

Araştırma Makalesi (Research Article)

Egemia, 2020, 7: 4-30

Tolga ÇELİK¹

Orcid No: 0000-0002-1548-4226

Gizem UYANIK²

Orcid No: 0000-0002-7841-1526

¹Dr.Öğr.Üyesi, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi

²Yüksek Lisans Öğrencisi, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi

sorumlu yazar: tolga.celik@ege.edu.tr

Anahtar Sözcükler:

Büyük Veri, Dijital Aktivizm, Sosyal Medya,
Yeni Toplumsal Hareketler.

Keywords:

Big Data, Digital Activism, Social Media, New
Social Movements.

Büyük Veri Işığında Dijital Aktivizm Üzerine Bir İnceleme: İstanbul Üniversitesi Örneği

A Review On Digital Activism In The Light Of Big Data:
The Example Of İstanbul University

Alınış (Received): 16.04.2020

Kabul Tarihi (Accepted): 19.08.2020

ÖZ

Sosyal medya platformları, hak ihaline maruz kalan toplulukların bir araya gelerek mağduriyetlerini gidermesine bir olanak sağlayan kamusal alana dönüşmüştür. Bu anlamda toplu katılıma imkan sağlayan sosyal medya, farklı grupları çeşitli konular etrafında bir araya getirerek güçlü bir kamuoyu oluşturmaktadır. Bu noktada sosyal ağlar üzerinden örgütlenmenin bir uzantısı olan Dijital Aktivizm gündelik hayat içinde sıkça karşılaştığımız bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmaya 30 Aralık 2019 gününde İstanbul Üniversitesi tarafından, İstanbul Üniversitesi'ne bağlı kampüslerde 2 Ocak'tan itibaren yemekhanelerde kahvaltı verilmeyeceği ve öğrencilerin 3 öğün indirimli yemek hakkının tek öğüne indirilmesi açıklamasına yönelik Twitter üzerinden getirilen tepkiler konu olmuştur. Bu anlamda çalışmada, 5/8 Ocak 2020 tarihleri arasında Twitter'da #İÜYemeğimeDokunma etiketi üzerine atılan 2.191 tweet nicel ve nitel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda Twitter'ın bireyleri bir araya toplayarak toplumsal bir sorun olarak görülen konuyla ilgili kamuoyu oluşturduğu ve toplumsal gündemi doğrudan etkileyerek iletişim düzenini değiştiren güçlü bir kavram olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

ABSTRACT

Social media platforms have converted to a common realm for the public, enabling the people exposed to violation of rights and who seek justice to gather. Within this context, such platforms help vox populi form, bringing people of different background together around various topics. Thus "Digital Activism", which is a term we frequently come across with, is the continuation of organisations of people through social nets. This research can be supported by students' reactions on Twitter given against an official announcement by İstanbul University on 30 December 2019 about university's decision to reduce the number of daily meals to 1 and that breakfast would no longer be served in dining halls starting from 2 January. Regarding the situation, in this study, 2.191 tweets sent between 5/8 January 2020 upon the hashtag of #İÜYemeğimeDokunma (#İÜ Don't touch my meal) have been examined through both qualitative and quantitative methods. As a result of the research, it has been reached that Twitter is a solid concept which unites individuals and has a significant impact on society's agenda as it brings about public opinion on a particular matter by changing the order of communication.

GİRİŞ

Hayata dair her bilginin sayısallaşması, veriye ulaşmadaki ihtiyacı iyice artırmıştır. Özellikle 20. yüzyılın sonlarına gelindiğinde internetin hayatımızı girmesiyle büyük dönüşümler yaşanmıştır. Yaşanan bu gelişmeler sayesinde bireyler bilgiye hiç olmadıkları kadar hızlı ulaşmaya başlamışlardır. Bu sayede insanların gündelik yaşamdaki işleri kolay uygulanabilir hale gelmiştir. İnternet, bu anlamda iletişim düzeyini geliştirmiş hem bireylerin hem kurumsal yapıların bilgiye ulaşmasını kolaylaştırmıştır.

Verilerin bireyler tarafından yaygın kullanılmasıyla birlikte gelen süreçte verinin bilgiye dönüşme süreci hızlanmıştır. Verinin bilgiye dönüşmesi çeşitli aşamalardan geçerek oluşmakta ve bu süreçte artan bilgi ihtiyacı şekillenen veri sayesinde giderilmektedir. Bu ise sürekli bilgi ihtiyacı duyan bir toplumun oluşumunun önünü açmaktadır. Bilgi toplumunun oluşmasıyla birlikte iletişim ve haber alma süreçleri de değişikliğe uğramıştır. Haber alma, verme ve yayma yöntemleri değişmiş ve dönüşüme uğramış, gazeteler ve buna bağlı olarak gazeteciler bu sürece ayak uydurmak zorunda kalmışlardır. Buna bağlı olarak da haber alma yöntemleri bilişim teknolojilerinin getirilerine yönelik bir dönüşüm izlemiş, geleneksel medyanın yerini internet haberciliği almaya başlamıştır (Aslan vd. 2016: s.57). Bu teknolojilerin her kesimden insana hitap etmesi habere ulaşma noktasında büyük kolaylıkları beraberinde getirmiştir. Aynı zamanda veri miktarının fazla olması bireyler arasında içeriğin farklı anlamlar taşımaya sebep olmuştur. İnternet teknolojilerinin gelişmesiyle başlayan süreçte yeni medya kavramı ortaya çıkmış, sesini duyuramayan ya da farklı bir mecradan haber almak isteyen bireyler için alternatif bir ihtiyaç alanı oluşmuştur.

Veriyi, bilginin yapılandırılıp kayıt altına alınan ve kolay analiz edilebilmesi için bir araya getirilen bir olgu olarak tanımlamak mümkündür. Veri genellikle araştırma, gözlem, deney yoluyla elde edilir. Anket çalışması sonrası elde edilen bilgileri buna örnek olarak verebiliriz. Bilgilerin çok sayıda ve çeşitli hallerde bulunması, bilginin depolanması ve analiz edilmesi açısından zorlukları beraberinde getirmiştir. Bugün çeşitli veri yığınlarını ifade eden büyük veri kavramı karşımıza çıkmakta ve hayatımızın her alanında yer bulmaktadır. Yaptığımız tüm hareketler veri kaynağı olup, depolanmakta ve analiz edilmektedir. Bireyler gündelik hayatta pek çok veri üretmesine rağmen bunun farkında olmamakta ve sosyal medyada yapılan bir yorum dahi veri alanının içine girerek depolanmaktadır.

Geçmişte ölçülemeyen, saklanamayan, analiz edilemeyen, paylaşılabilen ve belki de “veri” olarak değeri anlaşılabilen türlü enformasyon parçaları, internet teknolojileri ile birlikte

verileştirilmeye başlamıştır. Daha basit bir şekilde anlatacak olursak büyük veri, günümüz dünyasında karşılaştığımız sosyal medya mecralarında kullandığımız beğeni tuşlarından yaptığımız yorumlara kadar uzanan karışık enformasyon parçalarından oluşur. Bu büyük veri yığınlarını anlatmada kullanılan büyük veri kavramı, kar amacı güden veya gütmeyen her türlü işletmelerin temel enformasyon toplama ve bu enformasyonu analiz etme süreçlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Narin vd. 2017: s.217). Bugün büyük veri her alanda karşımıza çıkan geniş bir yelpazeyi ifade etmektedir. Bireyler günlük yaşantılarında ister istemez, bilinçli olarak ya da olmayarak bu verileri kullanmakta ve bu verileri üretme aşamasına dahil olmaktadır. Bunun en güzel örneklerinden biri sosyal medya platformlarında üretilen içerikler, yorumlar, beğeniler ve yapılan her türlü eylemlerdir. . Geldiğimiz noktada emoji dili olarak adlandırılan kavram her sözel, görsel vb. içerik üretimlerin de duygu ve düşünceleri daha iyi anlatmak için oldukça fazla kullanılmaktadır. Kullandığımız emojiler bugün, büyük veri kavramını açıklamakta en iyi örneklerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde büyük verinin en fazla oluşturulduğu ve kullanıldığı alanlardan biri sosyal medyadır. Görünür olmanın verdiği haz ile bireyler tüm yapıp ettiklerini tüm sosyal medya hesaplarından paylaşmaktadır. Bu durumda insanların bu sosyal paylaşım sitelerini ne kadar benimsediğini ve sık kullandığını görmek mümkündür. Bu anlamda kişisel bilgilerin hızla paylaşılması ve dolaşıma sokulması bu bilgilerin değerini artırmıştır ve zamanla bilgiler alınıp satılan bir meta haline gelmiştir. Bilginin meta haline gelme süreci, onu değersizleştirmiş ve denetim mekanizmalarının işlerlik kazandığı bir alan haline gelmesine olanak sağlamıştır. Dolayısıyla bilginin siyasi, teknolojik, kültürel alanlarda kullanılması kaçınılmaz olmuştur.

Artan rekabet ortamında verinin kullanım alanları arasında bir farklılık oluşabilmesi için büyük hacimde ve yapılandırılmamış veri yığınlarının analiz edilmesi, elde edilen sonuçların kullanıma hazır hale getirilerek raporlar oluşturulması oldukça önemlidir. Bu nedenle çok büyük ölçekli yapılanmamış verilerin analizi için uygun olmayan geleneksel ilişkisel veri tabanı teknolojileri yerine, büyük veri teknolojileri geliştirilmiştir (Derinözlü, 2017: s.1). Büyük verinin varlığından söz edebilmek (toplumsal alanda yaşanan kriz durumlarını göz ardı etmeyerek) gelişmiş teknolojilerin oluşumuna bağlıdır. Geleneksel yöntemlerin dışında çıkarak bilginin belirli bir amaç doğrultusunda analizi bugün pek çok kurum ve kuruluş tarafından önemlidir. Dolayısıyla işletmelerin kurum içi iyileştirme politikalarında büyük veriye yatırımları artış göstermektedir. Buna bağlı olarak verinin çeşitli nedenlerle kullanılmasının örnekleri mevcuttur. Küresel düzlemde veri; siyasi, ekonomik ve kültürel alanlardaki kaygılardan kaynaklı demokratik olmayan yöntemlerle satın alınmakta ve kullanılmaktadır.

Facebook tarafından kullanıcı bilgilerin Cambridge Analytica şirketiyle paylaşılması sonucu ortaya çıkan ve dünya çapında yankı yapan bu durum verilebilecek en iyi örneklerdendir.

