



DİJİTAL ORTAMDA AKTİVİZM: ONLİNE İMZA KAMPANYALARINA KATILIM DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ (Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma)

ACTIVISM IN DIGITAL MEDIA: RESEARH OF PARTICIPATION BEHAVIOR THE ONLINE SIGNATURE CAMPAIGN (A Survey On Kocaeli University Faculty Of Communication)

Berkant Yılmaz¹

Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
Kocaeli

Güher Dündar²

Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
Kocaeli

Taala Oskay³

Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
Kocaeli

Özet: Dijital ortamın sınırlılıkları ortadan kaldıran ve hızlı bir iletişime imkân sağlayan özelliği, geleneksel iletişim mecralarının önüne geçerek bireylere kısa yoldan enformasyon sağlamakta, bireylerin farkındalık düzeylerini arttırmakta ve örgütlenip davranışa yönltilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. İnsanlık çeşitli dönemlerde bazı toplumsal sorunlar ile karşı karşıya gelmiş ve çeşitli yollar aracılığıyla tepkiler geliştirmiştir. Gelişen bilgi teknolojileri ile birlikte toplumsal sorunlara karşı gösterilen tepkinin boyutunda da değişiklikler yaşanmaktadır. Bir örgütlenme biçimi olarak tanımlanan aktivizmin sanal uzamı olan dijital aktivizm ve dijital aktivizmin araçlarından olan online imza kampanyaları bu tepkilere örnek teşkil etmektedir. Bireyler dijital aktivizm faaliyetleri yürüterek bir sorunu duyurmak, farkındalık yaratmak, sorunun çözümü için kitleleri harekete geçirmeyi hedeflemektedirler. Tüm bunlardan yola çıkarak aktivizm kavramı ve gelişimi, aktivizmin araçları, dijital aktivizme yönelik tartışmalar ile ilgili detaylı bir literatür çalışmasına yer verilmiştir. Detaylı literatür çalışmasının ardından Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine online imza kampanyalarına katılım davranışlarını ölçmeye yönelik anket çalışması yapılmıştır. Bu anket çalışması tesadüfi olmayan örneklem yöntemiyle 15 Aralık 2014 - 5 Ocak 2015 tarihleri arasında 260 kişiye çevrimiçi olarak uygulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Aktivizm, Aktivizm Araçları, Online İmza Kampanyaları, Klktivizm, Slktivizm

¹ berkantylimaz.pr@gmail.com

² guherdundar@gmail.com

³ taalacakir@gmail.com

Extended Abstract: Many of problems have been occurred and continues in society from past to day which are growing up against common interest. In order to solve these problem, organization, creating pressure groups which are created by person or groups activities that have been conducted to mobilize the institutions involved in addressing the issue are defined as an activism.

There have been some kind of way by activist action. One of them is more conventional which are include rallies, protest marches, strikes and civil disobedience etc. With developing information technologies, reaction's style has changed also against societies issues. Although conventional ways effect are continues, nowadays this organizations launch out on digital networks much more.

When Turkish Language Institutions explains means of activism words, they indicate that it came from French language as "activisme". (Yabancı Sözlere Karşılıklar Kılavuzu, 2008: 18) Activism is the one of process. This process start when people who want to change implementation, cases or issues politics, they creating pressure on institutions and organization. It launch in case of some people who live in society recognise problematic situation (Özel, 2014: 42). Activism defines as a struggle to create a changing and then person who struggle for his purpose is defined "activist".

The origin of activism based on social movements. Social movements starts with labourer movements at the end of 19 century. In 1960's social movements focus on political power and it based on economic benefit like a labourer movement (Önder, 2003: 34-35). These movement entitled "old conventional movements."

Concept of "new social movements" uses in order to indicate movements which are occurred since 1970 such as; ecology movements, feminist movements, peace movements, against nuclear movement and minority movements (Önder, 2003: 34-35). New social movements are focus on life quality, equal rights, self realizations, participation and human rights except from economic and security problems (Habermas, 2001: 849).

Activists who organized willing to solve problems that threatening common interests struggle as a compatible. Fundamental members of the group in solving the problem; are trying to mobilize for attention to between the members to pursue it create a common identity, corporate decisions and efficiency that are causing the problem, persuasion, all the power and resources to influence the way such discussions edition other social institutions (Özel, 2014: 42).

According to Moyer (2001: 41-48) Activist people have 4 different role in order to create successfully society changing; Citizen, rebellious, exchange member and reformist. Purpose of this four role; communities persuasion for the existence of a specific problem, to give legitimacy to action, bring the issue to the agenda and provide that it remains on the agenda and Create a changing via pressure against power group for solution of problem. For this, activists are using some tools such as; conventional and new. Conventional tools consist of rallies, protest marches, strikes and civil disobedience etc. Developments in communication technologies are transported social movement's to different size. Uses of activism movement differed with digital media.

The concept of location had got lost their value with losing important of geographic border on the World and spread of mass media tools. Anymore people have a chance that they can get a information about events and they can watch that instantly. For a 20 years as a result of globalizations has a changing rapidly (Savaş, 2013).

According to Mankovski (2004:226) activism, is to cause the formation of a more compelling image is going on. Activists are benefit from the advantages of technology and technology to create public opinion to

inform more people about this issue. In this context, internet which is considered as a third revolution after agriculture and industry or with more longer definition digital activism as a named "Web activism", "Internet activism" else "Cyber activism" different sources that came to our life as a result of rapidly developing of communication technologies are one of important effective new activism ways nowadays (Sert 2012).

Digital Activism tools are separate two different part. One of is directly another is indirect. Web sites, hacktivism, chain e-mail are directly activism tools, social media and online signature campaign are indirect activism tools. Change.org, Avaaz.org, imza.la, imzakampanyam.com are some of web sites that people organize and sign against kind of problems.

Nowadays there are some critique for operational activities which conduct on digital areas that expresses "digital activism." These debate are focus on how digital communication technologies uses, how it should use and using habits. One of debate is 'clicktivism' (Paktin, 2013). Malcolm Gladwell installs negative meaning to this concept. Another critique is slacktivism which describe as 'digital laziness.'

Clicktivism includes organize, supporting activity via just using keyboard without joining as a physical to communities action. Clicktivist people can start signature campaign on online areas and they can participate protests with creating action and campaign for their purpose.

Canadian Journalist Malcolm Gladwell indicate that digital activism doesn't have any effect. Also he had installed negative meaning to concept of clicktivism in his article where published on the The New Yorker Magazine. He protects that activism only should be on the street movement with joining people. If people want to change something they must use ways which are physical activity and civil disobedience (Gladwell, 2010).

In Turkey 'contemporary confessional liturgy' definition was done for digital activism (Özdemir, 2012). But Paktin doesn't accept this definition and he comments clicktivism as 'area where people struggling same conditions' and additionally its opportunity ensure from participatory democracy (Paktin, 2013). In recent years, digital activism had had new point when slacktivism concept is join as well as concept of clicktivism. This concept used 1995 first by Dwight Ozard and Fred Clark on Cornerstone Festival. This concept means 'supporting digital actions from his seat' (Tarhan, 2013). Another definition is cases of don't do nothing except from actions on social media about protecting purpose such as; changing profile photo, like a post, sharing photo, video or writing without participation and physical action just uses of online communication areas (Paktin, 2011).

Some of differences come up with about between this two close concept (Butler, 2011). Clicktivism is more systematic and organize action than slacktivism. Commonly clicktivism concept includes slacktivism is another argue topic.

With this study, People who work for society's awareness against community action with developing media technology both via social networks and through digital signature campaign whether activist groups digital actions are effective like a street actions or not also digital activism are analyzed awareness of some individuals.

Second purpose of this studies, find out that people whether they describe themselves activist or not and whether they think that contribute of problems solutions or not who participate digital activism action, when they join online signature campaign and share post on social networks.

Literature and survey was conducted as research methods. In this survey non-random sampling method was done on 15 December 2014 and 5 January 2015. It was carried out online among 260 people. Samples includes 5 different field from faculty communication such as; Public Relations and Publicity, Journalism, Radio Cinema and Television, Advertising and Virtual Communication and Design. Moreover, stratification was done according to intension of these fields.

In this study survey implementation just carried out to faculty of communication students where is Kocaeli Univeristy. This is irritability of studies.

This study was created with according to the following hypothesis:

- ❖ Against events which are concerned about community, internet is more preferred news retrieval tool than conventional mass media tools.
- ❖ People who support activist action prefer digital activism way instead of preferring conventional way.
- ❖ If internet consumption is increase people participation rate are incerasing to digital activism action also.
- ❖ People who participate online signature campaign at least once a time are join these campaign to contribute problem solutions purpose.
- ❖ There is meaningful difference between participation online signature campaign and definition themselves as activist.
- ❖ When online signature campaign participation rate is increase, people think that it will have reached its purpose.
- ❖ People who participate online signature campaign prefer this process via Change.org web site.
- ❖ If people supporting rate for activist action is increase on virtual networks, sharing rate of activist action on social media is increase also.
- ❖ There is meaningful relations between sharing activist action on social network, awareness and sensivity.

First of all reliability analysis was done covered in this study. According to Alpha Cronbach this study have been %89.9 reliability rate. And than demographic data and survey results have been examined. Last part of studies accuracy of hypothesis was tested.

Total of 260 people participated this survey which was carry out online area. %46.9 rate of participants gender are consist of female, %53.1 rate of participants gender are consist of male students. 249 participants are bachelor, 8 participants are master, 3 participants are post graduate students.

Students who paticipated studies are prefer internet as tool in order to get an information about society issues. While participants support the activist action are compared to more preferre digital activism tools (signature campaigns, social media and email), than traditional activism tools (demonstrations, protest marches, boycotts, sit-)

Participants answered as a more 'conscious' and 'sensitive' that question of 'How do you feel as a result of participation in activist action in virtual environments?

In conclusion, all data's which are obtained shows us; in case of developing cases against contrary to the interests of society, people support and contribute digital activist activity as a wide spread. On account of E-mail, social media, especially online signature campaigns have been tool that people express their reaction. In this context, awareness and participation rate of online signature campaigns which are tool of digital activism have been identified. This situation shows that people prefer using internet to indicate their reaction like a clicktivist and they are defining themselves as a part of solution rather than using conventional way.

Providing rapid communication feature of digital networks had passed conventional communication tools and it has important role to increase level of awareness and organize for behaviour.

Consequently, people who aware power of new media and digitalized system if they can use digital networks effectively with right strategy they can avoid many of problem before it start and they can be biggest part of solutions. Because virtual environments are channels of people who don't express themselves on mainstream media. And it provides to people one of important role of changing.

Key Words: Digital Aktivizm, Aktivizm Tools, Online Signature Campaign, Clicktivism, Slactivism

Giriş

Geçmişten günümüze kadar toplumun ortak çıkarlarına karşı gelişen birçok sorun yaşanmış ve yaşanmaya devam etmektedir. Bu sorunlar bazen yönetilenle yönetenler arasında bazen işçi ve işverenler arasında olabileceği gibi herhangi bir kurum, kişi ve aktör olmamasına rağmen bir konuya, soruna dikkat çekmek için yaratılan gündemler de olabilmektedir. Kişi veya grupların oluşan bu sorunların çözümü için örgütlenmeleri, baskı grupları oluşturmaları, sorunun muhatabı olan kurumu harekete geçirmek için yürütmüş olduğu faaliyetler aktivizm (eylemcilik) olarak değerlendirilmektedir.

