokratik bir alan tesis ettiğini iddia ederken, karşı kampta yer alan distöpik yaklaşımlar ise internet ve yeni medya alanlarının herkese açık olmadığını ve belirli bir kesimin hâkimiyeti altında olduğunu öne sürerek, tahakküm mekanizmalarının bir çarkı olduğunu iddia etmektedir.

2 Yeni medyanın politikaya ve kamusal olana dair gücüne dair günümüzden somut bir örnek verilecek olursa Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Donald Trump'ın Twitter'ı etkin bir şekilde kullanması gösterilebilir. Trump'ın ana akım medyaya karşı başlatmış olduğu savaşı Twitter üzerinden sürdürmeye çalışması da yeni medyanın niteliğine ve potansiyeline dair önemli ipuçları sunmaktadır. Donald Trump'ın Beyaz Saray'dan yalan haberler yapmakla suçlayarak Beyaz Saray'dan basın bürosunu çıkarttığı CNN ve BuzzFeed gibi medya organlarına karşı sosyal medyayı bir alternatif olarak kullanması günümüzde yeni medyanın politik söylem alanındaki yerini göstermektedir. Vuku bulan bu durumdan da yola çıkarak mevcut durum değerlendirildiğinde yeni medya, ana akım medyayla kıyaslandığında çok kısa bir geçmişe sahip olmasına rağmen etki alanı bakımından azımsanamayacak derecede yol katetmiştir

Yeni medyanın herkese açık, demokratik bir alan olduğunu ileri süren ve yeni medyayı olumlayan yaklaşımlara kısaca değinmek ve bu alanı yeni medyayı olumsuzlayan yaklaşımlar ile kıyaslamak bu noktada anlamlı gözükmektedir. İlk olarak olumlayan yaklaşımlara baktığımızda, öncelikle yeni medya interaktif bir yapıda olduğunu ve bu mecradan yayılan içeriğin tüketicileri aynı zamanda birer üretici konumunda yer aldığını görmekteyiz. Böylece hiyerarşik bir yapıdan ziyade Habermas'ın idealize ettiği eşitler arası iletişime yakın bir paylaşım ağı oluşmaktadır. Bunlara ek olarak yeni medyada kesintisiz bir akış vardır ve bu özelliği ile ana akımın belirli aralıklarla yaptığı yayınlardan ayrışır. Aynı zamanda yeni medya siyasi iktidar yahut toplumdaki diğer iktidar odaklarının sansür ve baskılarına karşı görece daha esnek ve dayanıklı bir yapıya sahiptir. Bu belirtilen özellikleri dikkate aldığımızda yeni medya aracılığıyla kurulacak kamusal alanın potansiyeline dair iyimser bir tavır alınabilir.

Yeni medyanın bu önemli özelliklerinden ziyade, bu mecranın öyle hiç de düşünülmediği/tasavvur edildiği gibi olmadığını iddia eden kötümser yaklaşımlar da bulunmaktadır. Yeni medyaya dair olumsuz bir yaklaşım sergileyen Zygmunt Bauman (2012: 57), yeni medya hakkındaki interaktifliğin tam bir mübalağa olduğunu belirtir ve olsa olsa tek yönlü bir interaktif araçtan söz edilebileceğini ileri sürerek internet ve webin herkes için olmadığını ve muhtemelen hiçbir zaman da evrensel kullanıma açık olmayacağını belirtir. Bauman (2012) gibi Papacharissi (2002: 12-13) de benzer şekilde internete erişimin eşit olmadığını ve yeni medyada yer almanın politik ortamın bir teminatı anlamına gelmediğini ifade eder. Aynı zamanda bu mecraaya erişim temsiliyetin yahut kamusal alanın tahsisinin de yegâne unsuru değildir.

Ütopik ve distopik yaklaşımları göz önüne aldığımızda yeni medyanın bir kamusal alan olma hususunda ne derece öneme sahip olduğunu tartışmak önemli gözükmektedir. Sanayi sonrası enformasyon toplumları olarak nitelendirilen günümüz toplumlarında iletişim, artık mekânın sınırlarını aşan (Khan, Gilani ve Nawaz, 2012: 44) çok katmanlı bir yapıdadır. Bu durum elbette kamusal alanın yapısını da etkilemektedir. Yeni medyanın bir ayağı olarak tanımlayabileceğimiz sosyal medya ve çeşitli internet tabanlı ağlar, toplumsal yaşamın birçok alanında etkili olduğu gibi kamusal alanı da etkilemiştir. Gerhard ve Schafer (2010: 144) medya aracılığıyla kurulan kamusal alanı tarif ederken, daha önceki kamusal alanlarla bu alanı kıyaslar. Bu noktada kısaca üç yapısal farklılık üzerinden temellenen kamusal alan tariflerine kısaca değinmek gerekirse; bunlardan ilki insanların kendiliğinden, günlük hayatın akışında bir araya geldikleri, yüz yüze iletişimin gerçekleştiği parklar, sokaklar, barlar gibi mekânlardır, ikincisinin ilkinden en önemli farkı en azında asgari düzeyde örgütsel bir paylaşımı içerimlemesidir. Bu alanlara örnek olarak kamuya açık toplantılar/yürüyüşler gösterilebilir, üçüncüsü ise medya aracılığıyla oluşturulan, uzmanların, kamu sözcülerinin ve gazetecilerin başı çektiği organize bir alandır. Yalnız burada önemle belirtilmesi gereken nokta ise Gerhard ve Schafer (2010: 144) tarafından kavramsallaştırılan bu alanlardan sonuncusunda medya daha çok kitle iletişimi bağlamında ele alınırken, izler kitle ise pasif olarak konumlandırılmıştır. İşte bu noktada internette oluşturulan alanın ne derece örgütlü bir iletişim olduğu veya olmadığı konusu önem arz eder. Çünkü günümüz teknolojisi sayesinde kitle iletişiminden farklı olarak, yeni medyada zamanda ve mekânda sınırlar gittikçe kaybolmaya başlamış ve kamusal alan dönüşüm sürecine girmiştir. Böylece bu iletişimin ne derece planlı ve

