

Dijital Aktivizm Bağlamında TikTok Fenomenlerinin İklim Değişikliği Hakkındaki İçeriklerinin İncelenmesi

Hakan IRAK¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Iğdır Üniversitesi, hakanirak@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1564-8638

Öz: Gelişen teknolojiyle birlikte yaşanan dijital dönüşüm, sosyal yapıdaki sorunları değiştirmek için mücadele yöntemlerinden biri olan 'aktivizm'in yapısında da değişikliklere yol açmıştır. Çağımızın en büyük sorunlarından biri olan iklim krizi konusunda birçok sivil toplum kuruluşu ve örgütlenmenin çeşitli aktivizm örgütlenmeleri gerçekleştirdiği görülmektedir. İklim değişikliğini önlemenin temel koşulunun toplumsal farkındalık olduğu düşünüldüğünde, iklim değişikliği konusunda sosyal medya fenomenlerinin içeriğini dijital aktivizm bağlamında incelemek ve toplumda farkındalığın artırılmasına katkıda bulunmak son derece önemlidir. Bu bağlamda, tüm dünyayı yakından ilgilendiren iklim değişikliği sorununa ilişkin bir literatür taraması yapılmış, sorunun boyutları ortaya konmuş ve hem devletler hem de kurumlar tarafından yapılan çalışmalar dahil edilmiştir. İklim değişikliği sorununun bireysel ve toplumsal önlemler alınmadan çözülemeyeceği görülmüştür. Çalışma kapsamında ele alınan sosyal medya uygulaması TikTok fenomenleri tarafından oluşturulan içerikler analiz edilmiş ve iklim değişikliği için özel olarak oluşturulan içerikler tespit edilmiştir. Çalışmanın örneklemini oluşturan iklim değişikliği ile ilgili fenomen içeriklerinin toplam görüntülenme ve paylaşım oranları çalışmada sunulmuş ve aldıkları etkileşimler dahil edilmiştir. İçerik analizi ile gerçekleştirilen bu çalışmada, iklim değişikliği ile ilgili içerikler analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Aktivizm, Sosyal Medya, İklim Değişikliği

Jel Kodları: M12, M51, Q54

Examining the Content of TikTok Phenomena on Climate Change in the Context of Digital Activism

Abstract: The digital transformation experienced with the developing technology has led to changes in the structure of 'activism', which is one of the methods of struggle to change the problems in the social structure. It is seen that many non-governmental organizations and organizations carry out various activism organizations on the climate crisis, which is one of the biggest problems of our age. Considering that the main condition for preventing climate change is social awareness, it is extremely important to examine the content of social media phenomena on climate change in the context of digital activism and to contribute to raising awareness on society. In this context, a literature review on the problem of climate change, which closely concerns the whole world, has been conducted to reveal the dimensions of the problem and studies carried out by both states and institutions have been included. It has been seen that the climate change problem cannot be solved without taking individual and social measures. The content created by TikTok phenomena, the social media application considered within the scope of the study, was analyzed and the content created especially for climate change was identified. The total viewing and sharing rates of the phenomenal contents on climate change, which constitute the sample of the study, are presented in the study and the interaction they received is included. In this study conducted with content analysis, content on climate change was analyzed.

Keywords: Digital Activism, Social Media, Climate Change

Jel Codes: M12, M51, Q54

Atıf: Irak H. (2025). Dijital aktivizm bağlamında TikTok fenomenlerinin iklim değişikliği hakkındaki içeriklerinin incelenmesi. *Fiscaeconomia*, 9(3), 1738-1762. <https://doi.org/10.25295/fsecon.1599392>

Geliş Tarihi: 10.12.2024
Kabul Tarihi: 09.06.2025



Telif Hakkı: © 2025. (CC BY)
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Giriş

Tarih boyunca insan, beslenme ve barınma başta olmak üzere birçok ihtiyacını doğadan karşılamıştır. Uzun yıllar boyunca doğanın içerisinde yaşayan insan, yeri geldiğinde doğa ile mücadeleye girerek hayatta kalma adına doğa ile savaşmıştır. Özellikle 17. ve 18. yüzyıllarda sanayi alanında gerçekleşen değişiklikler hızlı nüfus artışlarına, hızlı şehirleşmeye, daha fazla enerji ihtiyacına ve daha fazla kaynak arayışına sebep olmuştur. Bu bağlamda insan, doğada bulunan kaynakları daha özensiz kullanmıştır. Bu durum da çevre kirliliğinin artmasına ve kaynakların daha hızlı tükenmesine sebep olmuştur. Bunun sonucunda ise iklim değişikliği ya da iklim krizi olarak isimlendirilen ve dünyanın yaşanılmaz hale gelmesine sebep olacağı düşünülen bir kavram ortaya çıkmıştır.

İklim krizine yönelik hem ulusal hem de uluslararası kuruluşlar birçok çalışma gerçekleştirmektedir. İletişim teknolojilerindeki ilerlemelerle birlikte, bireylerin medya tüketim alışkanlıklarının geleneksel medya yerine sosyal medyaya yöneldiği görülmektedir (Sarıhan & Taşcıoğlu, 2022, s. 130). Dijitalleşen dünya ile birlikte birey ve grupların tepki verme davranışlarının değiştiği, aktivistlerin bile dijital platformlarda eylemlerini gerçekleştirdiği görülmektedir. Temelde haberleşme ile bilgi aktarımının sağlandığı günümüzde insanların enformasyon ve örgütlenme sürecini sosyal medya ile düzenlediği görülmektedir.

Yeni medya teknolojilerinin yaygınlık kazanması neticesinde bireyler bölgesel, küresel ve ulusal problemlerden daha fazla haberdar olabilmektedirler. Aynı zamanda bu problemlere karşı sessiz kalmayarak sosyal medya platformları aracılığıyla örgütlenerek tepkilerini paylaşmaktadırlar. Yeni medya teknolojilerinin kişiyi merkeze alarak anlık olarak bilgiyi paylaşma özelliğinin sayesinde bireyler, hızlı ve kolay bir şekilde organize olma olanağına sahip olmaktadır (Türk, 2013, s. 58-59).

Yeni medya ile yayılan bilgi aktarımıyla insanlar olumlu-olumsuz düşüncelerini paylaşmanın yanında ortak düşünceler paylaştığı kişiler ile bir araya gelmeye başlamıştır. Bu bağlamda bireyler fiziksel ve fikişel güçlerini kullanmayı öğrenmişlerdir.

Günümüzde en yaygın kullanılan sosyal medya platformlarından birisi de TikTok platformudur. TikTok, kişinin gündelik yaşam pratiklerinde yer edinmesini ve farklı sosyal medya platformlarına nazaran daha fazla içerik üretebilmesini sağlayan özellikleriyle ön planda olmaktadır. Sosyal medya platformları arasında TikTok'un bu şekilde hızlıca yükselmesi sosyal bilimler alanında da yankı uyandırmıştır. Tiktok uygulamasından her sınıftan insanın yaşam tarzları sergilenmektedir.

Dijital aktivizm de insanların bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak siyasal, sosyal ve toplumsal tepkilerini, öfke, destek ve farklı kullanım ile duygularını eyleme dönüştürdükleri amaç şeklidir. Söz konusu hususların arasında hayvan ve çevre hakları, insan hakları benzeri alanlar da yer almaktadır. Özetle dijital aktivizm, politik ve sosyal değişime teşvik sağlamak için çevrimiçi platformların ve dijital teknolojilerin kullanıma alınması anlamına gelmektedir. Aktivistler tarafından dijital aktivizm eylemleri planlanırken çoğunlukla sosyal medya platformları tercih edilmektedir (Yegen, 2015, s. 89).

Bu bağlamda gerçekleştirilen bu çalışmada dijital aktivizm bağlamında TikTok fenomenlerinin iklim değişikliği hakkındaki içerikleri incelenmektedir. Çalışmanın özellikle tüm dünyayı etkisi altına alacağı düşünülen ve etkileri günümüzde hissedilmeye başlanan iklim değişikliği sorunu üzerinde bir farkındalık oluşturmaya beklenmektedir. Yapılan çalışmada aktivizm, sosyal medya, fenomen, TikTok, İklim değişimi olgularından hareketle küresel kapsamda çok sayıda takipçisi olan fenomenlerden popüler olanların TikTok'taki paylaşımları; küresel ısınma karşısında bilgilendiriciliği konusunda incelenmiştir. Çalışmanın örneklem evrenini oluşturan paylaşımlara ait verilen ekran görüntüsü ve izleyici sayılarını içeren nitel veriler aracılığı ile içeriklerin etkileşim düzeyleri ortaya koyulmaktadır.

Bu çalışmada TikTok fenomenlerinin iklim aktivizmi kapsamındaki içeriklerinin, TikTok kullanıcılarının iklim değişikliği farkındalık düzeylerine, iklim değişikliğine

yönelik perspektiflerine nasıl yansıdığı ve dijital aktivizm uygulamalarının hedef kitle ile iletişim kurma durumunun değerlendirilmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda TikTok platformu fenomenlerinin iklim değişikliği doğrultusundaki paylaşımlarının izlenme sayısının yüksek olmasının, TikTok kullanıcılarına yönelik iletinin aktarıldığını göstermektedir. Bunun yanında iklim değişimine dair paylaşımların yüksek görüntülenmesinin TikTok kullanıcılarının iklim değişikliğine yönelik farkındalığını artıracığı düşünülmektedir. Literatürde konuya istinaden çok sayıda çalışma olmasına rağmen daha spesifik olarak TikTok mecrasının ele alınması söz konusudur. TikTok fenomenlerinin iklim aktivizmine yönelik paylaşımlarının, TikTok kullanıcıları üzerindeki etkilerinin, farkındalık düzeylerinin, etkileşimlerinin değerlendirilmesi hedeflenmektedir. TikTok benzeri kullanıcı sayısı çok olan platform fenomenlerinin iklim konusundaki aktivizminin incelenmesi günümüzde iklim aktivizminin irdelenen sorunu olmasıdır.

Dijital aktivizm bağlamında Tiktok fenomenlerinin iklim değişikliği hakkındaki içeriklerinin incelemesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma, TikTok uygulaması üzerinden fenomenler tarafından paylaşılan içeriklerin, nitel veri analizi yöntemi olan içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilecektir. Veriler konunun güncelliği ve etkileşimin devamlılığı açısından çalışmaya katkı sunması için son üç yıllık zaman diliminde gerçekleştirilen paylaşımlar arasından tercih edilecektir. İklim değişikliğine yönelik en kapsamlı çalışmanın, bireysel ve toplumsal bilinçlenme olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bilgi paylaşım ve haberleşme aracı olarak TikTok uygulaması kullanılmasının dijital aktivizm bağlamında sunacağı faydalar üzerinde durulacaktır. Ayrıca yapılan alan yazın taramasında hem iklim değişikliği hem de sosyal medya kullanımına yönelik çok fazla çalışmanın olduğu fakat bu iki farklı konunun bir arada ele alınmadığı görülmektedir. Bu bağlamda gerçekleştirilen bu çalışma gelecek çalışmalara referans noktası olacağı düşünülmektedir.

2. Dijital Aktivizm Kavramı

Türk Dil Kurumu tarafından yayınlanan sözlükteki “aktivizm” kavramı; Türk Diline “etkincilik” olarak çevrilmiştir fakat alanyazında bu kavram birçok farklı şekilde tanımlanmaktadır (TDK Sözlük, 2024). Aidan Ricketts (2012, s. 104-107) aktivizmi toplumsal yapı içerisindeki bireylerin daha demokratik daha özgür bir yapı haline gelmesi için bilerek ve isteyerek gerçekleştirilen eylemler bütünü olarak tanımlamaktadır. Smith (2013, s. 1539-1552), aktivizmi toplumsal süreçlerde yaşanan olumsuzlukların aşılması için toplumsal grupların kurumlar üzerinde yaptıkları baskıların tamamı olarak ifade etmektedir. Searle-Chatterjee (1999, s. 262) ise bireyin aktivist olarak değerlendirilebilmesi için üç unsurun kabullenmeleri gerektiğini ifade etmektedir. Bu unsurlar şunlardır:

1. Birey kendisini tanımlarken eylemci ya da aktivist olarak tanımlamalıdır.
2. Aktivist birey/bireyler, bir amaç doğrultusunda, düzenlenen her türlü etkinliğe katılımcı olarak faaliyet göstermektedir.
3. Bireyin gerçekleştirdiği faaliyetlerin sonucunda kâr amacı gütmemesi, menfaat gözetmemesi gerekmektedir.