Aktivist faaliyetlerin kullanmış olduğu çeşitli yöntemler bulunmaktadır. Bunlardan ilki daha çok geleneksel faaliyetleri kapsayan miting, protesto yürüyüşü, grev, sivil itaatsizlik, oturma eylemi vb. oluşmaktadır. Günümüzde ise geleneksel yöntemler etkisini korumakla beraber yerini bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeyle beraber dijital aktivizm faaliyetlerine bırakmaktadır. Tam anlamıyla yerini bırakmasa bile geleneksel aktivizm faaliyetlerinin örgütlenip eyleme geçirilmesi noktasında dijital aktivizm önemli bir aktivizm yöntemi olarak kullanılmaktadır. Bunların başında ise online imza kampanyaları gelmektedir. Sorun teşkil eden birçok konuda oluşturulan imza kampanyalarına kişiler katılarak tepkilerini göstermekte ve çözümün bir parçası haline gelmektedir. Peki, kişiler sadece imza kampanyalarına, sanal ortamlarda yürütülen aktivist faaliyetlere katılarak kendilerini aktivist olarak görmekte midirler? Bu kişiler sadece internet kullanma alışkanlığı olarak mı sanal ortamda yürütülen aktivist faaliyetlere katılmaktadır yoksa yeri geldiğinde de sokağa çıkarak haklarını savunmaktalar mı?

Tüm bunlardan yola çıkarak çalışmanın ilk bölümünde aktivizm kavramı, tarihsel gelişimi, aktivizmin kullandığı geleneksel yöntemler ve dijital ortamlara geçiş süreci ele alınmıştır. İkinci bölümde ise dijital aktivizmin kullandığı yöntemler ve online imza kampanyaları ile dijital aktivizm üzerine yapılan tartışmalar değerlendirilmiştir. Üçüncü bölümde ise; Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin online imza kampanyalarına katılım davranışlarını ölçmek amacıyla anket çalışması yürütülmüştür. Bu anket tesadüfi olmayan örneklem yöntemiyle 15 Aralık 2014 - 5 Ocak 2015 tarihleri arasında 260 kişiye çevrimiçi olarak uygulanmıştır.

1. Aktivizm Kavramı ve Geleneksel Aktivizm Araçları

Gelişen bilgi teknolojileri ile birlikte toplumsal sorunlara karşı gösterilen tepkinin boyutunda da değişiklikler yaşanmaktadır. Geleneksel yöntemler etkisini sürdürse de bu örgütlenmeler artık daha çok dijital ortamlarda

atılan adımlarla başlamıştır. Dijital çağa kadar gelinen süreçte aktivizmin kullandığı geleneksel yöntemleri, gelişim aşamasını ve de bilgi teknolojilerinin gelişimiyle birlikte dijital boyuta geçişi bu bölümde ele alınacaktır.

1.1. Aktivizm Kavramı

Türk Dil Kurumu, Fransızca *activisme* kelimesinden gelen aktivizmi, eylemcilik olarak açıklamaktadır (Yabancı Sözlere Karşılıklar Kılavuzu, 2008: 18). Aktivizm, bir grup insanın kurum ve kuruluşlar üzerinde baskı yaratarak sorunlu gördükleri politikaları, uygulamaları veya durumları değiştirme sürecidir. Aktivizm genellikle toplumu oluşturan bazı üyelerin problemleri bir durum görmeleriyle ortaya çıkmakta ve yükselmektedir. Aktivizmle ilgili sosyolojik açıklamalar ırk, cinsiyet, ekonomik farklılıklar gibi sosyal ayrılıkları aktivizmin ortaya çıkmasında başlıca ön şart olarak tanımlanmaktadır. Bu görüş aynı zamanda politik, dini veya ekonomik, ideolojik ayrımları da aktivistler için ideolojik motivasyon kaynakları olarak görmektedir (Özel, 2014: 42).

Aktivizm'in kökeni toplumsal hareketlere dayanır. Toplumsal hareketler, 19. yüzyıl sonlarındaki işçi hareketi ile başlar. 1960'lardaki toplumsal hareketler, siyasal iktidarı hedefleyen, ekonomik çıkar yörengeli sınıfsal yapısı olan hareketlerdir (işçi hareketi gibi) (Önder, 2003: 34-35). Bu hareketler, "eski toplumsal hareketler" olarak adlandırılmışlardır.

"Yeni toplumsal hareketler" kavramı ise, 1970'lerden itibaren ortaya çıkmış olan ekoloji hareketini, feminist hareketi, barış hareketini nükleer karşıtı hareketleri, azınlık hareketlerini ve yerel özerklik hareketlerini ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır (Önder, 2003: 34-35).

Habermas'ın, yeni çatışmaların bölüşüm sorunlarından değil, yaşam biçimlerinin grameri sorunlarından doğduğunu ifade etmesi, yeni toplumsal hareketlerin ilgi alanları ile örtüşmektedir. Yenilenen toplumsal hareketler 'iktisadi ve sosyal, iç işleri ve askeri güvenlik' sorunlarından farklı olarak, 'yaşam kalitesi, eşit haklar, bireysel kendini gerçekleştirme, katılım ve insan hakları' konularına odaklanmaktadır (Habermas, 2001: 849). Yeni sosyal hareketlerin aktivistlerinin yapısal karakteristiği; yüksek eğitilmiş ve ekonomik güvene sahip kişiler, orta sınıf üniversite öğrencileri oluşlarıdır (Offe, 1999: 60).

Değişim yaratmak için gösterilen mücadele aktivizm olarak tanımlanırken, bu amaçla mücadele eden bireylere de "*aktivist*" adı verilmektedir. İnsan haklarıyla ilgili kampanyalar, çevreciler, işçi hakları savunucuları, hayvan hakları grupları, yeşil alanların korunması ilgili protestolar veya LGBT eylemleri gibi bir grup tarafından değişim yaratmak amacıyla baskıda bulunanlara "*aktivist grup*" adı verilmektedir.

Aktivistler ortak çıkarları tehdit eden bir sorunu çözebilmek için gönüllü olarak örgütlenmiş bir grup insan olarak, koordineli bir şekilde mücadele etmektedirler. Sorunu çözmeye içerisinde grubun temel üyeleri; diğer sosyal kamuların dikkatini çekmeye, üyeler arasında ortak bir kimlik oluşturup bunu sürdürmeye, soruna neden olan kurumların karar ve etkinliklerini, ikna, tartışma baskı gibi yollarla etkileyebilmek için tüm güç ve kaynakları harekete geçirmeye çalışmaktadırlar (Özel, 2014: 42).

Clarke ve Wilson insanların gönüllülük gerektiren gruplara katılmalarının nedenini üç farklı özendiriciye bağlamaktadır. Bunlar (Sert, 2012: 129);

1. Maddiyata yönelik özendiriciler: Para ya da parasal değeri olan maddi ödülleri kapsamaktadır.
2. Dayanışma duygusuna yönelik özendiriciler: Bir grubun üyesi olmaktan kaynaklanan, sosyalleşme ve sosyal saygınlık kazanma, iletişim ağını genişletme fırsatı gibi manevi ödülleri kapsamaktadır.
3. Amaca yönelik özendiriciler: Bir grubun kişisel olmayan ve ulusal çıkarları içeren örneğin kamu politikasıyla ilgili amaçlarıdır.

1.2. Aktivizm'in Roller

Moyer'e (2001: 41-48) göre aktivistlerin başarılı bir biçimde toplumsal değişim yaratabilmeleri için oynamaları gereken *vatandaş, isyancı, değişim elemanı ve reformcu* olmak üzere dört rolü bulunmaktadır. Bu dört rol, ana hatlarıyla aktivistlerin görev ve sorumluluklarının çerçevesini çizmektedir.

Aktivistlerin oynadığı bu dört rolün temel amacı, toplumu belirli bir sorunun varlığına ikna etme ve harekete meşruluk kazandırmak, sorunu gündeme getirmek ve gündemde kalmasını sağlamak, sorunun çözümü için muhatap olunan güç gruplarına karşı baskı oluşturarak değişim yaratmaktır. Bunun için de aktivistler, geleneksel ve yeni olmak üzere bazı araçları kullanmaktadırlar.

1.3. Geleneksel Aktivizm Araçları

Günümüzde bireyler, bilgi teknolojilerinin sağladığı olanaklarla beraber toplumsal sorunlara karşı tepkilerini dijital ortamda gösterme eğiliminde olsa da; sanal dünyadan çıkarak, gerçek hayatta tepki gösterip geleneksel aktivizm araçlarını tercih edenlerin sayısı da azımsanmayacak şekilde fazladır. Bu geleneksel yöntemlerin bazıları aşağıdaki gibidir.

1.3.1. Sivil İtaatsizlik

Aktivizm, bazen şiddet içermeyen fakat yasadışı görsel bir girişim olan sivil itaatsizliği gerektirmektedir. Kavram olarak ilk kez 1848 yılında Amerika'da H. D. Thoreau tarafından kullanılan sivil itaatsizlik kısaca yasalara bilinçli bir şekilde uymamaktır. Haksız bir uygulamaya karşı bütün yasal yollar denendikten sonra girilen yasadışı bir eylemdir. Yasaya itaatsizlik burada önkoşuldur (Sert, 2012: 127). Buradan sivil itaatsizliğin amacının anayasal düzeni bozmak olduğu sonucuna varılmamalıdır. Çünkü eylemin şiddet içermeyen barışçıl niteliği ve de eylemciler eylemlerinin yasal sonuçlarını kabul etmeleri yasalara bağlılığın bir göstergesidir.

Oturma eylemleri, ölüm oruçları, işgaller, imza toplamalar, kendini ihbar etmeler, sınır geçmeler ve yasaklanmış gösteri yürüyüşleri, sivil itaatsizlik eylemleri arasında sayılmaktadır (Arsan, 2011: 2).

1.3.2. Gösteri ve Mitingler

Gösteri ve mitingler, bir olaya dikkati çekmek için, genellikle açık yerlerde yapılan kitlesel toplantılardır. Gösteri ve mitingler toplu hareketlerin en klasik biçimidir. Miting, gösteri amacıyla veya bir olaya dikkati çekmek için genellikle açık yerlerde yapılan toplantı olarak tanımlanmaktadır. Daha çok politikacılar tarafından tercih edilen bir tür olsa da her hangi bir toplumsal konuya, bir uygulamaya duyulan tepkilerin toplu olarak ifade edildiği her türlü gösteriye de "miting" adı verilmektedir (Özel, 2014: 42).

1.3.3. Grev ve Boykotlar

Grevin sosyolojik tanımı, "Mesleki bir grubun, karşı koymak istediği bir durum veya karar karşısında, işi bırakmak suretiyle direnmesi" şeklinde yapılmaktadır (Sur, 1987: 7).

