

AĞ TOPLUMUNDA ÖRGÜTLENME: FACEBOOK'TA ÇEVİRİMİÇİ TEKEL EYLEMİ

Organization on Network Society: Online Tekel Protest on Facebook

*Göksel Göker**

*Adem Doğan***

ÖZET

Problem: Günümüzde, modern toplumları açıklamakta kullanılan kavramların başında “Ağ Toplumu” gelmektedir. Özellikle internet teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte dünya üzerinde birbirine internet ağı ile bağlanan insanların iletişim ve etkileşim süreçleri bu kavramın yaygın kullanımında etkili olmuştur. Bireylerin siyasi, ekonomik, kültürel ve eğlence amaçlı bir araya gelmelerini sağlayan ağ toplumunun, kişilerin belirli toplumsal olay ve sorunlar etrafında örgütlenmelerini de kolaylaştırdığı görülmektedir. İnternet tabanlı iletişim ağlarının toplumsal olay ve sorunlar karşısında örgütlenme sürecindeki etkisi araştırmanın temel problemiğini oluşturmaktadır.

Araştırmanın Amacı: Araştırmanın temel amacı Tekel işçilerine destek olmak amacıyla Facebook sosyal paylaşım sitesinde örgütlenen eyleme destek grubu üyelerinin, gruba katılma amaçları ve gruba ilişkin tutumlarının belirlenmesidir. Ayrıca eyleme destek amacıyla kurulan grup içerisinde yapılan paylaşımlar ve grup üyelerinin grup içerisindeki etkinlik düzeyinin saptanması araştırmanın diğer bazı amaçlarıdır.

Yöntem: Araştırmada alan araştırması yöntemi uygulanmış, verilerin toplanmasında anket tekniğine başvurulmuştur. Araştırmanın evrenini grup üyeleri oluşturmaktadır. Örneklem ise grubun ana sayfasında yayınlanan soru formunu dolduran 477 grup üyesinden oluşmaktadır.

Bulgular: Araştırmadan elde edilen bulgular SPSS 16 paket programına aktarılmış, frekans ve yüzde analizleri yapılmıştır. Bunun yanında değişkenler arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla Ki Kare bağımsızlık testi uygulanmıştır.

Sonuçlar ve Tartışma: Örneklem grubundan elde edilen bulgulara göre; her yaş aralığından, meslek grubundan ve eğitim durumundan kişinin gruba üye olduğu, örneklem grubunun büyük bir çoğunluğunun eyleme fiili olarak katılmadığı, gruptan haberdar olmada en çok arkadaş tavsiyesinin etkin olduğu, grup üyelerinin büyük bir

* Öğr. Gör. Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü.

** Okt. Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.

çoğunluğunun grup içerisindeki paylaşım, katkı ve değerlendirme gibi aktivitelerde aktif rol almadığı ve grup üyelerinin çoğunluğunun grubun etkinliğine ilişkin olumlu kanaatlere sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Facebook, ağ toplumu, örgütlenme, Tekel eylemi.

ABSTRACT

Problem: Today “Network Society” is the main concept used to define the modern societies. By the development in internet technologies, the communication and interactivity of the people connecting each other on internet had led the usage of this concept widespread. It is also observed in the network society which gathers the individuals for the purpose of political, economic, cultural and entertainment reasons, that this situation eases them to be organized around certain social events and problems. The basic problematic of the research is the effect of the internet based communication networks to the organizing process due to the social events and problems.

Aim of the Research: The main aim of the research is to determine the intentions and the attitudes of the members who are organized in the social network Facebook to support the Tekel workers. Detecting the shares done in the protest supporting group and the activity level of the members in the group are some other purposes of the research.

Method: The field study method is used in the research and to collect data, survey analysis technique is applied. While the group members are the population of the survey, the sample is the 477 group member who has filled the questionnaire published on the main page of the group.

Findings: The findings derived from the research are transferred into the SPSS 16 packet program then the frequency and percentage analysis are done. Besides, to designate if there is a correlation between the variables or not, the Chi-Square independency test is applied.

Conclusions and Discussion: According to the findings derived from the sample group, it is determined that there are members in the group from any age, profession and educational status, a high majority of the sample did not joined the protest actually, mostly the friend recommends were efficient in being aware of the group, most of the group members did not actually take a role in sharing, contributing and evaluating activities in the group and finally most of the group members had positive opinions about the efficiency of the group.

Keywords: Facebook, network society, organization, Tekel protest.

1. GİRİŞ

Toplumsal değişimin merkezine teknolojik ilerlemeyi yerleştiren bazı düşünürlerin (Innis, McLuhan) iddia ettiği gibi, teknolojide yaşanan değişimlerin, toplumun maddi ve kültürel temelleri üzerinde oldukça önemli kabul edilebilecek değişimlere neden olduğunu, günümüz toplumunda artık çok uzun zaman tecrübe etmeye gereksinim duymadan, görmek mümkündür. Bu, bir bakıma değişimin hızlı olması kadar, değişimi anlama ve algılama çabalarının da hızlı olması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

Postman'ın (2006: 126) ifade ettiği gibi teknolojik aygıtlar içerisinde, diğerlerinden hemen ayrılan ve farklılaşanı bilgisayar teknolojileridir. Çünkü "bilgisayar herkes tarafından kullanılmakta ya da herkes bilgisayar tarafından kullanılmaktadır." Bu anlamda bilgisayarın bizatihi kendisinin, kullanım alanı olarak yaygınlaştığı rahatlıkla görülmektedir. Diğer birçok teknolojide, insanlar bu teknolojilerin sonuçları ile karşılaşırken, bilgisayar teknolojilerinde insanlar, bu teknolojilerin sonuçları üzerinde bizzat müdahil olabilmektedirler. Çünkü bilgisayar teknolojisi, artık birbirine bağlanan ağlar yoluyla, yeni bir toplumsal işleyişin temel dinamiği haline gelirken, kullanıcıları tarafından etkin bir şekilde yeni kullanım alanlarına kaydırılmaktadır.

Tekniğin, makine ile başladığını ifade eden Ellul, tekniğin makine ve toplum ile olan bağına tekniğin makineyi topluma entegre etmesi ile açıklar ve tekniğin makinenin ihtiyaç duyduğu dünya tipini kurduğunu (2003: 15) iddia eder. Teknik gelişmelerle birlikte, bilgisayar teknolojileri özelinde düşünülecek olursa, bilgisayarın topluma ve bireye ilişkin bir araç olarak gelişme kaydettiği kabul edilebilir. Bunun sonucu olarak da bilgisayar teknolojilerinin bir 'iş'in parçası olmaktan çıkıp, hayatın tamamının önemli bir parçası olması olgusu ortaya çıkar. Bilgisayar teknolojileri artık herkes tarafından ulaşılabilir ve oluşan toplumsal işleyişin tipi tam da bilgisayar teknolojilerinin gereksinim duyduğu tiptir.

Bilgisayar teknolojilerinin en önemli uzantısı ve geliştiricisi olarak internet olgusu, dünya üzerinde insanoğlunun kurduğu en büyük ağ (network) olma özelliğini göstermektedir. Bu ağın, ağ toplumu açısından en temel özelliği, birbirinden kilometrelerce uzaklıktaki bilgisayarların, birbirine bağlı olması koşulunu sağlamış olmasıdır. Bu koşulun sağlanmış olması demek, küreselleşme olgusuna yeni bir boyut kazandırarak, küreselleşmenin bütün evlerde hissedilir hale gelmesini kolaylaştırmıştır: uzamsal farklılıkları aşan, katılan, dâhil olan, müdahil olan, etkileyen ve her daim etkiye açık olan yeni bir bireyin ve bu birey etrafında şekillenen çevrimiçi toplumsal yapılanmanın doğmasına neden olmuştur. Sanallığa dayalı ağ toplumu, bugüne kadar görülmemiş bir düzeyde yayılma ve örgütlenme imkânı sunarak, bir anda birçok insanın 'çevrimiçi bir arada' bulunmasını sağlayabilmektedir. Bu ise yeni bir örgütlenme ve eylem biçiminin doğmasını kolaylaştırmıştır.

Bilgisayar ağını, yani interneti bir iletişim mecrası olarak düşünmek, sıradan bir bireyin, birçok insanla bir anda veri paylaşımına girebileceği anlamına gelmektedir. İnternet ve bilgisayar teknolojileri diğer iletişim araçları gibi Mattelart'ın (2001: 9) belirttiği şekilde kişilerin dolaşım alanını da yavaş yavaş genişleterek, tekil toplumların gittikçe daha büyük bütünlere katılmasını hızlandırmış; maddesel, düşünsel ve zihinsel sınırları sürekli olarak değiştirmiştir. Ancak internet teknolojilerinin enformasyon toplumunda bireye sunduğu en büyük imkânların başında, diğer iletişim araçlarında olmayan özelliği olarak, aktif ve katılımcı, hem kaynak hem de alıcı olabilme yetisi gelmektedir. Bu anlamda internette oluşan ağ toplumu içerisinde etkileşimin interaktifliği dikkat çeken bir konudur.

Bu çalışma kapsamında, ağ toplumu içerisinde paylaşım ve etkileşime en fazla imkân tanıyan sosyal paylaşım sitelerinde, sosyal olaylar ve olgular etrafında şekillenen örgütlenme biçimleri üzerinde durulmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin gündeminde uzun süre yer edinen Tekel işçilerinin yürüttüğü ve kamuoyunda 'Tekel Eylemi' olarak isimlendirilen eylemin sosyal paylaşım ağı olan Facebook'taki yansımaları incelenmektedir. Çalışmada, Tekel Eylemi'ne destek amaçlı kurulan 'Tekel İşçilerinin Bu Onurlu Mücadelesine Sen De Destek Ver' adlı grubun üyeleri ile bir anket çalışması yapılarak, eyleme destek olan ve Facebook'ta örgütlenen kişilerin sosyo-demografik özellikleri ile bu kişilerin, açılan eyleme destek grubu hakkındaki tutumları ve grubun etkinliğine ilişkin düşünceleri belirlenmeye çalışılmıştır.

2. AĞ TOPLUMUNDA İLETİŞİM VE SOSYAL PAYLAŞIM

Ağ kavramı sosyolojik anlamıyla bir veya birden fazla toplumsal ilişkiyle birbirine bağlanmış, dolayısıyla toplumsal bir bağ oluşturan bireylere gönderme yapmaktadır (Marshall, 1999: 4). Bu açıdan bakıldığında toplumsal ilişkilerin var olduğu günden bugüne kadar ağ olgusu sosyal hayatın bir parçası olarak değerlendirilebilir. Ancak, günümüzde özellikle de enformasyon teknolojilerinin gelişme göstermesiyle birlikte yeni bir sosyal organizasyon türü ortaya çıkmıştır. Ağlarla örülü bu organizasyonun adı 'Ağ Toplumu'dur. Bu toplumun ağ kavramı ile özdeşleştirilmesi ya da birlikte anılması, onun ağ temeli üzerine kurulmuş (sosyal, ekonomik, politik) ilişkileri, yoğun bir şekilde kullanıyor olmasından kaynaklanmaktadır.