Yukarıda yapılan tanımlar, klasik aktivizm kavramını ifade etmektedir. Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler ve dijital değişimler gündelik hayatın her alanına girerek yaşamın bir parçası haline gelmektedir. Teknolojik gelişmelerin artması, kavramsal olarak birçok yapının değişmesine ve kavramlara yeni anlamların yüklenmesine yol açmaktadır. Bu bağlamda aktivizm kavramının da dijitalleşme süreci içerisinde farklılaşmalar geçirdiği görülmektedir.

Dijital aktivizm kavramı, tıpkı klasik aktivizm kavramı gibi birçok farklı tanımlamanın yapıldığı bir kavramdır. Guobin Yang (2009), dijital aktivizm kavramını, yeni iletişim araçları aracılığıyla ya da dijital platformlar temelinde gerçekleştirilen, tarafların güç eldesi için gerçekleştirdikleri eylemdir şeklinde tanımlamaktadır.

Aktivistlerin çaba göstermeksizin güç elde edemeyeceklerini ifade eden sosyal bilimci, dijital aktivizmin hedefinin de güç istenci olduğunu ifade etmektedir.

Aktivistler amaçları doğrultusunda değiştirmek üzere belirledikleri konu ya da konular hakkında iktidar, kurum ve güç sahiplerinin değişimi için hareket etmektedir. Hızla dijitalleşen günümüz şartlarında, fiziki olarak gerçekleşen hiçbir eylemin dijital dünyadan bağımsız olamayacağı görülmektedir. Dijital ortamlarda gerçekleştirilen paylaşımlar, ortaya koyulan içerikler, düzenlenen dijital kampanya ve protestolar fiziki eylemlerin de temelini oluşturmaktadır. Toplumsal süreç içerisindeki değişimlerin temelini oluşturan eylemler ve sokak hareketleri, gelişen teknoloji ile dijital ortamlara taşınmakta ve dijital aktivizm kavramı gittikçe önem kazanmaktadır (Nielsen, 2010, s. 181-196).

3. Dijital Aktivizmin Temelleri

Dijital aktivizm kavramı, isminden de anlaşılacağı üzere, dijital dönüşüm sürecinde oluşmaya başlamıştır ve gelişimi için dijital altyapının var olması gerekmektedir. Bu bağlamda dijital altyapının olduğu alanlarda dijital aktivizm kavramının da öne çıktığı görülmektedir. İnternet altyapısına dayalı olan dijital aktivizm, otoriter rejim ya da güç sahipleri tarafından bazı durumlarda uygulanan kısıtlamalar sebebiyle sekteye uğramaktadır. Dijital aktivizm kavramının gelişmesi için bir başka temel ise sosyal ve siyasi yapıdır. Demokratik yönetim anlayışını benimseyen toplumlarda dijital aktivizm kavramı sosyal değişim unsuru olarak kabul görülmekte iken, ekonomik olarak bağımlı ve demokratik gelişimini tamamlayamayan ülkelerin dijital aktivizmi bir tehdit olarak gördüğünü ve hem internet kullanımını kısıtlayıcı hem de baskıcı yöntemlere başvurabildiğini söylemek mümkündür (Turhan, 2017, s. 43-59).

Üzerine sıkça tartışmaların yaşandığı, sosyal bir fenomen olarak kabul edilen aktivizm; toplum eylem, dayanışma, kimlik sorunları gibi konuları, iletişimin kullanılarak çözülmesini amaçlamaktadır. Aktivizm için kolektif eylem ve benzer düşünenlerin birlikteliği önem arz etmektedir (Chon & Park, 2020, s.72-97). Dijital aktivizm kavramının anlaşılması için bu eylem kavramlarının tanımlanması ve anlaşılması gerekmektedir. Bu bağlamda çalışmanın daha anlaşılır olması için başlıca eylem tanımları Tablo 1’de verilmektedir (George & Leidner, 2019, s. 121).

Tablo 1. Dijital Aktivizm Tanımları

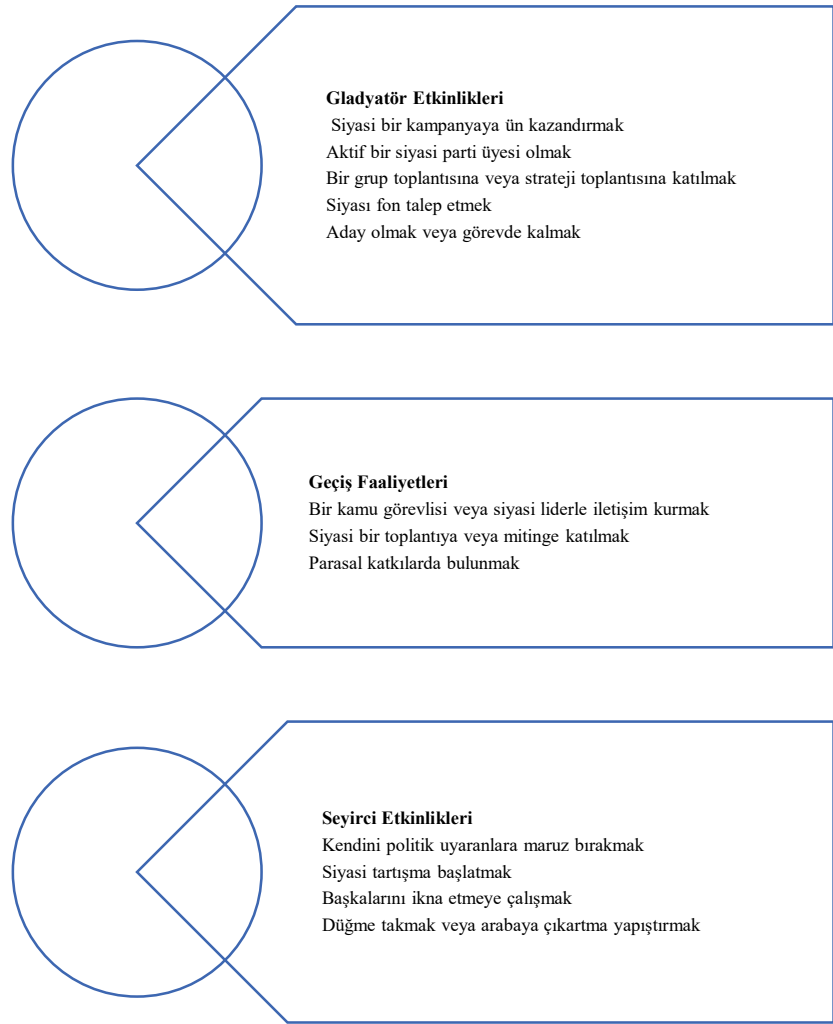
Kavramsal Adlandırma	Tanım	Kaynak
Toplu Eylem	Çıkarları paylaşan bir kuruluşa üye olarak kolektif hedefler belirlemek üzere gerçekleştirilmektedir.	Bennet & Segerberg, 2012
Bağlayıcı Eylem	Kişiselleştirilmiş bağlantıdan yararlanan toplu eylemler dijital sosyal ağlar tarafından sağlanmaktadır.	Bennett & Segerberg, 2012
Dijital Aktivizm	Dijital teknolojilerin aracılık ettiği toplumsal hareketlerdir.	Bennett & Segerberg, 2012
Sosyal Eylem	Sosyal değişimi teşvik etmek için gruplar veya birey tarafında gerçekleştirilen eylemlerdir.	McCarthy & Zald, 2003
Sosyal Aktivizm	Sosyal değişim yaratmak için harekete geçmektir. Sosyal aktivizm toplumun bir parçasıdır.	Baumgarder & Richards, 2010
Sosyal Değişim	Toplumsal hareketler tarafından toplumun yapıları ve işlevlerinin planlanmamış veya kasıtlı sosyal değişimidir.	Agarwal, Lim & Wigand, 2012
Sosyal Hareket Kuruluşları	Sosyal hareket organizasyonları veya toplumsal hareketlerin resmi ve resmi olmayan organize gruplarıdır.	Agarwal, Lim & Wigand, 2012
Toplumsal Hareketler	Ortak neden etrafında toplanan kolektif eylemlerdir.	McCarthy & Zald, 2003

Dijital dönüşüm süreci içerisinde, toplumun her kesimi yavaş ya da hızlı bir şekilde interaktif yeni medya ve sosyal ağların kullanımına geçiş yapmıştır. Toplumsal yapıda teknolojiye erişim ve dijital süreçlere dâhil olmak sosyal ağlar üzerinden mümkündür. Bu bağlamda bireyin kullandığı, cep telefonu, sosyal medya platformu ve kişisel bilgisayarı bir eylem aracına dönüşmektedir. Kendini aktivist olarak tanımlayan birey, aynı sosyal medya ortamlarında etkileşime geçtiği gruplarla aktivizm faaliyetini gerçekleştirmektedir (Karatzogianni, 2015, s. 117-122). Bu bağlamda, aktivizm kavramı, dijital aktivizm ile kitlelere daha hızlı ulaşılmasını sağlamak ve toplumsal hareketlerin yaşanmasına olanak sağlamaktadır.

4. Dijital Aktivizm Türleri

Toplumsal yapı içerisinde hareketliliğin ve değişimin temellerinden olan aktivizm repertuarının, dijitalleşme süreci içerisinde yaşadığı değişimler ortadadır. Aktivizmin geleneksel araçlarının yerini artık yeni iletişim araçları ve dijital eylem repertuarları ismi verilen yapıların aldığı görülmektedir. Dijital aktivizm çeşitli platformlarda farklı uygulamalarla kendini göstermektedir. Politik katılımın derecesini belirlemek için Lester W. Milbrath'ın geliştirdiği Siyasi Katılım Hiyerarşisi (Şekil 1) üzerinden, dijital aktivizmin kategorize edilmesini amaçlayan George & Leidner (2019), bu hiyerarşinin seçmelerini şu şekilde açıklamaktadır:

- Önceki siyasi ve sosyal hareket teorileri, 20. yüzyılın ikinci yarısındaki siyasi bozulmayı açıklamaya çalışan sonraki teorilerden daha genelleştirilmiş olma eğilimindedir.
- Bu model, geleneksel ve dijital etkinlikleri yalnızca farklılıklar değil aynı zamanda benzerlikleri de gösteren grafik yöntemde sınıflandırmak için bir araç sağlamıştır.
- Hiyerarşi, üst kademe faaliyetlerle karşılaştırıldığında kaç kişinin daha düşük seviyede faaliyetlere katıldığını göstermektedir. Böylece bireysel davranışlar için bir çerçeve sağlamaktadır.
- Milbrath'ın teorisinin ana noktası, en üst kademelerdeki katılımcıların hala daha düşük seviyedeki faaliyetlerle meşgul olmasıdır.



Şekil 1. Siyasi Katılım Hiyerarşisi (Kaynak: Milbrath, 1965, s. 117)

Milbrath, (1965, s. 146-151) tarafından ortaya koyulan kuramın, George & Leidner'in (2019) gerçekleştirdiği çalışma kapsamında, geçerliliğini hala koruduğu fakat gelişen teknoloji ve dijital dönüşüm ile toplumsal hareketler sırasında kullanılan araçların değişim gösterdiği belirtilmektedir. Bu bağlamda dijital aktivizm hiyerarşisinin ortaya koyulduğu görülmektedir.

Hiyerarşiye göre en tabanda, dijital seyirci aktiviteleri yer almaktadır. Bu aktiviteler klicktivism, meta-seslendirme ve açıklama şeklinde gruplandırılmaktadır.

Hiyerarşinin orta basamağında yer alan dijital geçiş aktivizmi türünde ise politik tüketicilik, dijital imza, botivizm ve e-financeman sağlama kavramları yer almaktadır.

Hiyerarşinin en üst basamağında ise aktivist olarak tanımlanan bireyler yer almakta ve gladyatör aktiviteleri olarak değerlendirilmektedir. Bu aktivizm türünün eylemlerinde ise veri aktivizmi, ifşa ve hacktivizm kavramları yer almaktadır.