Çalışanlar, greve başvurarak, genellikle, "içinde bulunduğumuz koşullar değişmelidir, içinde bulunduğumuz koşulların değiştirilmesi zorunludur" mesajı vermekte, bu yöndeki isteklerini açığa vurmaktadırlar (Seçer, 2007: 153).

Boykot ise genel anlamda, bir insan topluluğunun, birden ve bir plana uyarak belirli bir veya birçok kimselerle sosyal veya iktisadi ilişkilerini kesmesidir. Daha spesifik anlamda ise boykot, bazı kişi veya grupların piyasa alanlarını daraltmak amacıyla girilen ortak tutum ve davranışlardır (Özel, 2014: 46).

Boykot ve grev birer baskı araçlarıdır ve bu baskının uygulanış tarzı olumsuz, pasif hareketlerden oluşmaktadır. Her ikisinin de temel amacı baskı yapılması istenilen kişinin, kurumun veya markanın faaliyetlerinde aksama ve durma meydana getirmektir.

1.4. Dijital Medya ve Aktivizm

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, toplumsal hareketleri farklı bir boyuta taşımaktadır. Dijital medya ile birlikte aktivizm hareketlerinin kullanım alanları farklılaşmıştır.

Dünya üzerindeki coğrafi sınırların önemini yitirmesi ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile birlikte mekân kavramı da önemini yitirmiştir. Artık bireyler dünyanın neresinde olurlarsa olsunlar dünyada olup biten

olayları anında izleyebilme ve olaylardan haberdar olabilme şansına sahiptirler. Son yirmi yılda küreselleşme hareketi sonucunda hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Bu değişimin temel noktası yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmelerdir (Savaş, 2013).

İletişimde sağlanan hızın, zengin ve güçlülere münhasır bir ayrıcalık olmayışı, maliyetlerdeki büyük ucuzlama sayesinde bu imkanlardan çok geniş kesimlerin yararlanmaktadır. Böylelikle bireyler geleneksel medyanın tek taraflı iletişim hegemonyasını aşmış çoklu iletişime geçmiştir. Özellikle internet sayesinde editörlerin, patronajın himayesindeki basından kurtulup bireyden bireye, bireyden topluma (bloglar), toplumdan bireye ve en önemlisi de toplumdaki topluma iletişim kanalları açılmıştır (Karagöz, 2013: 136).

Mankovski'ye (2004: 226) göre aktivizm, olan bitenin daha ilgi uyandıran bir görüntüsünün oluşmasına neden olmaktır. Aktivistler, bu "olan bitenle" yani sorunla ilgili daha fazla insanı haberdar edebilmek ve kamuoyu oluşturabilmek için teknoloji ve teknolojinin sağladığı avantajlardan faydalanmaktadırlar. Bu bağlamda tarım ve sanayi devriminden sonra üçüncü bir devrim olarak nitelendirilen internet ya da daha geniş tanımlamayla iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan hızlı gelişmeler sonucu (Sert, 2012) hayatımıza giren ve farklı kaynaklarda siber-aktivizm, '*İnternet aktivizmi*' ya da '*Web aktivizmi*' olarak adlandırılan dijital aktivizm de günümüzde etkin olarak başvurulan yeni aktivizm yollarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Online aktivizm ya da siber-aktivizm genellikle, aktivizmin çeşitli formları için internet iletişimi teknolojilerinin kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Sert, 2012: 129).

2. Dijital Aktivizm Araçları

2000'li yıllara kadar internet kullanıcıları bilgi paylaşımlarını bloglar ya da forumlar üzerinden gerçekleştirerek bir araya gelmekteyken, daha sonra aktivist grupların örgütleneceği farklı platformlar yer almaya başlamıştır. Aktivistler seslerini duyurmak ve destekçi toplamak amacıyla internetin bilgiyi hızla yayması ve etkileşime imkân sağlaması gibi özelliklerinden faydalanarak "dijital aktivizm" kavramının ortaya çıkmasını sebep olmuşlardır.

Kavram olarak dijital aktivizm, "siber-aktivizm", "online örgütlenme" ve "online aktivizm" kavramlarından çok daha kapsamlıdır. Çünkü bu kavramlar sadece internet üzerinden aktivizme gönderme yaparken dijital aktivizm, cep telefonları ve dijital içeriğin USB flash sürücüler yoluyla dağıtımı gibi diğer offline araçların kullanımını da içermektedir. "E" ön harfinin "elektronik" anlamına geldiği "e-posta" kelimesinden türetilen, "e-aktivizm" ya da "e-savunuculuk" terimleri ise, dijital uygulamaların hepsini kapsamaktadır (Sert; 2012).

2.1. Doğrudan Dijital Aktivizm Araçları

Toplumsal sorunlara karşı gelişen tepkilerin amaca ulaşabilmesi için kurum veya bireye karşı çeşitli faaliyetler yürütülmektedir. Enformasyonun sağlanması, yayılması ve harekete geçirmesi amacıyla web siteleri ve zincir e-postalar kullanılmaktadır. Sorunun muhatabı olarak alınan kişi veya kuruma karşı ise web sitesi gibi yayın araçlarını yazılımsal programlar kullanmak suretiyle çeşitli hacktivizm faaliyetleri aktivizm aracı olarak kullanılmaktadır.

2.1.1. Web Siteleri

WWW, Web ya da W3 (World Wide Web), "global ağ" terimi, dünyanın her yerindeki binlerce "web sunucuları" adı verilen bilgisayarlarda kayıtlı milyonlarca dosyadan oluşan bir bütündür. Yazı, resim, ses, film, animasyon gibi pek çok farklı yapıdaki verilere kompakt ve etkileşimli bir şekilde ulaşmamızı sağlayan birçoklu hiper ortam sistemi denmektedir (Sayımer, 2012: 27).

Web'in ilk evresi olan Web 1.0'da sadece, elektronik ortamda bulunan bilgi kaynakları gibi çalışan salt okunur ortamlar bulunmaktaydı. Bu ortamlar kullanıcıyla herhangi bir etkileşimin olmadığı, kullanıcıya arama yapmaktan başka hiçbir işlem yapma olanağı vermeyen standart HTML sayfalardan oluşmaktaydı. Temel amaç, kitleler için oluşturulan içeriklerin ulaştırılması ve bir kaynaktan birçok kişiye yayın yapmaktır (Özcan, 2012: 23).

Web 2.0 kavramı 2004 yılında, O'Reilly ve MediaLive International arasında gerçekleşen bir beyin fırtınası konferansı ile başlamıştır. 2004 yılında kullanılmaya başlayan bir sözcük olan Web 2.0; ikinci nesil internet hizmetlerini – toplumsal iletişim sitelerini, wikileri, iletişim araçlarını, folksonomileri – yeni internet kullanıcılarının yarattığı sistemi tanımlar (Sayımer, 2012: 29).

Web sayfaları, bireylere ve/veya topluma görüş, fikir, bilgi aktarımını amaçlayan platformlara katkı sağlamaktadır. Bireylerin hızlı bir şekilde etkileşimini sağlaması, sesli, yazılı veya görüntülü iletişime imkan veren uygulamaları, aktivistlerin web siteleri üzerinden kendilerini ifade etmelerini kolaylaştırmaktadır.

2.1.2. Hacktivizm

Alexandra Samuel'e göre hacktivizm; hack ve aktivizm kelimelerinin portmantosu ve yasal açıdan belirsiz araçların politik sonuçlar pesinden sessiz bir şekilde kullanılmasıdır. Dunning'e göre ise hacktivizm; bilgisayar korsanlığının özel yazılımlar yardımı ile alışılmadık ve genelde yasa dışı yollarla, bilgisayardan faydalanılan operasyonlar olarak adlandırıldığı noktada, bilgisayar korsanlığı ve aktivizmin çakışmasıdır (Demirkıran, 2013: 28).

Hactivizm, belirli bir toplumsal soruna dikkat çekmek ve farkındalık yaratmak amacıyla belirlenen web sitelerinin erişimlerini engellemeye yönelik yapılan aktivizm hareketidir. Web sitelerinde kendi mesajlarının iletilmesini sağlayarak dijital aktivizmde doğrudan eylem aracı olarak kullanılabilir.

2.1.3. Zincir E-Postalar

Elektronik posta internetin çıkışından bu yana kullanılan ilk ve en yaygın etkileşim biçimidir. Bilgisayara yazılı metin temelinde, eş zamanlı olmayan ve mekandan bağımsız olarak mesaj gönderme olarak tanımlanan elektronik postalama, bireyden bireye olduğu gibi, bireyden gruba yönelik bir iletişime olanak vermektedir. Birkaç dakika içinde hızlı bir mesaj gönderme ve yanıtını almanın kolaylaşması sayesinde güçlü ve etkili bir iletişim yöntemi olarak kullanılmaktadır (Timisi, 2003: 136).

Elektronik olarak iletilen ve sadece bire bir değil birden fazla kişiye gönderilen e-postalar, farklı bireylerin e-posta adreslerine yönlendirilmesiyle zincir e-postaları oluşturmaktadır. Aktivistler, bir eylem aracı olarak kullandıkları düşük maliyetli ve hızlı zincir e-posta ağlarla, amaçlarına yönelik eylemlerini sanal ortama taşımaktadırlar ve yine dijital dünyada dolaşıma giren bilgilendirici zincir e postalar aracılığıyla mümkün olduğunca fazla alıcı üzerinde farkındalık yaratmaktadır.

2.2. Dolaylı Dijital Aktivizm Araçları

Toplumsal sorunlara karşı oluşturulan tepkilerin temel amacı sorunun çözümüne yönelik atılan adımlar olduğu düşünülürse, sorunun çözümünün sağlanması için sorunun duyurulması ve geniş kitlelere yayılması en önemli hedeflerin başında gelmektedir. İnternet kullanımının yüksek oranlara sahip olmasından ötürü sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyaları ve bunların geniş kesimlere yayılması için kullanılan sosyal ağlar önemli bir role sahiptir.

2.2.1. Sosyal Medya

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte çevrim içi ortamlarda karşılıklı ve iki yönlü iletişime - etkileşime olanak sağlayarak geleneksel medyadan farklı bir platformda yer alan sosyal medya, kazandığı sosyal boyutu insanların kendilerine ulaşan mesajlara geri bildirimler yapabileme özelliğiyle kazanmaktadır. Mobil ya da web tabanlı olmak üzere sosyal medya platformlarını kullanan bireyler zaman ve mekan esnekliğiyle birlikte sürekli olarak iletişim halinde olabilmektedirler.

Sosyal medya ve aynı zamanda sosyal paylaşım siteleri içinde en yaygın olarak bilinen ve kullanılan siteler arasında yer alan My Space, You Tube, Facebook, Twitter vb. siteler yeni bir kamusal alan oluştururken, hızla yayılması gereken mesajların ya da iletilerin kitlelere ulaştırılması için kullanılmaktadır. İnteraktif iletişime olanak sağlayan sosyal medya mecraları, dijital aktivistler amaçlarına uygun fotoğraf, video ve haber paylaşımlarıyla herkese açık olan bu platform üzerinden takipçi ağını genişletebilmekte ve örgütlenebilmektedirler.