Ağ toplumu en genel anlamıyla; iş, iletişim ve yönetime yönelik amaçlarla küresel ağları düzenli olarak kullanan bir toplumu (Anderson vd., 2006: 156) ifade etmektedir. Günümüzde toplumsal formasyonu tanımlamada sıklıkla kullanılan enformasyon toplumu, iletişim toplumu gibi kavramların yerine yeni iletişim teknolojilerinin sarıp sarmaladığı yer küreyi tanımlamak için bu gün ağ toplumu kavramı kullanılmaktadır (Tutal, 2006: 56). Ağ toplumuna ilişkin sosyal bilimler içerisinde birbirinden farklı birçok yaklaşım vardır. Ancak bunlardan en tanınmış ve etkileyici olanı Manuel Castells'e ait olanıdır. Castells'e göre ağlar, enformasyon veya bilgi toplumunda giderek baskın sosyal örgütlenme biçimi haline gelmiştir (Abercrom-

bie ve Longhurst, 2007: 241). Castells'e göre ağ toplumunun en belirgin karakteristik özellikleri zaman ve mekân kavramlarında ortaya çıkmaktadır. Ağ toplumunda zaman dışı zaman ve akışlar uzamı vardır [timeless time and the space of flows] (Castells, 2000: 13). Castells, bu ifadeleriyle zaman kavramının genişletilmiş ve yok sayılabilen özelliğine göndermede bulunurken, mekânın da coğrafi sınırlardan ve uzaklıklardan arındırılarak teknolojik imkânlarla aşıldığını anlatmaktadır. Bu ise elbette enformasyon teknolojileri sayesinde gerçekleştirilen yeni bir zaman ve uzam algısına neden olmaktadır.

Küreselleşme süreciyle birlikte kendini güçlü bir şekilde hissettiren ağ toplumu ilk olarak en çok ticari ilişkilerde tecrübe edilmiştir. Finansal pazarın oluşması, uluslararası üretim ilişkilerinin yoğunlaşması ile birlikte gündeme getirilen ağ toplumu kavramı, daha sonra toplumsal ilişkilerdeki etkisi bağlamında da tartışılmaya başlanmıştır. Ağ toplumunun en belirgin özelliklerinden biri, bireyleri gerçek yaşamın gündelik koşullarından –tamamen olmasa da- önemli ölçüde koparması ve sosyalliği başka bir boyuta taşımasıdır. Castells'in belirttiği şekliyle zaman ve uzamı devre dışı bırakabilen ağlar, yeni toplumsal ilişkilerin doğmasına da neden olabilmektedir.

Kendine özgü iletişim ve etkileşim koşullarını üretme ve bu ilişkileri ağ temelinde sürdürme konusunda kullanıcılarına en uygun ortamı hazırlayan iletişim teknolojisi ise elbette internettir. İnternet bu anlamda dünya üzerindeki en büyük ve en yaygın ağın ismi olarak değerlendirilebilir. İnternet ağına dayalı yeni sosyal yapılanmanın adı ise sanal cemaattir [virtual community]. Sanal cemaat, birbirleriyle internet yoluyla iletişime geçen ve iş, gönüllü aktivite ve oyun gibi ortak paylaşımlarda bulunan insanlar tarafından şekillendirilen topluluklar (Abercrombie and Longhursts, 2007: 358) olarak tarif edilmektedir. Bu toplumun en belirgin özelliği; fiziksel olarak birbiriyle hiç karşılaşmamış bireylerin ortak ilgi alanları çerçevesinde oluşturdukları sanal birlikteliklerden kurulmuş olmasıdır.

Buna bağlı olarak gelişen bir başka önemli bakış açısı ise bireysel kimlik üzerine yapılan vurgudur. Giddens (2008: 159) bu vurguyu şu şekilde ifade eder; "Ağ toplumunda kişisel kimlik daha açık bir mesele haline gelir. Artık kimliklerimizi geçmişimizden almıyoruz; kimliklerimizi başkaları ile etkileşime girerek yaratmak zorundayız." Bu tür bir kimlik oluşumu ve kimliğin sunumu ağ toplumunda birbirine farklı koşullarda bağlanabilen bireylerin etkileşime geçmesi sonucu gerçekleşebilmektedir. Böylelikle bireyin ağlar içerisinde ilgi alanlarına göre konumlanması ve ortak ilgi alanlarına yönelen bireylerle etkileşime geçmesi kimliğinin oluşmasında ve belirginleşmesinde etkili olmaktadır. Goffman'ın önemli eseri 'Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu'nda (2009) belirttiği gibi izlenim oluşturma ve buna bağlı olarak sosyal kimliği inşa etme süreci sosyal yaşamın en önemli parçalarından biridir. İnsanlar ancak bu yolla sosyal koşullar içerisinde var olabilmekte ve etkileşime geçebilmektedir. Sosyal yaşamın bir yansıması ve alternatifi olarak ağ toplumunda da kimliğin önemli bir yeri vardır, ancak bu kimliğin gerçekliği ve denetlenebilirliği en büyük tartışma konularından biridir.

Sosyal paylaşım ağları, dünya genelindeki bilgisayar ağlarını ve kurumsal bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan elektronik iletişim ağı olarak tanımlanan internetin gelişmesiyle bireyleri farklı bireylerle sanal uzamda buluşturan web tabanlı hizmetlerdir (Toprak vd., 2009: 28). Sosyal paylaşım sitelerinin en büyük özelliği adından da anlaşılacağı gibi çoklu paylaşıma ve etkileşime imkân verebilmesidir. Sosyal paylaşım siteleri ile birlikte ortaya çıkan yeni iletişim ve etkileşim olgusu beraberinde insanların sanal uzamda bir araya gelerek ne tür aktiviteler yapabileceğini de göstermiştir. Ağ toplumunun en iyi temsilcisi olarak kabul edebileceğimiz sosyal paylaşım ağları, zaman ve uzam algısının yeni bir boyut kazanmasında etkili olmuştur. Örneğin bireyler daha önce hiç tanımadıkları, uzamsal olarak birbiriyle temas kuramayan bireylerle aynı ağ üzerinde olmanın ve etkileşime geçmenin tecrübesini kolaylıkla yaşayabilmektedir. Bu anlamda sosyal paylaşım ağları küresel köyün daha da küçülmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

Sosyal paylaşım ağlarının en temel özelliklerinden biri de interaktif bir iletişim ortamı sunmasıdır. Diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi kaynak ve hedef arasındaki belirgin ayrım internet teknolojileri ve buna bağlı olarak gelişen iletişim ortamlarında kaybolmuş ve artık her bir kullanıcı hem kaynak hem de alıcı olarak etkileşim içerisinde girebilme imkânına kavuşmuştur. Böylelikle sosyal paylaşım ağları üzerinde fikirlerin serbestçe dolaşımı yaygınlaşmakta ve tek taraflı enformasyonun önüne geçilebilmektedir.

Rogers'a göre de (Geray, 2003: 18) yeni medyanın (diğer medyalardan farklı olarak) üç özelliği vardır; etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık. Kitlesizleştirme, büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapılabilmesi imkânına gönderme yapmaktadır. Sosyal paylaşım ağlarında belirli ilgi alanlarına göre toplanan binlerce insan aynı anda paylaşımında bulunulabilirken, bireysel olarak da iletişime geçilebilmektedir. Bu anlamda kitle içerisinde, kitleden ayrı bir iletişim söz konusu olabilmektedir. Eşzamansızlık ise, bireylerin uygun zamanda mesaj alışverişinde bulunabilmelerini ifade eder. Böylelikle aynı andalık zorunluluğu ortadan kalkar. Bir veri deposu olarak internete giren hiçbir şeyin silinmediği ve kayıtlarda kaldığı düşünülürse, herhangi bir verinin istenilen bir zamanda ulaşılabilir olması internet kullanıcılarının farklı zaman dilimlerinde mesaja ulaşması anlamına gelir. Bu temel özelliği ile internet medyası, televizyon ve radyo gibi iletişim araçlarının aynı andalığa dayalı iletişim gerekliliğini aşmıştır.

Bu ve bunun gibi temel özellikleri ile farklılaşan yeni medya, kullanıcılarına edilgen ve pasif olmaktan ziyade, aktif ve etken bir rol biçmektedir. Yeni medya kullanıcıları bu anlamda farklılaşan, marjinal kalan ve gündeme alınmayan konularla ilgili olarak rahatlıkla fikir alışverişinde bulunabilmektedir. Bu ise yeni medyanın demokratikleşme sürecinde etkili bir araç olarak değerlendirilmesine neden olmuştur. İnterneti ve demokrasi ilişkisini olumsal bir çizgide savunanlar, yeni iletişim tekno-

lojisinin ana akım medya ve politikadan dışlanmış grup ve bireylere, olağan politik tartışmaların kapsamında yer almayan fikirleri yayma ve genellikle muhalif fikir ve gruplara kapalı tutulan tartışma ve diyaloglara katılma olanağı veren araçlar sunduğunu ileri sürmektedir (Toprak vd., 2009: 191-192).

Myspace, Facebook, Twitter, Badoo, Orkut gibi birçok sosyal paylaşım ağının kullanıcılarına sağladığı bu özgür ortam elbette bu tip paylaşım sitelerinin yaygınlaşmasında etkili bir faktör olarak değerlendirilebilir. Sundukları olanaklar ile birbirinden farklılık gösteren çok sayıda sosyal paylaşım sitesi mevcut olmakla birlikte, bu sitelerin en temel özellikleri ve sundukları imkânlar şu şekilde sıralanabilir (Kim vd., 2010: 218-221); kişisel profil oluşturabilmeye imkân tanınması, çevrimiçi bağlantıya olanak vermesi, çevrimiçi gruplara katılabilme, çevrimiçi bağlantılarla iletişime geçebilme, paylaşım, fikirleri ifade edebilme, bilgi edinme ve kullanıcılarının uzun süre sitede vakit geçirmesini sağlama.

Sosyal ağlar bir taraftan kişinin kendisi hakkında bilgi sunmasına imkân tanırken diğer taraftan da çevresinde olup bitenlerden haberdar olmasını ve diğer kişiler hakkında bilgi edinmesini sağlamaktadır. Bunun yanında sosyal olaylar ve gelişmeler hakkında da bilgi alışverişi söz konusu olmaktadır. Bütün bu özelliklere bağlı olarak sosyal paylaşım ağlarının en büyük özelliği, kullanıcılarını, sunduğu bu imkânlarla uzun süre kendine bağlamasıdır. Yapılan birçok araştırma göstermektedir ki sosyal paylaşım ağlarına üye olan bireyler gün içerisinde bu siteleri birçok defa ziyaret etmekte ve uzun bir zaman dilimini bu sitelerde harcamaktadır. Örneğin dünya üzerinde 300 milyon kullanıcı sayısına ulaşan MySpace sitesinde günde ortalama 1,5 milyar sayfa gösterimi gerçekleşmektedir (Kim vd., 2010: 224). Bu veri gün içerisinde oldukça yoğun bir kullanım süresi olduğunu göstermektedir. Yapılan bir başka araştırmaya göre (Pempek vd., 2009: 231) hafta içinde Facebook kullanımının günlük 117 dakikaya kadar çıktığı, hafta sonunda ise günlük 165 dakikaya kadar Facebook'ta vakit geçirildiği tespit edilmiştir. Bu verilerden de anlaşıldığı üzere sosyal paylaşım siteleri bir gündelik hayat pratiği olarak üyeleri tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır.