Yukarıda açıklaması yapılan hiyerarşiye göre, alt basamaktan üst basamağa çıkıldıkça teknik bilgi ve beceri düzeyinin de arttığı görülmektedir. Bu bağlamda bu aktivizm türlerinin açıklanması ve tanımlarının yapılması çalışma kapsamında son derece önemli görülmektedir. Klicktivism ile ifade edilmekte olan aktivite türü, internet ortamında paylaşımı yapılan gönderileri paylaşmak, beğenmek ve etkileşim sayılarının arttırılması adına yapılan faaliyetleri ifade etmektedir. Halupka (2018) klicktivismin sahip olduğu yedi özellik üzerinde durmaktadır. Bu yedi özellik klicktivismin bir politik eylem ve aktivizm türü olabilmesi ve sistematik yaklaşılmasını sağlamaktadır:

- Çevrimiçi olmak
- Uzmanlık gerektirmeyen bilgilerin olması

- Dürtüsel olarak hareket istenci
- Taahhütsüz ya da sözleşme olmaksızın gerçekleşmesi
- Dağıtımının kolay olması
- Siyasi bir oluşumu meşgul etmesi ya da dikkatini çekmesi
- Bir eylem gerçekleştirme bilinci taşıması

Meta-seslendirme kavramının ilk olarak Majchrzak vd. (2013) tarafından kullanıldığı görülmektedir. Bu aktivizm türü, başka bir aktivist tarafından oluşturulan içeriğin paylaşılması, yeniden yayınlanması ve yorumlamasıdır. Meta-seslendirmesi türünde aktivizm gerçekleştiren birey, üretilip ortaya konulmuş içerik hakkında, fikir belirtimi yapabilmekte ve aktivizmin boyunu arttırmakta ya da üzerinde durduğu konuyu değiştirebilmektedir. Bu tür bir üst bilgi, diğer kullanıcıların içeriğin potansiyel değerini ve onunla etkileşim kurmaları gerekip gerekmediğini değerlendirmelerine yardımcı olabilmektedir (Liu-Thompkins vd., 2020, s. 394-410).

Açıklama aktivizm türü ise izleyiciler için hazırlanan, toplumsal hareketi ve dijital aktivizmi amaçlayan içerikleri ifade etmektedir. Dijital platformlarda aktivizm türleri arasında en fazla kullanılan açıklama türü, bireyin aktivizm sürecinde içerikler üretmesini ve dolaşıma girmesini sağlamaktadır (Schradie, 2011, s. 145-168).

Dijital geçiş aktivizmi türü; bireyin kendi görüşü bağlamında, tükettiği ürünlerin seçimi sırasında, kendi görüşünü tercih ederken karşıt görüşün ürünlerini boykot etmesi durumudur. Bu durum internet kullanımı ile her ürünün menşeinin öğrenilmesi ve aktivistlerin bu bağlamda çalışma yapması sebebi ile orta düzey aktivist olanların hem medya hem de tüketim davranışlarını değiştirmektedir. Dijital imza kampanyalarını barındıran bu tür, imza kampanyaları kapsamında yüksek düzey adanmışlık olmaksızın bireylerin taleplerini ön plana çıkarması açısından önemli görülmektedir (Yücel, 2020, s. 351-360).

Botivizm olarak ifade edilen aktivizm türünde ise Botivizm kelimesi, bot ile aktivist kelimelerinin birleşiminden oluşmakta ve sanal aktivisti tanımlamaktadır (George & Leidner, 2019). Bu tür içerisinde aktivistler, sanal ortamlarda üretilen botlar aracılığıyla eylemlerini gerçekleştirdiği görülmektedir. Botivist tür ile eylemcileri yapay zekâların yönlendirmesinden çevrimiçi trol saldırıları başta olmak üzere birçok yöntem gerçekleştirilebilmektedir. Dijital aktivizm açısından e-finance bir amaç doğrultusunda gerçekleştirilecek eylemlerin maliyetlerinin karşılanması için dijital ortamlarda finansman sağlama faaliyetidir. Ayrıca sanal ödeme hizmetleri çok hızlı büyüme modeli göstermesi ile kripto para birimleri de e-finance olarak kabul edilmektedir (Cerqueti vd., 2021, s. 1-5).

Gladyatör eylemler; dijital aktivizm türlerinden eylemin en somut halini ifade eden türüdür. Dijital aktivistlerin sıklıkla gündelik yaşam içerisinde de aktivizm içerisinde oldukları görülmektedir. Dijital aktivistler, veri aktivizmi türü ile sosyal platformların açık kaynak kodlu verilerine erişim sağlayarak etkileşim sağlayabilmekte ve platformların veri altyapıları ile büyük kitlelere ulaşabilecek içerikler ortaya koymaktadır. Ayrıca veri aktivizm türünün aktivistleri sosyal refah ve toplumsal düzen adına, veri hayırseverliği olarak nitelendirdikleri önemli ve ulaşılması güç verilerin sosyal platformlar ve internet aracılığı ile dağıtımını sağlamaktadır (Yücel, 2020, s. 351-383).

İfşa (Sızdırma) olarak adlandırılan aktivizm türü, "hacktivizm" olarak ifade edilen, kullanıcı bilgileri gibi şifrelerin elde edilmesi ile gizli olarak nitelendirilen içeriklere ulaşılması ve paylaşımın yapılmasını ifade etmektedir. "Hacklemek" olarak ifade edilen yöntem ile gerek politik gerek sosyal sorunlar hakkındaki gizli bilgilere ulaşım sağlanarak bu bilgiler paylaşılmaktadır. Sızdırma ile hacktivizmin farkı, sızdırma hacktivizme göre daha yasal sınırlılıklar içerisinde gerçekleştirilirken, hacktivizm hukuka aykırı fakat hukuk için faaliyet gösteren aktivizm türüdür (Karpf, 2010, s. 151-164).

5. Dijital Aktivizm ve Yeni Medya

Gelişen teknoloji ile birlikte gerçekleşen dijitalleşme süreciyle birlikte gelişen yeni medya kavramı ve bu medyanın sosyal platformlarında yapılan aktivizm hareketleri, politik tepki alanı olma özelliği göstermektedir. Haberleşme teknolojileri ile internet ağ altyapısının gelişimiyle sosyal medya araçları, insanlar için eşit şartları oluşturmayı hedeflemektedir. Bunun yanında insanların duygu ve düşüncelerini özgürce ifade edebildikleri alanlar haline gelmesini sağlamaktadır. Haberleşme araçları ile internet ağ altyapısının gelişimiyle sosyal medya kullanımı artmıştır. Bundan dolayı sosyal medya insanların eşit şartlar elde etmeyi hedeflediği, düşüncelerini özgürce ifade edebildikleri alanlar haline gelmiştir. Bunun yanında insanlar arası etkileşimin kurulmasını ve iletişimin hızlanmasını sağlamaktadır. Günümüzde sosyal medyanın kullanımı artmış ve insanların farklı dijital kimlikler oluşturmaya olanak sağlamıştır. Bu doğrultuda sosyal medya dijital aktivizmin parçası haline gelmiştir (Durmuş & Gezgin, 2021, s. 31-67).

Yeni medya aktivizm süreci, içeriğinin dinamik ve hızlı yapısıyla insan etkileşimine olanak sağlamaktadır. Ayrıca aktivizm sürecinde aktivistlerin yönlendirmesi ile kanalize edilmesine katkı sağlamaktadır. Yeni medya aygıtları, mekân ve zaman fark etmeksizin bağlantının bulunduğu her alandan iletişim kurarak yönlendirme ve yönetme süreçlerine katılabilmektedir (Manovich, 2002, s. 117). Morozov (2011, s. 18-24) "Aktivizm ve Yeni Medya" isimli çalışmasında, yeni medya materyallerinin aktivistler tarafından kullanımının faydalarını şu şekilde sıralamaktadır (Meriç, 2012, s. 221-230):

- Gerçek bilgilere erişebilme,
- Toplumsal olayları medyaya taşıyarak, kullanıcıların ilgisini çekme,
- Kullanıcılara kullanım kolaylığı sağlama adına eğitici içerikler oluşturma,
- Otorite sahibi ile toplumsal yapı arasında temas kurabilme,
- Yeni aktivistler bulma ve etkileşime geçme,
- Eylem planları konusunda hızlı karar alma ve yeni eylem yöntemleri geliştirme,
- Başka sivil toplum kuruluşları ve aktivizm grupları ile etkileşim kurarak belge, bilgi ve strateji paylaşabilme.

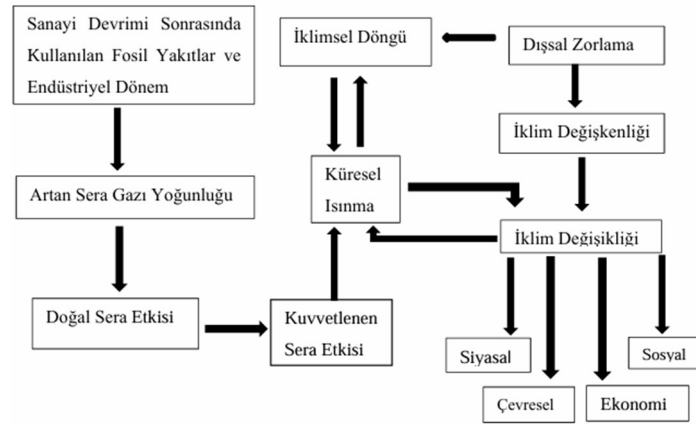
5.1 İklim Değişikliği

Yüzyıllar boyunca doğa ile iç içe yaşayan insan, özellikle 18. yüzyılda yaşanan Sanayi Devrimi, yaşanan nüfus artışları gibi sebepler neticesinde daha fazla hammadde ve enerji ihtiyacı içerisine girmiştir. Bundan dolayı insanların doğal kaynak kullanımındaki dikkatsizliği ile evreye yönelik doğa krizleri oluşmaktadır. Dünyayı etkileyen iklim değişimleri oluşmaktadır (Başoğlu, 2014, s. 175-196). Bunların sonucunda, iklim üzerinde geri dönüşü olmayan sorunların yaşanacağı öngörülmektedir.

İklim değişikliği, 1992 yılında Brezilya'nın Rio de Janeiro kentinde düzenlenen Rio Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda imzaya açılan ve ülkelerin onayı ile 21 Mart 1994 tarihinde yürürlüğe giren Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'nde (United Nations Framework Convention on Climate Change [UNFCCC]) tarafından doğrudan insan faktörünün ya da dolaylı olarak doğal faktörlerinin etkili olduğu, atmosferdeki doğal sera etkisini değiştiren ve iklimde karşılaşılabılır zamanlarda gözlemlenebilen değişiklik olarak ifade edilmektedir. İklim değişiminde güneşten dünyaya gelen sıcaklık oranı da dünyadaki hareketlenmelerin neden olduğu, doğal kaynakların yoğun kullanımı, karbon ayak izinin artması, gereksiz enerji kullanımı gibi insanların etkili olduğu görülmektedir (Kurnaz, 2019). Fakat bunlar arasında en etkili olan, sera gazı olarak ifade edilen ve fosil yakıtların kullanımı ile ortaya çıkan gazlardır.

Atmosferde bulunan bu gazlar; Azot (N) (%78,08), Oksijen (O₂) (%20,95) ve diğer gazlardan (%1) [Su Buharı (H₂O), Karbondioksit (CO₂), Metan (CH₄), Diazot Monoksit (N₂O) ve Kloroflorokarbonlar (CFC₅) ve Partiküller (duman ve kurum) (O₃)] oluşmaktadır (Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2018). Bu gazların yanında insan etkisiyle sera etkisi oluşturan gazların doğaya salınımı, atmosfer dengesinin bozulmasına neden olmaktadır. Oluşan sera etkisi bu gazların tekrar dünyaya dönmeye neden olmaktadır

(Kurnaz, 2019). Bu durum sıcaklık dengelerinin bozulmasına neden olmaktadır ve böylece dünya üzerinde sıcaklık artışı gözlemlenmektedir.



Şekil 2. İklim Değişikliğinin Evreleri ve Etkilendiği Alanlar (Kaynak: Başoğlu, 2014)

İnsan faaliyetleri sonucu meydana gelen sera gazının artması, dünya üzerinde ilk başta sıcaklığı, sonrasında yağışları ve tüm iklimsel süreçleri etkileyerek dünya üzerindeki tüm canlı yaşamı için tehlike oluşturmaktadır. Bu durum mevcut popülasyonun azalmasına ve insan için temiz gıda ve su ihtiyacının meydana gelmesine sebep olacaktır. Bu bağlamda sera gazı salınımının azaltılması, yaşam alanlarının ve dünyanın korunması adına son derece önemlidir (Demir, 2009, s. 37-54).

5.2. İklim Değişikliği Farkındalığının Önemi

Farkındalık kavramı; farkında olma durumu, görülmesi ya da bilinmesi gereken şeylerden haberdar olmak, kavranması gereken bir şeye dikkat etmek anlamına gelmektedir (TDK, 2024). İklim değişikliği ile mücadele edilebilmesi için önemli olan kavramların başında iklim değişikliğinin farkında olmak gelmektedir. İklim değişimine karşı alınacak önlemlerin temelinde toplumun bu etkiler karşısında eğitilmesi, sosyal, çevresel, ekonomik konulara yönelik farkındalığın artırılmasıdır (Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2018).