Kullanım maliyetinin düşüklüğü, yer ve zaman sınırlandırılmasının olmayışı, milyonlarca kişinin eş zamanlı iletişime geçmesi, sosyal paylaşım ağlarını toplumsal örgütlenmenin en önemli mecrası konumuna getirerek, farklı amaçlar ve hedefler doğrultusunda bir araya gelen gruplar ve örgütlenmeler yaygınlaşmaya başlamıştır (Demirtaş, 2012: 85).

Yeni dünya düzenin kurgulandığı ortamda Türkiye dahil dünyanın birçok yerinde sistem muhalifi gruplar “dijital medya” aracılığıyla kendi seslerini duyurmakta, eski toplum hareketlerinden farklı olarak sosyal ağlar kullanılarak siber ortamlarda aktif biçimde küresel etkileşimler elde etmektedirler.

Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal paylaşım ağları milyonlarca insanı toplayarak yeni bir kamusal alan sağlarken, muhalif seslerin de yükseldiği yeni agoralar gibi değerlendirilmektedir. Özellikle Ortadoğu’daki büyük değişimle birlikte yaşanan süreçte dijital medya devrimci bir medya gibi ileri sürülmektedir (Karagöz, 2013: 132).

Günümüzde dijital tepkiler de sokak eylemleri kadar ses getirebilmektedir. Çünkü gazeteciler, artık gündem toplantıları öncesinde Twitter’da nelerin konuşulduğuna göz atmaktadır. Yani sosyal medyada tartışılan mevzular, gazetelerin ve haber bültenlerinin de gündemine girmektedir. Hatta ABD’deki Siyaset, Demokrasi ve İnternet Enstitüsü’ne göre, daha fazla kişiye ulaşabildikleri için, internet aktivistleri karar verici mekanizmalar üzerinde sokaktaki aktivistlerden yedi kat daha fazla etki gücüne sahiptir (Savaş; 2013).

2.2.2. Online İmza Kampanyaları

Online imza kampanyaları konvensiyonel aktivizm araçlarından biri olan imza kampanyalarının ya da dilekçelerin gerek kendi web sitelerinden gerek sosyal medyanın bir kamuoyu yaratma potansiyeliyle sanal platforma taşınarak gerçekleşmesidir. Dijital ortamda düzenlenen ya da gerçek ortamdaki dijital ortama aktarılan bu kampanyalar, dijital aktivistlerin toplumsal sorunlara ses getirebilmek, amaçları uğruna mücadele edebilmek ve ortak tepki geliştirebilmek için dijital olarak organize olmalarında önemli bir etken olmaktadır.

Online imza kampanyaları; insanların görmek istedikleri değişiklikleri yapabilmek için olanak sağlamaktadır. Buna örnek olarak change.org sitesini ele almak mümkündür. Bu sitede insanlar rahatsızlık duydukları herhangi bir konuda kampanya başlatabilmekte ve yeterli sayıda imza toplandığında, bunları gerekli mercilere iletmektedirler. Bu tür sitelerin etkin bir biçimde kullanılması, kişinin ya da bir topluluğun görüşlerini yayıp, destekçi bulması konusunda dijital aktivizm için önem kazanmaktadır (Furuncu, 2014: 41).

Online imza kampanyaları ya da online dilekçeler sayesinde sesini duyurma imkanı bulan dijital aktivistler, ülkemizde de şu online imza kampanya siteleri aracılığıyla örgütlenebilmektedir:

Change.org: Hem dünyada hem ülkemizde internet üzerinden örgütlenme amacıyla kurulmuş olan Change.org, 196 ülkede 70 milyondan fazla kullanıcısıyla birlikte kendini “Dünyanın değişim platformu” olarak tanımlamaktadır (www.change.org).

İmza.la: “Bir şeylere tepkili misiniz? Şikayetçi olduğunuz şeyler mi var? Sesinizi duyurmak için daha fazla beklemeyin. Hemen şimdi bir kampanya düzenleyin ve sizinle aynı fikirde olan kişilere kolayca ulaşın, örgütlenin! Bloğunuzdan, web sitenizden, sosyal medya üzerinden kampanyanızın daha çok kişiye ulaşmasını sağlayarak kolayca sesinizi duyurabilir ve belki de amacınıza beklediğinizden çok daha kısa sürece ulaşabilirsiniz.” mesajıyla imza kampanyası başlatma konusunda teşvik etmektedir (www.imza.la).

İmzakampanyam.com: “Bir şeyleri düzeltmek mi istiyorsun?” sloganıyla ücretsiz online kampanya oluşturma aracıdır. Bu sitedeki tüm imza kampanyaları kullanıcılar tarafından oluşturulmakta ve birbirinden bağımsız kampanyalar yer almaktadır (www.imzakampanyam.com).

Avaaz.org: Avrupa, Orta Doğu ve Asya dillerinin birçoğunda "ses" anlamına gelen Avaaz, 2007 yılında basit bir demokratik misyonla kurulduğunu belirtmektedir. "Dünya eylemde" sloganıyla kendini halkın sesini karar vericilere taşıyan, küresel düzeyde web temelli savunuculuk topluluğu olarak tanımlanmaktadır. 194 ülkede 40 milyondan fazla üyesi bulunan [avaaz.org](http://www.avaaz.org), 2007 yılının Ocak ayından itibaren 215 milyondan fazla kampanyaya imza atmıştır (www.avaaz.org).

2.3. Dijital Aktivizme Yönelik Tartışmalar

Günümüzde 'Dijital Aktivizm' olarak ifade edilen dijital ortamda yürütülen eylemsel faaliyetlere eleştiriler de getirilmektedir. Bu bağlamda dijital iletişim teknolojilerinin nasıl kullanıldığı, nasıl kullanılması gerektiği ya da kullanım alışkanlıkları üzerinde yoğun tartışmalar bulunmaktadır. Bu tartışmalardan ilki; '**clicktivism**' kavramına olumsuz anlam ilâştiren, kavrama yeni bir boyut getiren Malcolm Gladwell tarafından ortaya atılan *tıklamacılıktır* (Paktin, 2013). Eleştirilerden diğeri ise '**slacktivism**' kavramı olarak ortaya atılan *dijital tembelciliğdir*.

2.3.1. Klaktivizm | Clicktivism (Tıklamacılık)

Klaktivizm konusunda belirgin bir görüş birliğine varılmamış olup, bu konudaki akademik kaynaklar ise yok denecek kadar azdır. Bu yüzden konu hakkında internet üzerinden yerli ve yabancı makaleler, çeşitli yayınlar incelenip, klaktivizmin tanımı ortaya koyulmuş ve hakkındaki tartışmalar belirtilmiştir.

Klaktivizm; toplumsal eylemlere, hareketlere fiziksel olarak katılmayıp bulunduğu yerden klavye başından katılma, örgütlenme ya da destekleme faaliyetlerini kapsamaktadır. Klaktivistler, net hedeflerle internet temelli kampanyalar, aksiyonlar yapabilmekte ve belirledikleri hedef için online ortamlarda imza kampanyaları başlatıp protestolara katılabilmektedirler.

Kanadalı bir gazeteci olan Malcolm Gladwell, The New Yorker Dergisi'ndeki makalesinde klaktivizm kavramına olumsuz anlam yükleyerek dijital aktivizmin aslında bir etkisinin olmadığını belirtmektedir. Gladwell aktivizmin ancak insanların sokağa inerek yapılması gerektiğini, insanların eğer bir şeyler değiştirmek istiyorsa sivil itaatsizlik ve fiziksel eylemde bulunmaları gerektiğini söylemektedir (Gladwell, 2010). Gladwell'in dijital aktivizme getirdiği eleştirilerden bir diğeri de "ideolojik altyapısının iyi kurgulanmadığı" hareketlerin başarılı olamayacağı yönündedir. Gladwell, dijital iletişim teknolojilerinin kişiler arasında hızlı iletişim sağlamasının ideolojik altyapıya bir katkısının olmadığını dikkat çekmektedir (Paktin, 2013). Bu anlamda Gladwell; dijital teknoloji ile gelişen aktivizm hareketini, geleneksel yolla yapılan toplumsal hareketler ekseninde değerlendirerek iletişimin çok yönlülüğüne dikkat çekmekte dijital aktivizmin ne kadar etkili olduğunu sorgulamaktadır.

Türkiye'de ise dijital aktivizme '*modern günah çıkarma ayini*' tanımlaması yapılmış ve klaktivizm kavramına farklı bir bakış açısı kazandırılmıştır (Özdemir, 2012). Bu tanımlama ile sanal ortamda yürütülen aktivizm kampanyalarının etkililiğine dikkat çekilmiş ve dijital ortamda gerçekleştirilen aktivizm kavramının sorgulanmasına neden olmuştur. Paktin ise; klaktivizme dair sözü edilen '*modern günah çıkarma ayini*' tanımlamasını eleştirerek, klaktivizmi '*eşit şartlarda mücadelenin devam ettiği alan*' olarak yorumlamış ve katılımcı demokrasinin sunduğu fırsat olarak değerlendirmiştir (Paktin, 2013).

2.3.2. Slaktivizm | Slacktivism (Dijital Tembelcilik)

Son yıllarda klaktivizm kavramının popülerlik kazanmasıyla başlayan kavram karmaşasına, Slaktivizm kavramı da eklenince dijital aktivizm yepyeni bir boyut kazanmıştır. İlk kez 1995 yılında Dwight Ozard ve Fred Clark tarafından Cornerstone Festival'inde kullanılan terim, '*durduğu yerden dijital eylem destekleme*' anlamına gelmektedir (Tarhan, 2013). Slacker (tembel) ve actism (aktivizm) kelimelerinin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmıştır. Slaktivizm ile ilgili bir diğeri tanım ise, fiziksel bir eylemde bulunmaksızın online iletişim ortamlarında savunulan dava hakkında sosyal medyada yapılan faaliyetler (profil fotoğrafı değiştirmek, gönderiyi beğenmek, video yazı ya da fotoğraf paylaşmak, başkasının yayınladığı gönderiyi tekrar yayınlamak, vb.) dışında gerçek hayatta hiçbir şey yapmama durumudur (Paktin, 2011). Slaktivistler, imza kampanyalarına katılıp, sosyal medya üzerinden gruplara, cemaatlara katılmakta, ekran başında savundukları görüş doğrultusunda fikirleri

destekleyip paylaşma yoluna gitmektedirler. Bir eyleme yerinde destek vermeyi değil; bilgisayar başından herhangi bir şey yazarak ya da paylaşarak destek vermeyi yeğlemektedirler.

Slaktivizm günümüzde politik katılımın elektronik katılıma dönmesini ifade eden moda bir sözcük olarak kullanılmaktadır. Marichal gibi bazı kimselere göre; slaktivizm genellikle siyasi amaçlar taşımaktadır ve sosyal medyadaki birçok siyasi içerik slaktivistler tarafından kullanılmakta ve paylaşılmaktadır (Butler, 2011).