3. AĞ TOPLUMUNUN YÜKSELEN TRENDİ: FACEBOOK

Sosyal paylaşım siteleri günden güne artan bir yoğunlukla kullanıcı sayısını arttırmaktadır. Sosyal paylaşım ağları içerisinde dünyada en çok tanınanı Facebook'tur. Türkiye'de de Google arama motorundan sonra en çok Facebook'a erişim sağlandığı bilinmektedir (alexa.com 12.06.2010). Sosyal paylaşım siteleri içerisinde ise Facebook açık ara önde gitmektedir.

Türkiye’de en çok erişim sağlanan 10 sosyal paylaşım sitesi Toplam bireysel ziyaretçilere (000) göre sıralanmıştır Eylül 2009 Tüm Türkiye, +15 yaş, ev ve iş yerinden bağlananlar Kaynak: comScore World Metrix (Erişim 12.06.2010)		
Medya	Toplam Bireysel Ziyaretçi (000)	Toplam Harcanan Dakika (MM)
Toplam Sosyal Ağ İzleyicisi	16,913	5,651.6
Facebook.com	16,050	5,196.1
Windows Live Profile	7,775	50.2
Mynet Eksenim	3,232	24,3
Netlog.com	1,834	94,7
Kalpkalbe.com	1,801	6,9
Windows Live People	1,574	0,3
MySpaces Sites	938	22,2
Gecevip.com	866	1,4
Badoo.com	854	52,1
Twitter.com	804	6,7

Türkiye, Facebook’un en çok kullanıldığı ülkelerin başında gelmektedir. Türkiye’de özellikle gençlerin Facebook’u yoğun bir şekilde kullandığı bilinmektedir. Üniversite öğrencilerine yönelik yapılan bir araştırmada (Göker vd., 2010: 192) üniversite öğrencilerinin % 77’sinin Facebook üyesi olduğu tespit edilmiştir.

Dünya çapında 400 milyonun üzerinde kullanıcı sayısına ulaşan Facebook’un bazı istatistikî verileri şu şekildedir (<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>, Erişim: 12.06.2010);

- Facebook kullanıcılarının yüzde 50’si her gün siteye giriş yapmaktadır.
- Kullanıcıların ortalama arkadaş sayısı 130’dur.
- Facebook kullanıcılarının tamamı sitede ayda 500 milyar dakika zaman harcamaktadır.
- Facebook’ta insanların etkileşime geçtiği 160 milyon konu (sayfa, grup ve olgu) vardır.
- Ortalama her bir kullanıcı 60 sayfa, grup ve olgu ile bağlantılıdır.
- Ayda 25 milyar paylaşım yapılmaktadır.
- Kullanıcıların yüzde 70’i ABD dışındadır.
- 250 binden fazla internet sitesi Facebook ile entegre durumdadır.
- 100 milyondan fazla kişi mobil bağlantı kurmaktadır. Mobil bağlantı kuranlar Facebook’u kurmayanlara oranla 2 kat daha aktif kullanmaktadır.
- Facebook’un bin 400’ün üzerinde çalışanı vardır.

Facebook'un bu denli yaygın olmasının en büyük nedeni kullanıcılarına birçok farklı uygulama hizmeti sunmasıyla ilgilidir. Facebook'un tespit edilen kullanım amaçları şu şekilde sıralanmaktadır (Toprak vd., 2009: 44-55); Arkadaş bulmak amaçlı, denetim ve gözetim amaçlı, paylaşım amaçlı, oyun oynamak amaçlı, örgütlenme amaçlı, siyasal amaçlı, e-ticaret amaçlı, cinsel amaçlı ve ihbar amaçlı.

Facebook'un en temel kullanım amacı arkadaş bulmaktır. Arkadaş bulmak sosyal çevreden olan kişileri kapsadığı gibi internet ortamında edinilen yeni arkadaşlıkları da içermektedir. Facebook kullanıcılarının en sevdiği imkânlardan biri de geçmişte okul, iş gibi çevrelerde edinilen fakat zamanla iletişimin koptuğu arkadaşların yeniden bulunarak iletişim kurulabilmesidir. Denetim ve gözetim Facebook'un en çok tartışılan kullanım amaçlarından biridir. Kişiler bağlı oldukları arkadaşlarının profillerine ve tüm paylaşımlarına ulaşabildiği gibi üyeler, arkadaş listesinde bulunan kişilerin arkadaşlarının bilgilerine de ulaşabilmektedir. Her ne kadar bu erişim kullanıcılar tarafından kısıtlanabilse de herkesin herkesi 'gözetleyebildiği'ne yönelik bir sorun ortaya çıkmaktadır. Kullanıcılar, bir anlamda George Orwell'in 1984 (2001) romanında çizdiği tablonun hem gözetleyen 'Big Brother'ı hem de gözetlenen öznesi konumuna gelmektedir. Niedzwiecki'nin (2010) kavramsallaştırdığı 'Dikizleme Kültürü'nün yaygınlaşmasında sosyal paylaşım ağlarının etkisi oldukça yüksektir. Çünkü Facebook ve benzeri sosyal paylaşım sitelerinde bireylere ilişkin her türlü bilgi ve görsel unsur rahatlıkla ulaşılabilir hale gelmiştir.

İnternetin görsel özelliğinin ön plana çıkmasıyla birlikte sosyal paylaşım ağları da görsel paylaşımların merkezi haline gelmiştir. Facebook'ta kullanıcılar kendine ait görsel paylaşımlarda bulunabildiği gibi internette yaygınlaşan ve ilgi toplayan video ve resimleri de arkadaşları ile paylaşabilmektedir. Bu özelliğin Facebook'un kullanılma amaçlarının başında geldiğini ifade etmek yanlış olmayacaktır. Kullanıcılar öncelikle arkadaşlarını "gözetlemektedir". Facebook'un en sık kullanılan işlevleri arasında birinci sırada "arkadaşlarının fotoğraflarına bakmak" gelmektedir (Şener, 2009: 4). Sosyal paylaşım ağları vakit geçirmek için tasarlanmış çeşitli eğlendirici faaliyetlerle diğer internet sitelerinin işlevlerini de yerine getirmektedir. Facebook kullanıcılarının, özellikle genç kitlenin faydalandığı hizmetlerden biri de 'oyun'dur. Geliştirilen çeşitli oyunlar sosyal ve interaktif özellikleri ile birlikte Facebook kullanıcılarının hem oyun oynayarak eğlendikleri hem de bu oyunlar vasıtasıyla etkileşime geçerek sosyalleştikleri bir aktivite haline gelmiştir. Hergüner'in yaptığı bir araştırmada (2011: 177) örneklem grubunun büyük bir çoğunluğunun arkadaşlarının ne yaptığı bilgisine ulaşmak ve bununla birlikte katılımcıların iyi zaman geçirmelerine neden olduğu için sosyal paylaşım sitelerini kullanmayı tercih ettikleri belirlenmiştir. Bu veriler, özellikle Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinin boş zaman etkinliği olarak ön plana çıktığını göstermektedir.

Facebook; çeşitli siyasi, dini ve ideolojik düşüncelerin örgütlenebildikleri, fikir paylaşımına imkân tanıyan grupları da barındırmaktadır. Bireyin tıpkı sosyal hayatın-

da olduğu gibi aynı düşüncelere sahip diğer kullanıcılarla etkileşime geçmesi kolay olmaktadır. Bunun yanında gelişen aktüel olaylar ve olgularla ilgili olarak ortak düşünce platformları oluşturulmakta ve kamuoyu, sanal ortamlarda şekillenebilmektedir. Örneğin bir zam uygulamasında Facebook kullanıcıları hemen harekete geçerek bu zamlara tepkilerini koymak adına örgütlenebilmektedir.

Bu ve buna benzer kullanım amaçları ile ön plana çıkan Facebook sosyal paylaşım ağı MySpace, Twitter gibi rakiplerine oranla hızla artan kullanıcı sayısına sahiptir. Facebook'un ifade edildiği gibi birçok kullanım amacı olmakla birlikte örgütlenme amacıyla kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır.

4. FACEBOOK'TA ÖRGÜTLENME

Timisi'nin belirttiği gibi (2003: 139) iletişim teknolojileri ve özellikle de bilgisayar temelli iletişim teknolojileri, gelişme ve yenilenme nedenlerini, toplumsal etkileşimi sağlama iddiası üzerinden var ederler. Bu iddianın gerçekleşmesi ise en üst düzeyde etkileşim sürecinin sağlanması yoluyla mümkün gözükmektedir. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan internet üzerindeki etkileşim ortamları, hem iletişime imkân tanırken aynı zamanda farklı amaçlarla bir arada bulunma ve belli amaçlar doğrultusunda örgütlenme olanağını sağlamaktadır.

İnternet temelli iletişim, zaman ve mekân ötesi etkileşime geçmeye uygun yapısı ile fiziksel anlamda bir arada bulunma zorunluluğunu aşarak kendi içerisinde kamusal bir alana dönüşmüştür. Bu kamusal alanın en temel özelliği Habermas'ın (2002) kamusal alan yaklaşımından hareketle ifade edilecek olursa özel şahıslardan oluşmuş kamusal toplulukların tartıştığı bir alan olmasıdır. Bu alan, bir tartışma platformu olarak ortak ilgi ve konular üzerinde yapılan görüş alış verişini ile kendine has bir kamuoyunun oluşumunu da beraberinde getirmektedir.

Yeni medyanın, özellikle de internetin geleneksel medyadan ayrılan en önemli yönü etkileşimli olmasıdır. Bu özellikler beraberinde çoğuldan çoğula veya tekilden çoğula eş zamanlı iletişim, tekilden tekile eş zamansız iletişim, çoğuldan çoğula eş zamansız iletişim ve sunucudan çoğula veya tekile eş zamansız iletişim (Binark, 2007: 23) gibi birçok kullanım çeşitliliğini getirmektedir. Bu durum örgütlenme ve bu örgütlenme çerçevesinde kamuoyu oluşumu sürecinde birçok kolaylığa neden olmaktadır. Özellikle bir kişinin çok kişiye hitap edebilmesi, bilginin dağıtımı ve paylaşımının tek elden kontrollü bir şekilde ağ içerisinde bulunan herkese aynı anda ulaştırılabilmesi ve tartışma platformları oluşturularak bu konuda herkesin katılımcı bir özellikte aktif şekilde rol alması bu kolaylıklar arasında sayılabilir.

İnternet, kendi içerisinde sürekli olarak Huisman'ın ifadeleriyle (2000: 91) 'Bilgi Otoyolları' inşa etmektedir ve bu yollar bizatihi kullanıcıları tarafından kontrol edilmektedir. İnternette oluşan bilgi yollarının herkes tarafından inşa edilebilmesi

ve üzerinde yürünebilmesi, bilgi kirliliği ve bilginin güvenilirlik düzeyinin düşmesi gibi eleştirilere neden olsa da bir diğer taraftan bilginin 'tekelleşmemesi' ve merkezi olarak manipülasyona kapalı olması gibi nedenlerle de olumlanmaktadır. Bu nedenle her iki yaklaşım açısının da kendine özgü haklı tarafları olsa da konunun çok taraflı boyutları ile ilgili tartışmalar ve toplumsal etkileri ile ilgili öngörüler henüz netleşmemiştir.