Alanyazın incelendiğinde, iklim değişikliği üzerine gerçekleştirilen sosyal bilim çalışmaları sıklıkla toplumların farkındalığının ölçülmesi ve alınabilecek önlemlerin önerilmesi konuları üzerinde durmaktadır. Çalışmaların sonuçlarına bakıldığında, iklim değişikliği konusu hakkında bireylerin ve toplumun bilgilendirilmesi gerektiği ve bu bağlamda farkındalıklarının artırılmasına yönelik çalışmaların yapılması gerektiği vurgulanmaktadır (Yörük & Akpınar, 2023, s. 17-25.; Biçer & Vaizoğlu, 2015, s. 30-43; Odacı vd., 2022, s. 690-691; Yavuz, 2023, s. 46-62).

İklim değişikliği konusu yaratacak olduğu etkileri düşünüldüğünde son derece önemli ve üzerinde durulması gereken bir konudur. Bu konu hakkında duyarsız olmak, yakın gelecekte yaşam alanlarının daralmasına ve dönüşü olmayan bir yok olma sürecine doğru ilerlenmesine sebep olacaktır. Yapılan çalışmalarda iklim değişikliği farkındalığının artırılmasının önemi vurgulanmaktadır. Bu noktada eğitim kurumları, sivil toplum kuruluşları ve medyanın önemi oldukça fazladır (Kırdı vd., 2023, s. 404-417). Bu bağlamda dijital süreçler içerisine girilmiş olan günümüz şartlarında, dijital unsurlar ve sosyal medyanın iklim değişikliği konusunda farkındalık oluşturma amacı ile kullanılması oldukça yararlı görülmektedir.

5.3. İklim Değişikliğinin Etki ve Sonuçları

İklim değişikliği kavramının sadece sıcaklık artışı bağlamında değerlendirilmesi konunun ciddiyetinin anlaşılmasını zorlaştıracaktır. İklim değişikliği ya da iklim krizi; sıcaklık artışı ile birçok doğal felaketin tetikleyicisi durumunda görülmektedir. Dünya

üzerindeki yaşama ve ekosistemde oluşturduğu etkiye bakıldığında, iklim değişikliğinin zararları, harekete geçilmeyen her geçen gün artarak çoğalmaktadır.

İklim değişikliğinin sonuçları, tüm gezegeni etkileyecek ve dünya üzerinde büyük sorunlara yol açacaktır fakat bazı bölgeler bu durum karşısında daha dezavantajlı konumdadır. Sıcaklık ortalamalarının 2100 yılına kadar 4,5 santigrat derece artacağı tahmin edilmekte ve bu artış 2 santigrat derece altına düşürülmediği takdirde nem oranına bağlı sıcaklıkların artacağı ve kurak bölgelerin ise daha fazla ısınacağı tahmin edilmektedir. Küresel ısınma ile toplumsal sağlık sorunları arasında olan AİDS, açlık gibi sorunların artan sıcaklık ve tarım alanlarının kuruması sonucunda yükseleceği ve insan soyunun tehlike altına gireceği öngörülmektedir. Özellikle sıcaklık artışının çok fazla yükseleceği Afrika Kıtasında yaşayan toplulukların iklim değişikliği bağlamında bilgilendirilmesi son derece önem arz etmektedir (Başkaya, 2020, s. 175-196).

İklim değişikliğinden büyük ölçüde etkileneceği düşünülen Asya kıtasında ise sıcaklıkların 10 ile 12 derece arasında artış göstereceği öngörülmektedir. Yükselen sıcaklıklarla birlikte artan yağışların ve değişikliklerin etkisi sonucu deniz seviyesinin yaklaşık 3 cm yükselmesi beklenmektedir. Yerleşim alanı olarak kıyı bölgeleri tercih eden özellikle Güney Asya toplumlarının iklim değişikliğinden oldukça fazla etkileneceği düşünülmektedir (Spence, 2007, s. 140).

Günümüzde sosyal medya ve internet tabanlı uygulamaların oldukça sık kullanıldığı ve geleneksel medyadan daha güçlü hale geldiği görülmektedir. Bu bağlamda birey ve toplumlarda farkındalığın arttırılması adın sosyal medya platformları daha aktif olarak kullanılmasıyla aktivistlerin sosyal medya platformları sayesinde hedeflerine daha hızlı ulaşabilecekleri düşünülmektedir. Gerçekleştirilen çalışma, TikTok özelinde, fenomenlerin paylaşımlarının değerlendirilmesi ve iklim değişimi konusundaki paylaşımlarının değerlendirilmesini içermesinden TikTok uygulaması hakkında bilgi verilmektedir.

6. TikTok

Günümüzde yaşanan dijital dönüşüm süreci ile bireylerin sosyal etkileşimini sosyal medya platformları aracılığı ile gerçekleştirme eğilimi içerisine girdikleri görülmektedir. Günümüzde sıklıkla kullanılan başlıca sosyal medya platformları arasında yer alan TikTok uygulaması; kullanıcıların oluşturdukları profil aracılığı ile ürettikleri içerikleri özgürce paylaşabildikleri ve diğer insanlarla herhangi bir kısıtlama olmaksızın etkileşim kurabildikleri bir platformdur. TikTok uygulaması, kullanım farklılıkları ve amaçları sebebi ile sık sık mahremiyetin korunmasını engellediği ve toplumsal ahlaki olumsuz etkilediği konusunda eleştirilmektedir (Shearer & Grieco, 2019, s. 14-21).

Bireyin gündelik yaşam pratikleri arasına girmiş ve bireyin haber alma ve hareket etme alışkanlıklarını değiştirmiş olan sosyal medya platformları; özellikle Y ve Z kuşağı olarak ifade edilen 20 ile 35 yaş arasındaki bireylerin haber alma ve etkileşim içerisine girme davranışlarının belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Reuters Digital News Report, 2021). TikTok uygulaması; telefon ve bilgisayarlardan rahatça kullanılması başta olmak üzere, görsel efektler, ses efektleri, profesyonel olarak video düzenleyebilme imkânı gibi avantajları sebebiyle sıklıkla kullanılmakta olan bir sosyal platform olma özelliği taşımaktadır. Geleneksel medyanın daha önce gerçekleştirdiği yönlendirme ve otoritelere hizmet etme sebeplerinden dolayı duyulan medyaya güvenin azalması, özellikle gençler arasında sosyal medya kullanımını arttırmıştır. Medya kuruluşları bu bağlamda sosyal medya platformlarında kullanıcı üyeliği oluşturarak teknoloji ve format değişimine yönelmiş, haber içeriklerini özgün, dikkat çekici, anlaşılır ve keyifli bir şekilde sunabilme anlayışı geliştirmiştir (Kalogeropoulos, 2019, s. 54-59).

TikTok uygulamasını diğer sosyal medya platformlarından ayıran birtakım özellikleri bulunmaktadır. Bu özelliklere TikTok'un görsel uygulama olması, insanların sosyal medya uygulamalarına oranla hızlı ve farklı algoritmasının bulunması, güncellemeler ile sık yenilenmesi, sonsuz video içeriği sunması örnek verilebilmektedir. Ayrıca TikTok uygulamasının "hikâye" olarak adlandırılan 15 saniyelik videolarının

sürekli “keşfet” aracılığı ile tüm kullanıcılara sunulması, birey üzerinde 15 saniyelik ünlü olma hissi de uyandırmaktadır (Cervi & Marín-Lladó, 2021, s. 300-403).

6.1 TikTok’un Haber Mecrası Olarak Kullanımı

Sosyal medya uygulamalarının kullanımının artması kitle iletişim araçlarının şekil değiştirmesine ve kitle medyasında önemli değişikliklerin oluşmasına sebep olmaktadır. Nieborg & Poell’un (2018) “platformlaşma” olarak isimlendirdiği bu süreçte, geleneksel medya ve sosyal medya platformları arasında kitlelerin paylaşıldığı ve sosyal medyaya olan bağlılığın arttığı görülmektedir (Ekström & Westlund, 2019, s. 259-270). 2016 yılında Çin merkezli ByteDance isimli şirket tarafından oluşturulan TikTok uygulaması, kullanıcıların şarkı söyleme, dans etme, şaka yapma gibi çeşitli konularda içeriklerini oluşturabildikleri ve bunu diğer kullanıcılar ile paylaşabildikleri animasyon ve video düzenleme araçlarını geliştirerek ortaya koyulmuştur (Cervi & Marín-Lladó, 2021, s. 300-403).

2018 yılında "Musical.ly" uygulaması ile birleşerek faaliyetlerini sürdüren TikTok, Covid-19 dönemindeki sokağa çıkma yasakları sonucunda aktif kullanıcı sayısını bir milyara ulaştırmış ve yıllık gelirini %45,7 oranında artırarak 1,9 milyar dolara çıkarmıştır. Demandsage (2025) tarafından düzenlenen çalışmada TikTok’un toplam kullanıcı sayısının 2,05 milyar civarında bulunduğu aktarılmış ve 2025 yılı sonuna kadar TikTok kullanıcı sayısının 2,14 milyara ulaşmasının beklendiği belirtilmiştir (Demandsage, 2025, s. 1). Kullanıcı sayısındaki bu hızlı artış ve bireylerin geleneksel medyadan uzaklaşması nedeniyle, BBC, Radio 1 ve Teen Vogue gibi kuruluşlar başta olmak üzere, NBC News ve The Washington Post gibi kurumsal medya kuruluşları, farklı platformlardan edindikleri izleyici kitlesini TikTok hesaplarına yönlendirmekte ve uygulama üzerindeki etkileşimlerini artırmayı hedeflemektedir (Schmidt, 2019).

TikTok uygulamasının sosyal medya platformları arasında sıkça kullanılan ve takip edilen bir uygulama olmasının başlıca sebepleri aktarılmak istenen haberlerin özet manşetler şeklinde sunulmasına imkân verilmesi, gazete okumayan kitle için farklı anlatı tekniklerinin uygulanması, takipçilerin ilgilerinin artması için sürekli yeni ve farklı paylaşımların yapılması, haber formatları ile bu kanalın sunduğu imkânların birleştirilmesi olarak sıralanabilmektedir. TikTok haberciliğinde basit, ilgi çeken ve eğlenceli olan haberlerin sunumu sırasında, gerçek bilginin sunulması ve pozitif duygunun oluşturulması unsurlarına dikkat edilmelidir (Harcup ve O’Neill, 2017, s. 1470-1488).

Gerçekleştirilen çalışma kapsamında alanyazın incelendiğinde TikTok uygulamasının, haber yayma amacı ile kullanılmasına yönelik gerçekleştirilen araştırmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda gerçekleştirilen çalışmalardan Vázquez-Herrero, Negreira-Rey & López-Garcí,’nin (2020, s. 1-19) farklı ülkelerin TikTok hesaplarına yönelik analizlerinde medya kuruluşlarının, TikTok’a uygun haber içeriği ürettiği, güncel akım ile üretim türlerinden yararlanarak klasik haber formatı ile bütünleştirdikleri belirlenmiştir. Çiçeklioğlu & Ünal (2021, s. 69-98) ise 60 farklı medya kuruluşunun TikTok hesabının incelenmesi sonucunda, yüksek kullanıcı etkileşimi sağlayan kitlesel medya kuruluşlarının, platforma özgü içerikler üreterek haber formatında çeşitlilik sağladıklarını ortaya koymuştur.

7. İlgili Araştırmalar

Şıvgın & Afacan (2020) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya üzerinden iklim değişikliği üzerine yapılan çalışmaların son derece etkili olduğu yönünde sonuçlara ulaşılmıştır. Sosyal medya üzerinden başlatılan #FridaysForFuture ve #Climatestrike etiketleriyle yapılan paylaşımların yaygınlaşmasıyla birçok kişinin farklı konumlarda kendi parlamento ve belediye binalarının önlerinde protesto eylemleri yaptıkları gözlemlenmiştir.

İklimin projesinin internet üzerinden yaptığı bir ankette ulaşılan sonuca göre yaklaşık 3 aylık bir süre zarfında bile iklim değişikliği çalışmalarında beklenen ya da gelinmesi gereken ilerleme noktasında olunmadığı anlaşılmıştır (Haber, 2020).

Yücel & Özkan (2018) tarafından yapılan çalışmada fen bilimleri öğretmen adaylarından oluşan 56 kişilik bir gruptaki akademik örnekleme genel itibarıyla daha sözel sosyal mecraların takip edildiği de göz önünde tutularak çevre sorunu algıları yeterli düzeyde bulunamamıştır. Buradan hareketle görsel ve videoya dayalı sosyal medya içeriklerinin daha dikkat çekici olduğu söylenebilir.