Büyük verinin çok çeşitli şekillerde olmasından ve hızla artmasından kaynaklı olarak kullanılan birçok tanımı vardır ve tek bir tanımla ifade etmek zordur. “Analiz edilmiş veri” “yapılandırılmış veri” “anamlı hale dönüştürülmüş veri” olarak tanımlamak mümkündür. Bu sürekli olarak veri akışının artmasından kaynaklanmaktadır. Büyük veri, bilinmeyenlerin anlaşılması, dağınık ve karışık halde bulunan verinin düzenli hale getirilmesi, bilgilerin anlamlarının analiz edilmesi amaçlarıyla kullanılmakta ve karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medya platformların da yer alan bilgilerin denetlenmesi ve bireylerin izni olmaksızın kullanılması gibi etik sorunları dışında toplumda yer bulan özelliği ise güçlü bir kamuoyu oluşturma potansiyelidir. İnternet ve özellikle mobil kullanımının artmasıyla, toplumsal alanda hak ihlaline uğramış gruplar bir araya gelerek seslerini duyurabilme imkanı yakalamıştır. Bu anlamda toplumsal hareketler şekil değiştirmiş ve sosyal medya platformları sayesinde ağ temelli küreselleşmiştir. Yeni toplumsal hareketler olarak adlandırılan bu dönüşüm ile toplumsal alanda seslerini duyurmak isteyen bireyler, sosyal medya platformlarında etkinlik, propagandave benzeri yöntemlerle sorunlarını dile getirmişlerdir. Bu durum dijital aktivizm kavramının ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır.

Aktivist hareketleri, toplumsal alandaki dönüşümü sağlayan ya da belirli bir hak ihlaline karşı çıkmak amacıyla gerçekleştirilen hareketlerin tümü olarak tanımlamak mümkündür. Dijital aktivizm kavramı ise tüm bu eylemlerin ağlar yoluyla gerçekleştirilmesine işaret etmektedir. Bireyler, toplumsal anlamda tartıştıkları, sorun olarak gördükleri noktaları dijital platformlarda paylaşmaktadır. Bu durum ortak sorunu paylaşan insanların bir araya gelmesine olanak sağlamıştır. Bu anlamda farklı yerlerde yaşayan ancak sorunsal olarak aynı çatı altında bulunan bireylerin birlikte hareket etmesiyle dijital aktivizm ruhu ortaya çıkmıştır. Bilişim teknolojilerine bağlı yükselen ve gelişen sosyal platformlar, toplumsal hareketlerin oluşmasında önemli bir role sahiptir.

Günümüzde toplumsal hareketler ağlar yoluyla gerçekleşmekte ve yayılmaktadır. Ağlar yoluyla haberleşmeyi ifade eden dijital aktivizm kavramının çeşitli şekilleri bulunmaktadır. Bunlardan biri ise hastag aktivizmi/toplumsal etiketleme olarak adlandırılmaktadır. Özellikle Twitter’da kullanılan etiketler ile bireyler bir konu üzerine bir araya gelmekte ve gündemin yönünü belirlemektedir. Konudan hiç haberi olmayan bireyler ise bu etiketler sayesinde pasif konumdan aktif duruma gelmektedir. Sanal gruplaşmaya yönelik olumlu ya da olumsuz çeşitli

bakış açıları yeni toplumsal hareketlerin yönünü ve konumu belirlemektedir. Belirli bir konuda gündem yaratma, kamuoyu oluşturma gibi sebeplerden dolayı günümüzde en çok kullanılan dijital aktivizm türü toplumsal etiketlemedir. Twitter’da fazlaca kullanılan hastag aktivizmi/toplumsal etiketleme birçok insanı bir araya getirmekte ve belli bir konuda gündem yaratmakta oldukça başarılıdır. Hemen her gün kitleler belirli bir konu etrafında görüşlerini ifade etmekte, sosyal ağlar aracılığıyla bir diğeri ile etkileşime geçmektedir. Bu etkileşimlerin büyük çoğunluğu şüphesiz atılan etiketler ile oluşmakta ve gündem bu etiketler etrafında gelişmektedir. Bundan hareketle bu çalışmada sosyal ağlar üzerinden gruplaşmayı ifade eden dijital aktivizm kavramına örnek olarak #iüyemeğimedokunma etiketinin toplum üzerindeki yansımaları analiz edilmiş, bireylerin toplumsal etiketlemeyi kullanım düzeyleri üzerinden bir harita çıkarılmak amaçlanmıştır. Ayrıca çalışmada, dijital aktivizmin örneklerinden biri olan hastag aktivizmini güncel bir konu etrafında tartışarak mevcut durumunu ortaya koymak amaçlanmaktadır.

BÜYÜK VERİ

“Büyük Veri (Big Data)” terimi, ilk olarak bilgisayar dünyasında O’Reilly Media’den Roger Magoulas tarafından 2015 yılında tanıtılmıştır. Boyutu, çeşitliliği ve karmaşıklığı düştüğünde geleneksel veri yönetim tekniklerinin yetersiz kalmasıyla analiz edilememesinden dolayı, çok büyük miktarda veriyi tanımlamak için ortaya atılan bir kavramdır (Dülger, 2016: s.503). Gürsakal’a (2014: 19) göre büyük veri kavramı ilk kez Ağustos 2000’de, Seattle’da düzenlenen 8. Dünya Ekonometri Kongresi’nde, Francis X. Diebold tarafından sunulan Makroekonomik Ölçümler ve Kestirim İçin Büyük Veri Dinamik Faktör Modelleri (Big Data Dynamic Factor Models for Macroeconomic Measurement and Forecasting) isimli bildiride kullanılmıştır. Francis X. Diebold (2012) ise, büyük veri kavramının ilk kez 90’lı yılların ortasında Silicon Graphics (SGI)’den John Mashey tarafından ortaya atıldığını belirtmektedir (Narin, vd. 2017: s.218). Bu noktada veri yığınlarının bir araya gelmesiyle kavramsallaşan büyük veri kavramından söz edebilmek gelişmiş bilişim teknolojilerinin varlığıyla alakalı bir durumdur. Dolayısıyla bakıldığında eskiden bilgi yığınlarının değersiz görülmesi, bu yığınlarla baş edilememesi durumu teknolojik gelişmeler ile çözüme kavuşmuş, büyük verinin dönüşümü ve depolanması aşaması bu gelişmeler sayesinde gerçekleşmiştir.

Çalışmanın giriş kısmında da belirttiğim gibi tam bir tanımının yapılması zor olsa da büyük veriyi, Twitter, Facebook, Instagram, bloglar, Youtube vb. sosyal paylaşım ağlarında

üretilen her türlü içeriğe ait verilerin tümü olarak tanımlamak bir noktasıyla mümkündür. Tek bir veri tabanı ya da geleneksel bilgisayar altyapıları ile analiz edilemeyen büyük veri, dağınık ve karmaşık veri tabanları olarak karşımıza çıkmaktadır. Gündelik hayatta tahmin edilemeyen ancak internet ortamında yapılan her türlü etkinlik örneğin; bir konu hakkında yaptığımız araştırmalar, büyük verinin işlem alanına girmektedir.

En genel tanımıyla büyük veri; “(1) büyük veri setleri üzerinde çalışılabilmesine imkan veren teknoloji, (2) bu büyük veri setlerinden ekonomik, sosyal, teknik vb. konularda örüntüler çıkarabilen analiz teknikleri ve (3) bu analizler sonucunda daha önce elde edilemeyen ölçüde gerçek, objektif ve doğru bilgi elde edileceğine olan inancın birleşmesiyle ortaya çıkan teknik, akademik ve kültürel bir olgudur” (Boyd ve Crawford, 2012’den akt. Çiğdem ve Seyrek, 2015: s.4). Bakıldığında bugün gündelik yaşamda bizimle ilgili olan neredeyse her şey, sayılarla ifade edilmektedir. Kullandığımız emojiler, TC kimlik numaraları, telefon numaralarımız, kart numaralarımız bizi temsil etmekte ve büyük verinin bir parçasını oluşturmaktadır.

Büyük veri kavramı ile ilgili farkındalığın tam olarak 2000 yılından itibaren oluşmaya başladığı iddia edilebilir (Diebold, 2012) ancak bu yıldan önce ismen olmasa da içerik olarak büyük veriye altyapı oluşturabilecek akademik çalışmalar ve iş dünyası uygulamaları görmek mümkündür. Wal-Mart’ın 1990larda Retail-Link sistemini geliştirerek sattığı her ürünü veri olarak kaydetmesi, Oren Etzioni internetin 1994 yılında ilk arama motoru MetaCrawler’ı kurması, Amazon.com’un 1998 yılında kitap satışları tahmini için büyük veri işleyen ve analiz eden algoritmalar kullanmaya başlaması (Mayer-Schönberger ve Cukier, 2013) ile veri ambarlarından bilgi keşfi yapmaya yönelik veri madenciliği vb. metodların ortaya çıkışı yine aynı yıllara denk gelmektedir (Shi, 2014’ten akt. Çiğdem ve Seyrek, 2015: s.5). Artan rekabet ortamında büyük verinin depolanması, analiz edilmesi ve gerekli yerlerde kullanması kurumlar için son derece önemlidir. Büyük veriyi kullanmak yolunda büyük yatırımlar yapan kuruluşlar, getirilerini düşündüklerinde daha çok bu alanda yatırım yapmaya başlamışlardır. Veri madenciliği kavramı olarak nitelendirilen bu olgu, bu tür kuruluşların büyük veriyi kullanma sonuçlarından birisidir. Kullanıcıların haberleri ve izinleri olmadan bilgilerini satın alıp, üçüncü kuruluşlarla paylaşarak gelir elde etme yöntemi olan veri madenciliği bugün geldiğimiz süreçte çok fazla kullanılmaktadır. Basit bir örnekle açıklayacak olursak eğer; internet üzerinden ev arayan bir kişinin bilgisinin site aracılığıyla inşaat firmalarına satılması bugün veri madenciliği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Veri madenciliği kavramını (Zadrozny ve Kodali, 2013: 23), şu şekilde açıklamaktadır; “Büyük veriyi, “insanlar tarafından üretilen dijital ayak izleri” ve “makine verileri” olmak üzere

iki kategoride tasnif etmek mümkündür. Dijital ayak izleri, genel olarak insanların internetteki (yoğunlukla sosyal medya platformları) etkileşimlerinden doğan veriler olarak değerlendirilmektedir. Dijital sistemlerle günlük olarak etkileşime girilse de çoğu insan gereksiz tıklamaların veya etkileşimlerin geride ne kadar bilgi bıraktığıyla ilgili bir fikre sahip değildir. Oysa bu bilgiler devasa boyutlara ulaşarak biriktirilmektedir. İkinci büyük veri kategorisi ise makine verileridir. Dijital ayak izini destekleyen çok sayıda güvenlik duvarları, yük dengeleyiciler, yönlendiriciler, anahtarlar ve bilgisayarlar vardır. Tüm bu sistemler, güvenlik ve denetleme günlük dosyalarından, ziyaretçilerin, alışveriş sitesinde sepete attığı ürünü geri çıkarma süreci de dâhil olmak üzere ne yaptığını açıklayan web sitesi günlük dosyalarına kadar geniş yelpazede kayıt altına alınmaktadır” (Ergen, 2018: s.56). Veri madenciliği kavramı ile doğrudan alakalı olan bu olay, mevcut durumu saptamaya ve geleceğe dair stratejiler izlemeye yönelik değerli yatırımlar olarak görülmektedir. Bu anlamda kurum ve kuruluşlar başka değersiz olarak gördükleri bu alanda ilgisini artırmakta ve büyük yatırımlar yapmaktadır. Tüm bu etkinlikler kullanıcıların kişisel verilerine yönelik önemli bilgiler içerdiğinden zamanla kurumlar tarafından farkına varılmış ve şirket içi politikalarını daha iyi hale getirebilmek adına kullanılmaya başlamıştır. Bireylerin verilen hizmeti beğenip beğenmediğine ya da hangisini daha çok sevdiğine dair önemli verilerden oluşan bu bilgiler büyük değer görmektedir. Kayıt altına alınan bilgiler kullanıcı sayısını artırmak adına tekrar düzenlenmekte ve kitlelere sunulmaktadır. Bu ise tüketim kültürünün iyice artmasına ve kapitalizmin kendini sürekli yenileyerek bireyleri tamamen etkisi altına almasına sebep olarak verinin kullanım alanına yönelik etik boyutu gözler önüne sermektedir. Kısacası ilk başta değeri anlaşılmayan, daha sonra stratejik planlamalar için büyük önem taşıyan büyük veri kavramı bugün geldiğimiz noktada her kuruluş için deneyimsel özellik taşımaktadır.

