

YENİ MEDYA ÇAĐINDA DÖNÜŞEN TOPLUMSAL HAREKETLER ve DİJİTAL AKTİVİZM HAREKETLERİ

Kezban KARAGÖZ

ÖZET

Dünya artık küreselleşmenin giderek daha fazla hissedildiği bir yer halini almış durumda. Küreselleşmenin yansımalarını, öncelikle ekonomik olarak başlamış olsa da son yirmi yıldır toplumsal hayatta da görmekteyiz. Bunun alt yapısı ise gelişen teknolojilerin hayatımızda edindiği yerdir. Küreselleşme ile medya ve demokrasi ile dönüşen toplumda sivil sesler yükselmeye başlamıştır.

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ise toplumsal hareketleri de dönüştürmüştür. Yeni medya teknolojileri sayesinde toplumun farklı kesimleri rahatsızlıklarını göstermek için bu kanalları kullanmaya başlamıştır. Bu, kimi zaman siyasi erke sesini duyurmak için, kimi zaman kendi örgütlenmesini sağlamak için olmuştur. Bu makalede yeni medya ile birlikte aktivizm hareketlerinin yeni medyayı kullanma biçimleri üzerine durulmuştur. Genç Siviller, Greenpeace ve Chance.org hareketleri örneklerinden hareketle dijital aktivizm konusuna odaklanılacaktır.

Anahtar kelimeler: Dijital Aktivizm, Ağ Toplumu, Küreselleşme, Genç Siviller, Greenpeace, Change.Org.

GİRİŞ

Küreselleşme olgusunun bütün dünyayı kuşattığı bir dönemde iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yeni iletişim kanallarının bireyin kullanımına sunulması mümkün olmuştur. İnternetin bilgiyi hızla yayması önemli bir etkiyi beraberinde getirirken asıl dönüşüm web 2.0 teknolojilerinin gelişmesi ile olmuştur. Siber bir kamusal halini alan bu yeni iletişim ortamı sermayeleşen, holdingleşen medyanın konvansiyonel duruşuna alternatif bir yol olarak belirmiştir. Küreselleşmenin köklü kurumları, ulus - devletleri zayıflatarak sivil iradenin gücünü arttırması ve daha katılımcı demokratik bir ortamı desteklemesi farklı tartışmaları da gündeme getirmiştir. Birçok araştırmacı oluşan yeni durumu oldukça 'iyimser' bir bakış açısıyla ele alarak sosyal ağlar sayesinde katılımcı demokrasinin giderek güçlendiğinin üzerinde durmaktadır. Bu yeni iletişim ortamları, görmezden gelinen, sistemin dışında kalan, muhalif kesimlerin seslerini duyurmanın yolu haline gelmiştir. 2001 yılında Filipinlerde Estrada'nın mobil teknolojinin baskısıyla görevden alınması ile başlayan yeni süreçte sistem karşıtı gruplar internet ile örgütlenmeye devam etmiştir. Yeni dünya düzenin kurgulandığı ortamda Türkiye dahil dünyanın birçok yerinde sistem muhalifi gruplar "yeni medya" aracılığıyla kendi seslerini duyurmakta, eski toplum hareketlerinden farklı olarak sosyal ağlar kullanılarak siber ortamlarda aktif biçimde küresel etkileşimler elde etmektedirler.

Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal paylaşım ağları milyonlarca insanı top- layarak yeni bir kamusal alan sağlarken, muhalif seslerin de yükseldiği yeni ago- ralar gibi değerlendirilmektedir. Özellikle Ortadoğu'daki büyük değişimle birlikte yaşanan süreçte yeni medya devrimci bir medya gibi ileri sürülmektedir. Bu ma- kalede yeni medya ortamı ve bu yeni ortamda muhalif seslere örnek olan hareket- lerin bu mecraayı kullanma biçimleri, örgütlenme örnekleri ve aktivizm ha- reketlerine dönüştürme biçimleri örnek olaylar üzerinden incelenecektir.

Yeni toplumsal hareketler ve aktivist girişimler artık demokrasimizde olağan hale gelmiştir. Makale kapsamında ele alınan aktivistler, sistemin demokrasi dışı, çevre sorunları gibi dayatmalarına karşı ortak tepkiyi geliştirirken sosyal ağlardan ve yeni medya ortamlarından fazlasıyla yararlanmakta, gösterdikleri performans ile öne çıkmaktadırlar.

Yeni medyanın en önemli rolü, yeni temsiller yaratma ve muhalif politik ses- leri duyurmaktır. Kapasitesi de, ele alınan grupların örnek etkinlikleri örgütlenme açısından ele alınarak incelemektir. Bu nedenle makale, yeni medya aracılığı ile metinler ve ağ üzerinden kamuoyuna ulaşan aktivist hareketler arasındaki ilişkiyi açıklamaya odaklanacaktır.