örgütsel olduğu bir sorundur. Çünkü bu kamusal alandaki katılımcıların sayısı son derece fazladır ve kamusal alanda konuşulan/tartışılan meseleler belirli gruplara hitap etmektedir (Papacharissi: 2002: 17). Elbette yeni medya sayesinde yurttaşlar fikirlerini mekândan bağımsız bir şekilde kolaylıkla dile getirebilmektedirler fakat bölünmüş bir yapıda, belirli konularda kamplaşmaktadırlar. Dolayısıyla kamusal alanın bir noktada atomize bir yapıya dönüştüğü söylenebilir. Bir taraftan kanaat önderlerinin, uzmanlarının yahut daha genel bir ifadeyle hegemonyanın yeniden üretilmesi sürecindeki etkin şahısların sayıca az olması bu alanı daha demokratik kılarken, bir diğer yandan aynı ilgi alanına sahip kişilerin bir noktada kamplaşması da çok sesli ortamı zedelemektedir.

Özetle ifade etmek gerekirse eski dönemlerde agoralar, kıraathaneler ya da bilim kamuya açık alanlarda kamusal söylemler üretilirken günümüzde bu fiziksel mekânlar Rappa'nın (2002: 7) işaret ettiği üzere metaforik alanlara kaymaya başlamıştır. Facebook ya da Twitter gibi platformlar üzerinden kamusal alanın fikir alışverişlerinin yapılması, görüşlerin paylaşılması bir noktada sosyal medya alanlarının kamusal alan işlevi gördüğünün bir göstergesidir.

Yeni medya mecralarının tam anlamıyla bir kamusal alan olup olmadığı her ne kadar tartışmalı olsa da kamusal alan modeline bir alternatif olduğu kabul edilmesi gereken bir olgudur. Tüm bu değerlendirmeler ışığında yeni medyanın, bir kamusal alan alternatifi olduğu kabul edilebilir. Toplumsal içerikli olaylarda yeni medya alanlarının, kamusal alana dönüştüğüne dair birçok örnek bulunmaktadır. Tekniğin sunmuş olduğu olanaklar doğrultusunda ortaya çıkan ve yeni bir kamusal alan olarak adlandırılacak yeni medya, yapısal olarak büyük kesimlerin eş zamanlı olarak iletişime geçmesi ile oluşup aynı zamanda eşit katılım özgürlüğüne sahiptir. Öncelikle, bu mecrada dile getirilmeye başlanılan kamusal meselelerin daha hızlı yayılması ve farklı kesimlerin aynı anda katılımı göz önüne alındığında bilgiye, ulaşma ve kamusal gündem yaratma potansiyeli hem diğer kamusal alan modellerinden hem de diğer iletişim araçlarından daha etkilidir. Fakat bu yeni kamusal alanın siyasi alana etkisi tartışmalı bir konudur çünkü yeni medyaya dair gerekli düzenlemelerin yeterli seviyede olmaması ve denetimsizlikten oluşan bilgi kirliliği yeni medyanın etki alanını törpülemektedir. Geniş çaplı kitlesel olaylar sonucunda yeni medya mecralarında ortaya çıkan çarpıtılmış/teyit edilmemiş bilgiler ve içerikler ön yargıların oluşmasına neden olmaktadır. Tüm bunlara rağmen yine de yeni medya bir kamusal alan olarak kullanılabilir ki pek çok farklı lokasyondan hak taleplerini dile getiren toplumsal kesimlerin bir sesi olarak Change.org bu çerçevede dikkat çekicidir.