Her ne kadar konu karmaşıklığını koruyor olsa da bilginin rahat dolaşımı ve tek yönlü iletişimin önüne geçilmesi sanal uzamda birçok örgütlenmeye kapı aralamaktadır. İnternetin kendi içinde ürettiği etkileşim ve sosyalleşme alanları içerisinde hemen her konu ile ilgili örgütlenme meydana gelebilmektedir. Özellikle yapısı gereği sosyal paylaşım sitelerinin bu tür örgütlenmeler için mümkün olan en ideal alanlar oldukları kabul edilmektedir. Sosyal paylaşım siteleri içerisinde ise kullanıcı sayısının çokluğu ile dikkat çeken ve buna bağlı olarak aktüel gelişmelerle ilgili hızla çoğalabilen örgütlenmeler, en çok Facebook sosyal paylaşım sitesinde ortaya çıkmaktadır.

Facebook'taki örgütlenme türleri şu şekilde tespit edilmiştir (Toprak vd., 2009: 204-237): Siyasal örgütlenmeler, ırkçılık ve nefret söylemini yayan örgütlenmeler, dini örgütlenmeler, sendikal örgütlenmeler, çeşitli nedenlerle Facebook hesaplarını hacklemek için kurulan örgütlenmeler, sivil toplum örgütlenmeleri, kampanya içerikli örgütlenmeler.

Siyasal iletişim çalışmaları içerisinde internetin kullanımı gerek siyasi partiler, gerekse siyasi partilere bağlı olan kişiler tarafından yaygın bir şekilde gerçekleşmektedir. İnternetin siyasi partiler tarafından resmi web sitelerinin yanı sıra Facebook gibi sosyal paylaşım ağlarında resmi ya da gayri resmi grupların kurulmasıyla siyasi örgütlenme içerisinde oldukları bilinmektedir. Böylelikle hem resmi yoldan hem de partiye bağlı olan kişiler tarafından gayri resmi olarak kurulan gruplarda bireyler siyasi örgütlenmelerini kolaylaştırabilmektedirler.

Bunun yanında Facebook'ta en çok rastlanan örgütlenme türlerinden biri de ırkçılık ve nefret içerikli söylemler barındıran örgütlenmelerdir. Kamusal alanda kendine yeterince destek bulamadığını düşünen ve giderek marjinalleşen gruplar, sosyal paylaşım ağlarını, özellikle de Facebook'u örgütlenme ve yandaş toplama çalışmaları içerisinde kullanmaktadır.

Facebook'ta din temeli üzerine oturan, birçok dini şahsiyet, kurum ve oluşumla ilgili sosyal örgütlenmeler gerçekleşmektedir. Facebook'ta örgütlenen çeşitli sendikal hareketler de dikkat çekmektedir. Özellikle bu örgütlenmeler kamuoyunu uzun bir dönem meşgul eden sendikal hareketler etrafında şekillenmektedir. Bunların en dikkat çekenleri Türk Telekom, ATV-Sabah, IBM Türk ve Desa İşçileri (Toprak vd., 2009: 219) kampanyalarıdır. Bunların yanında Tekel işçilerinin yürüttüğü eylem de Facebook'ta birçok örgütlenmeye neden olmuştur.

Siyasal partilerin örgütlendiği gibi sivil toplum örgütleri de Facebook'ta örgütlenme yoluna gitmektedir. Ülkemizde faaliyet gösteren birçok sivil toplum kuruluşu; amaçlarını, faaliyetlerini ve projelerini daha iyi anlatmak ve yaygınlaştırmak adına sanal uzamda örgütlenme yoluna gitmektedir.

Facebook sosyal paylaşım ağında gündemi meşgul eden konularla ilgili olarak çeşitli kampanyalar düzenlenmekte ve bu kampanyalara destek olmak amacıyla gruplar oluşturulmaktadır. Bu kampanyalar genellikle siyasi, ekonomik, kültürel, eğitim gibi konular etrafında şekillenmektedir. Örneğin katsayı sorunun çözümü için bir kampanya başlatılabilirken aynı zamanda kadın hakları konusunda bir kampanya ile çeşitli örgütlenmeler gerçekleştirilebilmektedir.

Facebook'taki örgütlenmeler yüz binlerce kişinin katılımıyla olabileceği gibi, çok sınırlı sayıda kişinin destek verdiği örgütlenmeler de olabilir. Ancak, yapılan birçok araştırmadan elde edilen bulgulara göre Facebook kullanıcılarının büyük bir çoğunluğu az önce ifade edilen örgütlenme türlerinin birçoğunda yer alabilmektedir. Toprak ve arkadaşlarının yaptığı bir araştırmaya göre (2009: 239) Facebook kullanıcılarının yüzde 59'unun yürütülen herhangi bir kampanyayı veya örgütlenmeyi desteklediği belirlenmiştir. Bu anlamda Facebook'ta kullanıcıların en önemli kullanım türlerinin başında örgütlenmelere yönelik kullanımların geldiği ifade edilebilir.

5. TEKEL EYLEMİ VE ÇEVİRİMİÇİ YANSIMALARI

Kamuoyunda Tekel Eylemi olarak bilinen ve uzun süre gündemi meşgul eden Tekel Kurumu işçilerinin yürüttüğü protestolar dizisi Ankara merkezi olmak üzere Türkiye'nin birçok ilinde gerçekleşmiştir. Türkiye'nin çeşitli illerinden gelerek Ankara'da Türk İş Sendikası binası önünde toplanan Tekel işçilerinin eylemi 78 gün sürmüştür. Birçok sivil toplum örgütü, sendika ve siyasi partinin desteğini alarak devam eden eylem, başlangıcından sonlanmasına kadar geçen süre içerisinde kamuoyunun ana gündem maddeleri içerisinde önemli bir yer tutmuştur.

Eylemin bu denli uzun sürmesi ve medyanın eyleme ilgi göstermesi sosyal hayatta olduğu gibi internette de uzun süre gündemde kalmasına neden olmuştur. Eyleme destek olanların ve karşı çıkanların, internette karşılıklı olarak mücadelesi her alanda görülmüştür. Ancak sosyal paylaşım siteleri, birçok farklı kesimden insanı bir araya getirdiği için bu mücadele pratikleri sosyal ağlarda çok daha yaygın bir şekilde görülmüştür. Örneğin Facebook paylaşım ağında Tekel Eylemi ile ilgili olarak birçok dayanışma ve destek grubu açılmış ve çok sayıda katılımcı bu destek gruplarına üye olarak eylemle ilgili duruşunu sergilemiştir.

Facebook'ta eylemle ilgili birçok destek grubu açılrsa da en büyük topluluk olarak "Tekel İşçilerinin Bu Onurlu Mücadelesine Sen de Destek Ver" isimli grup ön plana çıkmaktadır. Grubun 'duvar' sayfasında sayfa yöneticilerinin eylemle ilgili bilgi, fotoğraf ve video paylaşımları yer alırken aynı zamanda grup üyelerinin de bu tür

paylaşımları yayınlanmaktadır. Özellikle grup sayfasının yöneticilerinin gönderdiği paylaşımlar, grup üyeleri tarafından oldukça yoğun bir ilgiyle takip edilmektedir. Bu durum paylaşımlara yapılan yorumlardan anlaşılmaktadır. Grubun ana sayfasında ayrıca grup üyelerini arkadaşlarını davet etmeleri için bilgilendirici ve teşvik edici yazılar da mevcuttur.

Grup içerisindeki tartışma platformlarında ise bazı konu başlıkları şu şekilde sıralanabilir; Tekel ve Neo Liberaller, Tekel İşçilerine Şiirler, Hükümetten Tekel İşçilerinin Çadırlarına Operasyon, Tekel Direnişine Nasıl Katkı Sağlıyorsunuz, Yerinden Eylem, Tekel İşçilerine Destek Lütfen, Her Yanımız Cehalet. Bu konu başlıkları üzerinde grup üyelerinden bazılarının fikirlerini paylaştıkları ve yeni tartışma konuları açtıkları görülmektedir.

Grup sayfası içerisinde video ve resim paylaşımlarının da aktif bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Özellikle grup yöneticilerinin yaptığı Tekel Eylemi ile ilgili haber videoları ve resimleri eylemle ilgili gelişmeleri aktarması açısından önem taşımaktadır.

6. ARAŞTIRMA

6.1. Amaç ve Önem

Ağların toplumsal yaşam içerisindeki önemi yadsınamaz. İnsanlık tarihi kadar eski olan ağ olgusu günümüzde artık neredeyse internet teknolojileri ve ortamları ile özdeş kabul edilmektedir. Çünkü ekonomik, siyasi, kültürel, sosyal birçok alanda internete dayalı bir etkileşimi görmek son derece olağan bir durum haline almıştır. Bu araştırma kapsamında internet ortamları içerisinde en çok kullanım yoğunluğuna sahip olan sosyal paylaşım siteleri; toplumsal olaylar karşısında örgütlenme alanı olarak kullanılan Facebook sosyal paylaşım sitesi ve Tekel eylemine karşı geliştirilen çevrimiçi mücadele örneği özelinde incelenmiştir. Araştırmanın temel amacı sosyal paylaşım sitelerinde örgütlenme imkânı bulan kullanıcıların, bu örgütlenmeye ve örgütlenme içerisinde gerçekleşen faaliyetlere bakış açısını tespit etmek ve açılan gruba ilişkin tutumların belirlenmesidir.

6.2. Yöntem

Çalışmada alan araştırması uygulanmış, verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. Soru formu Facebook sosyal paylaşım sitesinin ve adı geçen grubun incelenmesi ve konuyla ilgili mevcut literatürün taranması sonucunda hazırlanmış ve uygulanmıştır. Gruba üye olan Facebook kullanıcılarının Türkiye'nin birçok farklı şehrinde yaşıyor olması nedeniyle ve araştırmada örneklem grubunun, evreni en geniş anlamda temsil etmesini sağlamak amacıyla 'online' anket çalışması yapılmıştır.

6.3. Evren ve Örneklem

Facebook'ta kurulan "Tekel İşçilerinin Bu Onurlu Mücadelesine Sen de Destek Ver" grubunun üyelerinin tamamı araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Grubun araştırmanın yapıldığı tarih itibarıyla 67 bin 359 üyesi vardır (facebook.com, Erişim 26.04.2010). Online anket formunun linki grubun sayfasında yayınlanarak grup üyelerinin anketten haberdar olması sağlanmıştır. Soru formu internette 7 gün yayında tutulmuştur. Bu süre zarfında ankete 477 kişi yanıt vermiştir. Böylelikle 477 kişilik bir örneklem grubuna ulaşılmıştır.

6.4. Bulgular ve Analiz

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyetleri

	f	%
Erkek	246	51,6
Kadın	231	48,4
Toplam	477	100,0

Anket katılımcılarından 246 kişi (% 51,6) erkek, 231 kişi (% 48,4) ise kadındır. Örneklem grubunun cinsiyete göre dağılımları yaklaşık oranla birbirine eşit kabul edilebilir.