Bu kapsamda ana akım medyada yeterince yer almadığı düşünülen aktivistle- rin sosyal ağlar ve interneti hangi amaçlarla kullandıklarını saptamaktır.

Muhafif siyasal seslerin internet üzerinden paylaşımına açıldığı, tartışıldığı, bilgilerin küresel platformda paylaşımına ve dolaşıma girdiği, eylem planlarının ve duyurularının yapılmasına olanak sağlandığı bu iletişim ortamında, aktivist hareketlerin internetten nasıl yararlandığı incelenmektedir.

1. Küreselleşme, Yeni Medya Ortamı ve Toplumsal Değişim

Küreselleşme, son yıllarda üzerinde en çok tartışılan, çok farklı anlam ve değerler yüklenen, çok farklı tanımlamalara ve nitellemelere konu olan kavramların başında yer almaktadır. Kısaca, "dünyanın tek bir mekan olarak algılanabilecek ölçüde sıkışıp küçülmesi anlamına gelen bir süreci" (Tutar, 2000: 18) ifadesiyle tanımlanan küreselleşme, ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel değerlerin ve bu değerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin ulusal sınırlar dışına taşarak dünya geneline yayılması şeklinde değerlendirilmektedir. (Erbay, 1998: 18)

McLuhan ise 1962 yılında yazdığı bir metinle yeni iletişim teknolojilerinin yaşamlarımızdaki etkisini kavramak üzere sık sık söylenen "global village" yani "küresel köy" terimini ilk defa kullanan kişi olmuştur (Aktel, 2001: 195). Coğrafi sınırların önemini yitirmesi ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile birlikte fiziksel mekan yeni bir boyut kazanmıştır. Artık birey dünyanın neresinde olursa olsun dünyada olup biten olayları anında izleyebilme ve olaylardan haberdar olabilme şansına sahiptir. Son yirmi yıldır daha önce yaşanmamış bir hızda olan küreselleşme hareketi sonucunda toplumsal anlamda hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Bu değişimin temel noktası yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmelerdir.

Bu gelişmeler sonucu dünya gerçekten 'küresel köy' olmaya daha da yaklaşmıştır. Özellikle internet medyasının getirdiği özgür ve geniş alan ise edilgen konumdaki kitlelerin seslerini duyurmalarını sağlamıştır. Sivil toplum hareketleri artık seslerini duyurmak için televizyon kanallarının dikkatini çekmeyi beklemeyi bırakmış kendi sosyal medyaları aracılığı ile topluluklar kurarak yönetir hale gelmişlerdir. Enformasyonu yönlendirmedeki bu hareket gücü öyle bir noktaya gelmiştir ki kitlelerin biriken enerjileri meydanlara taşmış ve devrimleri hareket noktası olmuştur (Soydan, 2012: 52)

Geleneksel iletişim araçları televizyon, gazete ve radyo hem iletişim araçlarının sahipliğinde hem de içeriğin belirlenmesinde merkezî bir yapıya sahipti. TV istasyonları bir ya da birkaç kişinin sahipliğindeyken, uluslararası alanda tekellerin kontrolündeydi. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde bu hegemonyalar yıkılmaya başlanmıştır. Çeşitlenme ve parçalanma ile kontrol tekeli çok merkezli hale gelmektedir. Yeni iletişim teknolojileri, özellikle internet teknolojisi kullanıcıların kendi elektronik gazetesini oluşturmasına da imkan vermektedir (Timisi, 2003: 84).

Yaşanan yeni teknolojik devrim ile yeni bir toplumsal dönemin başladığı söylenebilir. Yeni iletişim teknolojileri bilgi miktarını artırması, bireysel iletişime im-

kan sağlaması etkileşim ve evrensel erişim imkanı sağlaması gibi özelliklerinden dolayı katılımcı demokrasiyi gerçekleştirecek bir araç olarak değerlendirilebilir (Karapınar, 2006: 97). Hatta Friedman yeni ortamda birey için 'süper güçlendirilmiş birey' tabirini kullanmaktadır. Underwood da "internetin tercih edilme nedenlerinden biri, kullanıcılara geleneksel medya şirketlerinin "tek'ten çok'a" totalizmini dengelemek için internetin demokratikleştirici potansiyelinden hareketle demokratik ağ iletişiminin "çok'tan çok'a" doğasından yararlanma fırsatı sunmasıdır' (Underwood, 2002: 136) diyerek yeni iletişim araçlarının demokratikleştirici etkisinden bahsetmiştir.