Böylesi bir ortamda kurumlar arası artan rekabet sadece tek bir amaç doğrultusunda ilerlememektedir. Büyük veri, bireylerin bilgilerini alıp onlar üzerinde değerlendirme yaparak satış politikası oluşturmak, bireylerin analizini yaparak onları sınıflandırmak ya da kişileri denetime ve gözetime tabi tutmak gibi çeşitli sebeplerden dolayı kullanılmaktadır. Bu anlamda sosyal medya platformlarının mülkiyetini elinde tutan kişiler, yine büyük veriyi en fazla kullanan şirketler arasında yer almaktadır. İnsanların kimliklerini sergiledikleri bir vitrin haline gelen sosyal medyada, daha çok kullanıcıya ulaşmak için sahipliğindeki kurum tarafından büyük verilerin denetimi ve kullanımı söz konusudur. Bireylerin sosyal medya platformlarında en çok neyi beğendikleri, en çok neyi aradıkları ya da kimlerle etkileşime geçtiklerinin

analizinin yapılması ve depolanarak saklanması büyük verinin kullanımının gerçekleştiği ve denetim-gözetim çalışmalarının sürdürüldüğü süreçlerden biridir.

Bir veri setinin ne zaman “büyük” kabul edileceğiyle ilgili tartışmalar var olsa da “büyük veri” ile ilgili, beş nitelik üzerinde bir tartışma yoktur. Bunlar: Çeşitlilik, Hız, Büyüklük, Doğrulama ve Değer kavramlarıdır. Çeşitlilik; büyük verinin çok çeşitli hallerde bulunmasını ve her ileri teknolojinin bireysel veri üretebilmesiyle açıklanacak bir kavramdır. Hız, büyük verinin üretilme hızının gittikçe artmasını ifade eder. Büyüklük, toplanan veri miktarının her an arttığını; doğrulama, enformasyon yoğunluğu içindeki gelen verinin “güvenli” olmasını, başka bir ifadeyle verinin olması gereken güvenlik seviyesinde izlenmesini, doğru kişiler tarafından görünebilir olmasını veya gizli kalmasını ifade eder. Ve son olarak değer, verinin üretilip bilgi halini alarak işlenmesinden sonra kullanılan kurum için artı değer yaratmasına gönderme yapar (Işıklı, 2014: s.93-94). Büyük veri, karmaşık, heterojen ve akışkan bir yapı içerisindedir. Sürekli olarak güncellenmesi akışkan olma durumunu ifade eder. Aynı zamanda güncellenerek büyümesi ve her konumda veriyi barındırması çeşitliliği açısından üzerinde durulması gereken bir durumdur. Çünkü artan veri çeşitliliği karşısında, yeni oluşumlar ve yeni yapılanmalar oluşmaktadır.. Her kesimden bireye hitap edebilme ihtiyacı rekabet ortamını iyice genişletir ve yeni bir pazar oluşur. Böylesi bir ortamda büyük veriye daha çok ihtiyaç olacağından denetim ve gözetim mekanizmaları hayatın her alanında varlığını göstermeye başlayacaktır.

Her geçen dakikada dünya üzerinde sayısız işlemler yapılmakta ve büyük verinin kullanım alanı yaygınlaşmaktadır. Buna bağlı olarak büyük verinin çeşitli özelliklerine ve niteliğine dair kavramsallaşmalar oluşmaktadır. Google’da yapılan aramalar, Facebook’ta bir gönderiye yapılan yorumlar ya da beğenmeler, Twitter’da atılan tweetler her saniye katlanarak artmaktadır. Tüm bunlar verinin çeşitlilik ve hız niteliğini anlatmaktadır. E-posta üzerinden gönderilen dosyalar, internet üzerinde var olan tüm belgeler, bireylerin oluşturduğu içerikler çok büyük boyutlara sahiptir. Büyük verinin geleneksel yöntemlerle analiz edilmeyecek kadar büyük yapıda olduğunu anlatan bu durum ise hacim özelliğine gönderme yapmaktadır. Büyük verinin gerçeklik ve değer özelliği ise, çok sayıda olan verinin tüm kurum ve kuruluşlar tarafından kullanılabilir değere sahip olmasıyla açıklanmaktadır. Bu özellikler amaca uygun olan verinin elde edilip kullanılması durumunu açıklamaktadır.

Günümüz toplumunda veri yığınları artmaya başlarken, kurumlar ve işletmeler geleneksel veri alt yapılarının karşılayamadığı yöntemlerden uzaklaşarak büyük verinin analizini, depolanması sağlayacak yöntemlere geçiş yapmışlardır. Büyük veri birçok kurum ve

şirketin planlama ve yöntem uygulamalarında zorluklar getirdiği gibi, aynı zamanda fırsatlarda yaratmaktadır. Diğer bir açıdan bakıldığında bu durumun şirketler üzerinde baskı olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü büyük veriyi karşılayacak teknolojinin varlığına ihtiyaç duymak zorunda kalmışlardır (Dülger, 2016: s.503). Fırsat olarak görülen nokta, sayısız bilginin yer almasıyla oluşan enformasyon yığnında kurumların, büyük verinin sistemli bir şekilde analiziyle önemli sonuçlar elde edilecek olmasıdır. Çalışmanın başından beri sözünü ettiğimiz bu durum tüm kurum ve kuruluşların kendi şirket politikalarını iyileştirmeleri açısından önem taşımaktadır. Dolayısıyla büyük veri alanına yatırımların çoğalması günümüz teknolojik ortamında olası bir durumdur. Bu durum büyük veriye olan ilginin zamanla daha da artmasına neden olmuştur.

Büyük verinin bu denli artmasıyla kurumlar kendi iç politikalarını geliştirmek yerine bireylerin kişisel verileriyle özerk analiz yapma yoluna gitmiş ve özel hayatın mahremiyeti etik ihlale uğramıştır. Büyük verinin internet alt yapısının gelişmesine bağlı olarak dönüşüm yaşaması birçok olumlu özellikleri beraberinde getirirse dahi etik boyutunu tartışmak her zaman önemli olacaktır. Bugün sosyal medya büyük verinin en çok üretildiği ve tüketildiği yerlerden biri olmasına karşın yani büyük istekle kullanılmasına göre olumlu ve olumsuz süreçleri de birlikte işlemektedir. Bu çalışmanın asıl amacı alternatif medya da üretilen anlamlı büyük verinin toplum tarafından fark edilip kamuoyu yaratarak hak ihlaline karşı gündem oluşturma etkisi üzerinde olumlu sonucu ortaya koymaktır.

Büyük veri; bankacılık, haberleşme, iletişim, eğlence, telekomünikasyon, sağlık, eğitim, devlet uygulamaları, ulaşım ve bilişim gibi pek çok alanda kullanılmaktadır. Tüm bu kurumlar amaçları doğrultusunda büyük veriyi kullanmak için uygun alt yapıya yatırımlar yapmakta ve veri analitiği konusunda uygulamalar gerçekleştirmektedir. Belirli bir amaç doğrultusunda seçilen büyük veri, yapısal olan ve olmayan olarak ayrıldıktan sonra veri analitiği gerçekleştirilmektedir. Büyük veri analitiği büyük sayıdaki kümelerin analizi olarak değerlendirilebilir. Verinin analiz edilmesi toplumsal ve kültürel konular bağlamında ele alınacak olursa, günümüz toplumunda en çok sosyal medya araçlarından elde edilmektedir. Bireylerin kendilerini sergiledikleri sosyal medya platformları kültürel kodların nasıl inşa edildiği adına yol gösterici bir mecraadır. Bu anlamda toplumsal hareketlerin yönünü analiz etmek için sosyal medya sitelerinde yapılan tüm etkinliklerin analizine ihtiyaç vardır.

Gelişen bilişim teknolojileri ile oluşan özellikle mobil teknolojiler ve sosyal medya ağları büyük verinin günden güne artarak devam ettiği platformlardır. Bu teknolojiler ışığında

bireyler ağlar üzerinden toplumsallaşma aşamasına dahil olmuş ve büyük veri bu ağlar yoluyla dolaşıma sokulmuştur.

AĞ TOPLUMUNUN YÜKSELİŞİ: YENİ TOPLUMSAL HAREKETLER

Castells (2005, s. 622, 623, 625, 626), “ağ, birbiriyle bağlantılı düğümler dizisidir” der. Bu ağın ne olduğu sorusuna ise, küresel finans sektöründe menkul kıymetler piyasası, Avrupa Birliği ağında bakanlar konseyi ve örneğin medya sisteminde ise TV stüdyoları, haber ekipleri, sinyal alıcı ve verici gibi aygıtlardır şeklinde cevaplar (Çalışkan, 2014: s.53-54). Toplumsal yapı içerisinde çok çeşitli hallerde bulunan ağlar birbirleriyle bağlantılıdır ve her biri başka bir ağ için açık ve aktif haldedir. Küreselleşen dünya düzeninde kendini iyice var eden ağlar, toplumsal konularda kitlelerin erişebilmesi adına uygun yapıdadır. Bireylerin toplumsal konular karşısındaki düşüncelerinin işlenmesi adına politik düzlemde ağların varlığı önemlidir. Tüm haber alma ve haber verme işlemlerinin ağlar yoluyla yapıldığı günümüz toplumunda karşımıza çıkan yeni toplumsal kavramların varlığı söz konusudur.