Birbirine bu denli yakın iki kavramın arasında birtakım farklar olduğu ortaya atılmıştır (Butler, 2011). Kliktivizmin, slaktivizme göre daha sistemli ve örgütlü eylem olduğu söylenmektedir. Genel olarak kliktivizmin, slaktivizmi içine alan bir kavram olduğu da tartışmalar arasındadır. Slaktivistler, birtakım çevrelerce yalnızca manipülasyon yapan ve hiçbir işe yaramayan aktivist olarak değerlendirilseler de; bazı çevreler ise slaktivistlerin, içerik yayımlaması yaptıkları ve bu içerikleri paylaştıkları için bir anlamda arşiv görevi gördüklerini belirtmektedirler (Tarhan, 2013). Bir eyleme fiziksel olarak değil, ancak daha az riskli olan online mecralardan destek olmayı amaçlamakta ve eylemin fiziksel boyutuna katılmamaktadırlar (Tarhan, 2013).

Dijital aktivizmi; kliktivizm ve slaktivizm kavramı üzerinden eleştiren başka bir bakış açısı da '*dijital fanus etkisi*' görüşüdür. Bu anlayışa göre dijital aktivizm; eylemi etkisizleştiren bir tür olarak görülmektedir. Kişilerin yalnızca başkalarının yazdıklarını paylaşarak, bir şeye tıklayarak günlük aktivizm kotasını doldurup huzura erme pratiği olarak yorumlanmaktadır (Karagöz, 2013).

Kimi çevrelerce vicdani rahatlama olarak görülen dijital aktivizm hareketlerini gerçekleştirenleri '*parmak aktivistleri*' olarak tanımlamak da bu kavrama getirilen eleştirilerden bir diğeridir (Tarhan, 2013).

3. Online İmza Kampanyalarına Katılım Davranışları

Hayatımızdaki birçok aktiviteye etki eden ve çoklu iletişim araçlarıyla bile ihtiyaçlarımızı gidermemizi sağlayan internet, birçok platformda olduğu gibi aktivist hareketlerin de dijital alanda yer almasını sağlamaktadır. İnternet çağında bireylerin belirli bir amaç etrafında veya belirli bir eylemi gerçekleştirmek için örgütlenme alanı çevrimiçi ortamlara taşınmaktadır.

Aktivistler, iletişim teknolojilerinin yeniliklerinden faydalanarak, politik ya da sosyal konularda farkındalık yaratmak, haklarını aramak ya da tepki göstermek adına sosyal medya, e-posta gibi yöntemlerle geniş kitlelere ulaşmaya çalışmaktadırlar. Bu yöntemlerden birisi de online imza kampanyalarıdır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmayla; toplumsal tepkilerini gelişen medya teknolojileriyle beraber gerek sosyal ağlar aracılığıyla gerekse dijital imza kampanyaları aracılığıyla dijital medya ortamına taşıyan ve toplumu bilinçlendirmeye çalışan dijital aktivistlerin, dijital eylemlerinin sokakta yapılan eylemler kadar etkili olup olmadığı, dijital aktivist eylemlerinin ne derece ses getirdiği ve dijital aktivizmin bireyler bazında bilinirliği incelenmektedir.

Araştırmanın ikinci amacı; dijital aktivist eylemlere katılan bireylerin çevrim içi imza kampanyalarına katıldıklarında ya da sosyal ağlar üzerinden paylaşımlarda bulduklarında kendilerini "aktivist" olarak görüp görmedikleri ve sorunun çözümüne katkıda bulduklarını düşünüp düşünmediklerini ortaya çıkarmaktır.

Araştırma aşağıdaki hipotezler çerçevesinde oluşturulmuştur:

- ❖ Toplum ilgilendiren olaylar karşısında internet; geleneksel kitle iletişim araçlarından (televizyon, gazete, radyo) daha çok tercih edilen bir haber alma aracıdır.
- ❖ Toplumun ortak çıkarlarına ters durumlara karşı gelişen aktivist eylemlere destek veren bireyler dijital aktivizm yöntemini, geleneksel aktivizm yöntemine göre daha çok tercih etmektedir.
- ❖ İnternet kullanımı arttıkça bireylerin dijital aktivizm eylemlerine katılım oranları artmaktadır.
- ❖ Sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyalarına en az 1 kez katılan bireyler, çoğunlukla sorunun çözümüne katkıda bulunmak amacıyla imza kampanyalarına katılmaktadırlar.

- ❖ Online imza kampanyalarına katılım ile kendilerini aktivist olarak tanımlama arasında anlamlı bir fark vardır.
- ❖ Online imza kampanyalarına katılım oranı arttıkça, sanal ortamda yürütülen aktivist faaliyetlerin amacına ulaştığını düşünenlerin oranı da artmaktadır.
- ❖ İmza kampanyalarına katılım ile bilinçlilik ve duyarlılık düzeyi arasında anlamlı bir fark vardır.
- ❖ Sanal ortamda yürütülen imza kampanyalarına katılan bireyler daha çok Change.org kanalıyla bu kampanyalara katılmaktadırlar.
- ❖ Change.org üzerinden imza kampanyalarına katılım ile sorunun çözümüne katkıda bulunmak amacıyla imza kampanyalarına katılım arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- ❖ Sanal ortamlarda yürütülen aktivist faaliyetlere destek verme oranı arttıkça aktivist eylemleri sosyal ağlarda paylaşma oranı da artmaktadır.
- ❖ Aktivist eylemleri sosyal ağlarda paylaşım ile bilinçlilik ve duyarlılık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- ❖ Aktivist eylemlere destek verme ile sosyal ağlarda paylaşma düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- ❖ Aktivist eylemlere destek verme ile aktivist faaliyetlerin amacına ulaştığını düşünme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılıkları

Araştırma yöntemi olarak literatür taraması ve anket çalışması yapılmıştır. Bu anket çalışması tesadüfi olmayan örneklem yöntemiyle 15 Aralık 2014 - 5 Ocak 2015 tarihleri arasında 260 kişiye çevrimiçi olarak uygulanmıştır.

Araştırmanın veri setini elde etmek üzere ana kütleyi temsil edecek bir örneklem seçilmiştir. Örneklem oluşturulmasında iletişim fakültesinin 5 ayrı bölümünün (Gazetecilik, Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Reklamcılık, Radyo Sinema Televizyon) yoğunluklarına göre tabakalandırma yapılması uygun görülmüştür. Bu amaçla bölüm sekreterlerince 2014-2015 fakülte öğrenci sayısını gösteren veriler elde edilerek bölüm öğrencilerinin toplam nüfus üzerindeki payı tespit edilmiştir.

Çalışma kapsamında yürütülen anket uygulamasının sadece Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine uygulanmış olması araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

3.3. Araştırmanın Bulguları

Araştırma kapsamında öncelikli olarak güvenilirlik analizi yapılmış olup, ardından demografik veriler ve anket sonuçları incelenmiştir. Son olarak ise; hipotezlerin doğruluğu test edilmiştir. Araştırma Alpha Cronbach ile güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve %89,9 oranıyla güvenilirliği kabul edilmiştir.

Tesadüfi olmayan örneklem yöntemiyle, 15 Aralık 2014- 5 Ocak 2015 tarihleri arasında yürütülen anket çalışması, çevrimiçi olarak Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine uygulanmıştır. Örneklem seçiminin *İletişim Fakültesi* olmasının sebebi; iletişim ve medya sektörünün geleceğini oluşturan iletişim fakültesi öğrencilerinin dijital medya ile yakından ilgili olduğunun düşünülmesidir. Bu araştırma kapsamında elde edilen demografik veriler ve katılım oranları şu şekildedir:

Çevrimiçi olarak uygulanan anket çalışmasına toplamda 260 kişi katılmıştır. 260 kişinin %46,9' unu kız öğrenciler (122 kişi), %53,1' ini erkek öğrenciler (138 kişi) oluşturmaktadır. 260 kişinin, 249' unu lisans, 8' ini yüksek lisans 3' ünü ise doktora öğrencileri oluşturmaktadır.

Araştırmaya İletişim Fakültesinin 5 ayrı bölümü katılmıştır. Bu bölümler ve öğrenci yoğunluğuna göre katılım oranları şu şekildedir:

Tablo 1: Katılımcıların sınıflara göre dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde	Toplam yüzde
Geçerli Halkla İlişkiler ve Tanıtım	76	29,2	29,2	29,2
Reklamcılık	15	5,8	5,8	35,0
Radyo Sinema ve Televizyon	73	28,1	28,1	63,1
Görsel İletişim Tasarımı	18	6,9	6,9	70,0
Gazetecilik	78	30,0	30,0	100,0
Toplam	260	100,0	100,0	

Katılımcıların sınıflara göre dağılımı ve oranları şu şekildedir: 1.sınıf öğrencileri 55 kişi (%21,2), 2.sınıf öğrencileri 69 kişi (%26,5), 3.sınıf öğrencileri 64 kişi (%24,6), 4.sınıf öğrencileri 61 kişi (%23,5) yüksek lisans öğrencileri 8 kişi (%3,1), doktora öğrencileri 3 kişi (%1,2).

Araştırmaya katılan öğrenciler; toplumu ilgilendiren sorunlar hakkında bilgi sahibi olma aracı olarak interneti tercih etmektedirler.

Katılımcılar 'Aktivist eylemlere destek veriyor musunuz?' sorusuna %72,7 oranında evet yanıtı vererek sorunlara karşı duyarlı olduklarını göstermişlerdir. Hayır, yanıtını verenlerin oranı ise; %27,3' tür.

Katılımcılar aktivist eylemlere destek verirken dijital aktivizm araçlarını (imza kampanyaları, sosyal medya ve e-posta), geleneksel aktivizm araçlarına (gösteri, protesto yürüyüşü, boykot, oturma eylemi) oranla daha çok tercih etmektedirler.

Toplumun ortak çıkarlarına ters düşen durumlara karşı gelişen aktivist eylemlere destek veren bireylerin; paylaşım sıklıkları değişmekle beraber %80 oranında aktivist faaliyetleri sosyal ağlarda paylaştıkları görülmektedir. Sosyal ağlarda aktivist eylemleri paylaşmayanların oranı ise; %20'dir.

Araştırmaya katılan öğrenciler toplumun çıkarlarına ters düşen durumlara karşı gelişen aktivist faaliyetlere sanal ortamlarda destek verdiklerinde %65 oranında kendilerini aktivist olarak tanımlamaktadırlar. Kendilerini aktivist olarak görmeyenlerin oranı ise; %35'tir. Ayrıca bu bireylerin % 84,6'sı sanal ortamlarda gelişen aktivist eylemlerin başarılı olduğunu ve amacına ulaştığını düşünmektedir. Sanal ortamda gelişen aktivist faaliyetlerin amacına ulaşmadığını ve başarısız olduğunu düşünenlerin oranı %15,4' tür.

Katılımcıların sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyaları hakkında bilgi düzeyleri değişmekle beraber, bu oranın %85 olduğu görülmektedir. Sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyaları hakkında bilgi sahibi olmayanların oranı %15'tir. Ayrıca bireylerin imza kampanyalarına katılım oranları %68,1'dir. Daha önce herhangi bir imza kampanyalarına katılmayanların oranı ise; %31,9' dur.