Tablo 2. Katılımcıların Yaş Dağılımları

	f	%
18 altı	21	4,4
18-25	119	24,9
26-33	112	23,5
34-40	76	15,9
41 ve üzeri	149	31,2
Toplam	477	100,0

Katılımcıların yaş dağılımları ise şu şekildedir: 21 kişi (% 4,4) 18 altı, 119 kişi (% 24,9) 18-25 yaş aralığı, 112 kişi (% 23,5) 26-33 yaş aralığı, 76 kişi (% 15,9) 34-40 yaş aralığı, 149 kişi (% 31,2) ise 41 ve üzeri yaş aralığında bulunmaktadır. Sosyal ağların genellikle genç kitlenin ilgi duyduğu bir iletişim ortamı olduğu kabul edilirse, anket katılımcılarının yaş dağılımları oldukça ilginçtir. Genel itibarıyla katılımcıların 18-25 ve 26-33 yaş aralıklarında bulunduğu görülmektedir ancak ankete katılan grup üyelerinin büyük bir çoğunluğunun (% 31,2) 41 ve üzeri yaş aralığında bulunması, gruba üye olan kişilerin büyük bir kısmının orta yaş ve üzeri kişilerden oluştuğunu göstermektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Mesleği

	f	%
Kamu	135	28,3
Özel Sektör	159	33,3
Öğrenci	123	25,8
İşsiz	60	12,6
Toplam	477	100,0

Ankete katılan kişilerin meslekleri ise şu şekildedir: 135 kişi (% 28,3) kamu çalışanı, 159 kişi (% 33,3) özel sektör çalışanı, 123 kişi (% 25,8) öğrenci, 60 kişi ise (% 12,6) işsizdir. Katılımcıların özel sektör ve kamu çalışanı olarak dağılımlarının birbirine yakın olduğu dikkat çekmektedir. Öğrenci oranı da oldukça yüksek görünmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Yaşadığı Şehir

	f	%
İstanbul	133	27,9
Ankara	87	18,7
İzmir	53	11,1
Antalya	15	3,1
Konya	12	2,5
Eskişehir	11	2,3
Bursa	11	2,3
Kocaeli	11	2,3
Adana	11	2,3
Yurtdışı	19	4,0
Diğer	114	23,5
Toplam	477	100,0

Anket katılımcılarının Türkiye'nin birçok farklı ilinden (toplam 51 il) oldukları tespit edilmiştir. Bu illerin başında İstanbul (133 kişi % 27,9) gelmektedir. Sonrasında sırasıyla Ankara (87 kişi % 18,7), İzmir (53 kişi % 11,1), Antalya (15 kişi % 3,1), Konya (12 kişi % 2,5), Eskişehir, Bursa, Kocaeli, Adana (11 kişi % 2,3) gelmektedir. Ankete katılanlardan 19 kişi (% 4,0) ise yurt dışında yaşadığını belirtmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Eğitim Durumu

	f	%
Okur-Yazar	4	0,8
İlköğretim	10	2,1
Ortaöğretim	91	19,1
Önlisans	79	16,6
Lisans	224	47,0
Lisansüstü	69	14,5
Toplam	477	100,0

Katılımcıların eğitim durumları ise şu şekildedir: 4 kişi (% 0,8) okur-yazar, 10 kişi (% 2,1) ilköğretim, 91 kişi (% 19,1) ortaöğretim, 79 kişi (% 16,6) ön lisans, 224 kişi (% 47,0) lisans, 69 kişi (% 14,5) ise lisansüstü eğitim düzeyindedir. Örneklem grubunun büyük bir çoğunluğunun lisans düzeyinde eğitim durumuna sahip olduğu görülmektedir. Bu durum grup üyelerinin önemli bir kısmının eğitim düzeyi olarak ‘yüksek öğrenim’ düzeyinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Katılımcıların Siyasi Görüşleri

	f	%
Sağcı	5	1,0
Solcu	128	26,8
Sosyalist	180	37,7
Muhafazakâr	2	0,4
İslamcı	3	0,6
Liberal	7	1,5
Demokrat	53	11,1
Marksist	43	9,0
Milliyetçi	11	2,3
Diğer	45	9,4
Toplam	477	100,0

Facebook’ta Tekel işçilerinin eylemine destek amacıyla açılan gruba üye olanlara yöneltilen ‘Siyasi görüşünüzü nasıl tanımlarsınız?’ sorusuna cevaben ankete katılan grup üyelerinin büyük bir çoğunluğunun (180 kişi % 37,7) kendini ‘Sosyalist’ olarak tanımladığı görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların önemli bir kısmı (128 kişi 26,8) siyasi görüşünü tanımlamada ‘Solcu’ seçeneğini işaretlemiştir. Aynı zamanda siyasi görüşünü ‘Demokrat’ (53 kişi % 11,1) ve ‘Marksist’ (43 kişi % 9,0) olarak tanımlayan kişilerin sayısı da dikkate değerdir. Seçenekler arasında ‘Diğer’ şikkını belirten anket katılımcılarının büyük bir çoğunluğunun siyasi görüşünü tanımlamada ‘Komünist’, ‘Anarşist’ ve ‘Atatürkçü’ ifadelerini kullandığı görülmüştür.

Tablo 7. Katılımcıların Eyleme Fiili Olarak Katılma Durumu

	f	%
Evet	181	37,9
Hayır	296	62,1
Toplam	477	100,0

Facebook’ta açılan Tekel işçilerine destek grubuna üye olan kişilerin Ankara’da yapılan eyleme bizzat katılma durumlarını gösteren Tablo 7’de de görüldüğü gibi, ankete katılan grup üyelerinin büyük bir kısmının (296 kişi % 62,1) eyleme fiili olarak katılmadığı, bunun yanında 181 kişinin (% 37,9) eyleme bizzat katıldığı ve Tekel işçilerinin yürüttüğü eyleme fiili olarak da destek verdiği belirlenmiştir. Sosyal ağlarda kurulan

dayanışma, örgütlenme ve direnişe yönelik grupların bireyleri pasifize ettiği ve gerçeklikten uzaklaştırdığı yönünde geliştirilen eleştirinin bu açıdan bakıldığında tam anlamıyla gerçeği yansıtmadığı görülmektedir. Anket katılımcılarının her birinin eylemin gerçekleştiği şehir olan Ankara'da ikamet etmediği de göz önünde tutulduğunda, grup üyelerinin eyleme fiili olarak katılma oranının oldukça yüksek olduğu ifade edilebilir.

Tablo 8. Cinsiyet ve Katılımcıların Eyleme Fiili Olarak Katılma Durumu Arasındaki İlişki

χ^2 p = 0,490 > 0,05		(2) Tekel işçilerinin yürüttüğü eyleme fiili olarak katıldınız mı?		Toplam
		Evvet	Hayır	
(1) Cinsiyet	Erkek	97	149	246
	(1) %	39,4	60,6	100,0
	(2) %	53,6	50,3	51,6
	Toplamda %	20,3	31,2	51,6
	Kadın	84	147	231
	(1) %	36,4	63,6	100,0
	(2) %	46,4	49,7	48,4
	Toplamda %	17,6	30,8	48,8
Toplam		181	296	477
(1) %		37,9	62,1	100,0
(2) %		100,0	100,0	100,0
Toplamda %		37,9	62,1	100,0

Cinsiyet ve eyleme fiili olarak katılma durumunu gösteren Tablo 8'de de görüldüğü gibi, Facebook'ta çevrimiçi eyleme katılan ve destek veren birçok kişinin, eyleme fiili olarak katılmadığı anlaşılmaktadır. Bunun yanında eyleme fiili olarak katılma durumu cinsiyet değişkeninde değerlendirildiğinde elde edilen verilerin erkek ve kadın katılımcılar arasında farklılık göstermediği belirlenmiştir. Yapılan Ki Kare testi sonucu da bu kanaati teyit etmektedir. Bu bağlamda eyleme fiili olarak katılma durumunda cinsiyet değişkeninin etkili olmadığı ve cinsiyet ile eyleme fiili olarak katılma durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 9: Katılımcıların Eylemle İlgili Bilgileri En Çok Nereden Edindiği

	f	%
İnternet Medyası	161	33,8
Yazılı Medya	63	13,2
Görsel Medya	138	28,9
Sosyal Çevre	48	10,1
Sosyal Ağlar	52	10,9
Diğer	15	3,1
Toplam	477	100,0

Sosyal olay ve olgularla ilgili bilgilenme sürecinde medyanın önemli bir bilgi kaynağı olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu anlamda Facebook'ta Tekel işçilerini desteklemeye yönelik açılan grupta, grup üyelerinin eylemle ilgili bilgileri almada en çok internet medyasını (161 kişi % 33,8) kullandığı belirlenmiştir. Bu durum, internet üzerinde açılmış bir gruba üye olan kişilerin interneti kullanma oranları ile doğrudan ilişkili olarak değerlendirilebilir. Ancak, görsel medyanın da (138 kişi % 28,9) eylemle ilgili bilgilenmede önemli bir araç olduğu görülmektedir.

Ele alınan konu açısından değerlendirildiğinde sosyal ağların (Facebook ve açılan destek grubu gibi) eylemle ilgili bilgilenme sürecinde etkili olduğu ancak birincil dereceden bir bilgi kaynağı olarak görülmediği ifade edilebilir. Elde edilen veriler de bu yargıyı destekler niteliktedir. Katılımcılardan sadece 52 kişinin (% 10,9) eylemle ilgili bilgileri en çok sosyal ağlardan edindiğini belirtmesi, sosyal ağların bilgilenme sürecinde etkinlik derecesinin düşük olduğunu ya da sosyal ağların kullanım amaçları içerisinde bilgilenme amacının nispeten geri planda kaldığını göstermektedir.

Tablo 10: Katılımcıların Facebook'taki Gruptan Haberdar Olma Yolu

	f	%
Facebook Reklamları	80	16,8
İnternet Medyası	62	13,0
Arkadaş Tavsiyesi	239	50,1
Haberler	34	7,1
Tanıtlar	35	7,3
Diğer	27	5,7
Toplam	477	100,0

Sosyal paylaşım sitelerinin ve özellikle de Facebook'un en önemli özelliklerinden biri de kişisel profil oluşturma imkânının yanında kullanıcıların çeşitli konular ve olaylar etrafında gruplar oluşturabilmesidir. Çok sayıda kişinin ve grubun bulunduğu sosyal bir ortam olarak Facebook'ta açılan gruplardan haberdar olmak da genellikle bağlı olunan arkadaş çevresi yardımıyla mümkün olabilmektedir. Facebook'ta açılan Tekel eylemine destek grubuna üye olan kişilerin büyük bir çoğunluğunun 'Arkadaş Tavsiyesi' yardımıyla gruptan haberdar oldukları ve böylece gruba üye oldukları görülmektedir. Örneklem grubundan elde edilen veriler de bu olguyu desteklemektedir. Örneklem grubundan 239 kişinin (% 50,1) arkadaş tavsiyesi sonrasında gruptan haberdar olduğu tespit edilmiştir.

Bunun yanında Facebook reklamlarıyla da gruptan haberdar olanların oranı (80 kişi % 16,8) oldukça yüksektir. Facebook, bazı durumlarda kişilerin profillerine bağlantılı ya da ilgili olabileceği varsayımından hareketle bu tip öneri mahiyetinde reklamlar göndererek çeşitli kişiler ya da gruplar hakkında fikir vermektedir. Bu önerilerin de Facebook kullanıcıları üzerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır. Facebook, popülerliği ile doğru orantılı bir şekilde gerek internet medyasında gerekse yazılı

ve görsel medyada hakkında yapılan haberlerle gündeme gelmektedir. Bu anlamda özellikle de internette çeşitli sayfalarda Facebook ve Facebook içeriği ile ilgili çok sayıda haber insanlara ulaşmaktadır. Örneklem grubundan 62 kişinin (% 13,0) grubun varlığından bu yolla haberdar olduğu anlaşılmaktadır. Bu soruda diğer seçeneğini işaretleyen 27 kişinin (% 5,7) büyük bir çoğunluğu kendi aramaları sonucunda gruptan haberdar olduğunu belirtmiştir.