İçinde bulunduğumuz toplumu betimleyen resmin diğer bir parçasında da ağ toplumdur. Çağımız toplumu artık, herkesin her yerde ve her zaman istediği yere bağlanabildiği çağdır ve 'ağ toplumu' olarak tanımlanır. Ağ toplumunu etkin kılan en önemli özellik, iki yönlü iletişim, bir başka deyişle etkileşim (interactivity) dir.(Kesim, 2008: 5-6). Yakın dönemde ortaya çıkan 'sosyal ağlar' kavramından bahsetmek gerekmektedir. Yüz yüze iletişimlerde birey iletişime geçtiğinde karşısındaki tarafından tanımlanırken sosyal ağlarda ise birey kimliğini adeta inşa etmektedir. Kurgulanan bir kimlik ve bu kurgu kimliklerin oluşturduğu bir ağdan bahsetmek mümkündür.

Küreselleşme yaklaşımı ile görüldüğü gibi kamu yönetimi, kamu hizmeti ve organizasyonları köklü bir biçimde değişmiştir. Ulusal egemenlik ulus devletten olağanüstü örgütlere doğru kayarken, yerel yönetimler ve sivil toplumun da etki alanı alabildiğince genişlemektedir (AL, 2002: 282).

2. Toplumsal Hareketlerde Yeni Yorum

Toplumsal Hareketler, 19. yüzyıl sonlarındaki işçi hareketi ile başlar. 1960' lardaki toplumsal hareketler, siyasal iktidarı hedefleyen, ekonomik çıkar yörengeli sınıfsal yapısı olan hareketlerdir (işçi hareketi gibi). Bu hareketler, "eski toplumsal hareketler" olarak adlandırılmışlardır (Önder, 2003: 34- 35). Bu hareketlerde sorunların çözümü için ideolojik faktörler önerilmekteydi. Harekete geçmek için, yanlışlıkların ve haksızlıkların vurgulandığı ideoloji gerekiyordu (Hank vd., 1999: 151.)

"Yeni toplumsal hareketler" kavramı ise, 1970'lerden itibaren ortaya çıkmış olan ekoloji hareketini, feminist hareketi, barış hareketini nükleer karşıtı hareketleri, azınlık hareketlerini ve yerel özerklik hareketlerini ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır (Önder a.e.). Küreselleşme kavramı, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile paralel olarak dünya toplumlarının ekonomik, politik ve kültürel düzeyde çok yönlü olarak iç içe girdiği ve dünyanın bir ucunda olan olayların, kararların ve çalışmaların sınırlar ötesinde toplumları etkileyebilmesi olarak tanımlanacak olursa, küreselleşme olgusu açısından kitle iletişim araçlarının ne kadar önemli olduğu açıkça görülebilir (Sugur, 1995: 56).

Sosyal bilimlerde ise son zamanlarda yeni hareketler, kavramı yerine "yeni protesto hareketleri", "yeni politikalar " gibi terimler de kullanılmaktadır. Bu yeni sosyal hareketlerin aktivistlerinin yapısal karakteristiği; yüksek eğitilmiş ve ekonomik güvene sahip kişiler, orta sınıf üniversite öğrencileri oluşlarıdır (Offe, 1999: 60).

Habermas'ın, yeni çatışmaların bölüşüm sorunlarından değil, yaşam biçimlerinin grameri sorunlarından doğduğunu ifade etmesi, yeni toplumsal hareketlerin ilgi alanları ile örtüşmektedir. Yenilenen toplumsal hareketler 'iktisadi ve sosyal, iç işlere ve askeri güvenlik' sorunlarından farklı olarak, 'yaşam kalitesi, eşit haklar, bireysel kendini gerçekleştirme, katılım ve insan hakları' konularına odaklanmaktadır (Habermas, 2001: 849).

Bu yeni sosyal hareketlerin aktivistlerinin yapısal karakteristiği; yüksek eğitilmiş ve ekonomik güvene sahip kişiler, orta sınıf üniversite öğrencileri oluşlarıdır (Offe, 1999: 60).

Dünya üzerindeki coğrafi sınırların önemini yitirmesi ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile birlikte mekân kavramı da önemini yitirmiştir. Artık bireyler dünyanın neresinde olurlarsa olsunlar dünyada olup biten olayları anında izleyebilme ve olaylardan haberdar olabilme şansına sahiptirler. Son yirmi yılda küreselleşme hareketi sonucunda hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Bu değişimin temel noktası yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmelerdir.

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

Bilgi devrimi ya da Friedman'ın tanımladığı şekliyle 'enformasyonun demokratikleşmesi', gücün doğasını değiştirmekte, yayılıp dağılmasını hızlandırmaktadır. Ulus devletler dünya sahnesindeki egemenliklerini sürdürse de sayıları giderek artan farklı oyuncularla bu alanı paylaşmak zorunda kalmaktadır ve oyunu kontrol etmede zorlanmaktadır. Bazı bilim adamlarının 'Üçüncü Sanayi Devrimi' adını verdiği yeni süreç bilginin üretilmesi, işlenmesi, ulaşılabilirliği ve iletilebilirliği olağanüstü ölçüde hızlanmış ve ucuzlamıştır. Dijital bilgi miktarı her beş yılda bir ona katlanmaktadır (www.rtuk.org.tr).