Dijital Ortamda Bir Eylem Biçimi Olarak Slaktivizm

İngilizce “tembel, miskin” anlamında olan “slacker” kelimesi ile eylem anlamına gelen “activism” kelimesinin birleşiminden oluşan “slaktivizm” (Yegen, 2014:90, Glen, 2015: 82), sosyal medya aracılığıyla farkındalık yaratmak, değişim meydana getirmek amaçlı düşük riskli ve düşük maliyetli faaliyet” olarak tanımlanmaktadır (Rotman, D, 2001 vd., Glen, 2015: 82). Bu faaliyet genellikle bir sayfanın beğenilmesi, bir videonun izlenmesi/paylaşılması, çevrimiçi imza kampanyasına destek verilmesi yahut bir gönderiy yorum yapılması şekilde gerçekleşebilir (Knibbs, 2013, Yu-Hao Lee, Gary Hsieh, 2013:

811, Yegen, 2014: 90). Slaktivizm genellikle genç aktivistlerin hareketlerini kapsayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada, aktif bir şekilde politikada, sivil itaatsizlikte yahut protestolarda yer almadan, toplum yararına olan bir meselede kişisel/bireysel yahut vicdani sorumluluklar yerine getirilmektedir (Neumayer ve Schoßböck, 2011: 133). Bu eylem biçiminde finansal ve kişisel riskler söz konusu olmadığı için, aktivistler köklü sosyal norm ve uygulamalara meydan okumak zorunda kalmaz. Bu yüzden slaktivizmin yalnızca sosyal onaylama ve övgü getiren bir taahhüt biçimi olarak işlev gördüğü iddia edilmektedir (Gladwell, 2010).

Sosyal medya aktivizmini kınayarak, bu eylem biçimini “klikativizm”³ “veya “slaktivizm” olarak nitelendiren eleştirmenler (Morozov 2009; White 2010), insanların çevrimiçi ve çevrimdışı dünyadaki eylemleri arasında derin bir uçurum olduğunu ve bu katılım biçimine dâhil olmanın bile, artan bir pasifliğe yol açabileceğinin ısrarla üzerinde durmuşlardır. Slaktivizm eleştirmenleri, bu eylemlerin insanlara yalnızca “kendilerini iyi hissettirdiğini” öne sürmektedir. Aynı zamanda slaktivizm eleştirmenleri, slaktivizmin protestolar, toplum gönüllülüğü ve hayırseverlik gibi “gerçek” toplumsal eylemlere zarar verebileceğini savunur. Slaktivizm yalnızca sosyal meselelerde sağladığı sınırlı katkılar bakımından değil, aynı zamanda gelecekte olası eylemleri/aktivist hareketlerin önüne geçtiği için de eleştirilmektedir. Zira slaktivizm, insanların sosyal meselelere katılım motivasyonlarını esasen/gerçek anlamda somut olmayan bir biçimde tatmin etmektedir. Bu çerçevede insanların harekete geçme dürtüsü, düşük maliyetli çevrimiçi eyleme katılımlarından dolayı tatmin olduğu için, slaktivizmin “gerçek” eylemlerin yerine geçtiği (Yu-Hao Lee, Gary Hsieh, 2013: 811-812) veya bu eylemlere engel olduğu ifade edilebilir.

Alternatif Bir Kamusal Alan Olarak Change.org

Bilgi teknolojilerinin gelişim göstermesine paralel olarak medya alanında bir dizi değişimler/dönüşümler yaşanmıştır. Belirli bir görüş etrafında şekillenen ve çoğu zaman egemen iktidarların ideolojileri ekseninde yayın yapan ana akım medyanın karşısında yükselişe geçen alternatif medya da bu değişim ve dönüşümler arasında gösterilmektedir. Alternatif medya, egemen ana akım medyada yer almayan eleştirel ve sorgulayıcı fikirlere daha geniş yer ayıran ve ana akım medyada kendisine yer bulamayanlara ses vererek, ana akım medyaya karşı bir alternatif oluşturmaktadır (Navaro, 2004: 677). Alternatif medya, ana akım medyadan birçok noktada farklılaşmaktadır. Ana akım medyada seçkin bir yapı görülürken; alternatif medyada yurttaş/halk gazeteciliği eksenli bir yapı görülmektedir. Aynı şekilde ana akım medya, manipülatif bir yapıya sahipken; alternatif medya, eleştirel/sorgulayıcı bir yapıdadır (Fuchs, 2010: 178). Egemen ideolojiden bağımsız bir şekilde varlığını sürdürmeye çalışan alternatif medyanın gelişimi ile yeni medyanın yükselişi arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır.

3 Bu noktada slaktivizm çerçevesinde ele alınacak bir diğer kavram, slaktivizme göre daha yönetsel bir bağlam taşıyan klikativizm karşımıza çıkmaktadır. Slaktivizme paralel bir dijital aktivizm pratiği olan “klikativizm”, kitlelerin klavye üzerinden desteği anlamına gelirken (Yegen, 2014: 90), slaktivizmden daha olumsuz bir bağlam taşımaktadır. Bu çerçevede klikativizm politik bir söylemden ziyade, alınan tıklama sayısı ile ölçülen bir noktaya tekabül eder (Neumayer ve Schoßböck, 2011: 133)