Tablo 11. Katılımcıların Gruba Üye Olma Konusunda Arkadaşlarına Davet Gönderme Durumu

	f	%
Evet	273	57,2
Hayır	204	42,8
Toplam	477	100,0

Örneklem grubu içerisinde Facebook'ta açılan gruptan haberdar olma oranının büyük ölçüde 'Arkadaş Tavsiyesi' ile doğru orantılı olduğu görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında Facebook'ta arkadaşlar arasındaki paylaşımların önemi ortaya çıkmaktadır. Örneklem grubu içerisinde gruba üye olma konusunda arkadaşlarına davet gönderen kişilerin sayısı da (273 kişi % 57,2) oldukça fazladır. Bu durum, grubun tanınmasında gruba üye olan kişilerin önemini ortaya koymakla birlikte aynı zamanda grup üyelerinin kendilerini gruba karşı sorumlu hissettiklerinin de açık bir göstergesidir. Bir diğer taraftan bu veriler, grup üyelerinin önemli bir kısmının grup içerisinde aktif bir rol aldığını ifade olarak değerlendirilebilir.

Tablo 12. Katılımcıların Grupta Yapılan Paylaşımlara Yorum Yapma Durumu

	f	%
Evet	168	35,2
Hayır	309	64,8
Toplam	477	100,0

Örneklem grubuna, Tekel eylemine destek grubunda yapılan paylaşımlara yorum yapıp yapmadığı sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan 168 kişi (% 35,2) paylaşımlara yorum yaptığını belirtirken 309 kişi (% 64,8) ise paylaşımlara yorum yapmadığını ifade etmiştir. Bu durum yapılan paylaşımlara katılma, değerlendirme anlamında grup üyelerinin büyük bir çoğunluğunun grupta pasif bir rol aldığını göstermektedir.

Tablo 13. Katılımcıların Eylemle İlgili Bilgilendirici Paylaşımlar Yapma Durumu

	f	%
Evet	140	29,4
Hayır	337	70,6
Toplam	477	100,0

Grup üyelerinin, grup içerisindeki aktifliğini ölçmek amacıyla yöneltilen sorulardan bir diğeri de üyelerin grupta bilgilendirici paylaşımlar yapıp yapmadığını tespiti yöneliktir. Grup içerisinde eylemle ilgili çeşitli video, resim ve haber gibi bilgilendirici paylaşımlar yapılmaktadır. Bu paylaşımlar gruba üye olan her bir bireyin özel sayfasında görünmekte ve bu paylaşımlar aynı anda birçok kişiye ulaşabilmektedir. Anket katılımcılarından sadece 140 kişinin (% 29,4) grup içerisinde bilgilendirici paylaşımlar yaptığı, buna karşılık 337 kişinin (% 70,6) paylaşımda bulunmadığı görülmektedir. Bu verilerden hareketle örneklem grubunda da görüldüğü gibi, Facebook grubundaki üyelerin büyük bir çoğunluğunun paylaşım yapmaktan ziyade, paylaşımları takip eden bir konumda olduğunu ifade edebiliriz.

Tablo 14. Katılımcıların Grupta Eylemle İlgili Açılan Tartışmalara Katılma Durumu

	f	%
Evet	67	14,0
Hayır	410	86,0
Toplam	477	100,0

Grup içerisinde Tekel eylemi ile ilgili olarak çeşitli tartışma konuları açılmaktadır. Ancak örneklem grubundan elde edilen verilerin de gösterdiği gibi büyük bir çoğunluğun tartışmalara katılmadığı ve tartışma konularına katkı sağlamadığı anlaşılmaktadır. Paylaşımlara yapılan yorumlar ve paylaşım yapma oranı bu anlamda bakıldığında tartışmalara katılma oranlarına bakıldığında daha etkin bir alanı oluşturmaktadır. Tartışmalara katılma oranı örneklem grubuna göre 67 kişi (% 14,0) ile sınırlı kalmaktadır. Bu durum gruba üye olan birçok kişinin grup içerisinde yapılan tartışma, fikir paylaşımı konularında pasif bir rol üstlendiğini göstermektedir.

Örneklem grubuna, eyleme destek grubundaki aktivitelere katılma düzeyini belirlemek amacıyla çeşitli sorular yöneltilmiştir. Tablo 15'te bu sorulara verilen cevaplar ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişki gösterilmektedir.

İlk olarak 'Gruba üye olma konusunda arkadaşlarınıza davet gönderdiniz mi?' sorusu ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişki değerlendirildiğinde, bu soruya verilen cevapların cinsiyet ekseninde önemli ölçüde değişiklik gösterdiği belirlenmiştir. Bu soruya erkek katılımcılardan 130 kişi (% 52,8) 'Evet', 116 kişi de (% 47,2) 'Hayır' cevabını vermiş, kadın katılımcılardan ise 143 kişi (% 61,9) 'Evet', 88 kişi de (% 38,1) 'Hayır' cevabını vermiştir. Verilen cevaplar cinsiyete göre değerlendirildiğinde, gruba arkadaşlara davet gönderme eyleminin kadın kullanıcılar tarafından daha çok gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Ki Kare testi sonucunda da ($P = 0,46 < 0,5$) cinsiyet değişkeninin az da olsa belirleyici bir unsur olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru olan 'Grupta yapılan paylaşımlara yorum yapıyor musunuz?' sorusu ile cinsiyet arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Grup içerisinde yapılan aktivitelerin başında paylaşımlar ve bu paylaşımlara yapılan

yorumlar gelmektedir. Bu bağlamda yorum yapma aktivitesinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen verilere göre erkek katılımcılardan 104 kişi (% 42,3) evet, 142 kişi de (% 57,7) hayır yanıtını vermiştir. Kadın katılımcılardan ise 64 kişi (% 27,7) evet, 167 kişi de (% 72,3) hayır yanıtını vermiştir. Verilerden de anlaşıldığı gibi paylaşımlara yorum yapan kullanıcıların oranları cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir. Ki Kare testi sonucunda da ($P= 0,001 < 0,5$) cinsiyet değişkeninin oldukça etkili olduğu tespit edilmiştir.

Paylaşımlara yapılan yorumlarda cinsiyet değişkeninin etkili olduğu tespit edilirken, grup içerisinde bilgilendirici paylaşım yapma durumunun cinsiyete göre farklılık göstermediği görülmektedir. Bu bağlamda katılımcılara yöneltilen ‘Grupta eylemle ilgili bilgilendirici paylaşımlar yaptınız mı?’ sorusundan elde edilen verilere göre erkek katılımcılardan 74 kişi (% 30,1) evet, 172 kişi (% 69,9) hayır cevabını verirken, kadın katılımcılardan 66 kişi (% 28,6) evet, 165 kişi (% 71,4) ise hayır yanıtını vermiştir. Erkek ve kadın katılımcılardan elde edilen verilerin birbirine oldukça yakın oldukları görülmektedir. Ki Kare testi ($P= 0,776 > 0,5$) sonucu da cinsiyet değişkeninin paylaşım yapma durumu üzerinde etkili olmadığını göstermektedir.

‘Grupta eylemle ilgili yapılan tartışmalara katıldınız mı?’ sorusundan elde edilen verilere göre erkek katılımcılardan 44 kişi (% 17,9) evet, 202 kişi (% 82,1) ise hayır yanıtını vermiştir. Kadın katılımcılardan ise 23 kişi (% 10,0) evet, 208 kişi (% 90,0) ise hayır yanıtını vermiştir. Elde edilen verilerden de anlaşılacağı gibi tartışmalara katılma durumunun her iki cinsiyette de oldukça düşük olmasına rağmen, bu oranın kadın katılımcılarda daha düşük olduğu görülmektedir. Ki Kare testi sonucunda da ($P= 0,013 < 0,5$) bu durum ortaya konmaktadır.

Grup üyelerinin, cinsiyet değişkenine göre, grup içerisindeki etkinlik düzeyinin genel olarak erkek katılımcılarda daha yüksek olduğu bu verilerden hareketle ifade edilebilir. Bu bağlamda grup içerisindeki aktivitelere katılım olarak erkek katılımcıların daha aktif rol aldıkları ancak grubu tanıtmaya ve duyurma anlamında kadın katılımcıların erkeklere oranla az da olsa daha aktif oldukları tespit edilmiştir. Grup üyelerinin grup içerisindeki etkinliği, bir diğer değişken olan yaş değişkeni ile değerlendirilmiştir. Yaş değişkeninin grup içerisindeki etkinliklere etkisini gösteren Tablo 16’da görüldüğü gibi, yaş değişkeninin grup içerisinde yapılan aktivitelerin bazılarında etkili bir unsur olduğu, bazılarında ise etkisinin olmadığı anlaşılmaktadır. Örneğin gruba üye olma konusunda arkadaşlara davetiye gönderme etkinliğinin yaş dağılımlarına göre hemen hemen eşit ölçüde gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu veriler ışığında yapılan Ki Kare testi de ($P= 0,563 > 0,5$) bu durumu doğrulamaktadır.

Bununla birlikte grupta yapılan paylaşımlara yorum yapma etkinliğinin yaş değişkenine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda en çok yorum yapan grup üyelerinin 18 altı ve 41 ve üzeri yaş aralığında bulunduğu tespit edilmiştir. Ki Kare testi sonucunda da ($P= 0,005 < 0,5$) bu durum teyit edilmiştir.

Grupta eylemle ilgili bilgilendirici paylaşımlar yapma durumunun, yaş değişkenine göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Örneklem grubu içerisinde yaş aralıklarına göre dağılım yapıldığında elde edilen verilerin büyük oranda birbirine yakın olduğu görülmektedir. Ki Kare testi sonucunda ($P= 0,098 > 0,5$) da bu durum görülmektedir. Yaş değişkeninin etkili olduğu bir başka durum ise eylemle ilgili açılan tartışmalara katılma oranlarında görülmektedir. Eylemle ilgili açılan tartışmalara en çok 18 altı yaş grubunun katıldığı görülmektedir. Yaş aralığının yükselmesiyle doğru orantılı olarak da tartışmalara katılma oranlarının düştüğü gözlemlenmektedir. Ki Kare testi sonucuna göre ($P= 0,012 < 0,5$) yaş değişkeninin tartışmalara katılmada etkili olduğu anlaşılmaktadır. Yaş değişkeninin, grupta gerçekleşen etkinliklere katılma durumu üzerindeki etkisi, grupta yapılan aktivitelerin çeşitliliğine göre farklılık göstermektedir. Yaş değişkenine bağlı olarak yapılan paylaşımlara yorum yapma ve eylemle ilgili açılan tartışmalara katılma durumlarının farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Davet gönderme ve bilgilendirici paylaşımlar yapma fiillerinin başlatıcı fiiller olduğu, diğer fiillerin ise katılımcı fiiller olduğu düşünülürse, yaş değişkeninin katılımcı etkinlikler üzerinde etkili olduğu önemli bir veri olarak ifade edilebilir.