Engindeniz & Şener (2023) tarafından yapılan çalışmada ise sosyal medya fenomenlerinin kullanıcıların tüketim alışkanlıkları ve tercihlerinde bile etki sahibi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Son dönemlerde fenomenlerin iklim değişikliğine dikkat çekmek amaçlı yenilenebilir tüketim alışkanlıklarını teşvik etmesiyle kullanıcıların tercihleri de bu doğrultuda etkilenmiştir. Bu nedenle sosyal medya iklim değişikliği konusunda bilinç kazandırma açısından oldukça verimlidir sonucu gözlemlenmiştir.

Castells (2013) yazmış olduğu İsyan ve Umut Ağları adlı kitapta internetin global anlamda bir bağlantı oluşturduğunu ve ufak bir kıvılcımla alevlenen toplumsal hareketin aynı bir virüs gibi hızla yayıldığını dile getirmiştir. İlk olarak insanların eğlenmesi ve sosyalleşmesi için ortaya çıkan sosyal medya platformlarının süreç içerisinde insanların örgütlenerek bilinçlendiği toplumsal hareketlerini gerçekleştirdikleri bir yer haline gelmiştir.

Görkem (2016) ise çalışmasında dijital aktivizmdeki taktiklerin; blog içerikleri üretme, Twitter, Instagram gibi sosyal mecralardan paylaşımlar yapma ve kendi internet gazetelerini oluşturma gibi durumlardan oluştuğunu ve bu taktiklerin kitlelere ulaştırılabildiğini saptamıştır. 23 Temmuz 2023 tarihinde Elon Musk, Twitter'ı satın alarak bu platformun ismini "X" olarak değiştirmiştir (Doğa Sigorta, 2023, s. 1).

Haslem (2022), Tiktok uygulamasının 2020'de ABD'de sosyal adalet aktivizmi ile giriş düzeyi demokrasi adına anlamlı ve etkili bir araç niteliğinde değer taşıma durumunu değerlendirmektedir. Çalışma içerisinde iki vaka çalışması ile içerik oluşturucular ile gerçekleştirilen görüşme verileri kullanılmıştır. TikTok fenomenleri tarafından dijital sosyal kampanyaların kolaylaştırılması için nasıl kullanıldığına yönelik görüntülere yer verilmiştir. Çalışmada dijital aktivizm şeklinin meşruiyetinin desteklenmesi hedeflenmiştir. Algoritma karşısında strateji geliştirmenin, TikTok ve Instagram benzeri sosyal medya platformlarında yaygınlaştırıcı etki gösterdiği belirlenmiştir. Oluşan baskı karşısında direnç gösteren kullanıcıların, direnç oluşturmak için aynı üretim tekniklerini kendi lehine kullanmak için manipüle ederek platform karşısında direnç oluşturduğu belirlenmiştir.

Rafiee (2023) tarafından yapılan çalışmada dijital aktivizmin artışının bilgi erişimini demokratikleştirmesi değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Çalışma sonucunda metin odaklı platformlardan TikTok ve Instagram benzeri görüntü odaklı video merkezli platformlara geçişin değişimi tetiklediği belirlenmiştir. Değişimin, sadece teknolojik yönelimlerdeki değişimleri değil, çatışmaların, sosyal problemlerin ve krizlerin dijital dönemdeki etkilerini de gösterdiği dikkat çekmiştir. Yapılan çalışma dijital ekosistemde etkinlik kazanana aktivizmin güç kazandığını göstermiştir. Geçi sürecinin karmaşık yapısını ve sonuçlarının değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Çalışma sonucunda Instagram ve TikTok benzeri platformlar tarafından kullanılan aktarım yapıları ile görsel stratejilerin sadece aktivist iletilerinin yayılmasını sağlamadığı, iletinin paylaşımı ile duygusal ve etik etkilerini sürekli hale getirdiği belirlenmiştir.

Abbas vd. (2022) tarafından yapılan çalışmada çevrimiçi aktivizm literatürünün genişletilmesi adına TikTok'un değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Yaratıcı mikro videoların politik ve sosyal hususlar çevresinde momentum oluşturma ve fikirleri şekillendirme hususunda nasıl bir güç olabileceği değerlendirilmektedir. TikTok paylaşımlarında yer edinen temel iki hususun aktivizmi tanıtmak için hastag kullanımı ve doğrudan politik içerikler olduğu belirlenmiştir. TikTok intifadası esnasında yararlanılan kaynaklar arasında kalıcılık, ilişki ve düzenlenebilirlik olduğu görülmüştür.

Çalışma sonucunda genç neslin platform imkânları ile bir hedef doğrultusunda içerik oluşturma ve yayma ile farkındalık oluşturabileceği, harekete geçme ve geçirme çağrısında bulunabileceği belirlenmiştir.

Gitomer vd. (2024) tarafından yapılan çalışmada TikTok uygulamasında gençlik aktivizminin değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Çalışmada sosyal medya hareketlerinin genç kuşakların kişisel motivasyonlarını, duygu ve deneyimlerini dolaşım ile etkilediği, oluşturduğu ve güçlendirdiği belirlenmiştir. TikTok'un aktivist kampanyalarda başarılı araç niteliği kazandığı görülmüştür. Kişiselleştirilmiş iletişimin güçlü bağlar ile gerçekleştirilmesini sağladığı ve çevrimiçi katılımlar kapsamında kişinin kendisini ifade ettiği görülen temel kullanıcı tabanını desteklediği görülmüştür.

8. Dijital Aktivizm Bağlamında TikTok Fenomenlerinin İklim Değişikliği Hakkındaki İçeriklerinin İncelemesi

8.1. Araştırmanın Problem Durumu

Bu çalışmada dijital aktivizm bağlamında Tiktok fenomenlerinin iklim değişikliği hakkındaki içeriklerinin incelemesi üzerine gerçekleştirilen bu çalışmanın temel problemleri; iklim değişimi sorununa dair gerçekleştirilen paylaşımların bilinçlendirmeye yönelik olup olmadığı, iklim değişikliği bağlamında toplumu bilgilendirmek için paylaşım yapılma durumu ve günümüzde bireylerin davranışlarını şekillendiren TikTok fenomenlerinin iklim değişikliğini engelleme açısından oluşturduğu içeriklerin etkileşim seviyelerinin değerlendirilmesidir.

8.2 Araştırmanın Amacı

X, Facebook, Instagram gibi platformlardaki paylaşımlara nazaran TikTok platformundan gerçekleştirilen dijital aktivizm paylaşımlarının bulunup bulunmadığı ve bulunuyor ise hangi şekilde gerçekleştirildiğinin değerlendirilmesi hedeflenmektedir. Dijital aktivizm bağlamında TikTok fenomenlerinin iklim değişikliği hakkındaki içeriklerinin incelemesini hedefleyen bu çalışmada, küresel bir sorun haline gelen iklim değişikliğine yönelik toplumu ve bireyleri bilgilendirmesi hususunda fenomenlerin yaptıkları paylaşımların iklim değişikliği bağlamında incelenmesi amaçlanmaktadır.

8.3 Yöntem

Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Nitel araştırma, bireylerin algılarını ve olayları, doğal ortamları içerisinde bütüncül ve derinlemesine bir yaklaşımla incelemeyi amaçlayan bir yöntemdir. Gözlem, mülakat ve doküman incelemesi gibi nitel veri toplama tekniklerine dayanmaktadır. Sayısal olmayan verilerin sistematik bir biçimde toplanması ve analiz edilmesi sürecini içerir. Araştırma konusu karmaşık, hassas ya da geleneksel nicel yöntemlerle ölçülmesi güç olan sosyal etkileşimler ve süreçlerle ilgiliyse, nitel yöntemlerin kullanımı daha uygun ve etkilidir.

8.4 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini, sosyal medya platformu TikTok'ta iklim değişikliği konusunda içerik üreten kullanıcılar oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme nitel araştırma yöntemlerinden biri olan, amaçlı örnekleme yöntemi ile oluşturulmuştur. Amaçlı örnekleme, araştırmacının çalışmaya dâhil edilecek bireyleri kendi değerlendirmelerine dayanarak seçtiği bir örnekleme tekniğidir. Çalışmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak tanır. Örneklemi, amaçlı örnekle yöntemi ile seçilen ve iklim değişikliğine yönelik farkındalık oluşturmayı amaçlayan içerikleriyle dikkat çeken TikTok fenomenlerinden oluşmaktadır. Seçilen fenomenlerin içerikleri yüksek etkileşim almış, çevresel mesajlar içermiş ve farklı coğrafi bölgeleri temsil eden örnekler üzerinden belirlenmiştir. Bu sayede, iklim değişikliği konusundaki sosyal medya temelli iletişim biçimleri derinlemesine incelenmiştir.

8.5. Veri Toplama Süreci

Bu araştırmanın verileri yaygın kullanılan sosyal medya platformları arasında yer alan TikTok üzerinden elde edilmiştir. Bu çalışma TikTok fenomenlerinin iklim değişikliği hakkındaki içeriklerinden en fazla etkileşim alan ve izlenme sayısı yüksek olanlar ile sınırlanmıştır. Bunun nedeni, TikTok uygulamasındaki paylaşım şekillerinin diğer birçok platformdan farklı olarak metin ağırlıklı değil, görsel paylaşımlara yer vermesidir. Facebook, X, Instagram gibi sosyal medya platformlarının ağırlıklı metne odaklanması, TikTok'un görsel içeriklerinin ön plana çıkmasına neden olmaktadır. TikTok platformunda görsel içerikler ile videoların ağırlıkta olması, kullanıcıların TikTok platformuna yönelme sebepleri arasında yer almaktadır. Bunun yanında görsel içeriklerin okuma-yazma bilmeyen, farklı dilde konuşan kişiler için de anlaşılma olanağı sunması, paylaşım ve içeriklerin daha geniş çevrelerce bilinmesine ve tüketilmesine olanak sağlamaktadır.

8.6 Veri Analizi

İçerik analizi yönteminin teknik kısmı ise araştırmacının içgörüsüne, yaklaşımına, konusuna göre farklılaşan özgün tekniklerden meydana gelmektedir. Bu çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, Modern dönemde psikoloji, sosyoloji, iletişim bilimleri, dil gibi alanlarda bilimsel süreci kapsayan, yorumlanabilir doğru sonuçlar üretmeyi hedefleyen yöntemdir (Aziz, 2015, s. 131-132).

8.7. Bulgular

Çalışma kapsamında TikTok fenomenlerinin hesapları incelenerek iklim değişikliğini engellemeye ve farkındalık yaratmaya yönelik yapmış olduğu paylaşımlar tespit edilmiştir. Bu fenomenleri, iklim değişikliği bağlamında yapmış oldukları paylaşımların içerisinde en fazla etkileşim alan içeriklerin, nitel analiz yöntemleri arasında veri analizi olarak kabul gören içerik analizi yöntemi kullanılmaktadır. Çalışma kapsamında örnekleme oluşturan veriler ve verilerin ulaştığı insan sayıları aşağıdaki gibidir:



Şekil 3. Deemseditx isimli Kullanıcının İklim Değişikliği ile İlgili İçeriğinin Ekran Görüntüsü

- Deemseditx: (12,5 milyon beğeni) “READ CAPTION FOR EXPLANATION!! Yesterday morning president Biden has officially approved The Willow Project. They will be drilling oil and gas in alaska, this project will produce enough oil to generate 239 million metric tons of carbon dioxide. This does not mean that we don't have a chance to solve climate change anymore, we can still do whatever we can to make it less worse. It's not the end of the world, but we have to

do whatever it takes to save it.” notu ile paylaştığı videonun izleyici sayısı 13 milyonun üzerindedir.