Bireyler sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyalarına en çok Change.org sitesi üzerinden katılmıştır (%46). Change.org'u sırasıyla, İmza.la (%21), İmzacampanyam.com (%10), Avaaz.org (%6) takip etmektedir.

Bireyler sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyalarına katılarak çoğunlukla sorunun çözümüne katkıda bulunmayı (%54) amaçlamaktadırlar. Bu amacı sırasıyla; gündemi takip etmek (%35), konu hakkında

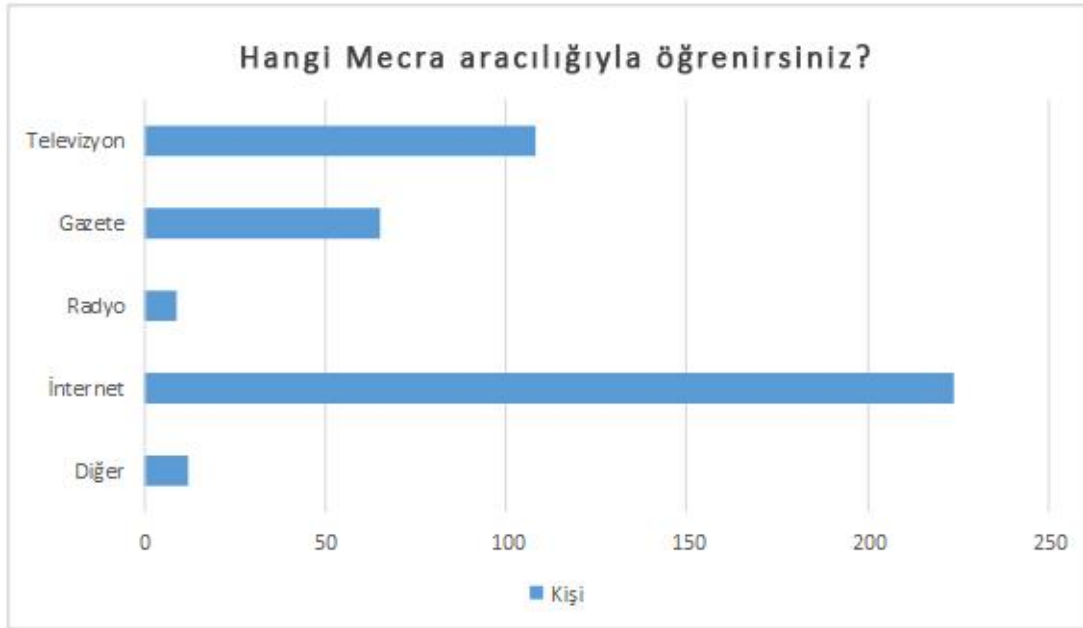
bilgi sahibi olmak (%27), kampanyaları takip etmek (%13), iletişim ağını genişletmek (%8), lobi oluşturmak (%6), sosyalleşmek (%5) takip etmektedir.

Katılımcılar, 'Sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyalarıyla ilgili gerçek yaşam alanındaki etkinliklere (gösteri/miting, protesto yürüyüşü, oturma eylemi, vs.) katılıyor musunuz?' sorusuna %32,3 oranında hiçbir zaman katılmıyorum yanıtı vermişlerdir. Bu da; katılımcıların dijital ortamlarda verdikleri tepkiyi sokağa çıkarak desteklemediklerini göstermektedir. Katılımcıların sadece % 3,5'i geleneksel aktivizm yöntemlerini çoğunlukla desteklediklerini belirtmektedir.

Katılımcılar, 'Sanal ortamlarda aktivist eylemlere katılım sonucunda kendinizi nasıl hissediyorsunuz?' sorusuna; daha çok 'bilinçli' ve 'duyarlı' yanıtını vermişlerdir. Bir gruba ait olma ve kahraman olma ise; en az seçilen cevaplar arasında yer almaktadır.

H.1 Toplumı ilgilendiren olaylar karşısında internet; geleneksel kitle iletişim araçlarından (televizyon, gazete, radyo) daha çok tercih edilen bir haber alma aracıdır.

Grafik 1: Hangi mecra aracılığı ile öğrenirsiniz?



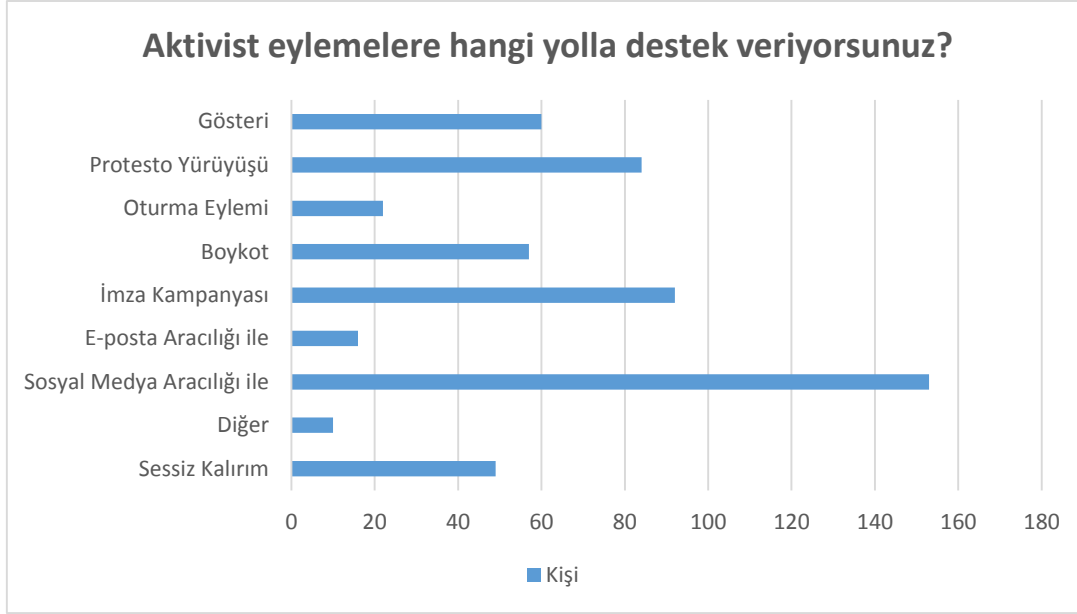
Tablo 2: Hangi mecra aracılığı ile öğrenirsiniz?

	Sıklık	Yüzde
Geçerli Televizyon	108	%42
Gazete	65	%25
Radyo	9	%3
İnternet	224	%86
Diğer	12	%5

Araştırmaya katılan bireylere toplumu ilgilendiren haberleri hangi mecra aracılığıyla öğrendikleri sorusu yöneltildiğinde en yüksek oran olan %86'sı internet aracılığıyla öğrendiklerini beyan etmiştir. İkinci sırayı %42 oranıyla televizyon takip ederken, diğer haber kanalları ise %5'lik oranla en son sırada yer almaktadır.

H.2 Toplumun ortak çıkarlarına ters durumlara karşı gelişen aktivist eylemlere destek veren bireyler dijital aktivizm yöntemini, geleneksel aktivizm yöntemine göre daha çok tercih etmektedir.

Grafik 2: Aktivist eylemlere hangi yolla destek verirsiniz?



Tablo 3: Aktivist eylemlere hangi yolla destek verirsiniz?

		Sıklık	Yüzde
Geçerli	Gösteri Miting	60	%23
	Protesto Yürüyüşü	84	%32
	Oturma Eylemi	22	%8
	İmza Kampanyası	92	%35
	Boykot	57	%22
	E-posta Aracılığıyla	16	%6
	Sosyal Medya Aracılığıyla	153	%59
	Sessiz Kalırım	49	%19
	Diğer	10	%4

Araştırmaya katılan bireylere toplumun ortak çıkarlarına ters durumlara karşı gelişen aktivist eylemlere hangi yolla destek verildiği sorulmuştur. Gösteri | miting, protesto yürüyüşü, oturma eylemi ve boykot geleneksel aktivizm yöntemi olarak kümelendirken, imza kampanyası, e-posta, sosyal medya ise dijital aktivizm yöntemi olarak kümelendirilmiştir. Sonuçlara göre; bireylerin dijital aktivizm yöntemini, geleneksel aktivizm yöntemine göre daha çok tercih ettikleri sonucuna ulaşılmaktadır. *Hipotezin doğrulandığı görülmektedir.*

H.3 İnternet kullanımı arttıkça bireylerin dijital aktivizm eylemlerine katılım oranları artmaktadır.

Tablo 4: İnternet kullanımı ile dijital eylemlere katılım oranı korelasyon testi

		İnternet	2. Aktivist eylemlere destek veriyor musunuz?
İnternet	Pearson Correlation	1	,021
	Sig. (2-tailed)		,739
	N	260	260
2. Aktivist eylemlere destek veriyor musunuz?	Pearson Correlation	,021	1
	Sig. (2-tailed)	,739	
	N	260	260

İnternet kullanımı ile dijital eylemlere katılım oranı arasındaki ilişkiyi ölçmek için 'Pearson testi' kullanılmıştır. Tabloda görüldüğü üzere internet kullanımı ortalaması 3,4'tür. (0:Toplumu ilgilendiren konuları internet aracılığı ile öğrenmiyorum. 4: Toplumu ilgilendiren konuları internet aracılığı ile öğreniyorum) Aktivist eylemlere destek verme ortalaması ise; 1,2 dir.(1:Evet, 2:Hayır)

Testin r değeri 0,021 ve p değeri 0,739 olduğundan iki değişken arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir. Daha uygun bir ifade ile; internet kullanımı ile dijital aktivizm eylemlerine katılım oranı arasında negatif veya pozitif yönlü bir ilişki yoktur. *Bu nedenle hipotez doğrulanamamıştır.*

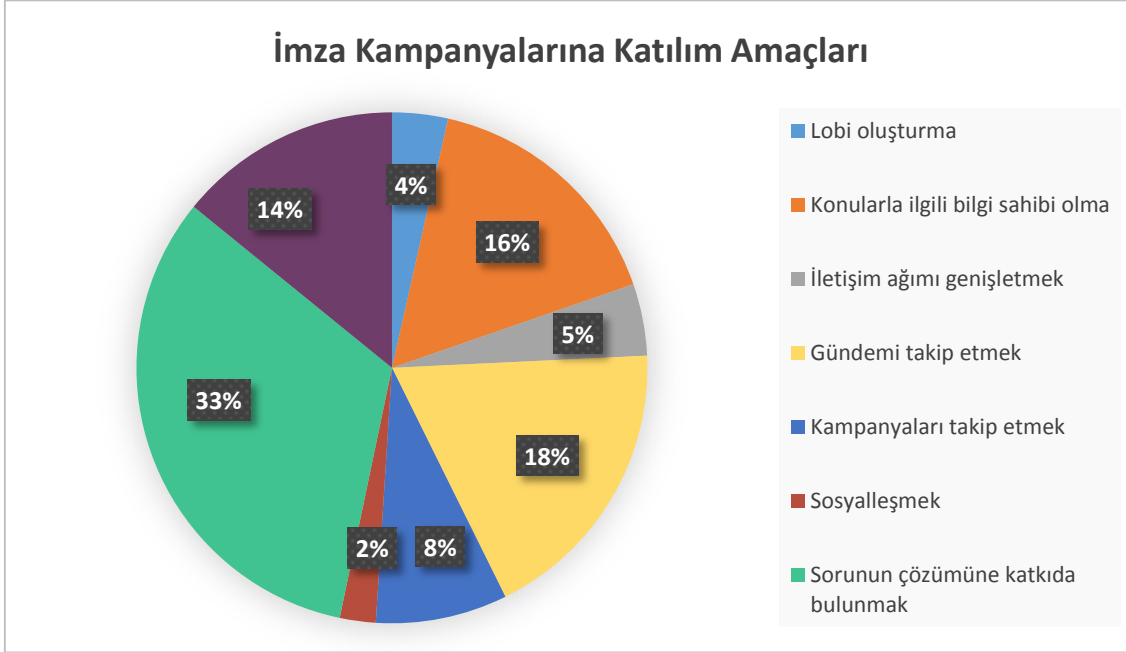
H.4 Sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyalarına en az 1 kez katılan bireyler, çoğunlukla sorunun çözümüne katkıda bulunmak amacıyla imza kampanyalarına katılmaktadırlar.