Toplumsal ilişkilerin var olduğu zamanda bu yana ağ kavramının toplumsal yaşamın içinde bir parça olduğunu söyleyen Göker ve Doğan, günümüzde enformasyon teknolojilerinin iyice gelişmesiyle birlikte iletişim ortamlarının dönüşüme uğradığından bahsetmektedirler. Buna göre ağlarla örülü bu sosyal organizasyonun adı ‘Ağ Toplumu’dur. Bu toplumun, ağ kavramı ile kullanılması ve birlikte özdeşleştirilmesi, sosyal, ekonomik, politik ilişkileri, yoğun bir şekilde ağ temelli olarak kullanıyor olmasından kaynaklanmaktadır (Göker ve Doğan, 2011: s.178). Bilişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte toplumsal ilişkilerin ortaya çıktığı zamandan bu yana ağ toplumu varlığını sürdürmekte, toplumsal hayatın içinde yer almakta ve bireylerin bir parçası haline gelmektedir. İnternete bağlı teknolojilerin gelişmesiyle birlikte toplumsal birliktelik şekil değiştirmiş ve bir arada olma hali ağlar yoluyla gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Kitleler artık ağlar yoluyla siyasi, kültürel, ekonomik ve sosyal gündeme dahil olmakta ve kendileri de bu alanlara yönelik fikirler geliştirerek gündemin tam ortasında konumlanmaktadır. Tüm bunlar ışığında yeni bir kavram karşımıza çıkmaktadır: Ağ toplumu.

Ağ toplumunu bilgi teknolojileri ve dijital teknolojilerin birleşmesiyle ortaya çıkan bir kavram olarak nitelendirmek doğru olacaktır. Sosyalleşme için dışarı çıkan günümüz insanı artık bir yakınıyla sohbet edebilmek için dışarıya kadar çıkmaya gerek duymamakta ve ağlar yoluyla etkileşime geçebilmektedir. Olumlu ve olumsuz birçok yönü bulunan ağ toplumunda bireyler, kamusal alanları terk ederek, sosyal ve siyasal birçok entelektüel katılımlarını sosyal

ağlar üzerinden gerçekleştirmektedir. Tüm bunlar ağ toplumunun olumsuz özellikleri arasında yer alırken bu çalışmada da üzerine sıkça durulacak olan kamuoyu ve gündem yaratma özelliği de ağ toplumunun olumlu özellikleri arasında yer almaktadır.

Küreselleşme ile varlığı toplumsal yaşantı içinde iyice belirgin hale gelen ağ toplumu kavramı ilk olarak en fazla ticari süreçte kendini göstermeye başlamıştır. Uluslararası pazarın oluşmasıyla birlikte finansal ilişkilerde varlığını sürdüren ağ toplumu kavramı zamanla toplumsal ilişkilerde görülmeye başlamış ve gündelik hayatın içinde konumlanarak bireyler tarafından zamanla tartışmaya 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 (Göker ve Doğan, 2011: s178). Gelişen teknolojik dönüşümler ile zaman ve mekan kavramı ağlar üzerinden geçerliliğini yitirmiştir. En büyük sosyal ağ olma özelliği taşıyan internet, bugün kullanıcılarına en uygun ortamı sağlamaktadır. Her an ve her yerde ulaşılabilirlik özelliği ile sosyal ağlar toplumsallaşma sürecinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu nedenle her yerde sosyalleşme ihtiyacı duyan günümüz insanı, daha önce hiç karşılaşmamış biriyle ortak sorun etrafında birleşmektedir.

Ağ toplumu kavramının önemli özelliklerinden biri de Castells'in belirttiği gibi zaman ve uzam kavramının tamamen şekil değiştirmesidir. Kamusal alanda yapılan tartışmalar sanal ağlara taşınmış olup, bireyler duygu ve düşüncelerini anlık olarak sosyal ağlar yoluyla dolaşıma sokmuşlardır. Bu anlamda gündelik yaşam kavramı değişime uğramış, toplumsal alanda yapılan tüm faaliyetler sosyal mecralar düzleminde dönüşmüştür. Tüm bunları sağlayan en büyük ağ olan internet, kapitalist düzen içerisinde bireylere yeni kimlikler kazandırarak onları iradesizleştirmektedir. Bireyler bu sistem içinde daha önce hiç olmadıkları kişilere dönüşmüştür. Bu, popüler kültür içinde var olan kodlarla oluşarak toplumsallaşma sürecini en derinden etkileyen temel bir sorundur. Bir süre sonra aslında hiç düşünmediği şeyleri istemeye başlayan birey, kendi belleğinden uzaklaşarak popüler kültür ekseninde istekler yaratmakta ve onu istediğine inanmaktadır. Ağların dinamik, çeşitli ve sınırsız oluşu toplumu içine almakta, ondan kurtulamayan birey bu durumu olağan kabul eder hale gelmiştir. Bu ekonomiyi göz ardı etmeyerek toplumsal ilişki biçimleri üzerinden açıklanacak yapısal bir olgudur. Ağlar bireylere çeşitli seçenek sunarken o seçenekleri belirli kalıplar halinde oluşturur. İnsanlar sayısız seçenek karşısında kendini özgür hisseder ve sistemle uyum içerisinde yaşar.

Ağ toplumu kavramı günümüz toplumlarındaki iktidar ilişkilerini üretim, yatırım ve bilgi formlarını bilgi toplumu kavramına göre çok daha iyi açıklayabilir. Yeni iletişim teknolojileriyle aracılanan günümüzde artık ulus devlet, siyasal iktidar gibi yapıların yerini bilgisayar aracılı iletişim araçlarıyla belirlenen yeni toplumsal ilişkiler, yeni güç ilişkileri almaya başlamıştır (Güngör, 2016: s.206). Dijital ortamlarda oluşturulan toplumsal hareketler bireyler tarafından yürütülen kolektif eylemlerdir. Aynı zamanda her toplumsal hareketin bir kimliği, kendine özgü biçimi, özelliği ve sonucu vardır. Bu nedenle toplumsal hareketlerin tam bir tanımını yapmak oldukça güçtür.

Castells internetin sunmuş olduğu ortama olumlu bir yaklaşım sergileyerek bireyler için bir umut kaynağı olduğunu dile getirmektedir. Ona göre bireyler yeni iletişim ağlarında kurdukları iletişim ile iktidar denetimden uzaktadırlar. Dolayısıyla bu durumun kitleleri kolayca bir araya getirdiğini, bu bireylerde ortak anlamlar yarattığını, paylaşma, tartışma, organize olma ve sokağa dökülerek iktidara meydan okuma olanağını verdiğini söyler. (Aksu, 2018: s.155). Değişim talebinde bulunan bireyler için internet teknolojilerinin sağladığı yenilik gözle görülür niteliktedir. Ağlar üzerinden toplumsallaşma aşamasına dahil olan bireyler bir nevi kendi medyasını yaratma fırsatı bulmuştur. Bu bağlamda ise hak ihlaline uğramış bireyler, aynı çatı altında birleşerek toplumsal bakış açılarını sergileme fırsatı yakalamışlardır. Bu durum ağ toplumlarının en büyük ve en önemli gücüdür.

Toplumsal hareketlere tarihsel olarak bakıldığında toplumdaki özgül iletişim ortamlarından hareketle oluşmuştur. Castells'e göre, elden ele, kulaktan kulağa yayılan, kürsüden, basından ya da mevcut herhangi bir iletişim kanalından çıkan söylentiler, vaazlar, broşürler ve manifestolar toplumsal hareket örneklerini ifade etmektedir. Zamanımızda çok biçimli dijital yatay iletişim ağları tarihteki en hızlı ve en özerk etkileşime dayalı, yeniden programlanabilir ve kendi kendini genişleten iletişim araçlarıdır (Castells, 2013: s.28). Toplumsal hareketler gündelik hayat içerisindeki başa çıkılamayan durumların sonucunda oluşturulan tepkilerden ortaya çıkar. Hayat şartlarının zorluğu, geçinememe, kadın ve çocuk kimliği gibi birçok mesele üzerinde oluşan zorluklara karşı kriz oluşmaktadır. Tam bu noktada devreye giren toplumsal hareketler krizin gündeme gelerek tepki çekmesi ve iyileştirilmesi noktasında önemli yerde durarak kolektif eylemleri ifade eder. Kapitalizmle gelen süreçte kitleler hayat şartlarının zorluklarından sorumlu mekanizmalara kendi taleplerini ileterek hem kendi krizini çözmek ister hem de diğer bireylerin bundan haberdar olmasını sağlar. Castells'e göre toplumsal hareketlerin önemli bir özelliği ise bireyler arasındaki iletişim süreçlerinin niteliğidir. İletişim süreci toplumsal hareketlerin yönünü belirlemektedir. Kitleler arasındaki

iletişim ne kadar güçlü bir yapıya sahip olursa aktivist hareketlerin de etkisi o kadar fazla olabilmektedir.

Toplumsal hareketlerin çıkış nedenleri, insanların adalet özlemiyle durmaksızın karşı koydukları, bütün toplumlarda var olan adaletsizlikte yatar. Ekonomik sömürü, umutsuzluk, yolsuzluk, eşitsizlik, yabancı düşmanlığı, sansür, homofobi, cinsiyetçilik toplumsal hareketlerin başlamasına neden olan kısımlardır (Castells, 2013: s.25-26). Ekonomik ve siyasi anlamdaki yetersizlikler, iletişim alanında huzursuzluk yaratmıştır ve bu durum toplumsal hareketlerin ortaya çıkmasıyla sonuçlanmıştır. Toplumsal alandaki adaletsizlikler, toplumun her kesimden insanları için eşit koşulların olmayışı bireyleri bir araya getiren ve sosyal sürece dahil olmasını sağlayan en büyük etkilerden olmuştur. Yenidünya düzenindeki küreselleşme ile gelen eşitsizlik, adaletsizlik bireyleri harekete geçirmiş ve toplumsal hareketlerin boyutu değişmiştir. Yeni hareketlerin aktörlerini her alanda eşitsizliğe maruz kalan; işçiler, köleler, kadınlar, çocuklar oluşturmaktadır.

Birbirinden habersiz ancak aynı sorun etrafında birleşen bireyler, hızlı ve çok yönlü olarak birbirleriyle etkileşime geçerek yeni iletişim ağları oluşturmaktadır. Bu ağlar ile toplumsal hareketlerin etkisinin ve süresinin çok daha kalıcı olduğunu dile getiren Çaycı ve Karagülle, sosyal medya platformlarında pasif rolde olan bireyler üzerine durmaktadır. Sorunların varlığından haberi olmayan bireyler toplumsal hareketler sayesinde gündemden haberdar olabilmektedir. Aynı zamanda kitlelerin büyük katılım sağladığı Youtube, Facebook, Twitter önemli sosyal medya platformları ile üretilen içerikler ile kararsızlar, gündemin tam ortasına çekilmektedir. Sosyal ağlarda gerçekleştirilen eylemler ve buna bağlı olarak kamusal alana yayılan toplumsal hareketler küresel iletişim düzeni oluşturmaktadır (Çaycı ve Karagülle, 2014: s.6374). Castells, bu noktada Twitter'ın iç haberleşmede temel bir iletişim aracı haline geldiğini söyler (Castells, 2013: s.153). Sosyal medyanın getirdiği özgürlükçü yapı -tamamen olmasa da- içerisinde yeni toplumsal hareketler oluşmuştur ve hareketlerin boyutları ve gerçekleşme alanlarında dönüşümler yaşanmıştır. Twitter, bugün en büyük haber alma ihtiyacını karşılayan bir sosyal medya mecrası haline gelmiştir. Paylaşılan haberlerin çok çeşitli olması, bireylerin bu haberlere katılım sağlayabilmesi ağ toplumunun en belirgin özellikleri arasındadır. Etiketleme, beğenme, yorum yapma, retweet etme gibi özellikleri bulunan Twitter'da bireyler sürekli olarak birbirleriyle etkileşim halindedirler.