İletişimin bu denli ucuzlaştığı ve yaygınlaştığı bir süreçte uluslar ötesi organizasyonların ve ağların kurulmasının bedeli neredeyse sıfırdır. Dünya üzerindeki kalabalık insan topluluklarının benimsediği bu ulus-ötesi oluşumlar 'küresel vicdan' olmak iddiasındadırlar. Bu özellikleriyle de zaman zaman hükümetleri ve çok uluslu şirketleri baskı altına alarak politikalarını değiştirebilmektedir.

İletişimde sağlanan hızın, zengin ve güçlülere münhasır bir ayrıcalık olmayışı, maliyetlerdeki büyük ucuzlama sayesinde bu imkanlardan çok geniş kesimlerin yararlandığı söylenebilir. Böylece bireyler geleneksel medyanın tek taraflı iletişim hegemonyasını aşip çoklu iletişime geçmiştir. Bu özellik sayesinde modern dünyanın temel devlet modeli olan ulus devletlerin doğası da değişmektedir. Gücün yatay ve aşağıya doğru yayılma hızı artmaktadır.

Özellikle internet sayesinde editörlerin, patronajın himayesindeki basından kurtulup bireyden bireye, bireyden topluma (bloglar), toplumdan bireye ve en önemlisi de toplumdan topluma iletişim kanalları açılmıştır. Daha evvel de var olan STK'lar ve devlet dışı örgütler, baskı grupları hiç olmadığı kadar aktif ve sesini duyurabilen bir konuma sahip olmuşlardır. Bu oluşumlar devletin egemenlik yetkileri üzerinde doğrudan bir tehdit değilse de ilişkiler dünyasında, devlet kontrolü dışında bir katman daha oluşmuştur.

Yeni iletişim araçlarının yarattığı kitesizleştirme ve bütünleştirme, toplumsal parçalanmaya ve ulus-devletin çöküşüne yol açabileceği şeklinde kaygıları içinde barındırmaktadır. Hem yeni iletişim araçlarını kullananlar arasında hem de kullanamayanlar arasında daha az ortak bilgi kaynağı ve yaşantı olması sonucunda, vatandaşların birbirine karşı daha az bağlılık ve sorumluluk hissedeceği endişesi sıcaklığını korumaktadır. Ancak bilinmesi gereken Türkiye'de 2000 yılında sadece 2 milyon internet kullanıcısı varken bugün bu sayının 36 milyon olduğu gerçeğidir. (www.internetworldstats.com). İnternetin gelişmesi ve sosyal medyanın güçlenmesi ile her yere ulaşan dünya çapındaki ağ ile, aynı zamanda cep telefonu gibi bütün dünyada insanlar arasında anlık bağlar kurabilen, uzaklıkları ortadan kaldıran, tepkime sürelerini sifıra indiren, olayların yankılarını fazlalaştıran, dolayısıyla da gelişimi ile olayların yapısını tamamen değiştirebilen bir durum ortaya çıkmaktadır. Bu gelişmeler, 21.yy insanında daha önce tanık olduğu her şeyden farklı bir düşünce yapısının ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Maalouf, 2009: 66).

İnternet ve diğer yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı, yönetenlerle yönetilenler arasındaki mesafenin daralmasında yeni fırsatlar ortaya çıkartarak doğrudan demokrasinin de kuvvetlenmesine yol açmaktadır (Bektaş, 2004: 211).

İletişim teknolojilerinin siyasal süreçlere etkilerinin ilk örneklerinden biri Manila'da 2001 yılında yaşanan olaylardır. 17 Ocak 2001'de Filipinler Devlet Başkanı Joseph Estrada'nın görevden alınması için yargılandığı sırada, Filipinler Kongresi'nde Estrada'nın destekçileri, Başkanın aleyhinde var olan önemli kanıtların dikkate alınmaması yönünde oy kullanmışlardır. Karar açıklandıktan sonraki iki saat içinde, binlerce Filipinli, Manila'nın en büyük kavşaklarından Epifanio De Los Santos Avenue'de toplandılar ve yolsuzluğa bulaşmış Başkan Estrada'nın görevden alınmasını talep etmişlerdir. Kalabalık birkaç gün içinde milyonlara ulaşmış ve Manila trafiğini alt üst etmiştir. Halkın böyle kitlesel ve hızlı bir tepki Est-

rada 20 Ocak'ta görevden ayrılmak zorunda kalmıştır. Böylece yeni iletişim teknolojisi gücüyle ilk kez ulusal bir lider görevden ayrılmak zorunda kalmıştır. Et-rada'nın bizzat kendisi 'metin mesajlarının' görevden alınmasında etkili olduğunu söylemektedir (www.alternatifpolitika.com).