Tablo 15. Cinsiyet ve Katılımcıların Gruptaki Etkinliklere Katılım Durumu Arasındaki İlişki

		(2) Katılımcıların Gruptaki Etkinliğini Belirlemeye Yönelik Sorular											
		Gruba üye olma konusunda arkadaşlarınıza davet gönderdiniz mi?			Grupta yapılan paylaşımlara yorum yapıyor musunuz?			Grupta eylemle ilgili bilgilendirici paylaşımlar yaptınız mı?			Grupta eylemle ilgili açılan tartışmalara katıldınız mı?		
		Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
(1) Cinsiyet	Erkek	130	116	246	104	142	246	74	172	246	44	202	246
	(1) %	52,8	47,2	100,0	42,3	57,7	100,0	30,1	69,9	100,0	17,9	82,1	100,0
	(2) %	47,6	56,9	51,6	61,9	46,0	51,6	52,9	51,0	51,6	65,7	49,3	51,6
	Toplamda %	27,3	24,3	51,6	21,8	29,8	51,6	15,5	36,1	51,6	9,2	42,3	51,6
	Kadın	143	88	231	64	167	231	66	165	231	23	208	231
	(1) %	61,9	38,1	100,0	27,7	72,3	100,0	28,6	71,4	100,0	10,0	90,0	100,0
	(2) %	52,4	43,1	48,4	38,1	54,0	48,4	47,1	49,0	48,4	34,3	50,7	48,4
	Toplamda %	30,0	18,4	48,4	13,4	35,0	48,4	13,8	34,6	48,4	4,8	43,6	48,4
Toplam		273	204	477	168	309	477	140	337	477	67	410	477
(1) %		57,2	42,8	100,0	35,2	64,8	100,0	29,4	70,6	100,0	14,0	86,0	100,0
(2) %		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Toplamda %		57,2	42,8	100,0	168	309	100,0	29,4	70,6	100,0	14,0	86,0	100,0
χ^2		P= 0,46 < 0,5			P= 0,001 < 0,5			P= 0,776 > 0,5			P= 0,013 < 0,5		

Tablo 16. Yaş ve Katılımcıların Gruptaki Etkinliklere Katılım Durumu Arasındaki İlişki

		(2) Katılımcıların Gruptaki Etkinliğini Belirlemeye Yönelik Sorular											
		Gruba üye olma konusunda arkadaşlarınıza davet gönderdiniz mi?			Grupta yapılan paylaşımlara yorum yapıyor musunuz?			Grupta eylemle ilgili bilgilendirici paylaşımlar yaptınız mı?			Grupta eylemle ilgili açılan tartışmalara katıldınız mı?		
		Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam	Evet	Hayır	Toplam
(1) Yaş	18 altı	14	7	21	12	9	21	7	14	21	8	13	21
	(1) %	66,7	33,3	100,0	57,1	42,9	100,0	33,3	66,7	100,0	38,1	61,9	100,0
	(2) %	5,1	3,4	4,4	7,1	2,9	4,4	5,0	4,2	4,4	11,9	3,2	4,4
	Toplamda %	2,9	1,5	4,4	2,5	1,9	4,4	1,5	2,9	4,4	1,7	2,7	4,4
	18-25	66	53	119	34	85	119	27	92	119	14	105	119
	(1) %	55,5	45,5	100,0	28,6	71,4	100,0	22,7	77,3	100,0	11,8	88,2	100,0
	(2) %	24,2	26,0	24,9	20,2	27,5	24,9	19,3	27,3	24,9	20,9	25,6	24,9
	Toplamda %	13,8	11,1	24,9	7,1	17,8	24,9	5,7	19,3	24,9	2,9	22,0	24,9
	26-33	59	53	112	31	81	112	27	85	112	19	93	112
	(1) %	52,7	47,3	100,0	27,7	72,3	100,0	24,1	75,9	100,0	17,0	83,0	100,0
	(2) %	21,6	26,0	23,5	18,5	26,2	23,5	19,3	25,2	23,5	28,4	22,7	23,5
	Toplamda %	12,4	11,1	23,5	6,5	17,0	23,5	5,7	17,8	23,5	4,0	19,5	23,5
	34-40	48	28	76	25	51	76	26	50	76	10	66	76
	(1) %	63,2	36,8	100,0	32,9	67,1	100,0	34,2	65,8	100,0	13,2	86,8	100,0
	(2) %	17,6	13,7	15,9	14,9	16,5	15,9	18,6	14,8	15,9	14,9	16,1	15,9
	Toplamda %	10,1	5,9	15,9	5,2	10,7	15,9	5,5	10,5	15,9	2,1	13,8	15,9
	41 ve üzeri	86	63	149	66	83	149	53	96	149	16	133	149
	(1) %	57,7	42,3	100,0	44,3	55,7	100,0	35,6	64,4	100,0	10,7	89,3	100,0
	(2) %	31,5	30,9	31,2	39,3	26,9	31,2	37,9	28,5	31,2	23,9	32,4	31,2
	Toplamda %	18,0	13,2	31,2	13,8	17,4	31,2	11,1	20,1	31,2	3,4	27,9	31,2
Toplam	273	204	477	168	309	477	140	337	477	67	410	477	
(1) %	57,2	42,8	100,0	35,2	64,8	100,0	29,4	70,6	100,0	14,0	86,0	100,0	
(2) %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Toplamda %	57,2	42,8	100,0	35,2	64,8	100,0	29,4	70,6	100,0	14,0	86,0	100,0	
χ^2	P= 0,563 > 0,5			P= 0,005 < 0,5			P= 0,098 > 0,5			P= 0,012 < 0,5			

Tablo 17. Örneklem Grubunun Belirtilen Yargılara Katılma Dereceleri

	1	2	3	4	5
Facebook'ta açılan grup eylemin duyurulmasında etkilidir	230 (48,2)	148 (31,0)	84 (17,6)	8 (1,7)	7 (1,5)
Facebook'taki gruba katılarak eyleme katkı sağlanamaz	39 (8,2)	45 (9,4)	146 (30,6)	160 (33,5)	87 (18,2)
Facebook'taki grup, eylemin sonuçları üzerinde etkili olmuştur	46 (9,6)	75 (15,7)	211 (44,2)	110 (23,1)	35 (7,3)
Facebook'taki grup, eylemle ilgili kamuoyu oluşumunda etkili olmamıştır	18 (3,8)	44 (9,2)	129 (27,0)	219 (45,9)	67 (14,0)
Eyleme karşı sorumluluk duyanlar Facebook'taki gruba katılmalıdır	187 (39,2)	152 (31,9)	90 (18,9)	35 (7,3)	13 (2,7)
Tekel eylemi ile ilgili internetteki sosyal grupların artırılması gerekir	226 (47,4)	154 (32,3)	71 (14,9)	15 (3,1)	11 (2,3)
Facebook'ta açılan eyleme destek grubu, eylemle ilgili bilinçlenmemi kolaylaştırmıştır	118 (24,7)	128 (26,8)	133 (27,9)	62 (13,0)	36 (7,5)
(1) Kesinlikle Katılıyorum (2) Katılıyorum (3) Kısmen Katılıyorum (4) Katılmıyorum (5) Kesinlikle Katılmıyorum					

Soru formunda örneklem grubunun Facebook'ta açılan "Tekel İşçilerinin Bu Onurlu Mücadelesine Sen de Destek Ver" grubuna ilişkin tutumları da ölçülmeye çalışılmıştır. Bu amaçla anket katılımcılarına çeşitli yargı ve önermeler sunulmuş bunlara katılma dereceleri tespit edilmiştir.

'Facebook'ta açılan grup eylemin duyurulmasında etkilidir' yargısına örneklem grubunun büyük bir çoğunluğu (230 kişi % 48,2) 'Kesinlikle Katılıyorum', bir diğer önemli çoğunluk da (148 kişi % 31,0) 'Katılıyorum' ifadeleriyle destek vermiştir. Bu verilerden hareketle anket katılımcılarının açılan gruba büyük oranda (% 79,2) eylemin daha geniş kitlelere duyurulması anlamında güven duyduğu ifade edilebilir. Gruptan haberdar olma ve gruba üye olma konusunda arkadaş tavsiyesinin önemli bir

etken olduğu diğer verilerde gözlemlenmişti. Bu anlamda Facebook içerisinde açılan grubun, eylemin duyurulmasında etkili olduğu söylenebilir. Ancak duyurma etkinliğinin ağ toplumu içerisinde sınırlı kaldığını da göz önünde bulundurmakta fayda vardır.

‘Facebook’taki gruba katılarak eyleme katkı sağlanamaz’ yargısıyla anket katılımcılarının gruba katılma ediminin sonuçları üzerine geliştirdikleri tutum belirlenmeye çalışılmıştır. Örneklem grubundan 160 kişi (% 33,5) bu yargıya ‘Katılmıyorum’ derken ‘Kısmen Katılıyorum’ diyenlerin oranı 146 kişiyle % 30,6 olarak çıkmıştır. ‘Kesinlikle Katılmıyorum’ diyenlerin oranı ise % 18,2’dir. Bu veriler, grup üyelerinin büyük bir çoğunluğunun gruba üye olarak eyleme katkı sağladığı düşüncesinde olduğunu göstermektedir.

‘Facebook’taki grup, eylemin sonuçları üzerinde etkili olmuştur’ yargısı iddialı bir söylemi barındırmakla birlikte bu yargıya katılanların (kesinlikle katılıyorum, katılıyorum ve kısmen katılıyorum) oranı oldukça yüksek görünmektedir. Ancak bu yargıda örneklem grubunun bakış açısının çoğunlukla (211 kişi % 44,2) ‘Kısmen Katılıyorum’ derecesinde oluştuğu görülmektedir. Bu durum bir kesinlik ifade etmese de anket katılımcılarının grubun etkinliğini önemseydiğini göstermektedir.

‘Facebook’taki grup, eylemle ilgili kamuoyu oluşumunda etkili olmamıştır’ yargısı örneklem grubu tarafından büyük oranda reddedilen bir yargı olmuştur. Anket katılımcıları bu yargıya çoğunlukla (219 kişi % 45,9) ‘Katılmıyorum’ cevabı vermiştir.

‘Eyleme karşı sorumluluk duyanlar Facebook’taki gruba katılmalıdır’ önermesi kendi içerisinde gruba katılanların eyleme karşı sorumluluk bilinciyle hareket ettiği anlamını da barındırmaktadır. Bu önermeye örneklem grubunun katılma derecesi oldukça yüksektir. 187 kişi (% 39,2) ‘Kesinlikle Katılıyorum’, 152 kişi (% 31,9) ‘Katılıyorum’ diyerek eyleme karşı sorumluluk duyan herkesin bu grupta yer alması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu durum gruba katılanların sorumluluk bilinciyle hareket eden bireylerden oluştuğu yönündeki düşüncenin de varlığına işaret etmektedir.

Katılımcılar tarafından kabul edilen bir diğer önerme ise ‘Tekel eylemi ile ilgili internetteki sosyal grupların arttırılması gerekir’ önermesidir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (380 kişi % 79,7) bu tür sosyal grupların arttırılması gerektiğine inanmaktadır. Bu veriler sosyal paylaşım ağlarına ve bu ağlarda yer alan gruplara verilen önemi açıkça ortaya koymaktadır.