İnternetin toplumdaki ötekiler ve dezavantajlı bireylere sağlamış olduğu bu olanaklar günümüzde dijital aktivizm denilen kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur. İnternet ve toplumsal hareketlerin kesiştiği noktada ortaya çıkan Dijital Aktivizme ait literatürde üstünde

fikir birliğine varılmış bir tanımlama bulunmamaktadır. Castells, internetin bir kavram olarak özgürlük, ortak değerler ve ortak hareket etme alanı olduğunu belirtir (Castells, 2001, s. 36-37'den akt. Aksu, 2018: s.135). Tartışılan yönlerine karşı fırsat olarak görülen yanları oldukça fazladır. Bugün her insan, her kurum ister istemez internet teknolojileriyle içli dışlı olmaktadır. Hayatımızın her alanını saran bir pratiğe karşı çok az kişi direnebilmektedir. Hayatımızın bir noktasında mutlaka kullanmak zorunda olduğumuz internet teknolojileri sayesinde kolektif eylemleri niteleyen toplumsal hareketler, alanını genişletebilme fırsatı yakalamıştır.

Toplumsal hareketler küreselleşmeye karşı ortaya çıkmaktadır ve küreselleşme ile toplumsal yapıdaki bozukluklar bireyleri bir araya getirmektedir. Bu ise yeni toplumsal hareketlerin başlaması ile sonuçlanmıştır. Burada üzerinde durulması gereken nokta ise internetin küreselleşme sonucunda hayatımıza girmiş olmasıdır. İnternetin varlığıyla mümkün olabilecek toplumsal hareketler, yine küreselleşme ile hayatımıza giren internet sayesinde varlığını sürdürebilmektedir. Kapitalist süreç ürettiği metaların önüne onu çürütecek ve yeniden şekillendirecek mekanizmaları da toplumsal yaşamda var etmektedir. Buna göre her yeni süreç kendinden önceki yapıyı bozguna uğratmakta aynı zamanda onu yeniden şekillendirmektedir. Kısaca küreselleşmeye tepki olarak ortaya çıkan toplumsal hareketler, yine küreselleşmenin bir getirisi olan internet sayesinde ağ temelli olarak yeniden dönüşüm yaşamıştır.

Siber alanda gerçekleştirilen eylemlerin bir uzantısı olan dijital aktivizm kavramının tanımını, şekillerini, araçlarını vb. etkilerini ortaya koymak yeni toplumsal hareketleri anlamak açısından önemlidir. Buna göre, teknolojik gelişmeler toplumsal hareketlerin boyutunu ve işleme sürecini de dönüşüme uğratmıştır. Öncesinde kurumsal işleyen toplumsal hareketler daha bireysel hale gelmiş ve sosyal platformlarda yer almaya başlamıştır. Sosyal medya ağlarında kurulan iletişim ile düzen değişmiş, toplumsal hareketler bağlamında yeni kavramlar ortaya çıkmıştır.

DİJİTAL AKTİVİZM

Hayatın sanal ortama kaymaya başlaması her alanda olduğu gibi sosyolojik olarak da derin sonuçlar doğurmuştur. İnsanlığın önüne henüz yeni tanıdığı ama son 10 yıldır gündemi çok meşgul eden bir kavram çıkmıştır: “Dijital Aktivizm” (Turhan, 2017: s.27). Dijital aktivizm, bir toplumsal hareket içindeki iletişimi yeniden düzenleyen, hızlandıran ve küresel düzleme taşıyan kitlesel hareketleri ifade etmektedir. Web aktivizmi, çevrimiçi aktivizm, e-savunma, e-aktivizm gibi terimlerle de ifade edilen dijital aktivizm kavramı, 1 ve 0’lardan oluşan sayısal bir ortamda yürütüldüğü genelleyici bir kavram olarak dijital aktivizm ifadesini

kullanmak doğru olacaktır (Erben, 2019: s.43). Geline bu durumda internet ve bilgisayar teknolojileri sayesinde bireyler hayatlarını sanal ortamda yaşamaya başlamakta ve gelişen olaylara karşı aktif olarak katılım sağlamaktadırlar. İnternetin aktif kullanıcısı haline gelen kitleler gerçek hayatta yaşadıklarını forum, blog vb. sitelerden yayınlamaya başlamışlar ve kendi medyasını oluşturmuşlardır. Web 2.0 teknolojisinin sağladığı çift yönlü iletişim sayesinde toplumsal hayat internet ortamına tamamen kaymış durumdadır. Buna bağlı olarak ortaya çıkan dijital aktivizm kavramını politik, ekonomik ve toplumsal yönüyle ele almak önemlidir.

Değişen yenedünya düzeninde bireyler bir toplumsal sorunu gündeme getirmek, seslerini duyurabilmek adına sosyal medya platformlarını kullanmaya başlamışlardır. Aynı anda birden fazla kişiye ulaşma noktasında önemli bir konuma sahip olan sosyal medya ağları, bireylerin bu ihtiyaçlarına karşılık vermiştir ve bir süre sonra toplumun tümünü ilgilendiren bir sorununa karşı birbirini hiç görmeyen insanlar bir arada hareket etme fırsatı bulmuşlardır. Dijital ağlarda varlığını sürdüren aktivist hareketler, toplumsal hareketlerin hızını ve düzenini değiştirmekte buna bağlı olarak da yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Sosyal ağlarda kitlesel ve küresel bir konuma karşılık gelen dijital aktivizm kavramı sosyal ağların kullanılmaya başlanmasıyla oldukça fazla karşımıza çıkmaktadır. Dijital aktivizmin ortaya çıkışı Wikileaks ile eş değer saymak mümkündür. 2010 yılında dünya genelinde büyük ses getiren Wikileaks'in hemen ardından gelen Arap Baharı hareketi ağ temelli yeni toplumsal hareketlerin gücünü ortaya koymaktadır. Dünya genelinde artık kitlesel hareketlerin varlığı kamuoyunu yoğun bir şekilde etkisi altına almaktadır. Öyle ki dijital aktivizm bu yönüne karşı olumlu ya da olumsuz pek çok görüş bulunmaktadır.

Svitanides dijital aktivizme yönelik yaklaşımları; iyimserler, kötümserler ve tutarlılar olarak üç gruba ayırmıştır (2011: 4). Ona göre dijital aktivizme karşı iyimser tavır içinde olanlar, dijital aktivizm sayesinde bireylerin hızla örgütlenebileceğine ve toplumda güç eşitsizliklerinin önüne geçilebileceğine inanmaktadırlar. Örgütlü toplumsal bir yapı ekonomik, siyasi ve toplumsal eşitsizliklerin önüne geçebilir ve mevcut yönetimin hegemonik düzeninin ortaya çıkmasını engelleyebilir. Dijital aktivizme kötümser bakış sergileyenler ise, teknolojinin toplumsal özgürlüğü getirdiği değil götürdüğü yönünde bir düşünceye sahiptirler. İnternet demokratik olmayan yöntemlerle kontrol altına alınmakta ve bireylerin izni olmaksızın kötü niyetle kullanılabilir. Bu iki düşüncenin tam ortasında konumlanan tutarlılar, dijital aktivizme karşı pozitif ya da negatif bir görüş içerisinde değillerdir. Onlara göre online imkanlar haber alma- verme, hak ihlallerine karşı gündem oluşturma süreçlerine katkı sağlamaktadır ama

aktivizme yeni bir anlam yükleyecek kadar önemli bir etken değildir (Turhan, 2017: s.28-29). İnsan hayatını kolaylaştırıcı etkisi ön plana koyularak anti- demokratik süreç işlemesi dijital aktivizme getirilen eleştiriler arasındadır. Buna göre teknolojinin kötü kullanımı toplumsal alanda kargaşaya yol açabilmektedir. Kötümser grupların görüşünün bir sonucu olarak toplumsal kargaşa dijital aktivizmin hareketliliğine ve yayılmasına gölge düşürebilmektedir.

Bu noktada üzerinde durulması gereken konu internet kullanımına her kesimden insanın sahip olmadığı ekonomik koşullardır. Üretim araçlarına sahip olan kesim toplumdaki bağımlı kesimi kontrol altında tutmaktadır ve bu durum toplumsal eşitsizliği beraberinde getirmiştir. Toplumda üretim araçları her kesimden insan için eşit koşulda değildir, dijital aktivizmin gerçekleşmesi ise internet araçlarının hâkimiyetine bağlıdır. Bu anlamda üretim araçlarına sahip olan kesim dijital aktivizmin yön vericisi konumundadır denilebilir. Bugün geldiğimiz iletişim çağında hala internete giremeyen belirli bir kesim vardır, bazı ülkelerde ise internet tamamen yoktur. Bu durum dijital aktivizmin her yerde ve her kesimden insana hitap etmesi işleyişine gölge düşürmektedir.

Toffler, ekonomik ve toplumsal değişimlerdeki yenilenme sürecinin teknolojik alt yapıyla gerçekleştiği ancak sadece teknolojiye bağlı olmadığını altını çizmektedir. Yani dijital aktivizm kavramının tek gerçekliği teknolojik gelişmeler değildir. Böyle bir bakış açısı ile dijital aktivizm kavramını açıklamak yetersiz olacaktır. Teknolojik gelişmelere erişim fırsatını, bireylerin içinde buldukları ekonomik, kültürel, toplumsal yapıyı göz önüne alarak değerlendirmek doğru olacaktır (Erben, 2019: s.45). Toplumsal hareketlerin küreselleşmeye bağlı ilk olarak ekonomik eşitsizliklerden meydana geldiğini söylemek mümkündür. Bireyler arasındaki ekonomik dengesizlikler toplumsal alanda krizlerin oluşmasına neden olmakta ve kitlesel gruplar ortaya çıkmaktadır. Her ne kadar internet teknolojisi küreselleşme fırsatı yakalasa da toplumsal yaşamdaki hak ihlalleri dijital aktivizmin gerçekleşmesinde en büyük nedenler arasında yer almaktadır. Kısaca toplumsal hareketlerin ortaya çıkışı ve nedenleri hangi koşullarda gerçekleştiğinin önüne geçmemektedir. Buna bağlı olarak teknolojik gelişmelerin varlığıyla dijital aktivizm kavramını ele almak bir yanı sıra eksik kalacaktır.