Tablo 5: Daha önce sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyalarına ne sıklıkla katıldınız? Çapraz Tablo

		6. Daha önce sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyalarına ne sıklıkla katıldınız?					Toplam
		Hiç katılmadım	1-3 kez	3-5 kez	5-10 kez	10'dan fazla	
Sorunun çözümüne katkıda bulunmak	Katılmıyorum	70	37	6	3	2	118
	Sorunun çözümüne katkıda bulunmak	13	68	21	19	21	142
Toplam		83	105	27	22	23	260

Sanal ortamda imza kampanyalarına en az bir kez katılan bireylerin, bu kampanyalara katılım amaçları incelendiğinde; bireylerin sanal ortamda imza kampanyalarına katılmalarında sorunun çözümüne katkıda bulunma düşüncesinin etkili olduğu görülmektedir.

Grafik 3: İmza kampanyalarına katılım amaçları



H.5 Online imza kampanyalarına katılım arttıkça kendilerini aktivist olarak tanımlama düzeyi de artar.

Tablo 6: Online imza kampanyalarına katılım ve kendini aktivist olarak tanımlama korelasyon testi

		6. Daha önce sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyalarına ne sıklıkla katıldınız?	4. Aktivist eylemlere sanal ortamda katıldığınızda kendinizi aktivist olarak görüyor musunuz?
6. Daha önce sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyalarına ne sıklıkla katıldınız?	Pearson Correlation	1	,292**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	260	260
4. Aktivist eylemlere sanal ortamda katıldığınızda kendinizi aktivist olarak görüyor musunuz?	Pearson Correlation	,292**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	260	260

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Online imza kampanyalarına katılım gösteren gruplar arasında ve kendini aktivist olarak tanımlayan gruplar arasında farklılık olup olmadığını ortaya koyan ANOVA sonuçlarına göre, elde edilen değer $p < 0,01$ olduğundan aralarında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır.

H.6 Online imza kampanyalarına katılım oranı arttıkça, sanal ortamda yürütülen aktivist faaliyetlerin amacına ulaştığını düşünenlerin oranı da artmaktadır.

Tablo 7: Korelasyon Testi

	4. Sanal ortamlarda yürütülen aktivist faaliyetlerin başarılı olduğunu ve amacına ulaştığını düşünüyor musunuz?	6. Daha önce sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyalarına ne sıklıkla katıldınız?
4. Sanal ortamlarda yürütülen aktivist faaliyetlerin başarılı olduğunu ve amacına ulaştığını düşünüyor musunuz?	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N 260	1 260
6. Daha önce sanal ortamlarda yürütülen imza kampanyalarına ne sıklıkla katıldınız?	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N 260	,282** 260

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Online imza kampanyalarına katılma sıklığı ile sanal ortamda yürütülen aktivist faaliyetlerin başarıya ulaştığını düşünme düzeyi(1:Hiçbir zaman, 2:Çok nadir 3:Bazen, 4:Sık sık, 5:Çoğunlukla|Her zaman) 'Pearson testi'ne tabi tutulmuş ve aralarında pozitif yönlü çok anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani online imza kampanyalarına katılım oranı arttıkça, sanal ortamda yürütülen aktivist faaliyetlerin amacına ulaştığını düşünenlerin oranı da artmaktadır.

H.7 İmza kampanyalarına katılım ile bilinçlilik ve duyarlılık düzeyi arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 8: İmza kampanyalarına katılım ile bilinçlilik ve duyarlılık düzeyi ANOVA testi

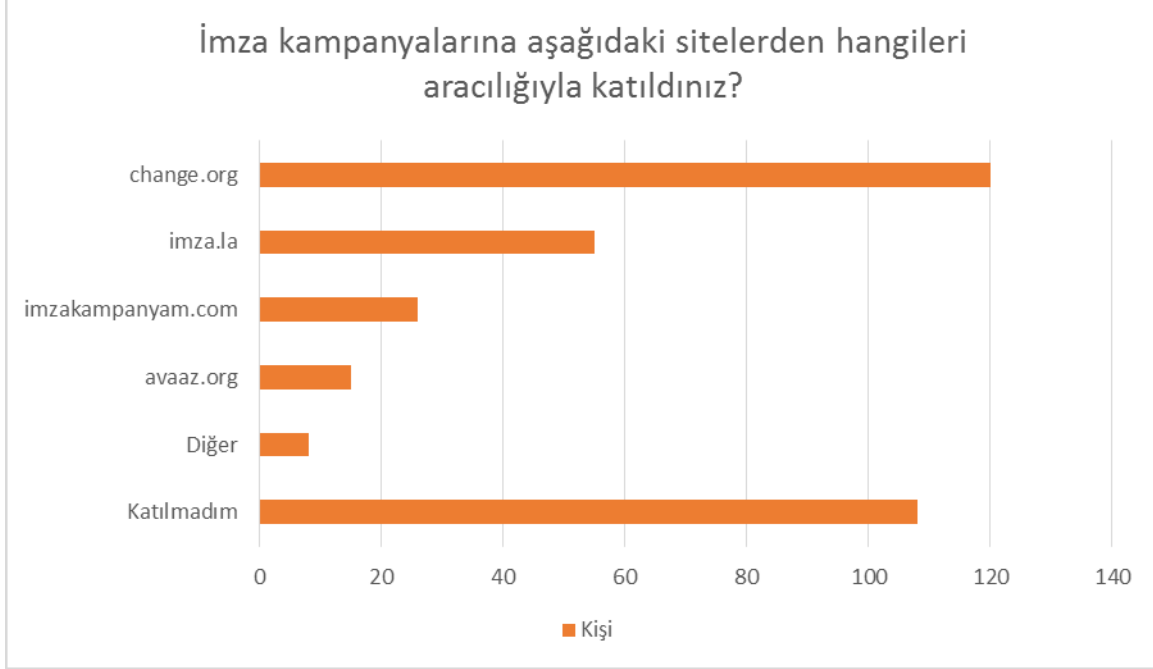
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
10. Sanal ortamda aktivist eylemlere verdiğiniz tepkinin sonucunda aşağıda belirtilen duygular: [Duyarlı]	Between Groups	60,895	4	15,224	9,813	,000
	Within Groups	395,609	255	1,551		
	Total	456,504	259			
10. Sanal ortamda aktivist eylemlere verdiğiniz tepkinin sonucunda aşağıda belirtilen duygular: [Bilinçli]	Between Groups	57,932	4	14,483	9,117	,000
	Within Groups	405,064	255	1,588		
	Total	462,996	259			

İmza kampanyalarına katılım sıklığıyla duyarlılık düzeyi arasında ölçülen ANOVA testine göre; elde edilen değer $p < 0,01$ olduğundan aralarında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır.

Bilinçlilik düzeyine baktığımızda ise; ölçülen değer $p < 0,01$ olduğundan aralarında yüksek düzeyde anlamlı olması aralarında anlamlı bir ilişki olduğunun göstergesidir.

H.8 Sanal ortamda yürütülen imza kampanyalarına katılan bireyler daha çok Change.org kanalıyla bu kampanyalara katılmaktadırlar.

Grafik 4: İmza kampanyalarına hangi siteler aracılığıyla katıldınız?



Tablo 9: Sanal ortamda yürütülen imza kampanyalarına katılım

		Sıklık	Yüzde
Geçerli	change.org (Dünyanın değişim platformu)	120	%46
	imza.la (Bir şeylere tepkili misiniz?)	55	%21
	imzacampanyam.com (Bir şeyleri düzeltmek mi istiyorsun?)	26	%10
	avaz.org (Dünya eylemde)	15	%6
	Diğer	8	%3
	Katılmadım	108	%42

Araştırmaya katılan bireylerin %42'sinin sanal ortamda yürütülen imza kampanyalarına katılmadığı görülmektedir. Change.org ise; %46 ile imza kampanyalarına katılımında en çok kullanılan kanal olmuştur.

H.9 Change.org üzerinden imza kampanyalarına katılım ile sorunun çözümüne katkıda bulunmak amacıyla imza kampanyalarına katılım arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 10: Sorunun çözümüne katkıda bulunmak amacıyla imza kampanyalarına katılım tek örneklem t-testi

	Test Değeri = 0					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Change.org	15,015	259	,000	,465	,40	,53
Sorunun çözümüne katkıda bulunmak	17,654	259	,000	3,823	3,40	4,25

Change.org üzerinden imza kampanyalarına katılım ve sorunun çözümüne katkı sağlamak amacı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ölçen T-Test sonuç tablosuna göre elde edilen değer $p < 0,01$ olduğundan aralarında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki söz konusudur.

H.10 Sanal ortamlarda yürütülen aktivist faaliyetlere destek verme oranı arttıkça aktivist eylemleri sosyal medyada paylaşma oranı da artmaktadır.

Tablo 11: Aktivist faaliyetlere destek verme ve aktivist eylemleri sosyal medyada paylaşma korelasyon testi

		4. Sanal ortamlarda yürütülen aktivist faaliyetlere ne sıklıkla destek veriyorsunuz?	4. Aktivist eylemleri sosyal ağlarda ne sıklıkla paylaşıyorsunuz?
4. Sanal ortamlarda yürütülen aktivist faaliyetlere ne sıklıkla destek veriyorsunuz?	Pearson Correlation	1	,663**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	260	260
4. Aktivist eylemleri sosyal ağlarda ne sıklıkla paylaşıyorsunuz?	Pearson Correlation	,663**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	260	260

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabloya göre sanal ortamlarda yürütülen aktivist eylemlere sıklıkla destek verilmekte olup (2,88), aktivist eylemleri sosyal ağlarda paylaşım sıklığı da yüksektir (2,65). Test sonucuna göre; $r = 0,66$ ve $p < 0,01$ olduğundan aralarında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır.