Yeni medya sayesinde bilgiye erişim ve bilginin paylaşımı çeşitli platformlar sayesinde hızlanmıştır. Günümüzde bilgi, çabukça tükenen bir hale gelmiştir. Siber ağlarla örülü günümüz dünyasında iletişim pratikleri de değişime uğramış olup her geçen gün bu tarz sosyal platformlara bir yenisi eklenmektedir. Bu noktada imza kampanya platformu olan Change.org sanal aktivizmin gerçekleştirildiği bir alan olup yeni bir kamusal alan arayışının gerçekleştirdiği bir yerdir. Online imza platformları, sosyal değişikliklerde ve hükümet kanadının yapacağı değişikliklerde etkili olup, bireylerin herhangi bir değişiklik yapmak istedikleri meselelerde olumlu etkileri bulunmaktadır. (Elnoshokaty vd., 2016: 1979). Ancak Change.org ve benzeri platformlardaki online imza meselesinde çok fazla efor ve ciddiyet olmadığı yönünde eleştiriler/endişeler bulunmaktadır (Elnoshokaty vd., 2016: 1980). Bu platformlarda yer alan kampanyalar, ikna süreciyle bağlantılı olarak ele alındığında üç faktör öne çıkmaktadır. Bunlar sırasıyla ahlaki, duygusal ve bilişsel süreçler olup, başarıya ulaşan kampanyalar ile duygusal faktörler arasında önemli derecede ilişki olduğu görülmektedir (Elnoshokaty vd., 2016: 1980-1984). Bir diğer eleştiri/endişe ise bu dijital platformların örgütsel yapısı ile ilgilidir. Disiplinli ve örgütsel grupların her zaman koordinasyonu sağlamayanlara göre bir avantajı vardır. Örgüt yapısına sahip gruplar kolektif hareketlerde daha hızlı ve etkili hareket ederler. Sosyal medya, grupların dağınık olması yahut örgütsel olmaması dezavantajını, toplanma/eylemde bulunmada maaliyeti düşürerek telafi etmektedir (Shirky, 2011: 35).

Dijital imza platformu olan Change.org'u kamusal alan özelinde değerlendirirken kısaca niteliğine ve gelişim sürecine bakmakta fayda var. 2007 yılında Ben Rattray ve Mark Dimas tarafından bir blog olarak kurulan ve sonrasında dünyanın en büyük imza kampanyası platformlarından birisine dönüşen Change.org'ta yeni verilere göre 195.470.205⁴ milyon insan çeşitli imza kampanyalarına katılım gerçekleştirmektedir. Çok kısa bir sürede popüler olmayı başaran Change.org, günümüzde küresel çaplı (196 ülke) olarak faaliyet göstermektedir. Platforma üye olan herkes imza kampanyası başlatabilmektedir ve böylece bu platform, ücretsiz/herkese eşit erişim olanağı sunarak bir kamusal alan işlevi görmektedir. Change.org'un özelliklerinden kabaca bahsedilecek olursa, bu platformun kurucuları, hiçbir kampanyanın yürütücüsü, savunucusu yahut yargılayıcısı konumunda değildir. Bu şekilde Change.org, tarafsız bir platform özelliği sergilemektedir. Her şeyden önce bilinmesi gereken ise Change.org'un bir sivil toplum kuruluşu olmadığıdır. Change.org, sosyal fayda amacı güden bir teknoloji şirketi statüsündedir.

Bunun yanın sıra Change.org herhangi bir hakemlik görevi üstlenmez ve kampanyalar arasında bir filtreleme görevi yoktur. İsteyen herkes herhangi bir konuda kampanya başlatabilmektedir. Kampanyaların içerikleri ve yoğunlaştıkları kategoriler her sene konjonktürel olarak değişebilmektedir. Elbette bu durumun en temel sebebi ülkelerin içerisinde buldukları siyasal iklimlerdir. Türkiye açısından bu durumu ele aldığımızda 2015 verilerine göre öne çıkan kategoriler arasında; ilk üçte hayvan hakları, sağlık ve kadın hakları bulunurken; bu durum yerini 2016'da eğitim, ekonomik adalet ve insan haklarına bırakmıştır.⁵ Ancak kampanyaların başarısı ya da başarısızlığı durumu imza sayısı ya da katılım oranıyla doğrudan bir ilişki içerisinde değildir. Başlatılan bir kampanyanın hedeflenen/hedefin üzerinde imza alması o kampanyanın başarıya ulaşacağı

4 <https://www.change.org>, (Erişim Tarihi: 21.09.2017)

5 https://s3.amazonaws.com/change-production/cms_uploads/Change_org_2016_Raporu.pdf (Erişim Tarihi: 27.09.2017)

anlamına gelmediği gibi beklenenin altında imza toplayan her kampanyanın da başarısız olacağı iddia edilemez. Zira 2012 yılında başlatılan ve 2015 yılında başarıya ulaşan Multipl Skleroz (MS) hastalığında Gilenya isimli ilacın yurttaşlara SGK kapsamında tedariki hususundaki kampanya yalnızca 1399 imza toplamıştır.⁶ Diğer yandan lise eğitim düzeyindeki ders saatlerinin azaltılmasına yönelik kampanya 231.722 destekçinin imzasını almasına rağmen başarıya ulaşamamıştır.⁷ Tüm bu değişimler ve başlatılan kampanyalar göz önüne alındığında Change.org'un bir kamusal alan işlevi gördüğü söylenebilir. Bu hususta Change.org'un kurucularından olan Ben Rattray Change.org'a dair şunları söylemiştir: “İnsanlar bugün siyasete kuşkuyla yaklaşıyor ancak Change.org'u kullanan 100 milyon insan dünyanın her yerindeki bireylerin toplumsal sorunlara katılım için ne kadar aç olduğunu gösteriyor. Bireylere, doğru araçlarla harekete geçme imkânı verildiğinde ise değişim kaçınılmaz”.⁸ Rattray'ın söylemi, slaktivizmin de toplumsal düzlemde değişimler dönüşümler yaratabileceğini vurgulamaktadır ve bu çerçevede Change.org'ta düzenlenen kampanyaların birçoğunun başarılı sonuçlar elde etmesi, slaktivizmin toplumsal düzlemde değişimler/dönüşümler yaratabileceğini göstermektedir (Yegen, 2014: 105).