Son yıllarda dijital aktivizm kavramına karşı ortaya konulan örneklere bakıldığında yine sosyal medya platformlarının başta Twitter olmak üzere başat kaynak olarak alındığı görülmektedir. Twitter toplumsal etiketleme bağlamında en çok kullanılan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan bir çalışmada #datajournalism etiketi ile paylaşılan tweetler gönderildikleri ülkelere, konularına ve bu etiket altında paylaşılan veri gazeteciliği türlerinin temalarına göre kategorileştirilerek incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre Twitter'ın veri

gazeteciliği ile ilgili teknolojileri dolaşıma sokup yaygınlaştıran bir araç olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Narin vd. 2017: s.215). Yine başka bir çalışmada Twitter’da 18/28 Şubat tarihleri arasında Artvin Cerattepe olayları için açılan etiketler ve atılan tweetler analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre dijital iletişimin sağlamış olduğu kolay organize olma özelliği ile sokağa inen bireyler, sosyal medya aracılığıyla birbirlerinden haberdar olarak dijital aktivizm örneği sergilemişlerdir (Korkmaz vd. 2018: s.67). Türkiye bağlamında bakıldığında Gezi Parkı eylemleri en büyük dijital aktivizm örneğidir. Gezi parkı sürecinde sosyal medyanın rolünü daha açık bir şekilde görmek açısından, kapsamlı sosyal medya analizleri gerçekleştiren YnkLabs isimli firmanın yaptığı “Gezi Parkı İnoğrafik” isimli rapor (YnkLabs, 2013), yeni veriler içermektedir. Rapora göre, Gezi parkında en çok kullanılan Twitter etiketleri #direngezi, #occupygezi, #direnaksim, #direnankara olmuştur. 31 Mayıs 2013 ve 24 Haziran 2013 arasında Gezi parkı ile ilgili toplamda 1.385.733 tekil kişiden, 5.614.018 adet tweet atılmıştır. (Göçoğlu ve Aydın, 2015: s.896). Gezi parkı eylemlerine katılan kitleler çoğunlukla sosyal medyayı etkin biçimde kullanan ve hayatlarının merkezine koyan bireylerdir.

Sonuç olarak dijital aktivizmin; toplumsal bir olaya dikkat çekmek, birbirinden bağımsız bireyleri bir araya getirmek, kamuoyu oluşturmak, destekçi bulmak amacıyla sosyal ortamlarda konumlandığı ve teknolojik gelişmelerle sürekli olarak kendini yenileyeceği görülmektedir.

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

ARAŞTIRMANIN KONUSU

30 Aralık 2019 tarihinde İstanbul Üniversitesi Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığı resmi Twitter hesabından yapılan; “02.01.2020 Perşembe gününden itibaren tüm yemekhanelerimizde kahvaltı hizmeti verilmeyecektir. 02.01.2020 tarihinden itibaren öğrencilerimizin indirimli yemek hakkı 1 öğünle devam edecektir. Gündüz öğrenim gören öğrencilerimiz “öğlen yemeklerinden”, akşam öğrenim gören öğrencilerimiz “akşam yemeklerinden” öğrenci ücreti üzerinden faydalanabilecektir” açıklamasına tepki olarak 5/8 Ocak 2020 tarihleri arasında Twitter üzerinden #iüyemeğimedokunma etiketi atılan 2.191 tweet araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu tarihler yemekhane kararının açıklamasından sonra Twitter’da en fazla yorum yapılan günler olması sebebiyle seçilmiştir. Buna göre bir dijital aktivizm örneği olan etiket kullanımının seçilen konu bağlamında bireyler üzerindeki etkileri ve topluma yansımaları analiz edilmek istenmiştir.

ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI

Çalışmada, dünyanın çeşitli yerlerinde ortaya çıkan Gezi Parkı, Arap Baharı gibi dijital aktivist hareket örnekleri üzerinden yeni medya ortamlarında oluşturulan ağ temelli toplumsal hareketlerin gücünü ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu anlamda İstanbul Üniversitesinin de 2 Ocak 2020’de uygulanacağı açıklanan yemekhane kararına karşı Twitter üzerinden oluşturulan #üyemeğimedokunma etiketinin oluşturduğu toplumsal dönüşümün önemi üzerine durulacaktır. Araştırma örneklemini, 5/8 Ocak 2020 tarihleri arasında Twitter üzerinde yer alan #üyemeğimedokunma etiketi içeren ilgili tüm iletiler oluşturmaktadır. Çalışma ayrıca, bireylerin dijital aktivizm algısını güncel bir gelişme etrafında değerlendirerek ortaya koyma amacı taşımaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma yöntemi olarak, dijital aktivizm kavramına ilişkin güncel bakış açısını saptamak amacıyla nitel ve nicel analiz teknikleri kullanılmıştır. Tweetlerin çekilmesinde “workbenchdata” programı kullanılmış, elde edilen sonuçlar ‘flourish.studio’ ve ‘Wordle’ araçları kullanılarak görselleştirilmiştir. #üyemeğimedokunma etiketi üzerine atılan tweetler, retweetler, tarihsel olarak en çok tweet atılan ve beğeni alan günler, en çok hangi tweetin beğeni ve retweet aldığı tablolar aracılığıyla incelenerek sonuçların nedenleri o zamanki koşullar dikkate alınarak analiz edilmiştir.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma sonucunda Twitter’da 5 Ocak 2020- 8 Ocak 2020 tarihleri arasında #üyemeğimedokunma etiketi içeren toplam 2.191 iletiye ulaşılmıştır. Bu iletiler toplam tweet, beğeni, retweet sayıları, tarihsel aralıkta nasıl dağılım gösterdiği, iletilerin hangi mesajları verdiği ve hangi iletilerin en fazla etkileşim aldığı yönünde incelenmiştir.

Tarihler	Tweet Sayıları
5 Ocak 2020	1.645
6 Ocak 2020	480
7 Ocak 2020	48
8 Ocak 2020	18
Toplam	2.191

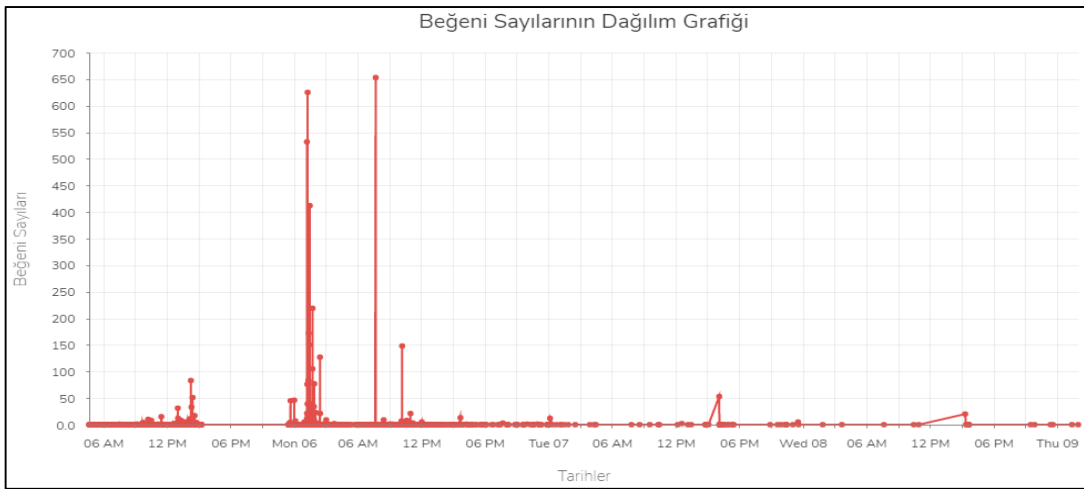
Tablo 1: Atılan Tweetlerin Tarih Aralığına Göre Dağılımı

Ulaşılan sonuçlara bakıldığında en fazla tweet atılan günün 1.645 ile 5 Ocak olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla 480 tweet ile 6 Ocak, 48 tweet ile 7 Ocak ve 18 tweet ile 8 Ocak tarihi takip etmektedir. Sonuç olarak 2.191 ileti paylaşıldığı ve paylaşılan iletilerin her geçen gün azaldığı görülmektedir.



Resim 1: Atılan Tweetlere Örnek

#iüyemeğimedokunma etiketi ile atılan etiketler sayesinde bireyler İstanbul Üniversitesi'nde yaşanan konudan haberdar olmuş ve hak ihlaline uğrayan gruba karşılık sosyal medya üzerinden harekete geçmişlerdir. İstanbul Üniversitesi'nde okumayan öğrencilerin, esnafın, sanatçının, siyasetçinin ve daha birçok kişinin bu durum karşısında tepkisini dile getirmesi ve Twitter üzerinden başlatılan #iüyemeğimedokunma etiketine destek vermesi toplumun dijital aktivizm kavramına bakış açısını ortaya çıkarmıştır. Bundan hareketle atılan tweetlerin beğeni sayıları bu durumun ne kadar önemsendiğinin görülmesi açısından önemlidir. Bu anlamda ulaşılan sonuç şöyledir;



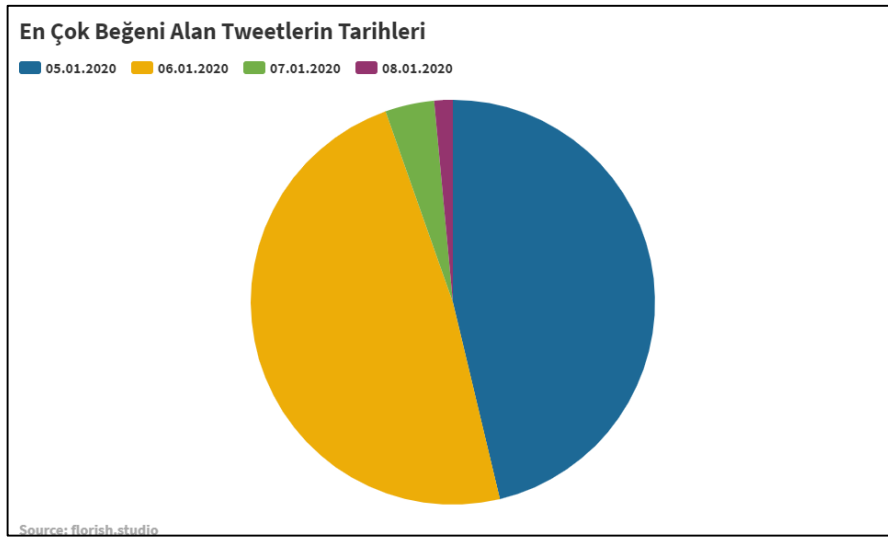
Resim 2: #iüyemeğimedokunma etiketi ile atılan tweet beğenilerinin tarihsel olarak dağılımı (workbenchdata'da oluşturulmuştur)

2.191 tweet içinde 2.089 tane tweet hiç beğeni almazken, 102 tanesi beğeni almıştır. #İÜYemeğimeDokunma etiketi ile atılan tweet beğenilerinin tarihsel olarak dağılımına bakıldığında konu üzerine en fazla düşünülen ve tartışılan günün 6 Ocak tarihi olduğu görülmektedir. @Unibilgi.net adlı kullanıcının atığı tweet 691 ile en fazla beğeni sayısına sahiptir. Atılan tweet ise şöyledir; “İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü, öğrencilerin gösterdiği yoğun tepki nedeniyle yemekhane ile ilgili alınan kararı iptal ederek; öğrencilerin kahvaltısı, öğle ve akşam yemeklerinin önceden olduğu gibi devam etmesi kararı aldığını açıkladı. Bu başarı hepinizin #İÜYemeğimeDokunma”.