Arap Baharı ya da devrimi ise yetkililerce sürekli müdahale edilen meyve satıcısı Mohammed Bouazizi' nin Sidibouazid'de kendini yakması ile başlamıştır. Ülkedeki diktatörü deviren halk hareketi, Ortadoğu'daki birçok ülkedeki halklarına ilham kaynağı olmuştur. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının Arap Baharı'na etkisi ele alınırken gözden kaçmaması gereken bir nokta vardır. Mohammed Bouazizi kendini ilk yakan Tunuslu değildir. Başka bir seyyar satıcı Abdesselam Trimech, Bouazizi'den bir yıl evvel bölgesel yönetimin, çalışmasını engellemesini protesto ederken kendini yakmıştır, fakat çok az kişi bundan haberdar olmuştur. İki eylem arasındaki tek fark Bouzizi bir kamera önünde kendini yakmış, intiharının fotoğraflarını Facebook'ta paylaşmış, sadece Tunus'ta değil bütün dünyada bir Tunus Devriminden ilham alan Mısır'daki protesto gösterilerinde, Khaled Said'in ölümü fitili ateşleyen olay olmuştur. 6 Ocak 2010'da polis tarafından hırpalanarak öldürülen 28 yaşındaki Halid Said'in ölüm haberi bir anda tüm dünyaya yayıldı (www.ekopolitik.org).

Said'in yaraları sanal ortamda paylaşılmış ve Mısır'da aktivistlerin toplanması için bir sebep olmuştur. Birkaç hafta içinde 'Hepimiz Khaled'iz' Facebook sayfası 130 bin takipçiye ulaşmıştır. 2011'in şubat ayı başında üye sayısı 473 bini aşmış, gösteriler boyunca yüzlerce fotoğraf ve altmışın üzerinde video olan sayfanın takipçi sayısı 730 bine kadar ulaşmıştır (www.alternatifpolitika.com).

Arap Baharı'nda sosyal medyanın üstlendiği role yakından baktığımızda medya her şeyin kısıtlandığı bir ortamda kritik bir görev üstlenmiştir. Her şeyden önce kitlelerin iletişimi için bir alan sağlamış ve marjinal tarafların eyleme geçebilmesine aracı olmuştur. Yabancıları harekete geçirmiş ve eylemlerin yer ve zamanlarının iletmesini sağlamıştır (www.dw.de).

Bilgi, fotoğraf, tarihlerin ve olayların paylaşımının sağlanması eylemlerin koordine edilmesi ve özellikle bütünleyici parça olan sivil toplum eylemlerini desteklemesi sayesinde başarı sağlanmıştır. Bu gelişmeler geleneksel olarak kamusal alan ve sivil toplumu zayıf olan ülkelerin sivil toplum hareketlerini uzun vadede güçlendirmiştir. Hatta Arap halklarıyla acılarını paylaşan, onlara aktif destek verme çabasında olan hatta kimi zaman gönüllü silahlı mücadeleye katılmak isteyen geniş bir küresel sivil toplum yaratmıştır (Szajkowski, 2011).

Sosyal ağlar, küresel ve yerel ekseninde 'başka bir dünya mümkün' çağrısına ayna tutan, topluluklar arası etkileşime fırsat vererek, farkındalık yaratan mesajları, hızlı ve etkili bir şekilde taşımaktadır. Temsil edilemeyenlerin sosyal ağlarda yer alabilmeleri, kendi oluşturdukları gündemi yayabilmeleri, ağlar aracılığıyla kısa

zamanda çoğalabilmeleri, Arap İsyanlarında, Twitter, Facebook, Youtube, bloglar, mobil iletişim vb. sosyal ağlara yüklenen devrimsel gücü desteklemektedir. Tabandan gelen örgütlenmeler, coğrafi engelleri aşarak ve sanal bir kamusal alan yaratarak kendi gündemlerini ortaya koymuşlardır. Böylelikle dünya kamuoyu, dijital uçurumun elverdiği ölçüde, çevrim dışı ortamda yok sayılan muhalifin, temsil edilemeyen, ezilenin, mağdurun çevrim içi ağlarda etkili varlık gösterebileceğine tanık olmuştur (Öğüt, 2005). Sosyal ağların etkileşimli bir iletişim ortamı sunması önemlidir. Muhalif gruplar, Facebook ve Twitter gibi ağları kullanarak söylemlerini daha geniş kitlelere ulaştırmaktadır, 'yaymak' tadırlar.