Change.org'un nicel verileri ise şu şekildedir:

Yıllar	Kampanya Sayısı	İmza Atan change.org kullanıcısı	Kampanyalara Atılan Toplam İmza Sayısı
2015	23.263	5.746.000	15.811.872
2016	34.805	7.503.567	16.157.892

Tablo 1: Yıllara Göre Başlatılan Kampanya ve İmza Sayıları⁹

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere Change.org'ta başlatılan kampanya sayılarında yıla göre sürekli bir artış gözlemlenmektedir. Bu duruma paralel olarak başlatılan kampanyalara atılan imza sayısı ve Change.org'un kullanıcı sayısının da artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu durum elbette kampanyaların yıllar içerisinde ses getirmesi ve başarı kazanması ile ilişkilidir. Change.org'ta başlatılan kampanyaların başarıya ulaşmamış olsalar dahi kamuoyunda yaratmış olduğu etkiler de bu durumda etkilidir.

Yıllar	Başarıya Ulaşan Kampanya Sayısı
2015	235
2016	168

Tablo 2: Yıllara Göre Başarıya Ulaşan Kampanya Sayısı¹⁰

6 http://s3.amazonaws.com/change-production/cms_uploads/Change_org_2015_raporu.pdf, (Erişim Tarihi: 25.09.2017)

7 Kampanya hakkında detaylı veriler için: <https://www.change.org/p/milli-e%C4%9Fitim-bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1-lise-ders-saati-azalt%C4%B1s%C4%B1n> (Erişim Tarihi: 20.09.2017)

8 <http://www.ntv.com.tr/yasam/100-milyon-kisi-change-orgda-bulustu,bPFRXIO4jk-U5Z5-FzC-1Q>, (Erişim Tarihi: 04.10.2017)

9 http://s3.amazonaws.com/change-production/cms_uploads/Change_org_2015_raporu.pdf,

https://s3.amazonaws.com/change-production/cms_uploads/Change_org_2016_Raporu.pdf, (Erişim Tarihi: 13.03.2018)

10 http://s3.amazonaws.com/change-production/cms_uploads/Change_org_2015_raporu.pdf,

https://s3.amazonaws.com/change-production/cms_uploads/Change_org_2016_Raporu.pdf, (Erişim Tarihi: 13.03.2018)

Tablo 2’de bulunan verilere dayanarak ise şunu söyleyebilmekteyiz ki bu da, başlatılan kampanya sayısı ile başarı oranı arasında doğrudan bir korelasyon gözlemlenmemektedir. 2016 yılında daha fazla kampanya açılmış, daha fazla imza toplanmış olsa da genele bakıldığında başarıya ulaşan kampanya sayısı düşüş göstermiştir.

Kategoriler	Toplam Kampanya Sayısı İçerisindeki Yüzdeler Dilim	İmza Sayıları	Başarıya Ulaşan Kampanya Sayıları
İnsan Hakları	%25	1.272.834	33
Eğitim	%20	580.501	25
Çevre	%15	684.991	30
Hayvan Hakları	%12	2.023.719	16
Ekonomik Adalet	%8	485.154	6
Sağlık	%7	1.871.483	15
Ceza Adaleti	%7	857.453	14
Kadın Hakları	%7	1.626.510	11

Tablo 3: 2015 yılı Kampanya kategorileri ve imza sayıları¹¹

Yukarıdaki tablo Change.org’un yayımlanmış olduğu resmi rapor doğrultusunda hazırlanmıştır. Bu rapora göre 2015 yılında başlatılan kampanyalar içerisinde en büyük pay insan haklarına dair başlatılan kampanyalara aittir. İnsan haklarını ise eğitim, çevre ve hayvan haklarıyla ilgili kampanyalar takip etmektedir. İmza sayılarına bakılacak olursa birkaç farklılık göze çarpmaktadır. Şöyle ki, hayvan haklarına dair başlatılan kampanyalar genele oranla %12 gibi bir paya sahip olsalar da imza sayısı bakımından birinci sırada yer almaktadırlar. Bu durum da imza sayısı ile kampanya sayısı arasında doğrudan bir ilişki olmadığını göstermektedir.