Resim 3: En Fazla Beğeni Alan Tweet

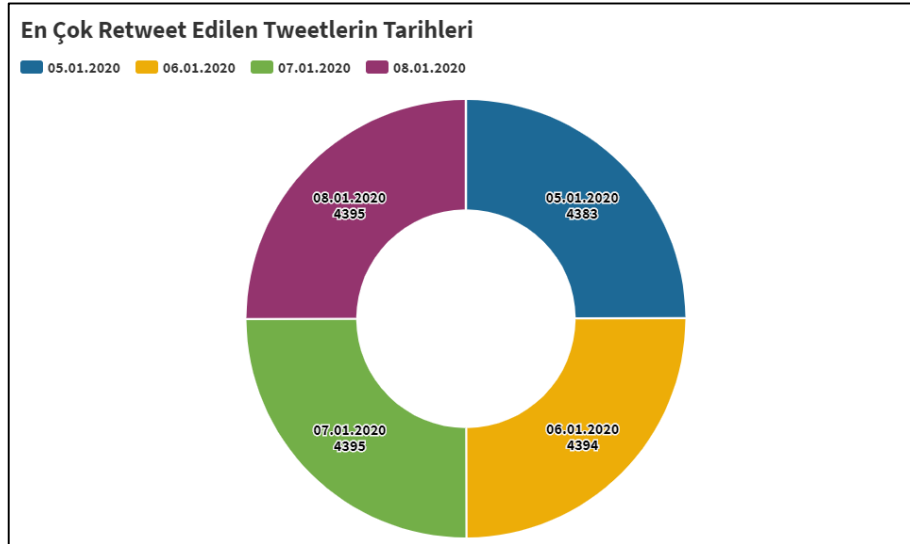
Gelen tepkiler üzerine İstanbul Üniversitesi'nin geri adım atarak yemekhane kararını geri çekmesine yönelik bir içerik olması nedeniyle en fazla beğeni aldığı söylenebilir. Bu tarihi takiben 5 Ocak tarihi ikinci en fazla beğeni alan tarihtir. Atılan tweetin içeriğine bakıldığında yine yemekhane kararının geri çekilmesine yönelik atılan bir tweet olduğu görülmektedir. 5/8 Ocak beğeni sayılı tarih aralığı baz alındığında oluşan grafik şu şekildedir;



Resim 4: En çok beğeni alan tweetlerin tarihleri (flourish.studio'dan oluşturulmuştur)

Grafığe göre sıralama şöyledir; 6 Ocak tarihinde en fazla 691 beğeni varken, 5 Ocak tarihinde en fazla 625 beğeni, 7 Ocak tarihinde en fazla 53 beğeni ve 8 Ocak tarihinde en fazla 20 beğeni alan tweetler vardır. 7/8 Ocak tarihleri olayın sonuçlanmasından sonraki tarihler olması nedeniyle etkileşim sayısı az olduğu görülmektedir. Sonuç olarak bakıldığında, bireylerin tepki gösterdikleri bir olay sonrasında istenilen bir sonuca karşı çok fazla etkileşim sağladıkları görülmektedir.

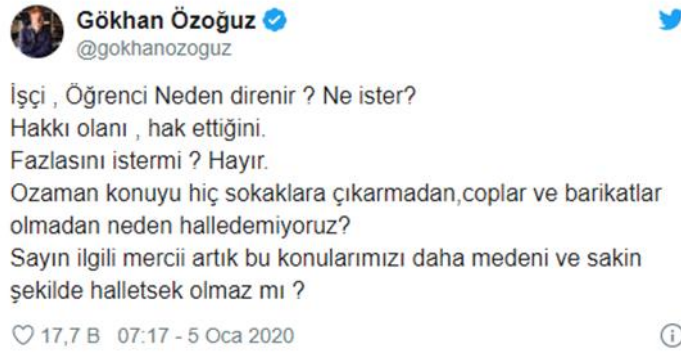
#iüyemeğimedokunma etiketinde görüldüğü gibi öğrenci hareketleri, en çok dikkat çeken, gündemi etkileyen güçlü bir özelliğe sahiptir. Bakıldığında özellikle sanatçıların oluşturulan etikete destek vererek görüşlerini dile getirdikleri görülmektedir. Buna göre Haluk Bilginer'in attığı tweetin en çok retweet edildiği görülmektedir. Dolayısıyla yeni toplumsal hareketler aydınları da içine alan geniş bir yelpazeyi ifade etmektedir.



Resim 5: En çok retweet edilen tweetlerin tarihleri (flourish.studio'dan oluşturulmuştur)

2.191 tweet içinde 2.090 tweet retweet alırken, 101 tweet hiç retweet almamıştır. En çok retweet edilen tweetlerin tarihlerine bakıldığında 4 gün boyunca neredeyse eşit bir dağılım olduğu görülmektedir. 7/8 Ocak tarihleri 4.395 retweet ile en fazla retweet edilen günken, 6 Ocak tarihinde 4.394 tane ileti retweet edilmiş, 5 Ocak tarihinde ise 4.383 tane retweet yapılmıştır. Tepkilerin Twitter üzerinden başladığı ilk günler olan 5/6 Ocak tarihlerinde bireylerin kendi görüşlerini bildirerek organik tweetler attığı için retweet yapmadığı yorumu yapılabilir. Tepkiler sonucunda yemekhane kararının geri çekilmesi üzerine ise bireylerin, alınan kararların yazıldığı tweetleri retweet ettiği gözlemlenmektedir. 4 gün aralığında bakıldığında en fazla retweet edilen iletinin, oyuncu Haluk Bilginer'in kişisel hesabından attığı, "#iüyemeğimedokunma "öğrencisi açken tok yatan rektör bizden değildir" tweetidir. Ardından

İstanbul Üniversitesi öğrencilerinin seslerini duyurabilmek adına açtıkları “@UcuzKaliteliYmk” hesaptan atılan tweetler en çok retweet alan tweetler arasındadır. Daha sonra ise @HergelePostasi hesabından ve @MetinUca hesabından atılan tweetler en birçok kişi tarafından retweet edildiği görülmektedir. Sonuç itibariyle bakıldığında halk içindeki aydınların haksızlık karşısında tepki göstererek, haksızlığa uğrayan kesime karşı tepki mesajı verdiği görülmektedir. Hak ihlaline karşı kitlelerin yanında duran aydınlar dijital aktivizmin boyutunu ve yayılmasına destek sağlamaktadır. Dolayısıyla dijital aktivizm aydınlarında içinde yer aldığı güçlü bir kolektif eylemlere işaret etmektedir.



Resim 6: Sanatçıların Yaptıkları Paylaşımlara Örnek

Resim 7’de görüldüğü üzere bireylerin, Twitter üzerinden etkileşime geçip kamuoyu oluşturması üzerine İstanbul Üniversitesi yönetiminin yemekhane kararından vaz geçtiği görülmektedir.



Resim 7: İstanbul Üniversitesi’nin Resmi Twitter Hesabından Yaptığı Paylaşım



Resim 8: #ÜYemeğimeDokunma etiketi içinde en çok yinelenen kelimeler (Wordle ile oluşturulmuştur)

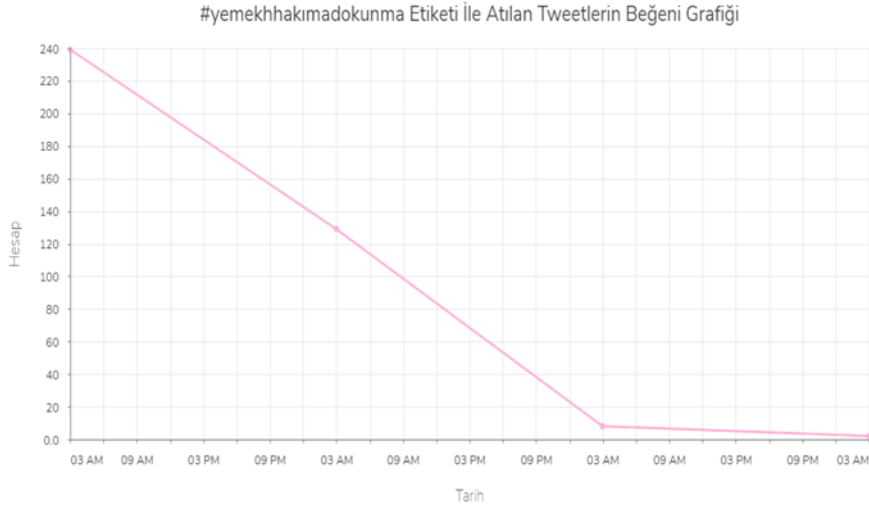
#iüyemeğimedokunma etiketi ile paylaşılan tweetlerde en çok yinelenen sözcüklere bakıldığında, en fazla kullanılan sözcüklerin başında “halukbilginer” ve “yemekhakkımadokunma” olduğu görülmektedir.



Resim 9: Haluk Bilginer’in En Çok Retweet Alan Paylaşımı

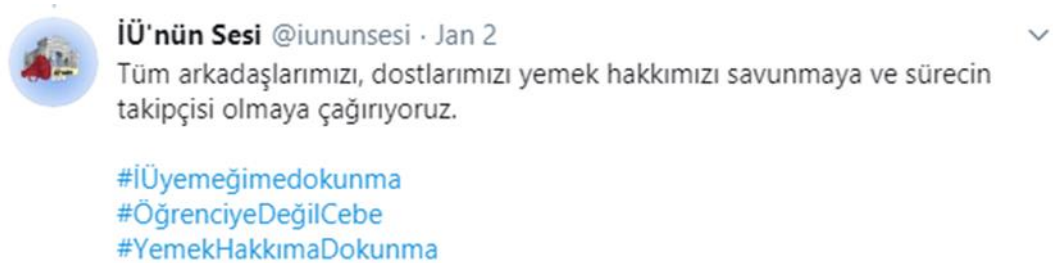
Bu durumun Resim 9’da görüldüğü üzere Haluk Bilginer’in attığı tweetin en çok retweet almasından kaynaklı bir sonuç olduğu görülmektedir. Ayrıca “yemekhakkımadokunma” sözcüğü, atılan tweetler arasında bir diğer konu etiketi olduğu için en çok tekrar eden sözcükler arasında yer aldığı görülmektedir. #yemekhakkımadokunma etiketinin atıldığı tweetlere bakıldığında en fazla beğeni alan gün 5 Ocak tarihi olurken bunu sırasıyla 6/7/8 Ocak tarihleri takip etmektedir. Resim 10’da görüldüğü üzere 5 Ocak tarihinde 239 kişi

#yemekhhakımadokunma etiketi ile paylaşım yaparken, 6 Ocak tarihinde 129 kişi, 7 Ocak tarihinde 8 kişi, 8 Ocak tarihinde sadece 2 kişinin paylaşım yaptığı görülmektedir.