Diğer yandan Morozov (2011) gibi internete daha şüpheci bakan akademisyenler ise, yeni medya imkânlarının muhaliflerden çok egemen iktidarın gözetleme aygıtlarına dönüşebildiğine vurgu yapmaktadırlar. Radikal Gazetesi'nde yaptığı bir söyleşide bunun fazlasıyla altını çizmektedir. Tunus ve Mısır'daki aktivist eylerinin başarısını siber –ütopyacılık olarak değerlendiren yazar bunu şöyle açmıştır. "90'larda eski hippiler internetin 1960'ların başaramadığı her şeyi başarabileceği argümanını ortaya attı. "İnternet demokratik katılımı arttırır, can çekişen toplumlarda Rönesansı tetikler, ortak hayat duygusunu güçlendirir" diyorlardı. Siber ütopyacılar Birleşmiş Milletler'in yeni ve geliştirilmiş bir versiyonunu yaratmayı hedeflediler ama ortaya dijital bir Cirque du Soleil çıktı". Ütopyacıların karşısına Siber gerçekçileri çıkaran Morozov, internetteki fırsatlar kadar tehlikenin de farkında olan bir kitleden bahsediyor. Arap Baharı'ndaki dijital katkıyı ise şöyle değerlendiriyor; "Kafası çalışan bir muhalif elbette sosyal medyadan yararlanır ama yararlanmasalarda da diktatörleri devirebilirlerdi. Mısır'da hükümet internet bağlantısını kesti ama gösteriler devam etti. Libya örneğinde de sosyal medyanın gücünden söz edilemez. Bana göre atlanan çok önemli bir detay var: Tunus ve Mısır devletlerinin internet kontrolü son derece zayıftı; 20'nci yüzyıldan kalma köhne bir yapıları vardı. Evet birkaç web sitesini kapatıp, blogger'ı tutukladılar ama Rusya ve Çin'de gördüğümüz tarzda siber saldırılardan, dijital propaganda ve takip sistemlerinden bihaberlerdi. Dolayısıyla Tunus ve Mısır'da internet bu sebeple fayda sağladı. Dünyanın geri kalanında işleyeceği anlamına gelmiyor. Muhalifler interneti kullanıyor ve devletler seyirci kalıyor zannetmeyin" (Başaran, 2011).

Kısaca bakıldığında günümüz toplumsal hareketleri geçmişte olduğu gibi ideolojik alt yapılardan beslenmek yerine çevre, haklar, politik uygulamalar, eğitim, özgürlükler gibi sosyal sorunlardan güç almaktadır. Yeni medya ortamları ve gelişen sosyal ağlar sayesinde ise eskisinden daha kolay örgütlenen sesini duyurma imkânı bulan daha geniş kitlelerle etkileşime geçebilen bir hareketlilik oluşmuştur. Eskiden marjinal ve küçük grupların duymazdan geldiği konvansiyonel medyanın sabit tutumu yeni medyanın özgürleştirici tutumu ile aşılmış. Kendi sosyal ağlarında örgütlenen ve sesini sosyal ortamlarda güçlü duyuran örgütler konvansiyonel medyanın da gündemine gelebilmektedir. Bu pembe tabloya rağ-

men Morozov gibi 'gerçekçi'ler özgürleştiren ve muhalif seslerin duyulmasına imkân tanıyan yeni medya ortamlarının baskıcı rejimlerce konvansiyonel medyadan çok daha kolay yönetilebileceğini iddia etmektedir. Bu iki duruma da bakıldığında yeni medya ve sosyal ağların muhalif sesler için bir çıkış noktası olabileceği bir gerçek iken bir diğer gerçeğin baskıcı yönetimlerin eline kolayca geçip bu yönde iletişimi besleyen ortamlara dönüşebileceğidir.

3. Dijital Toplum, Dijital Aktivizm

Habermas, 18. Yüzyılda, kapitalist modernliğin ilk dönemlerinde devlet ile özel alan arasında dolayım kuran, özgür rasyonel bir tartışma dünyası oluşturan burjuva kamusal alanından söz eder. Bu dönemde burjuva kamusal alanları, bireylerin genel çıkarlarını kamusal ilgi alanlarını tartışabildikleri okur-yazar kulüpleri, gazeteler, politik dergileri içerir. Habermas'a göre 18. yüzyılın burjuva kamusal alanlarında, bireysellik ve yurttaşlık işlevleri örtüşmekteydi. Ancak Habermas'ın geliştirdiği bu kuram, kadınlar, çalışan sınıflar ya da etnik azınlıklar gibi bağımlı kesimleri kamusal alanın dışında tuttuğu için eleştirilmiştir. Daha sonra Habermas'ın kendisi tarafından da bu eleştiriler onaylanmıştır. Habermas kadınların yeşiller gibi toplumsal hareketlerin de kamusal alanı yeniden şekillendirebileceğini kabul etmiştir.(Best- Kellner,1998).Günümüzde ise pek çok medya kuramcısı, kamusal alanın internette yaşama geçirebileceğini tartışmaktadır. Gerçekten de internetin etkileşim özelliği bağıntılı metnin benzersizliği, internetin kamusal alan modeline uygun bir 'kamusal alan' yaratabileceği görüşünü güçlendirmektedir. Böylelikle internet tüm yurttaşların, kamusal alanda ilişki kurmalarını arttıran onları yaratıcı kılan ve özel ilgi alanlarına odaklaşmalarını sağlayan doğrudan bir toplumsallaşmanın sağlanabileceği belirtilmektedir. Mark Poster, interneti post-modern karaktere sahip modern standartların dışında, yeni tür bir kamusal alan yaratan 'ikinci medya çağı meyvesi' olarak niteler (Aydoğan, 2011: 69-71).