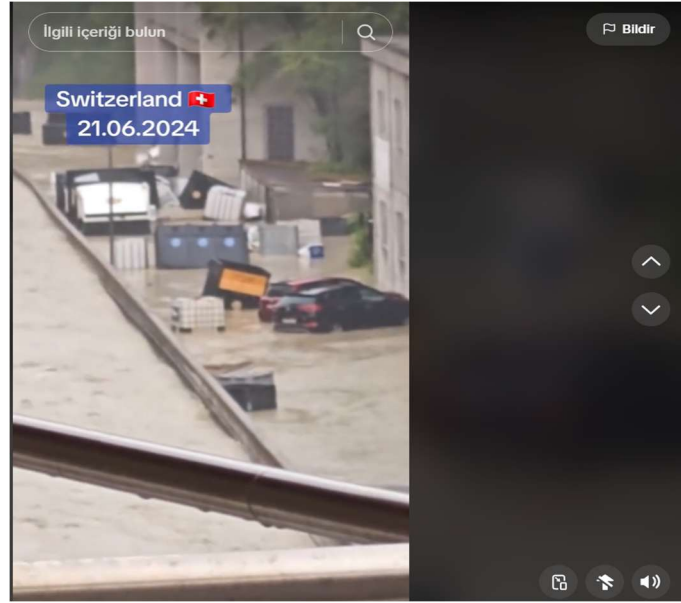


Şekil 4. Mrbeast Kullanıcı İsimli Fenomenin İklim Değişikliği ile İlgili Yaptığı Paylaşımın Ekran Görüntüsü

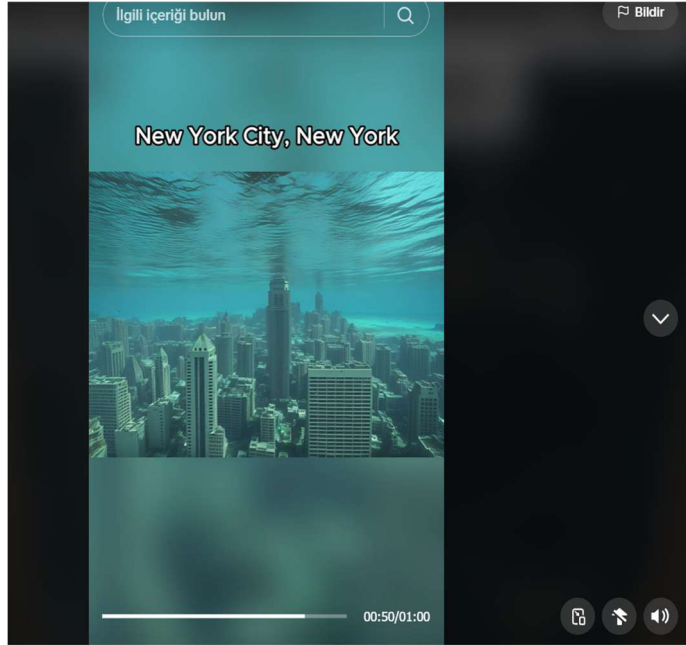
- Mrbeast: (93,2 milyon takipçi) çektiği okyanus temizliği videosunu “we’re almost halfway to our goal of 30M pounds of trash removed from the ocean! Please keep donating 🍷 #TeamSeas @markrober” notu ile paylaşmış ve videoyu 22 milyondan fazla kişi izlemiştir.



Şekil 5. Jovanni858 İsimli Tiktok Fenomeninin Sert Geçen Kış Koşullarına ve Afetlere Yönelik Paylaşımı



Şekil 6. planetpulse5 İsimli İsviçreli TikTok Fenomeninin İsviçre’de Yaşanan Sel ve Su Baskınlarına Dair Video İçeriğinin Ekran Görüntüsü



Şekil 7. Time_machine_ai İsimli Tiktok Kullanıcısının Paylaşımı

Tablo 2. TikTok Fenomenlerinin İklim Değişikliği ile İlgili İçerikleri

Fenomen ve İçeriğinin İzlenmesi	Görsel	Anlatı
Deemseditx / 13.1M	Videoda kutup ayıları doğal yaşam alanlarında gösterilmektedir.	Alaska ve Arktik Okyanusu'nda petrol sondajının engellenmesi ve sınırlandırılması ile foklar, balinalar ve kutup ayıları için doğal yaşam alanlarının korumaya alındığı ve bu bağlamda iklim değişikliğine destek olunduğu anlatılmaktadır.
Mrbeast / 22.5 M	Videoda iki kişi sahilde bulunan çöpleri temizlemektedir ve daha sonrasında sahilin temiz halini mutlu bir şekilde göstermektedirler.	Sahillerin, denizlerin ve okyanusların kirlenmemesine dair bir farkındalık mesajı verilmeye çalışılmaktadır.
Jovanni858 / 22.5 M	Videoda atların soğuk hava şartlarındaki durumları aktarılmaktadır.	Değişen iklim koşullarından hayvanların olumsuz etkilendiği vurgulanmaktadır. Bu durum hayvanların değişen iklim koşullarına adaptasyonunu zorunlu hale getirmektedir. Video bağlamında hayvanları koruma ve iklim değişikliğiyle mücadeleyle teşvik sağlanmaktadır.
Time_machine_ai / 10.6 M	Video içeriğinde iklim değişikliğinden kaynaklı yakında su altında kalacağı düşünülen alanlar gösterilmekte ve yapay zekâ desteği ile oluşturulan görüntüler sunulmaktadır.	Video sonunda insan etkisinden kaynaklı iklim değişikliğinin hız kazandığı ve bunun sonucunda küresel etkilerin olduğu belirtilmiştir. İnsanların bu konuda farkındalık düzeylerini artırarak iklim değişikliğinin olumsuz etkilerinin azaltılmasına teşvik sağlanmaktadır.
Planetpulse5 / 39.1 K	Video içeriğinde sel felaketinde sürüklenen araba, çöp konteyneri gibi günlük kullanım araçları yer almaktadır. Günlük kullanılan yolların şiddetli sel felaketinden etkilendiği aktarılmaktadır. Kentin sokaklarında ve tren yollarında da sel felaketinin yaşam şartlarını olumsuz etkilediği gösterilmektedir. Yaşanan felaketten kaynaklı yıkılan binalar, yollar, zarar gören binalar gösterilmektedir.	Video içeriğinde iklim değişikliğinden kaynaklı fazla dolan su kaynaklarının taşması sonucu günlük rutinin bozulduğu, dünyanın genel dengesinin bozulduğu, yaşam şartlarının olumsuz etkilendiği gösterilmiştir. Bu doğrultuda insanların iklim değişikliğinin olumsuz şartlardan etkilenmemek için farkındalık düzeylerinin artırılması hedeflenmiştir.
Jovanni858 / 13.1 M	Video içeriğinde 08 Ocak 2024 tarihinde Colorado eyaletinde soğuktan donmak üzere olan atların görselleri aktarılmaktadır.	Video içeriğinde iklim değişikliğinden kaynaklı, iklim şartlarının değişiminin aşırı etkilendiği ve bu coğrafyada yaşamaya elverişli canlıların da değişimden olumsuz etkilendiği gösterilmektedir. Video içeriğinden hareketle insanların iklim şartlarının yoğun değişimini fark etmesi, iklim değişiminin yoğunluğu karşısında farkındalık ve girişimlerinin artması hedeflenmiştir.

Deemseditx isimli TikTok fenomeni Amerika'da Biden Hükümetince izin verilen Alaska'daki petrol ve gaz sondajına yönelik oluşturduğu içerik ile 7,4 milyon kişi tarafından izlenmiştir. Bu izleme sayısı ile birlikte içeriği 3,5 milyon kişi beğenmiştir. Bu sayılar incelendiğinde kitle iletişim araçlarından daha fazla insana ulaşıldığını ve ABD'nin bu kararına yönelik aktivizm hareketinin daha çok sosyal medya üzerinden şekillendiği görülmektedir. Videoda petrol sondajı ile ilgili olarak bilinçlendirme hedeflenmiştir. Buna bağlı olarak kutup ayıları ve fokların yaşam alanlarının korumaya alınarak somut bir hamle gösterilmiştir.

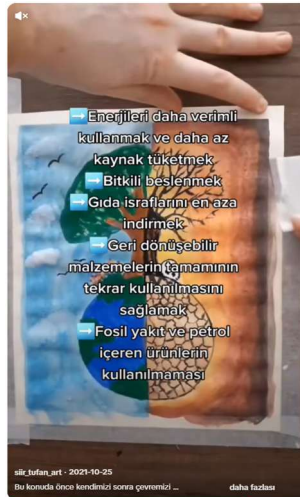
Mrbeast isimli fenomen paylaştığı video ile sahil, deniz ve okyanuslardaki kirliliği engellemek adına bilinç sağlamak için TikTok üzerinden bu videoyu paylaşmış ve sonucunda milyonlarca izlenmiştir. Oldukça fazla takipçiye sahip olması nedeniyle bu video sayesinde bilinçlendirme sağlamak daha olası bir noktaya ulaşmıştır.

Özellikle çevre kirliliği ve denizlerin kirlenmesine yönelik paylaşımlarda bulunan fenomen bu videoyu paylaşırken yapmış olduğu paylaşımda *"Do you want to save the horses and animals? Well, watch the international forum "responsibility" on YouTube! #globalcrisis #creativesociety #savetheplanet #colorado #heavysnow #cambiamientoclimatico #crisiclimatica"* notunun paylaşarak TikTok kullanıcılarına ve takipçilerine iklim değişikliği ve hayvanları koruma bağlamında teşvikte bulunmuştur.

Planetpulse5, paylaşmış olduğu içerik ile, İsviçre'de yaşanan felaket olarak nitelendirilen sel baskınının video görüntüsünü paylaşmaktadır. Fenomenin yapmış olduğu bu paylaşım milyonlar tarafından izlenmiştir. Doğa olaylarına yönelik gerçekleştirilen paylaşımların artması, küresel ısınmanın ve iklim değişikliğinin engellenmesi bağlamında son derece önemlidir.

Time_machine_ai isimli kullanıcı, özellikle yapay zekâ yardımı ile oluşturduğu videolu içerikleri paylaşmaktadır. Kullanıcı hazırlamış olduğu içerik ile su altında kalması beklenen şehirlerin su altındaki görüntülerini yapay zekâ yardımıyla hazırlamış ve bunu video haline getirerek takipçileriyle paylaşmıştır. Time_machine_ai'nin bu nokta yaptığı paylaşımlar, iklim değişikliğini engelleme bağlamında oldukça etkilidir.

Türkiye kapsamında değerlendirildiğinde iklim değişikliği hususunda siir_tufan_art tarafından "Bu konuda önce kendimizi sonra çevremizi bilinçlendirmeliyiz" açıklaması ile paylaşılan video içeriğinde dünyada yaşanan iklim değişikliğinin etkileri; Dünya çizimi üzerinden bir bölümü felaketlere maruz kalmış bir bölümü ise felaketlere maruz kalmamış şekilde çizilerek aktarılmaktadır. İklim değişikliği etkilerine maruz kalan bölüm kurak ve verimsiz olarak betimlenirken iklim değişikliğine maruz kalmayan alanda yeşil alanların bulunduğu, suyun bulunduğu, bitki ve ağaç yetiştiriminin bulunduğu görülmektedir. Ayrıca iklim değişikliği etkilerinin bulunduğu alanda canlılar bulunurken iklim değişikliği etkilerinin görüldüğü alanda herhangi bir canlı bulunmamaktadır. Bu alanda canlılığın devamlılığının nitelenmesi için kurukafa motifinden yararlanılmıştır. Siir_tufan_art tarafından paylaşılan içerik, 13.1K izlenme sayısına ulaşmıştır. Video içeriğinde iklim değişikliği etkilerinin azaltılması için; enerjinin verimli kullanımı, kaynak tüketiminin azaltılması, bitki ağırlıklı beslenmeye yönelmesi, gıda israfının önlenmesi, geri dönüştürülebilir araçların kullanımının sağlanması gibi önerilerde bulunulmuş ve bilgi verilmiştir.



Şekil 8. Siir_tufan_art İsimli TikTok Kullanıcısının Paylaşımı

Szde.sehir.planc isimli TikTok fenomeni tarafından TikTok platformunda paylaşılan video içeriğinde, 1984 yılından 2024 yılına kadar Burdur Gölü'nün iklim değişikliği etkisi ile kuruma durumu harita görselleri üzerinden gösterilmektedir. Video içeriğinde 1984 yılından başlayarak 2024 yılına kadar Burdur Gölü'nün su oranının azaldığı görülmektedir. İklim değişikliği etkisi ile belirtilen yıllar içerisinde Burdur Gölü çevresinin de yeşil arazi ve kuraklık oranının değiştiği görülmektedir.

Aktarılan örnek paylaşımlardan hareketle küresel kapsamda Türkiye'de TikTok platformunun etkileşim oranlarının düşük olduğunun söylenmesi mümkündür. Paylaşılan içeriklerin nispeten az izlenme sayısına ulaşması, Türkiye'de iklim değişikliğine yönelik içeriklerin fenomenler tarafından az paylaşıldığını ve etkileşim oranının az olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda Türkiye'de TikTok platformundaki aktivizm yoluyla farkındalık oranlarının dünya geneline göre daha az arttığının söylenmesi mümkündür.