Kategoriler	Toplam Kampanya Sayısı İçerisindeki Yüzdeler Dilim	İmza Sayıları	Başarıya Ulaşan Kampanya Sayıları
Eğitim	%23	1.119.086	18
Ekonomik Adalet	%16	1.087.368	14
İnsan Hakları	%15	1.755.604	17
Ceza Adaleti	%13	2.450.678	5
Hayvan Hakları	%11	1.430.826	10

11 https://s3.amazonaws.com/change-production/cms_uploads/Change_org_2016_Raporu.pdf, (Erişim Tarihi: 13.03.2018)

Çevre	%10	843.484	18
Sağlık	%7	1.099.468	11
Kadın Hakları	%3	610.257	8
Sürdürülebilir Gıda	%1	142.037	2
LGBTİ Hakları	%1	15.229	-

Tablo 4: 2016 yılı Kampanya Kategorileri ve imza sayıları¹²

2016 yılı için yayımlanan Change.org raporuna baktığımızda ise başlatılan kampanyalar arasında en büyük payın eğitime ait olduğu görülmektedir. Eğitim kampanyalarını ise ekonomik adalet, insan hakları ve ceza adaletiyle ilgili başlatılan kampanyalar takip etmektedir. 2016 yılı raporunda dikkat çeken önemli nokta ise 2016 yılında başlatılan kampanyaların başarı oranlarının 2015 yılına oranla düşüş göstermesidir.

2015-2016 yılında Türkiye’de başarıya ulaşan kampanyalara¹³ baktığımızda Elnoshokaty, Deng, ve Kwak’in (2016) Change.org’un kampanyalarının başarısında ortaya koyduğu ahlaki, duygusal ve bişisel üç faktörün etkili olduğunu görmekteyiz. Elnoshokaty, Deng ve Kwak’in (2016) başarıya ulaşan kampanyalar ile duygusal faktörler arasında önemli derecede ilişki olduğunu ortaya koymuştur, Türkiye açısından da benzer bir durum söz konusudur. 2015- 2016 yıllarında Türkiye’de Change.org üzerinden başlatılan ve başarıya ulaşan kampanyaların mesajlarındaki içerik daha çok duygusal faktörlerle ilgilidir.

Tartışma ve Sonuç

Change.org platformunun tam anlamıyla bir kamusal alan tasarlamada etkin olduğunu/olmadığını söylemek oldukça sorunlu gözükmektedir. Böylesi bir bütünsel yaklaşımdan ziyade, hangi özellikleri ile bir kamusal alan yaratırken, diğer yandan kamusal alan tesis etmede ne tür eksiklikleri olduğunu karşılaştırmalı olarak ele almak daha anlaşılır bir çaba olacaktır. Öncelikle kamusal alan meselesinin demokratik bir alan yaratma ile yakından ilgisi olduğunu göz önüne almak dikkate değer bir noktadır. Bu noktada hem demokrasi hem de demokratik ortamın bekasını anlatırken, kamusal alan için herkesin katılımının eşit olduğu ve demokratik bir ortam tasavvurundan bahsedilebilir. Bu çerçevede Change.org kamusal alanın işlevleriyle uyumlu bir meca olma özelliği taşımaktadır. Aynı zamanda farklı etnik ve dinsel cemaatlerin ortak bir platformda buluşmalarına olanak veren bu kanal simgesel bir mekândır ve politik bir söylemin oluşmasına olanak sağlar. Diğer bir taraftan, kurumsal aidiyetin zorunlu olmadığı, yurttaşların eşit ve özgür katılımına açık olan bu platform yurttaşların hak ve

¹² https://s3.amazonaws.com/change-production/cms_uploads/Change_org_2016_Raporu.pdf, (Erişim Tarihi: 13.03.2018)

¹³ Başarıya ulaşan kampanyalar için: <https://www.change.org/tr/ba%C5%9Fard%C4%B1klar%C4%B1n%C4%B1z#featured>

(Erişim Tarihi: 08.03.2018)

taleplerinin bir sesi niteliğindedir. Böylece politikanın da meşruluk kazandığı bir ortama dönüşmektedir ki bu durum kamusal alan meselesiyle son derece ilişkilidir.

Kamusal alan agoralardan, kıraathanelere sokak eylemlerine ve yeni medya aracılığıyla kurulan siber ortamlara kadar yapısal dönüşüm geçirmiştir. Bu yapısal dönüşüm 21. yüzyılda sanal ortamlar olarak görünürlük kazanmaktadır. Bu çerçevede Change.org kamusal meselelerin tartışıldığı ya da kamusal alan ile ilgili konulara farkındalığın oluşturulduğu bir platformdur. Bir yandan toplumdaki farklı kesimlerin sorunlarının bu platformdan dile getirilmesi özgür bir ortam tahsisinde önemli iken, diğer yandan kitlelerin dağınık yapısı bu ortamın örgütsel faaliyetlerini sekteye uğratmaktadır. Bu durum Change.org'u hem bir yandan kısmen örgütsel bir iletişimin olduğu bir platform yapar hem de bu platformda editör yapısının ve filtreleme özelliğinin bulunmaması parçalı ve amorf bir kamusal alanı sebep olur. Üstelik bu dağınık yapı ve filtresizlik aynı konuda ve amaçta pek çok kampanyanın açılmasında da gözlemlenmektedir.