Küreselleşme ve küreselleşmeye eşlik eden yeni medyanın sosyal bağlamı dönüştürme süreci, çalışmanın ana konusunu oluşturan yeni sosyal hareketlerin bir parçası olarak kabul edilen aktivist hareketlerde de bir değişim yaşanmasına neden olmuştur. Sosyal hareketlerin ortak bir amaç etrafında bir araya gelme özelliğine, içerisinde muhalif bakış açılarını içermesine, dinamik ve kolektif bir davranış olmasına dikkat çeker.

19. yüzyılın basılı kültür, 20. yüzyılın elektronik kültür ve 21. yüzyılın da dijital kültür olarak adlandırılmasıyla; dijital kültürün neyi ifade ettiği ve içeriğinde neleri barındırdığı sorusu karşımıza çıkmaktadır. Dijital kültür pek çok araştırmacı tarafından farklı kavramsallaştırılmıştır. Manovich (2001: 19) belirttiği üzere "Bugün yeni medya devriminin tam ortasındayız- bütün kültürlerin, bilgisayar ortamı üretim, dağıtım ve iletişim biçimlerine dönüşmesi ". Bu kültür Castells'a

(2001) göre 'internet kültürü', Jones'a (1998) göre ise 'sanal kültür' ve 'siber toplum' kavramlarıyla isimlendirilmiştir.

Dijital kültürün önemli bir parçası olan bloglar, bize web uygulamalarının kullanıcı tarafından nasıl dönüştürüldüğü ve nasıl kullanıcı kültürünün ortaya çıktığının ipuçlarını vermesi bakımından önemlidir. İlk zamanlardaki elektronik posta bazlı net kültürü, muhalif bir kültür olarak ele alındı. Web 2.0 uygulamalarıyla birlikte bu durumun her zaman için geçerli olmadığını savunan taraflar ortaya çıktı. Aynı durum bloglar içinde söz konusu oldu. Örneğin Lovink, blogların kitle iletişim medyasının hegemonyasına kırıdığından bahsetmektedir: "*Bloglar merkezi anlamlandırma yapısına karşı, temel olarak haber medyası söylemleri dışında kalan kişisel tecrübeler odaklanır*" (Lovink, 2007: 21) Morozov gibi sibergerçekçiler ise bu durumu fazla iyimser bir bakış olarak değerlendirmekte. "Paralı propaganda blogger'leri" gerçeğini ileri sürmektedir. Morozov '100 tane blogger'a rüşvet vermek, bir gazetenin yazı işlerini çıkarları için kullanmaktan çok daha kolay. Örneğin Çin'de bir skandal patlak verdi. Hükümet hemen sansürlemiyor. 'Halkın sesi' kılığında girmiş blogger'leri kriz yönetimi yapсын diye internet sahasına sürüyor.' Şeklinde açıklamasıyla bloggerların muhalifliğine farklı bir açıdan bakıyor (Başaran, 2011).

'Arap Baharı' diye tabir edilen, Kuzey Afrika ve Ortadoğu'daki ayaklanmalar acaba sosyal medya, özellikle Twitter ve Facebook olmadan da aynı oranda etkili olur muydu? Bu sorunun cevabı vermek oldukça güç gözükmektedir.

Bugün yeni sosyal hareketler ve aktivist protestolar artık kamuoyu ve medya için sürpriz olmaktan çıkmış ve 'gösteri – demokrasi' mizde olağan hale gelmiştir. Yeni medya bu tür aktivist protestoların dijital olarak organize edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Yeni medyanın en önemli rolü, yeni temsiller yaratma ve muhalif politik sesleri duyurma kapasitesidir. 'Aktivizm ve Yeni Medya'(Morozov, 2007; akt: Meriç 2012) adlı çalışmasında Morozov aktivistlerin yeni medyadan yararlanma stratejilerini sekiz ana başlık altında toplamıştır.

- 1) Ulaşılabilirlik ve doğru bilgi
- 2) Belirli bir soruna karşı kamuoyu ilgisini çekmek
- 3) Seçmenlere yardımcı olmak için verileri analiz etmek ve birarada bulma kolaylığı sağlamak
- 4) Politikacılar ve seçmenlerle doğrudan temas kurmak
- 5) Yeni üyelere ulaşmak
- 6) Eylemleri mobilize etmek ve lojistik destek sağlamaya yardımcı olmak
- 7) Kolektif eylemler için yaratıcı yöntemler bulmak ve yenilikler üretmek
- 8) Diğer sivil toplum örgütleri ve aktivistler arasında bilgi değişimi ve bunların basılmasını sağlama (Morozov, 2007).