‘Facebook’ta açılan eyleme destek grubu, eylemle ilgili bilinçlenmemi kolaylaştırmıştır’ yargısı yine katılımcılar tarafından olumlu karşılanmıştır. Bu yargıya 118 kişi (% 24,7) ‘Kesinlikle Katılıyorum’ derken, 128 kişi (% 26,8) ‘Katılıyorum’, 133 kişi de (% 27,9) ‘Kısmen Katılıyorum’ demiştir. Bu verilerden de anlaşıldığı gibi örneklem grubunun büyük bir çoğunluğunun eyleme destek grubunu kendileri için faydalı görmekte, eylemle ilgili bilinçlenmesinde yardımcı bir unsur olarak değerlendirmektedir.

7. SONUÇ

Teknolojinin tarihsel gelişim süreci içerisinde her yenilikle birlikte toplum içerisinde siyasi, kültürel ve ekonomik olmak üzere birçok değişikliğe neden olduğu bilinmektedir. Bilton ve arkadaşlarının (2009: 331) ifadeleriyle belirtilecek olursa ilk modern toplumlarda bilgi, düşünce ve tutumlar temel olarak sosyal aktörler arasındaki yüz yüze görüşmelerle ya da kamusal toplantılar esnasında yayılmaktaydı. Ancak iletişim araç ve tekniklerinin hızlı gelişimiyle ortaya çıkan değişimlerin de sosyal hayatın içerisinde yer edinmesine neden olmuştur.

İletişim teknolojilerinin gelişim seyri içerisinde birçok dönüm noktası vardır ve her bir gelişim, içinde bulunduğu çağda devrim niteliğinde kabul edilmiştir. Aynı zamanda bu değişimler her zaman yeni değişimlerin de önünü açmıştır. İletişim araçlarının, iletişimin içeriğine etkisinin ortaya koyan yaklaşımıyla tanınan McLuhan'ın iddia ettiği gibi araç sadece mesajın taşıyıcısı rolünü üstlenmez. O belki de mesajdan daha çok insanların düşünce yapılarını ve algılayışlarını değiştirir. Algımızı değiştirir ve belki de algımızı başka formlara sokar (Rigel vd., 2003: 8). Böylelikle hem yeni iletişim ortamları hem de bu iletişim ortamlarına bağlı olarak gelişen yeni iletişim türleri ortaya çıkmaktadır. Özellikle elektronik çağ ile birlikte ortaya çıkan iletişim teknolojilerinin toplumu ve bireyi etki altına alma sürecinde ulaştığı son nokta ise internettir.

İnternetin bir iletişim aracı olarak ortaya çıkması gündelik yaşam pratiklerinden makro sosyal düzenlere kadar birçok etkiyle toplumsal yapılanmayı değiştirdiği gerçeğini gün yüzüne çıkarmaktadır. Bu yeni toplumsal yapılanmanın adı enformasyon toplumuyla iç içe geçmiş bir tanımlamayla ağ toplumu olarak ifade edilmektedir. Ağ toplumu internet tabanlı bir toplumdur ve etkileri hem sosyal hayatta hem de sanal uzamda toplumsal hayatın bir parçası olarak dönüştürücü bir karakterdedir.

Ağlara dayalı ve ağlar yoluyla işleyen bir toplumun yine ağlar üzerinde örgütlenmesi ise kaçınılmaz olacaktır. Castells, 'Sanıyorum eldeki kanıtlar, bir örgütlenmenin ne kadar zekiye interneti de o kadar iyi kullandığını, sonuçta verimli bir dönü içinde internetin o örgütü daha zeki kıldığını gösteriyor' (Castells ve Ince, 2006: 70) derken aslında tam da bu durumu kastetmektedir. Çünkü ağa dayalı bir toplumda, ağlar içerisinde olmamak ya da olamamak örgütlenmelerin başarısı ya da başarısızlığı üzerinde doğrudan doğruya etki etmektedir. Bu yüzden sosyal hayatta gerçekleşen her örgütlenme, internette de varlığını göstererek başarı yollarını genişletmeye çalışmaktadır.

Bu durum tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de böyledir. Özellikle internet herkesin sahip olabileceği bir alan olarak düşünüldüğünde, ağ toplumunda var olmanın koşulu egemen olmak yetisiyle paralellik göstermemektedir. Bu yönüyle internete dayalı ağ toplumu, kendine özgü koşullarıyla demokratik bir alan olarak kabul edilebilir.

Bu çalışma kapsamında Tekel eylemine destek olmak amacıyla Facebook'ta açılan grubun üyeleri ile yapılan anket çalışmasından elde edilen temel bulgular şu şekilde sıralanabilir;

- Tekel Eylemine Facebook'ta açılan gruba üye olarak destek olan grup üyelerinin büyük bir çoğunluğunun sol eğilimli siyasi düşünceye sahip olduğu belirlenmiştir.
- Örneklem grubundan elde edilen verilere göre destek grubu içerisinde her yaş aralığından kişinin olduğu görülmektedir. Grup üyelerinin büyük bir çoğunluğunun İstanbul, Ankara ve İzmir gibi illerde yaşadığı belirlenmiştir. Meslek dağılımlarına göre gruba üye olma konusunda hem özel hem de kamu çalışanı kişilerin hemen hemen eşit olduğu görülmektedir. Bu durum gruba üye olma konusunda çalışılan kuruma bağlı olarak herhangi bir eğilim farklılığının olmadığını göstermektedir.
- Örneklem grubunun büyük bir çoğunluğunun eyleme fiili olarak katılmadığı belirlenmiştir. Bu durumun en önemli nedeni katılımcıların farklı illerde yaşıyor olmasıdır. Yapılan Ki Kare testi sonucuna göre de ($P= 0,000 < 0,5$) eyleme fiili olarak katılma durumu ile yaşanan şehir arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ancak eylemin merkezi olarak kabul edilen Ankara'da yaşayan örneklem grubu içerisindeki 87 kişiden yalnızca 61 kişinin (% 70,1) eyleme fiili olarak katıldığı göz önünde tutulursa, eyleme fiili olarak katılma durumunun yalnızca yaşanan şehir ile açıklanamayacağını göstermektedir.
- Facebook'ta açılan eyleme destek grubunun en çok 'Arkadaş tavsiyesi' yoluyla yaygınlaştığı örneklem grubundan elde edilen verilere dayanarak ifade edilebilir.
- Örneklem grubunun, grup içerisinde yapılan paylaşımlara yorum yapması, yeni tartışma konularına katılması ve bilgilendirici paylaşımlar yapması gibi grup içerisinde yapılan aktivitelerde büyük bir çoğunluğun aktif rol almadığı anlaşılmaktadır.
- Örneklem grubunda, eyleme destek grubuna ilişkin olumlu bir tutumun olduğu belirlenmiştir. Bu tutumların oluşmasında cinsiyet faktörünün etkin olmadığı tespit edilmiştir.
- Eyleme destek grubunda yapılan bazı faaliyetlere katılma durumu ile cinsiyet ve yaş değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu anlamda cinsiyete bağlı olarak erkek katılımcıların grup içerisinde daha aktif rol aldıkları ifade edilebilir.

Bu çalışma kapsamında ele alınan konu bağlamında düşünüldüğünde ve alan araştırmasından elde edilen verilerden hareketle internetin zaman ve mekânı aşan özelliği ve kullanıcılarına inşa ettiği sosyal baskılardan uzak yeni kimlik olgusu sanal

uzamda bireylerin kolayca örgütlenmelerine neden olmaktadır. Ancak bu örgütlenmenin sosyal hayattaki itici gücünün ne derece olduğu ayrı bir tartışma konusudur. Elde edilen verilere bakıldığında, zahmetsiz bir şekilde internet üzerinden bir örgütlenme içerisine giren bireylerin bu örgütlenmenin anlamı ve etkinliğine ne derece katkı sağladığı görülmektedir. Ancak gruba üye olarak örgütlenme içerisine giren bireylerin bu konuda fazlasıyla iyimser oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların eyleme destek grubu ile ilgili tutumları bu durumu açıkça ortaya koymaktadır. Ancak gerçek yaşama geçmeyen ve etkisi bulunmayan bir örgütlenmenin eleştirel bir gözle değerlendirilmesi gerekliliği ise ortadadır.

Eyleme destek grubu içerisinde dahi yapılan aktivitelere katılım oranının çok düşük olduğu göz önünde tutulursa zahmetsiz bir destek arayışının örneklem grubunda hâkim düşünce olduğu anlaşılmaktadır. Sadece gruba üye olmak örgütlenmenin temel amaçlarına hizmet etmek anlamına gelir mi? sorusu niceliksel yoğunluğun ne kadar önemli olduğu konusunu da gündeme taşıyacaktır.

KAYNAKÇA

- Abercrombie, N. and Longhurst, B. (2007). *Dictionary of Media Studies*. London: Penguin Books.
- Anderson, S. vd. (2006). *Dictionary of Media Studies*. London: A&C Black.
- Bilton, T. vd. (2009). *Sosyoloji*. Bülent Özçelik (çev.). İstanbul: Siyasal Kitabevi.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu*. Yeni Medya Çalışmaları, Mutlu Binark (Der.). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Castells, M. (2000). Materials for an Exploratory Theory of the Network Society. *British Journal of Sociology*. Vol. No. 51. Issue No. 1. pp. 5-24.
- Castells, M. Ince, M. (2006). *Manuel Castells'le Söyleşiler*. Ebru Kılıç (çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ellul, J. (2003). *Teknoloji Toplumu*. Musa Ceylan (çev.). İstanbul: Bakış Yayınları.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. Cemal Güzel (çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. Barış Cezar (çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Göker, G. vd. (2010). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy*. 5(2).184-206.
- Habermas, J. (2002). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*, B. Tanıl ve M. Sancar (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Hergüner, G. (2011). Opinions of Students in Physical Education and Sports Teaching on the Use of Social Network Sites. *TOJET*. 10(2).174-183.
- Huisman, D. (2000). *Bir Medya Felsefesi İçin Sokrates İnternette*. Kerem Eksen (çev.). İstanbul : Güncel Yayıncılık.
- Kim, W. vd. (2010). On Social Web Sites. *Informations Systems*. Elsevier.35. pp: 215-236.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. O.Akınhay, D.Kömürcü (çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mattelart, A. (2001). *İletişimin Dünyasallaşması*. Halime Yücel (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü, Göçe Gündüç* (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Orwell, G. (2001). *Bin Dokuzyüz Seksen Dört*, Nuran Akgören (çev.). İstanbul: Can Yayınları.
- Pempek, T. A., vd. (2009). College Students' Social Networking Experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*. 30. pp. 227-238.
- Postman, N. (2006). *Teknopoli, Yeni Dünya Düzeni*. M. E. Yılmaz (çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Rigel, N. vd. (2003). *Kadife Karanlık, 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*. İstanbul: Su Yayınları.
- Şener, G. (2009). Türkiye’de Facebook Kullanımı Araştırması. *XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı*. İstanbul Bilgi Üniversitesi. 12-13 Aralık 2009. İstanbul.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Toprak, A., vd. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım”*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Tutal, N. (2006). *Küreselleşme, İletişim, Kültürlerarasılık*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- <http://www.facebook.com/#!/tekeliscisininmucadelesi?ref=ts>, Erişim: 26.04.2010.
- http://www.facebook.com/note.php?note_id=206348941384, Erişim: 03.05.2010.
- <http://www.alexa.com/topsites/countries/TR>, Erişim: 12.06.2010.
- http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2009/11/93_Percent_of_Internet_Users_in_Turkey_Visited_Google_Sites_in_September_2009, Erişim: 12.06.2010.
- <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>, Erişim: 12.06.2010.