Change.org'un bir diğer yandan eylemsizliğe ya da ataletle neden olduğu ifade edilebilir. Yurttaşlar bu platform üzerinden destekledikleri kampanyalarla bir anlamda gerçek eylemlerden uzak kalmakta ve vicdanı sorumluluklarını yerine getirdikleri yanılsamasına kapılabilmektedirler. Bu durum literatürde "slaktivizm" ve "klicktivizm" kavramları ile açıklanmaktadır. Sanal bir eylemsellik durumuna işaret eden bu kavramlar Change.org açısından da uygun görüldüğü iddia edilmektedir (Yegen, 2014). Change.org her ne kadar slaktivizm ve klicktizim kavramları çerçevesinde açıklanabilecek bir platform olarak konumlanırsa da, Change.org'un mevcudiyeti sadece bu kavramlarla tarif edilemez. Bu noktada Change.org'un belirli özellikleriyle kamusal alana benzediğini ifade etmekte fayda vardır. Kamusal alanın geçirdiği yapısal dönüşümün son kertesi olarak siber ortamlarda karşımıza dağınık/soyut mekânlar çıkmaktadır. Change.org, bu fiziksel olmayan mekân özelliğinden temellenen metaforik bir alan olarak tarif edilebilir. Bu fiziksel olmayan alan, yalnızca klavye aracılığıyla eylemde bulunma hali olan "slaktivizm" ile açıklanamaz. Örneğin Rappa'nın (2002:7) kamusal alan özelliği olarak ortaya koyduğu devletlerin ve devlet dışı aktörlerin planlanmış veya planlanmamış politikalarının ortaya çıktığı bir alan tanımlaması Change.org için uyumlu gözükmektedir. Bu da Change.org'u kamusal alan özelliği göstermesinde önemli bir bileşenlerden birisi olarak kabul edilmektedir. Diğer yandan, Arendt'in antagonistik (rekabetçi/ tartışmacı) cumhuriyeti ve sivil yaşamın erdeme dayandığı bir kamu anlayışı, liberal geleneğin takipçisi olan adil ve istikrarlı kamu düzeni ve Habermas'ın söylemsel kamu diyalogu modelleri dikkate alındığında; birliktelik, örgütlenme, ortak bir kamusal alan üretme ve demokratik ortam için asgari düzeyde uzlaşım sağlamanın yollarını arama çabası karşımıza çıkan ortak noktalardır. Başarıya ulaşan kampanyaları kamusal alan meselesi çerçevesinde değerlendirdiğimizde birlikte olma, politikaya meşruluk kazandırma ve uzlaşım yaratarak mevcut düzene müdahale etme durumlarını görmekteyiz. Böylece imza kampanyalarını destekleyenler hem siyasi erki etkilemekte hem de kamusal meselelere yön vermektedir. Böylece birer yasa yapıcı gibi işlev gördükleri ifade edilebilir. Bu yönüyle de Change.org kamusal alana dair bir söylemin yaratıldığı bir platformdur.

Sonuç olarak yapılmış olan bu çalışmada Change.org'un kamusal alan olma özelliği sorgulanmış olup, elde edilen veriler ışığında "sınırlı" bir kamusal alan olarak

değerlendirilmiştir. Dijital platform olarak Change.org, kullanıcılarına dijital bir eylem alanı sunmaktadır. Bu eylemin dönüştürücü özelliği her ne kadar sorunlu gözüke de, toplumsal meselelere dair bir söylemin yaratıldığı ortam olması ve başarıya ulaşan kampanyalar açısından kamusal alan olma özelliği taşımaktadır.

Kaynaklar

Arendt, Hannah, (1994). *İnsanlık Durumu*, Bahadır Sina Şener (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Bauman, Zygmunt. (2012). *Küreselleşme*, Abdullah Yılmaz (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Benhabib, Seyla, (1992). “*Models of public Space: Hannah Arendt, The Liberal Tradition and Jürgen Habermas*”, Craig Calhoun (der.), *Habermas and The Public Sphere*, , Cambrige: The MIT Press, 73-98.

Binark, Mutlu, (2007). “*Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu*”, Mutlu Binark (der.), *Yeni Medya Çalışmaları*, Ankara: Dipnot Yayınları, s.21-45.

Dacheux, Eric, (2012). “*Kamusal Alan: Demokrasinin Anahtar Bir Kavramı*”, Eric Dacheux (der.), Hüseyin Köse (çev.), *Kamusal Alan*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s.13-28.

Elnoshokaty, A. S., Deng, S. ve Kwak, D. H., (2016). “*Success Factors of Online Petitions: Evidence from Change.org*”, 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), Koloa, HI, USA, s. 1979-1985.

Fırat, Serap, (2002). “*Kentsel Mekânlarda Kamusal Alan*”, *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 11(4), s.41-72.

Fuchs, Christian, (2010). “*Alternative Media as Critical Media*”, *European Journal of Social Theory*, 13(2), s.173-192.

Gerhards, J. ve Schafer, M. S., (2010). “*Is the Internet a Better Public Sphere? Comparing Old and New Media in the USA and Germany*”, *New Media & Society*, 12(1), s. 143-160.