Şekil 9. Szde.sehir.planc İsimli TikTok Kullanıcısının Paylaşımı

9. Sonuç ve Öneriler

Dijital aktivizm bağlamında TikTok fenomenlerinin iklim değişikliği hakkındaki içeriklerinin incelemesi kapsamında gerçekleştirilmiş olan bu çalışmada, alanyazında yer alan konu ile ilgili çalışmalar incelenmiştir. Gerçekleştirilen alanyazın taramasında, iklim değişikliği sorununun dünyanın geleceğini riske attığı ve bu konuda önlemlerin alınması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Aktivizm hareketlerinin ve aktivistliğin dijital dönüşüm ile birlikte dijital hale gelmeye başladığı günümüzde, toplumun bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesi sıklıkla sosyal medya platformları aracılığı ile gerçekleşmektedir. Bu durumun yaşanmasının temel sebebi olarak dijitalleşen dünyada, geleneksel medya yöntemlerinden ziyade sosyal medyanın kullanılması ve etki alanının oldukça geniş olması gösterilmektedir. Bu bağlamda sosyal medya platformlarından olan TikTok uygulamasının değerlendirildiği çalışmada, TikTok'ta çok fazla takipçisi olan ve fenomen olarak değerlendirilen bireylerin, iklim değişikliği üzerine yaptıkları paylaşımlar incelenmiştir. İncelenen içeriklerin, toplumu iklim değişikliği konusunda bilgilendirmeyi amaçladığı ve geleneksel medyaya göre niceliksel olarak çok daha fazla insana ulaştığı görülmektedir. Sonuç olarak küresel bir sorun haline gelen iklim değişikliği ve küresel ısınmanın önüne geçilebilmesinin ancak toplumun her kesiminin katılımıyla olabileceği düşünülmektedir. Günümüz teknolojik gelişmeleri ve insanların bilgi edinme, harekete geçme, sosyalleşme ortamlarının sosyal medya platformları olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, iklim değişikliğinin önlenmesi ve toplumların bu konuda bilgilendirilmesi amacı ile TikTok fenomenlerinin iklim değişikliğini önleyici içerikler paylaşması bu konu için büyük bir önem arz etmektedir. Çünkü yapılan çalışmalar, bireylerin özellikle fenomenleri kendilerinden biri olarak gördüklerini ve fenomenlerin yönlendirmelerine oldukça önem verdiklerini göstermektedir. Ayrıca oluşturulan içeriklerin diğer kullanıcılar tarafından paylaşılması ve insanların gündelik hayatlarında sıklıkla karşısına çıkması, iklim değişikliği konusunda farkındalığın artmasını da sağlayacağı düşünülmektedir (Pattee, 2021, s. 1; Özkan, 2020, s. 213).

Yukarıda ekran resimleri verilen TikTok içeriklerin tamamı; iklim değişikliğinin önlenmesine yönelik yapılmış TikTok fenomenleri paylaşımlarını içermektedir. Fenomenlerin her birinin profesyonel içerik üreticileri de oldukları göz önüne alındığında, bu içeriklerin milyonlarca birey tarafından izlenip paylaşılması son derece önemli olarak bulunmaktadır. Veriler analiz edildiğinde; birçoğunun iklim değişikliği, küresel sorun, doğal afet şeklinde etiketler ile paylaşıldığı görülmektedir. Bu fenomenleri takip eden kitlelerin; fenomenlerin davranışlarını taklit ettikleri araştırmanın kavramsal çerçevesinde kaynaklara dayandırılarak verilmektedir. Ayrıca yukarıda görselleri verilen içeriklerin, diğer kullanıcılar tarafında da paylaşıldığı ve diğer kullanıcılarla etkileşim kurma aracı olarak görüldüğü anlaşılmaktadır.

Çalışmanın kavramsal çerçevesinde aktarıldığı üzere, uluslararası kuruluşların ortaya koyduğu çalışmalarda; iklim değişikliği sorunuyla mücadelenin en etkin yönteminin, bireylere yönelik yapılacak bilgilendirmeler olduğu ve toplumsal bilinci arttırmanın iklim değişikliğini engelleyeceği vurgulanmaktadır. Görülme ve etkileşime girme sayıları milyonları geçen yukarıdaki paylaşımlar, bireylerde farkındalık oluşturma açısından önemli durumdadır. Bu paylaşımları takip eden bireylerin, en azından kavramsal olarak iklim değişikliği bağlamında bilgileneceği ve hayatındaki değişiklikleri takip ettikleri fenomenler doğrultusunda gerçekleştireceği düşünülmektedir. Ayrıca içeriklerde yer alan vurgulayıcı bir diğer özelliğin, geleneksel medya tarafından aktarımı yapılmayan, yapılırsa dahi gerek süre gerekse hedef kitle bağlamında başarısız olacağı görülen bilgilendirmelerin olması dikkat çekicidir.

X, Instagram ve Facebook gibi sosyal medya platformları, ağırlıklı olarak metin odaklı paylaşımlara yer vermektedir. Bunun yanında TikTok uygulamasının ağırlıklı olarak görsel medya araçlarına yer vermesi, video, ses dosyaları ve açıklamalara yer vermesi, çalışma kapsamında TikTok isimli uygulamanın değerlendirilmesine önem kazandırmaktadır. Bunun nedeni, TikTok isimli uygulamanın görsel medya araçlarından yararlanarak metin odaklı uygulamalara nazaran daha fazla kişiye ulaşma potansiyeli sunmasıdır. TikTok isimli uygulama, görsel içeriklerden yararlanarak, okuma-yazma bilmeyen, paylaşım yapılan dili bilmeyen kişilere de görseller aracılığı ile ileti sunma olanağı vermektedir. Bu durum, TikTok uygulamasındaki paylaşımların geniş kesimler tarafından anlaşılmasına zemin hazırlamaktadır.

TikTok uygulaması, 2016'da Çin tarafından geliştirilen 15 saniyelik videolar çekilerek yayınlanan bir platformdur. Bu platformda kullanıcıların 16-64 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir (We Are Social, 2021, s. 7).

Atalay & Tamkoç (2022) tarafından yapılan çalışmada, TikTok uygulamasını kullanan bireyler, uygulamanın fenomenlerinden doğrudan etkilenmektedir. Uygulamayı kullanan kişilerin, uygulama fenomenlerinin algılarından, giyimlerinden, tutumlarından, düşüncelerinden yoğun olarak etkilendiği görülmüştür. Çalışma verilerinden hareketle; TikTok uygulamasındaki fenomenlerin iklim değişikliğine yönelik paylaşımlarının yoğun kitleye ulaşma olanaklarının olduğu ve insanları bu yönde etkileme imkânının bulunduğu düşünülmektedir. Bundan dolayı TikTok uygulaması fenomenlerinin iklim değişikliğine yönelik paylaşımlarının küresel anlamda iklim değişikliğine yönelik algılarını yönetme noktasında etkili olduğu, bu yöndeki farkındalık düzeyini değiştirme ve artırma potansiyeli bulunduğu görülmektedir. Atalay & Tamkoç (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışmada TikTok fenomenlerinin bazılarının iklim değişikliği hususunda dijital aktivizme destek verdiği ve insanların bilinçlendirilmesi hususunda etkili olduğu görülmüştür. TikTok uygulamasındaki içeriklerde iklim değişikliğine yer veren fenomenlerin insanların bu yöndeki algılarını olumlu yönde etkilediği, TikTok kullanıcılarının ve bu kullanıcıların çevresinin iklim değişikliği farkındalık düzeylerini artırdığı belirlenmiştir. TikTok kullanıcılarının ağırlıklı olarak 16 ila 21 yaş aralığında bulunduğu görülmüştür (Atalay & Tamkoç, 2022, s. 31-32). Bu doğrultuda çalışmada aktarılan iklim değişikliği TikTok paylaşım örneklerinin yanında değerlendirilen çalışma verilerinden hareketle; TikTok kullanıcılarının iklim değişikliği yönünde farkındalık düzeylerini TikTok fenomenleri ve TikTok paylaşımlarından etkilenerek arttığı görülmüştür. Bu doğrultuda TikTok fenomenlerinin iklim değişikliği yönündeki paylaşım sayısının artmasının, çeşitlenmesinin farkındalık düzeyini arttıracığı görülmektedir. Ayrıca fenomenler tarafından yapılan paylaşımların verdiği bilgi düzeyinin artırılmasının da TikTok kullanıcılarının farkındalık düzeyini ve bilgi seviyesini arttıracığı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Abbas, L., Fahmy, S. S., Ayad, S., Ibrahim, M., & Ali, A. H. (2022). TikTok intifada: Analyzing social media activism among youth. *Online media and global communication*, 1(2), 287-314.
- Agarwal, N., Lim, M., & Wigand, R. (2012). Raising and rising voices in social media: A novel methodological approach in studying cyber-collective movements. *Business ve Information Systems Engineering*, 4, 113-126.
- Aziz, A. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Başkaya, F. (2020). *Gençlerle baş başa: İklim krizi ve ekolojik yıkım*. Yordam Kitap.
- Başoğlu, A. (2014). Küresel iklim değişikliğinin ekonomik etkileri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 175-196.
- Baumgardner, J., & Richards, A. (2010). *Manifesta: Young women, feminism, and the future*. Macmillan.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication ve Society*, 15(5), 739-768.
- Berelson, B. (1952). Content analysis in communication research.
- Biçer, B. K., & Vaizoğlu, S. A. (2015). Hemşirelik bölümü öğrencilerinin küresel ısınma/iklim değişikliği hakkındaki bilgi ve farkındalıklarının belirlenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 2(2), 30-43.
- Castells, M. (2013). *İsyen ve umut ağları: İnternet çağında toplumsal hareketler* (Ebru Kılıç (Çev.)). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Cerqueti, R., D'Ecclesia, R. L., & Levantesi, S. (2021). Preface: Recent developments in financial modelling and risk management. *Annals of Operations Research*, 299, 1-5. <https://doi.org/10.1007/s10479-021-03958-9>
- Cervi, L., & Marín-Lladó, C. (2021). What are political parties doing on TikTok? The Spanish case. *Profesional De La Información*, 30(4), 300-403.
- Chon, M. G., & Park, H. (2020). Social media activism in the digital age: Testing an integrative model of activism on contentious issues. *Journalism ve Mass Communication Quarterly*, 97(1), 72-97.
- Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2018). Hava ve bileşenleri. <https://egethm.csb.gov.tr/hava-ve-bilesenleri-i-96567> (Erişim Tarihi: 06.08.2024).
- Çiçeklioğlu, A. Ş., & Ünal, R. (2021). Haber üretimi ve dağıtımı bağlamında TikTok uygulaması ne vaat ediyor?. *İlef, Special Edition Autumn*, 69-98.
- Demandsage (2025). TikTok'u Kaç Kişi Kullanıyor 2025 (Kullanıcı İstatistikleri). <https://www.demandsage.com/tiktok-user-statistics/>. (Erişim Tarihi: 16.02.2025).
- Demir, A. (2009). Küresel iklim değişikliğinin biyolojik çeşitlilik ve ekosistem kaynakları üzerine etkisi. *Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi*, 1(2), 37-54. https://doi.org/10.1501/Csaum_0000000013
- Doğa Sigorta (2023). Twitter logosu neden X oldu?. <https://www.dogasisigorta.com/blog/twitter-logosu-neden-x-oldu#:~:text=D%C3%BCnyaca%20%C3%BCnl%C3%BC%20milyarder%2C%20Twitter'%C4%B1,uygulamas%C4%B1%E2%80%9D%20haline%20d%C3%B6n%C3%BC%20plan%C4%B1n%C4%B1n%20par%C3%A7alar%C4%B1d%C4%B1r..> (Erişim Tarihi: 18.02.2025).
- Durmuş, S. B., & Gezin, S. (2021). Dijital aktivizm, ağ toplumunda imaj, kimlik, gözetim. K. Rezal (Ed.), *Yeni medyada toplumsal hareketler: Gündem belirleme kuramı çerçevesinde dijital aktivizm araştırması* (31-67). Eğitim Yayınevi.
- Ekström, M., & Westlund, O. (2019). The dislocation of news journalism: A conceptual framework for the study of epistemologies of digital journalism. *Media and Communication*, 7, 259-270.
- Engindeniz, G. Ö., & Şener, N. K. (2023). Döngüsel ekonominin moda sektöründeki rolü. *Türkiye'de Kurumsal İletişim*, 19.
- George, J. J., & Leidner, D. E. (2019). From clicktivism to hacktivism: Understanding digital activism. *Information and Organization*, 29, 100249.
- Gitomer, A., Atienza-Barthelemy, J., & Foucault Welles, B. (2024). Youth activism and (de)personalized remix on TikTok. *Social Movement Studies*, 1-19.
- Görkem, Ş. Y. (2016). Dijital aktivizm: Kapsam, sınırlılıklar ve ölçümleme. *Aktivizm Toplumsal Değişimin Yeni Yüzü, İstanbul: Değişim Yayınları*, 177-208.
- Halupka, M. (2018). The legitimisation of clicktivism. *Australian Journal of Political Science*, 53(1), 130-141.

- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news?. *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488.
- Haslem, B. (2022). *TikTok as a digital activism space: Social justice under algorithmic control*. Master's thesis, Old Dominion University.
- Kalogeropoulos, A. (2019). How younger generations consume news differently. In N. Newman et al. (Eds.), *Digital News Report 2019* (pp. 54–59). Reuters Institute.
- Karatzogianni, A. (2015). *Firebrand waves of digital activism 1994–2014: The rise and spread of hacktivism and cyberconflict*. Palgrave Macmillan.
- Karpf, D. (2010). Measuring the success of digital campaigns. In M. Joyce (Ed.), *Digital activism decoded: The new mechanics of change* (pp. 151–164). International Debate Education Association.
- Kırdı, İ., Sever, F., Kırdı, Y., & Sever, M. (2023). İklim değişikliği ve Konya ilindeki fen bilimleri öğretmenlerinin iklim değişikliği ve farkındalığı hakkındaki görüşleri. *International Journal of Social Humanities Sciences Research*, 10(92), 404–417.
- Kocabay-şener, N., & Öymen, G. (2023). Fenomen aktivizmi: Çevreci fenomenler üzerine bir araştırma. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (16), 127–152. <https://doi.org/10.32739/uskudarsbd.9.16.122>
- Kurnaz, L. (2019). *Son buzul erimeden: İklim değişikliği hakkında öğrenmek istediğiniz her şey* (1st ed.). Doğan Egmont Yayıncılık.
- Liu-Thompkins, Y., Maslowska, E., Ren, Y., & Kim, H. (2020). Creating, metavoicing, and propagating: A road map for understanding user roles in computational advertising. *Journal of Advertising*, 49(4), 394–410. <https://doi.org/10.1080/00913367.2020.1795758>
- Majchrzak, A., Faraj, S., Kane, G. C., & Azad, B. (2013). The contradictory influence of social media affordances on online communal knowledge sharing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 38–55. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12030>
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. MIT Press.
- Maractho, E. C. (2021). Social media, internet shutdowns, and elections in Uganda: The case of 2016 and 2021 electoral campaigns. *Digital technologies, elections and campaigns in Africa* (121–140). Routledge.
- McCarthy, J. D., & Zald, M. N. (2003). *Social movement organizations*.
- Meriç, Ö. (2012). Yeni medya, görsel metinler ve aktivizm. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1, 221–230.
- Milbrath, L. (1965). *Political participation: How and why do people get involved in politics?* Rand McNally.
- Morozov, E. (2011). Don't be devil. *The New Republic*, 242(11), 18–24.
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media ve Society*, 20, 4275–4292.
- Nielsen, R. K. (2010). Digital politics as usual. M. Joyce (Ed.), *Digital activism decoded: The new mechanics of change* (181–196). International Debate Education Association.
- Odacı, N., Ceylan Çiray, F., & Kalanlar, B. (2022). Bir üniversite hastanesinde çalışan hemşirelerin iklim değişikliği farkındalıkları ve ilişkili faktörler. 6. *Uluslararası 24. Ulusal Halk Sağlığı Kongresi* (690–691). Antalya, Türkiye.
- Özkan, D. (2020). İklim değişikliği söylemi ve çevrecilik: politik ve ideolojik işlevlerine dair. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Alanında Güncel Araştırmalar Cilt 1 I*, 97.
- Pattee, E. (2021). Meet the climate change activists of TikTok. <https://www.wired.com/story/climate-change-tiktok-science-communication/>. (Erişim Tarihi: 24.02.2025).
- Rafiee, D. (2023). The aesthetics of conflict: how social media platforms shape narratives of digital activism.
- Reuters Digital News Report. (2021). <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021> (Erişim Tarihi: 07.08.2024).
- Ricketts, A. (2012). *The activists' handbook: A step-by-step guide to participatory democracy*. Bloomsbury Publishing. 107–114
- Sarıhan, Z., & Taşcıoğlu, R. (2022). Post-truth çağında sosyal medyanın kamuoyu oluşturma gücü: Yeni infaz düzenlemesi örneği. *İNİF E-Dergi*, 7(1), 129–150.
- Schmidt, C. (2019). Meet TikTok: How the Washington Post, NBC News, and The Dallas Morning News are using the of-the-moment platform. *NiemanLab*. <https://bit.ly/2WsybF4> (Erişim Tarihi: 06.08.2024).
- Schradie, J. (2011). The digital production gap: The digital divide and Web 2.0 collide. *Poetics*, 39, 145–168.
- Searle-Chatterjee, M. (1999). Occupation, biography and new social movements. *The Sociological Review*, 47(2), 258–279.
- Shearer, E., ve Grieco, E. (2019). *Americans are wary of the role social media sites in delivering the news*. Washington: Pew Research Center.
- Smith, M. E. (2013). *The Aztecs*. John Wiley ve Sons.

- Spence, C. (2007). *Küresel ısınma: Sağlıklı bir dünya için çözümler* (S. Gönen, S. Ağar, Çev.). Pegasus Yayınları.
- Şıvgın, B., ve Afacan, S. (2020). İklim krizi ile küresel ve bireysel mücadeleye yönelik bir çalışma: Greta Thunberg örneği. *Diplomasi ve Strateji Dergisi*, 1(2), 141-158.
- TDK. (2024). Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 06.08.2024).
- Turhan, E. (2017). Thinking out of the accession box: The potential and limitations of internal and external differentiated integration between Turkey and the EU. *Europe–Against the Tide*, 43-59.
- Türk, G. D. (2013). Demokrasinin dördüncü kuvveti yeni medya teknolojileri. *İnet-Tr'13, XVIII. Türkiye'de İnternet Konferansı*, 9-11 Aralık 2013, İstanbul Üniversitesi, 55-60.
- Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M. C., & López García, X. (2020). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*, 1-19.
- We Are Social. (2021). Digital 2021: The latest insights into the 'state of digital'. UK: *We Are Social*.
- Yang, G. (2009). *The power of the internet in China: Citizen activism online*. Columbia University Press.
- Yavuz, E. (2023). Tıp fakültesi öğrencilerinin küresel iklim değişikliği ve sağlık etkilerine yönelik farkındalık düzeyleri. *Climate and Health Journal*, 3(2), 46-62.
- Yegen, C. (2015). Bir dijital aktivizm biçimi olarak slaktivizm: change.org örneği. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1(8), 84-108.
- Yörük, E. A. Y., & Akpınar, C. V. (2023). Bir üniversitedeki öğrencilerin küresel iklim değişikliğine yönelik farkındalıkları. *Osmangazi Tıp Dergisi*, 45(4), 17-25.
- Yücel, E. Ö., & Özkan, M. (2018). Fen bilimleri öğretmen adaylarının çevre sorunları algılarındaki değişimin incelenmesi: Kocaeli örneği. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (44), 146-160.
- Yücel, Y. (2020). Etkili politik katılım yolu mu, bireysel tatmin mi? Change.org üzerinden çevrimiçi imza kampanyalarına katılım davranışlarının incelenmesi. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 7(2), 351-383.

Çıkar Çatışması: Yoktur.

Finansal Destek: Yoktur.

Etik Onay: Yoktur.

Yazar Katkısı: Hakan IRAK (%100)

Conflict of Interest: None.

Funding: None

Ethical Approval: None.

Author Contributions: Hakan IRAK (100%)

Examining the Content of TikTok Phenomena on Climate Change in the Context of Digital Activism

Hakan Irak

Extended Abstract

The digital age has brought significant transformations in many aspects of society, including activism. Traditional methods of activism have evolved into digital activism, with social media platforms becoming the primary tools for activists to express their thoughts, emotions, and actions. One of the most pressing issues of our time, climate change, has become an area where digital activism efforts, particularly on platforms like TikTok, have intensified. This study analyzes the role of TikTok influencers in raising awareness about climate change, examining their content and its impact on public perception and engagement. With the proliferation of new media technologies, individuals can become more aware of local, national and global problems. At the same time, they do not remain passive against these problems, organize themselves through social media platforms and make their reactions visible in the public sphere. The structure of new media, which puts the individual at the center and allows instant information sharing, enables individuals to organize quickly and effectively. The digital age has brought about significant transformations in many aspects of society, including activism. Traditional methods of activism have been transformed into digital activism, and social media platforms have become the primary means for activists to express their thoughts, feelings and actions. Climate change, one of the most pressing issues of our time, has become an area where digital activism efforts have intensified, especially on platforms such as TikTok. This study analyzes the role of TikTok influencers in raising awareness on climate change, examining their content and its impact on public perception and engagement. With the proliferation of new media technologies, individuals are becoming more aware of local, national and global issues. At the same time, they do not remain passive in the face of these problems, they organize through social media platforms and make their reactions visible in the public sphere. The structure of new media, which puts the individual at the center and enables instant information sharing, enables individuals to organize quickly and effectively. The transfer of information through new media has made it possible for individuals not only to express their positive or negative views, but also to interact digitally with others who share similar views. In this context, individuals have started to learn how to use both their physical and intellectual capacities in social interaction processes. The transfer of information through new media has made it possible for individuals not only to express their positive or negative opinions, but also to interact digitally with others with whom they share similar views. In this context, individuals have started to learn how to use both their physical and intellectual capacities in social interaction processes. The research topic focuses on how TikTok influencers contribute to digital activism by creating content about climate change. The primary objective of the study is to understand how these influencers use their platforms to raise awareness and influence public attitudes toward climate change. Considering the pervasive impact of social media in today's communication environment, this research is significant in highlighting the potential of digital platforms to promote social change and enhance environmental awareness. Digital activism is defined as a form of participation in which individuals use information and communication technologies to transform their feelings and thoughts on political, social and social issues into various actions - such as anger, support and solidarity. Issues such as animal rights, environmental problems and human rights are among the main areas that digital activism focuses on. In this context, digital activism refers to the strategic use of digital technologies and online platforms to promote political and social change.

Today, digital activist actions are largely planned and executed through social media platforms. These platforms contribute to the formation of the digital public sphere by providing the opportunity to reach large masses and organize quickly. Unlike classical forms of protest, digital activism stands out as a network-based and multi-layered form of resistance that is not dependent on physical space.

This article contributes to the literature by providing empirical evidence on TikTok's role in digital activism. While previous studies have primarily examined digital activism on platforms such as Twitter and Facebook, this study focuses on TikTok, offering new insights into how short-form video content can be utilized for activism. The findings highlight TikTok's unique features that enable it to effectively engage a wide audience, particularly younger demographics. The research design adopts a qualitative approach based on content analysis of TikTok videos created by selected influencers. Influencers with the highest number of followers who share climate change-related content were chosen for the study. The analysis focused on the themes and messages within the videos, as well as engagement metrics such as likes, shares, and comments.

The research identified several key questions: How do TikTok influencers contribute to digital activism on climate change? What types of content are most effective in raising awareness about climate change? How do engagement metrics reflect the effectiveness of these content pieces in informing and mobilizing the public? Data collection involved analyzing the thematic elements and engagement statistics of the TikTok videos created by selected influencers. Both qualitative and quantitative methods were employed to gain a comprehensive understanding of the impact of the content. The research model follows a content analysis framework, emphasizing the detailed examination of video content and user interactions. The study hypothesizes that TikTok influencers play a significant role in raising awareness about climate change, that engaging content leads to higher public awareness and engagement, and that digital activism on TikTok can effectively drive social change.

The findings reveal that TikTok influencers use various creative strategies to address climate change, such as humor, storytelling, and direct appeals to their audience. Influencers with large followings significantly impact raising awareness and engaging viewers. The analysis supports the hypotheses, demonstrating that TikTok influencers contribute meaningfully to digital activism and creates substantial awareness about climate change through engaging and informative content. These findings are situated within the broader literature on digital activism, confirming the power of social media platforms to foster social change. The study extends this understanding to TikTok, emphasizing its unique potential to engage younger audiences and promote environmental awareness.

In conclusion, the study finds that TikTok influencers are effective digital activists who raise significant awareness about climate change. Their creative and engaging content reaches a broad audience, encouraging a deeper understanding of environmental issues. The study suggests encouraging more influencers to create content about climate change and foster collaborations between influencers and environmental organizations to amplify the message further. However, the study is limited by its focus on a select group of influencers and the content analysis method. Future research could expand the scope by including a larger sample size and employing mixed-method approaches to gain a more comprehensive understanding of the impact of TikTok influencers on digital activism.