H.11 Aktivist eylemleri sosyal ağlarda paylaşım ile bilinçlilik ve duyarlılık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 12: Aktivist eylemleri sosyal ağlarda paylaşım ile bilinçlilik ve duyarlılık düzeyi korelasyon testi

		10. [Duyarlı]	10. [Bilinçli]	4. Aktivist eylemleri sosyal ağlarda ne sıklıkla paylaşıyorsunuz
10. [Duyarlı]	Pearson Correlation	1	,809**	,422**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	260	260	260
10. [Bilinçli]	Pearson Correlation	,809**	1	,444**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	260	260	260
4. Aktivist eylemleri sosyal ağlarda ne sıklıkla paylaşıyorsunuz?	Pearson Correlation	,422**	,444**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	260	260	260

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Aktivist eylemleri sosyal ağlarda paylaşım sıklığıyla hissedilen duyarlılık sonucuna göre $r=0,42$ ve $p<0,01$ olduğundan iki değişken arasında çok anlamlı bir ilişki söz konusudur.

Yine aynı tabloya göre hissedilen duyarlılık sonucuna göre; $r=0,44$ ve $p<0,01$ olduğundan aralarında çok anlamlı bir ilişki söz konusudur.

H.12 Aktivist eylemlere destek verme ile sosyal ağlarda paylaşma düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 13: Aktivist eylemlere destek verme ile sosyal ağlarda paylaşma düzeyi bağımsız örneklem testi

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
4. Aktivist eylemleri sosyal ağlarda ne sıklıkla paylaşıyorsunuz?	Equal variances assumed	1,442	,231	6,533	258	,000	,9911	,1517	,6923	1,2898
	Equal variances not assumed			6,863	139,314	,000	,9911	,1444	,7056	1,2766

Aktivist eylemlere destek verme sıklığıyla sosyal ağlarda paylaşım düzeyi arasındaki ilişkiyi ölçen tabloya bakıldığında elde edilen değer; $p<0,01$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki vardır.

H.13 Aktivist eylemlere destek verme ile aktivist faaliyetlerin amacına ulaştığını düşünme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 14: Aktivist eylemlere destek verme ile aktivist faaliyetlerin amacına ulaştığını düşünme ANOVA testi

4. Sanal ortamlarda yürütülen aktivist faaliyetlerin başarılı olduğunu ve amacına ulaştığını düşünüyor musunuz?]					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8,228	1	8,228	7,750	,006
Within Groups	273,910	258	1,062		
Total	282,138	259			

Sanal ortada yürütülen aktivist faaliyetlerin başarılı olduğunu ve amacına ulaştığını düşünen gruplar arasında farklılık olup olmadığını araştırmak amacıyla gruplar arası yapılan ANOVA testi sonucuna göre; elde edilen değer 0,006 olduğundan ($p < 0,01$) aralarında çok anlamlı bir ilişki vardır.

3.4. Araştırmanın Sonuçları ve Değerlendirme

Araştırmada, iletişim fakültesi öğrencilerinin dijital ortamlarda gerçekleşen aktivist faaliyetlere katılım davranışı incelenmiş; online imza kampanyalarına katılan bireylerin kendilerini aktivist olarak tanımlayıp tanımlamadıkları ele alınmıştır.

Elde edilen veriler göstermektedir ki; bireyler toplumun çıkarlarına ters düşen durumlara karşı gelişen aktivist faaliyetlere dijital ortamlarda yoğun bir katılımı destek vermektedir. Dolayısıyla e-posta, sosyal medya ve özellikle online imza kampanyaları kişilerin tepkilerini ifade etme aracı haline gelmektedir. Bu kapsamda; dijital aktivizm araçlarından biri olan online imza kampanyalarının bilinirliğinin ve online imza kampanyalarına katılım oranının yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum göstermektedir ki; bireyler aktivizm hareketlerini geleneksel olarak desteklemek yerine buldukları yerden klikivist olarak kendilerini ifade ederek, sorunun çözümünün bir parçası olarak görmektedirler. Bireyler klikivist davranışı gösterdiklerinde sorunları çözebileceklerini düşünseler de; sanal ortamda yürütülen bu faaliyetlerin sahaya da yansıtmayı tercih etmemektedirler. Tercih edenlerin oranı ise oldukça düşüktür. Her ne kadar geleneksel aktivizm araçları hala önemini korusa da; günümüzde aktivist hareketler sokağa taşınmadan dijital olarak yayılmaktadır ve desteklenmektedir. Bunun başlıca sebepleri internet kullanımının yaygınlaşması, zaman-mekan kavramını ortadan kaldırması ve insanların istedikleri yerden istedikleri zamanda bilgiye ulaşabilmesidir. Aynı zamanda etkileşime olanak sağlayan dijital ortamda bireylerin fikirlerini rahatlıkla beyan edebilmesi, farklı kişi ya da gruplarla tartışmalara katılabilmesi hatta örgütlenebilmesidir.

Dijital ortamın sınırlılıkları ortadan kaldıran ve hızlı bir iletişime imkan sağlayan özelliği, geleneksel iletişim mecralarının önüne geçerek bireylere kısa yoldan enformasyon sağlamakta, bireylerin farkındalık düzeylerini arttırmakta ve örgütlenip davranışa yönltilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Tüm bunlardan hareketle yeni medyanın ve dijitalleşen düzenin gücünün farkına varan bireyler eğer doğru bir strateji ile dijital ortamları etkili olarak kullanabilirlerse birçok sorunun daha başlamadan önüne geçebilir hatta çözümün en büyük paydaşlarından biri olabilirler. Çünkü sanal ortamlar ana akım medyada sesini duyuramayanların mecrası olduğundan bireylere değişimin bir numaralı aktörü olma imkanını sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Arsan, E. (2011). *Sivil İtaatsizlik Bağlamında Bir Araştırma: Gazeteci Gözüyle Sansür ve Otosansür*, Cogito & Sivil İtaatsizlik, Sayı 67, Yapı Kredi Yayınları
- Avaaz.com www.avaaz.org (Erişim tarihi: 17.12.2014)
- Butler, M. (2011). *Clicktivism, Slactivism or 'Real' Activism Cultural Codes of American Activism In The Internet Era*, Master Thesis, University of Colorado

- Change.org Kurumsal Web Sitesi www.change.org (Erişim tarihi: 17.12.2014)
- Demirkıran, P. (2013). "Hactivizm". (Der. Keleş A. R. ve Sal Y.) içinde, Hack Kültürü ve Hactivizm: Yeni Bir Siyaset Biçimi, (Der. Keleş A. R. ve Sal Y.) İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları, 27-33
- Demirtaş, M. (2012). *Sosyal Paylaşım Ağlarının Dünya Barışına Katkı Amacıyla Yürüttükleri Faaliyetler: "Facebook'ta Barış Örneği"*, (Re) Making and Undoing of Peace/Conflict 3th International Conference in Communication and Media Studies, Eastern Mediterranean University, 76-90
- Furuncu, D. (2014). *Yeni Toplumsal Hareketler, Küreselleşme Ve Dijital Aktivizm: Gezi Parkı Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul
- Gladwell, M. (2010). *Small Change: Why The Revolution Willnot Be Twited, The New Yorker Magazine* <http://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-3> (Erişim Tarihi: 16.12.2014)
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı*, 1. Basım. İstanbul: Kabcacı Yayınevi
- İmza.la Kurumsal Web Sitesi www.imza.la (Erişim tarihi: 17.12.2014)
- İmzakampanyam.com Kurumsal Web Sitesi www.imzakampanyam.com (Erişim tarihi: 17.12.2014)
- Karagöz, K. (2013). *Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri*, İletişim ve Diplomasi Dergisi, Sayı 1, 131-157
- Moyer, B. ve diğerleri (2001). *Demokrasi Yapmak: Toplumsal Hareketleri Örgütlemek için MAP Modeli*, Çev. Acar Acar, İstanbul: Arı Turizm Tanıtım
- Offe, C. (1999). *Yeni Sosyal Hareketler: Kurumsal Politikanın Sınırlarının Zorlanması, Yeni Sosyal Hareketler*, (Editör: Kenan Çayır), Kaknüs Yayınları: İstanbul
- Önder, T. (2003). *Ekoloji, Toplum ve Siyaset*, Odak Yayınevi, Ankara
- Özcan, F. (2012). *Yeni Medya ve Dijital Aktivizm*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, İstanbul
- Özdemir, C. (2012). *Modern Bir Günahlardan Arınma Ayini*, Radikal Gazetesi http://www.radikal.com.tr/yazarlar/cuneyt_ozdemir/modern_bir_gunahlardan_arinma_ayini_kliktivizm-1090661 (Erişim Tarihi: 17.12.2014)
- Özel, A. (2014). "Halkla İlişkiler ve Aktivizm İlişkisine Kuramsal Bir Yaklaşım", Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar, Paradigma Akademi Yayınları: İstanbul, 39-63
- Paktin, S. (2013). *Change.org: Katılımcı Demokrasi ve Aktivizm*, Akademik Bilişim Konferansı. Akdeniz Üniversitesi
- Paktin, S. (2011). *Sosyal Medya Dünyayı Kurtarır mı? Twiter ve Facebook Aktivizmiyle Günah Çıkarıcılar ve Hakkını Arayan Günahsızlar: Kliktivizm*, GQ <http://gq.com.tr/1681/sosyal-medya-dunyayi-kurtarir-mi> (Erişim Tarihi: 18.12.2014)
- Savaş, A. (2013). *Klavye Delikanlılığı Mı, Devrimin Anahtarı Mı?* <http://www.sabah.com.tr/Pazar/2013/01/06/klavye-delikanligi-mi-devrimin-anahtari-mi> (Erişim Tarihi: 20.12.2014)
- Sayımer, İ. (2012). *Sanal Ortamlarda Halkla İlişkiler*, İstanbul: Beta
- Seçer H.Ş. (2007). *Endüstriyel Uyuşmazlık Biçimi Olarak Grevin Sosyolojik Açından Değerlendirilmesi*, Çalışma ve Toplum Dergisi, Sayı 1, 141-166
- Sert, N.Y. (2012). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İlişkisinin Araştırılması: Türkiye'de Özel Sektör, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İntisi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi
- Sert, N.Y. (2012). *Online Aktivizm Araçları Yoluyla Oluşturulan Etkilerin Metafor Kullanılarak Açıklanması*, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 17, 126-140
- Sur M. (1987). *Grev Kavramı*, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir
- Tarhan, U. (2013). *Slacktivizm(Slactivism) & Kliktivizm(Clicktivism) Nedir?*, Martı Dergisi, sayı Ekim 2013 <http://www.martidergisi.com/slactivism-slaktivizm-clicktivism-kliktivizm/> (Erişim Tarihi: 17.12.2014)
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Ankara: Dost Kitapevi Yayınları
- Yabancı Sözlere Karşılıklar Kılavuzu*. (2008). Ankara, Türk Dil Kurumu Yayınları