Gladwell, Malcolm, (2010). “*Small Change: Why the Revolution will not be Tweeted*”, <https://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>, Erişim Tarihi: 09.03.2018.

Glenn, Cerise L, (2015). “*Activism or “Slactivism?”: Digital Media and Organizing for Social Change*, *Communication Teacher*, 29(2), s. 81-85.

Habermas, Jürgen, (2000). *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*, Tanıl Bora ve Mitat Sancar (çev.).İstanbul: İletişim Yayınları.

Habermas, Jürgen, (2004), “*Kamusal Alan*”, Meral Özbek (der.), *Kamusal Alan*, İstanbul: Hil Yayınları, s. 96-102.

Kerestecioğlu, Filiz, (2011). “Modernitenin İkilikleri”, Esen Özdemir, Sevi Bayraktar (der.), *İstanbul Amargi Feminizm Tartışmaları*, İstanbul: Amargi Yayınları, s. 155-174.

Khan, M. Z., Gilani, I. S. ve Nawaz, A., (2012). “From Habermas Model to New Public Sphere: A Paradigm Shift ”, *Global Journal of Human Social Science*, 12(5), s. 42-51.

Knibbs, K. (2013.). Slactivists, unite! Social media campaigns aren't just feel-good back patting, <https://www.digitaltrends.com/opinion/slactivists-unite-social-media-campaigns-arent-just-feel-good-back-patting/> Erişim Tarihi: 09.03.2018.

Koçak, A. ve Arun, Ö., (2006). “İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(3), s.21-28.

Krippendorff, Klaus, (1980). *Content Analysis: An Introduction to is Methodology*, Beverly Hills: Sage.

Lee, Y. H. ve Hsieh, G. (2013). “Does Slacktivism Hurt Activism?: The Effects of Moral Balancing and Consistency in Online Activism, *CHI 13 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, s. 811-820.

Lin, Nan, (1976). *Foundations of Social Research*, New York: Mc Graw-Hill.

Manovich, Lev, (2001). *The Language of New Media*, Cambridge: The MIT Press.

Monette, D. R., Sullivan, T. J. ve Dejong, C. R., (2014). *Applied Social Research: A Tool for the Human Services*, Belmont/California: Brooks Cole Publishing.

Morozov, Evgeny, (2009). “The brave new world of slacktivism”, *Foreign Policy*, <http://foreignpolicy.com/2009/05/19/the-brave-new-world-of-slacktivism/> Erişim Tarihi: 09.03.2018.

Mouffe, Chantal, (2000). *The Democratic Paradox*, London: Verso Press.

Müftüoğlu, Aydın, (2005). “Liberal Kamusal Alan Tanımına Yeni Bir Bakış: Rawls'un Uzlaşmacı Liberal Kültürü”, Lütfi Sunar (der.), *Sivil Bir Kamusal Alan*, İstanbul: Kaknüs Yayınları, s.47-69.

Navaro, Ilana, (2004). “ABD'de Alternatif Medya”, Meral Özbek (der.), *Kamusal Alan*, İstanbul: Hil Yayınları, s. 677-687.

Neumayer, C. ve Schoßböck, J. (2011). “Political Lurkers?: Young People In Austria and Their Political Life Worlds Online”, *Cedem11 Proceedings of the International Conference for E-Democracy and Open Government*, s. 131–143.

Onat, Nazım, (2013). *Kamusal Alan ve Sınırları*, İstanbul: Durakİstanbul Yayınları.

Papacharissi, Zizi, (2002). “The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere”, *New Media & Society*, 4(9), s.9-27.

Rappa, Antonio. L, (2002). “Modernity and the Politics of Public Space: An Introduction” , *The European Journal of Social Sciences*, 15(1), s.5-10.

Rotman, D., Vieweg, S., Yardi, S., Chi, E. H., Preece, J., Shneiderman, B., Pirolli, P. ve Glaisyer, T. (2011). "From Slacktivism to Activism: Participatory Culture in the Age of Social Media", CHI '11 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Vancouver, Canada, s. 819-822.

Sennett, Richard, (2010). *Kamusal İnsanın Çöküşü*, Serpil Durak ve Abdulah Yılmaz (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Shirky, Clay, (2011). "The Political Power of Social Media-Technology, The Public Sphere and Political Change", *Foreign Affairs*, 90(1), s. 28-41.

White, Micah, (2010). "Clicktivism is ruining leftist activism." <https://www.theguardian.com/commentisfree/2010/aug/12/clicktivism-ruining-leftist-activism> Erişim Tarihi: 09.03.2018.

Y.-H. Lee and G. Hsieh. (2013). "Does Slacktivism Hurt Activism?: The Effects of Moral Balancing And Consistency In Online Activism", CHI '13 Conference on Human Factors in Computing Systems: Changing Perspectives, 27 Nisan- 2 Mayıs, Paris, France, s. 811-820.

Yegen, Ceren, (2014). "Bir Dijital Aktivizm Biçimi Olarak Slaktivizm: Change.org Örneği", *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1(8), s.84-108.