Resim 10: #yemekhhakımadokunma Etiketli ile Atılan Tweetlerin Beğeni Dağılımı
(workbenchdata’da oluşturulmuştur)

Bunları takiben “öğrenci” “ucuzvekaliteliyemek” “rektör” “yemek” “müşterideğilöğrenciyiz” “iükazandı” kelimeleri gelmektedir. Ucuz ve kaliteli yemek, tepkilere yönelik açılmış ve en çok retweet edilen hesaplar arasındadır. Bu yüzden en çok tekrar eden sözcükler arasında yer aldığı gözlemlenmektedir. “iükazandı” kelimesi ise, tepkiler sonucunda yemekhane kararının geri çekilmesine yönelik atılan tweetlerin ve retweetlerin fazla olmasının bir sonucudur. “yemekhane” “kahvaltı” “yatan” “hakkımız” “İstanbul” “yönetim” “kazandık” “mücadele” “öğrenciyedeğilcebe” “öğün” “zam” “kolektifler” “tepki” sözcükleri ise diğer en çok tekrar edilen kelimelere arasındadır.



Resim 11: Atılan Etiketlere Örnek

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bilişim teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak saklanamayan, ölçülemeyen, depolanamayan ve değersiz görülen enformasyonların verileştirilme süreci büyük verinin değerini artırmıştır. Karmaşık ve dağınık halde bulunan enformasyon parçaları kablosuz iletişim teknolojileri ve internet ile daha geniş çaplı bir boyut kazanmıştır. Söz konusu veriler çok büyük hacimlerde, heterojen yapıda çok çeşitli hallere sahip ve sürekli olarak yenilenmesiyle akışkan bir yapıdadır. Küçük enformasyon parçalarını görselleştirilip anlamlı hale getirilerek, gelecek ve mevcut durum hakkında durum saptamaları yapılmaktadır. Bu büyük veriyi kullanan ve yatırım yapan kurum ve kuruluşlar için büyük bir fırsat niteliğindedir. Bugün geldiğimiz noktada büyük veri, sosyal medya uygulamalarında, bloglarda, sitelerde üretilen görseller, videolar ve metinler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda büyük veri, ağlar üzerinden yayılan ve teknolojik gelişmelere bağlı yükselen bir yapıdadır. Dolayısıyla bireyler ağlar üzerinden toplumsallaşma aşamasına dahil olmaktadır. Günümüz de atılan tweetler, oluşturulan etiketler, beğeniler, yorumlar büyük veri alanı oluşturmaktadır. Dolayısıyla çalışmada hashtag aktivizmine örnek teşkil eden #üyemeğimedokunma etiketi ile yapılan her türlü etkileşim büyük veri bağlamında ele alınmıştır.

Ağların oluşması belli bir iletişim sürecini ifade etmektedir. Bu süreç içinde iletişim düzeni dönüşüme uğramakta ve yeni toplumsal anlamlar ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan anlamlar ile bireyler, yeni bir toplumsallaşma aşamasına girmektedir. Bu nedenle ağlar yoluyla iletişime geçen kitleler yeni anlamlar üreterek hareketlerin önünü açarak yayılmasını sağlamaktadır. #üyemeğimedokunma etiketinde olduğu gibi kitleler, Twitter aracılığıyla toplumsallaşma aşamasına dahil olmuş ve tepkisini ilk olarak kamusal alana çıkararak değil sosyal medya üzerinden dile getirmiştir. Bireyler sosyal ağlarda tepkilerini, öfkelerini, eleştirilerini dile getirerek ortak bir amaç etrafında birleştirmektedirler. Bu tepkiler her zaman ekonomik, politik ya da kültürel sebepli olarak ortaya çıkmamakta bazen de var olma mücadelesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumda aşağılanan ve yok sayılan bireyler zamanla “bende varım” diyebilmek adına tepkisini sosyal ağlar yoluyla gerekli gördüğü yerlere iletmektedir. Yeni toplumsal hareketler ağlar üzerinden kurulan yeni iletişim düzenini anlatmaktadır. Buna göre zaman ve mekan kavramı değişikliğe uğramış her an ve her yerde ulaşılabilir özelliği ile sosyal ağlar bireylerin en çok tercih ettikleri platformlar haline gelmiştir.

Hayatın sanal ortama kayması sonucunda dijital aktivizm kavramı ortaya çıkmıştır. Dijital aktivizm, toplumsal sorun karşısında koordineli hareketi sağlamak amacıyla toplumsal

hareketlerin yayılmasına olanak sağlamaktadır. Sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen eylemler birçok kesim tarafından desteklenmektedir. Çalışma örneğinde görüldüğü üzere Twitter, en çok #iüyemeğimedokunma etiketinin atıldığı sosyal medya platformu olarak karşımıza çıkmaktadır ve kendisini hiç etkilemeyen ya da çok uzak bölgede yaşayan bireyler dahi bu platform üzerinden görüşlerini dile getirmişlerdir. Dolayısıyla toplumsal hareketler, farklı coğrafyalarda yaşayan birçok insanı birleştiren bir kolektif güce sahiptir.

Araştırmada, yaygınlık kazanan dijital aktivizmin gücü Twitter’da #iüyemeğimedokunma etiketi örneğinde değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmada 5/8 Ocak tarihleri arasında Twitter’da #iüyemeğimedokunma etiketi üzerine atılan 2.191 tweet incelendiğinde atılan tweetlerin çoğu İstanbul Üniversitesi’nin yemekhane kararına karşı tepki gösteren iletilerdir. Ayrıca oyuncuların ve bağımsız haber kuruluşlarının olay üzerine tepki gösterdiği ve attıkları tweetlerin en çok retweet edilen tweetler arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu etiket ile paylaşılan tweetlerde en çok yinelenen sözcükler incelendiğinde de “halukbilginer “yemekhakkımadokunma” “ucuzvekaliteliyemek” sözcüklerinin sıklıkla yinelenildiği görülmüştür. Sonuç olarak, yerel bir problem küresel düzlemde yer edinmiş ve güçlü bir dijital aktivizm örneği haline gelmiştir.

Sonuç olarak 21. Yüzyıldan sonra etkisi dijital ortamlara kayan yeni toplumsal hareketler, ağ temelli küreselleşerek varlığını sürdürmektedir. İlgili literatür ve araştırma bulgularına bakıldığında #iüyemeğimedokunma etiketi, ağ temelli gerçekleşen dijital aktivizm kavramına karşı önemli bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Mevcut araştırmalara bakıldığında genellikle Twitter üzerinden oluşturulan etiketlerin incelenmiş olduğu görülmektedir. Bu anlamda Twitter, dijital aktivizm kavramına yönelik en çok araştırmaya konu olan ve analiz edilen sosyal medya platformudur. Buna göre #iüyemeğimedokunma etiketi, dijital aktivizmi güncel bir gelişme etrafında değerlendirerek mevcut durumunu ortaya koymak açısından ele alınmış ve değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularına bakıldığında toplumdaki kriz durumlarında bireylerin ilk olarak görüşlerini sosyal medya platformlarından dile getirdiği ve Twitter’ın çoğu konuda hem bilgi almak hem de görüş belirtmek için ilk başvuru kaynağı olduğu sonucuna rastlanmıştır.

KAYNAKÇA

- Aksu, O. (2018). İsyen ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler. Açık Öğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 4 (3), 153-159
- Aslan, A, Bayrakçı, S, Küçükvardar, M. (2016). Bilişim Çağında Geleneksel Gazeteciliğin Dönüşümü: Veri Gazeteciliği. Marmara İletişim Dergisi, (26), s.55-70
- Castells, M. (2013). İsyen ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler, çev: Ebru Kılıç, Koç Üniversitesi Yayınları: İstanbul
- Çalışkan, O. (2014). Network Society in the Conceptual Framework of Public Sphere and New Public Sphere. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1 (1), 41-62 .
- Çaycı, B. ve Karagülle. A. E, (2014). Mobil İletişim Teknolojileriyle Değişen Örgütlenme Biçimleri: Ağlarda Örgütlenen Toplumsal Hareketler, Journal of Yasar University, 9 (36), s. 6261 – 6380
- Çiğdem, Ş. ve Seyrek, İ. (2015). “İşletmelerde Büyük Veri Uygulamaları: Bir Literatür Taraması”, 2. Ulusal Yönetim Bilişim Sistemleri Kongresi, 8-10 Ekim, s.1-16, Erzurum.
- Derinözlü. C, (2017). Büyük Veri ve Mahremiyet, Tübitak 1.Ulusal Bulut Bilişim ve Büyük Veri Sempozyumu Bildiri Kitabı, s.1-16
- Dülger, Ü. (2016). Büyük Veri Nedir, Bilim ve Teknoloji Dergisi, s.503-504
- Erben, E. Ş., (2019). Aktivizmin Dijital Dönüşümü, Kocaeli Üniversitesi, Doktora Tezi, s. 43
- Ergen, Y. (2018). Büyük Veri, Sosyal Medya ve Etik: Facebook Örneğinde Bir Değerlendirme. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi, (10), 53-64
- Göçoğlu, V. ve Aydın, M. D. (2015). Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisinin Toplumsal Hareketler Bağlamında İncelenmesi, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8 (37), 896
- Göker, G. ve Doğan, A. (2011). Ağ Toplumunda Örgütlenme: Facebook'ta Çevrimiçi Tekel Eylemi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s. 178
- Güngör, N. (2016). İletişim Kuram ve Yaklaşımlar, Siyasal Kitabevi: Ankara
- Işıklı, Ş. (2014). Büyük Veri, Epistemoloji ve Etik Tartışmalar. AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 5 (17), 89-122.
- Korkmaz, A, Ustakara, F, Aydın, U. (2018). Dijital Aktivizm Bağlamında Artvin Cerattepe Olayları Üzerine Bir İçerik Analizi. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (29. Özel Sayısı), 57-76
- Narin. B, Ayaz. B, Fırat. F ve Fırat. D, (2017) . Büyük Veri ve Gazetecilik İlişkisi Bağlamında Veri Gazeteciliği, Online Academic Journal of Information Technolog, s.216-232
- Turhan, D. (2017). Dijital Aktivizm. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , (26), s.26-44
- Yeygel Çakır, S. (2017). Sosyal Medyada Dijital Aktivist Haraketler Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5 (2) , s.762-769