Lovink'e göre ise, özellikle üstünde durulan "özgür ve ücretsiz" söylemi aslında ucuz bir postmodern klişedir (2007: 9):

" (...) burada özgür ve ücretsiz arasında bir bağlantı yoktur. Ancak özgür ve ücretsiz söylemi, interneti kullanan milyonları ayartmak, tatmin etmek şaşırtmak adına kullanılırken, sosyal medya kullanımını teşvik eden sanal kullanıcıların genel olarak bu zincir içinde nakde çevrildikleri gerçeğini gizlemektedir".

3.1. Dijital Aktivizm ve Fanus Etkisi

Aslında "dijital aktivizm", internet ve aktivizm arasındaki ilişkilerin sadece bir boyutunu dile getirir. Artık interneti kullanmayan herhangi bir aktivizm türünü düşünmek hayli zordur. Bu yüzden, belki de yakın bir gelecekte "dijital aktivizm" terimini kullanmayacağız. Çünkü aktivizm genel olarak dijital bir boyutu zaten kapsıyor olacak.

"Dijital aktivizm" terimindeki rahatsız eden şey, aktivizmi sadece dijital alana hapsediyor görünmesi. Terim, "dijital ortamda yürütülen her türlü aktivist faaliyeti" tanımlamak için kullanılıyor. Bu haliyle nötr bir tanımlama. Ama bu sınırlama belli bir gerçekliğe sahip. Bu gerçekliğe işaret etmek için "digital slacktivism" (dijital tembelcilik), "clicktivism" (tıklamaçılık) gibi terimler üretildi. Bu terimler, dijital ortamın, aktivizmi, sadece internette bir şeyler yazarak, başkalarının yazdıklarını paylaşarak, bir şeye tıklayarak günlük aktivizm kotasını doldurup huzura eren kitlelerin ataletine indirgeme tehlikesine işaret ediyor. Bu, eylemi etkisizleştiren bir tür "dijital fanus etkisi"dir.

Gerçi belli bir kitleliliğe ulaştığında bu gevşek "eylem" bile bir fark yaratabilmektedir. Mesajın ve bilginin yayılımını artırmakta, farkındalık sağlamaktadır; ama etkisi dijital ortamla sınırlı kalabilmektedir. Ama hükümetlerin baskıcı ve faşizan uygulamalarına karşı düzenlenen çevrimiçi imza kampanyalarındaki çokluğun aynı etkiyi yaratmadığını görüyoruz; çünkü söz konusu baskı internetin dışında olup bitiyor. Hatta bu tür kampanyalar kimi zaman gerçek bir tepkinin doğmasını engelleyecek bir tampon bölge bile yaratabiliyor. Elbette bu, tüm çevrimiçi imza kampanyaları için geçerli değil. Örneğin seçilenlerin önüne yığılan on binlerce seçmen imzası bambaşka etkiler yaratabiliyor; ya da iyi yönetilen geniş katılımlı bir kampanya küresel bir eşiği aştığında hükümetler üzerinde uluslararası baskı oluşturup onlara geri adım attırabiliyor.

Dijital aktivizm ile bildiğimiz anlamda "sokak aktivizmi"nin kültürel çarpışmasından da belli tepkiler doğdu kaçınılmaz olarak. Bu tepkileri kabaca üç kategoriye ayırabiliriz:

"1) İnternetin katılımcı, şeffaf ve doğrudan demokrasiye ulaşmak için öncelikli yol olduğunu savunanlar;

2) İnternetin neoliberal sömürü politikaların yeni bir aracı olduğunu, sadece ayrıcalıklı kesimlerin kullanabildiği bu aracın toplumsal muhalefet için değersiz olduğunu düşünenler;

3) İnternetin iktidar sahipleri tarafından yönlendirilmesine ve geniş kesimlerin dışlanmasına rağmen, sunduğu imkânlar nedeniyle etkili bir mücadele aracı olabileceğini kabul edenler" (Uçkan, 2011).

2011 yılı, bu etkiyi açık seçik bir biçimde gösterdi. İnternet, özellikle de sosyal medya, Tunus ve Mısır'da "Arap Baharı"nu başlatan isyanların ayrılmaz bir parçası olmuştur. Elbette bu hareketlerin "Facebook devrimi" veya "Twitter isyanı" diye adlandırılması, vaktinin çoğunu bu ortamlarda geçiren batılı gazetecilerin medyatik aymazlığından ibaretti ve akli başında kimse bu boyutta bir toplumsal hareketin sadece sosyal medya sayesinde mümkün olabileceğini düşünmedi; ama yine olayları yakından izleyen hiç kimse de bu hareketlerdeki internet etkisini hesaba katmamazlık edememiştir. Yine aynı yıl, Yunanistan, İspanya, İngiltere, İtalya ve hatta İsrail'de patlayan isyan dalgası, yani "Öfkeliler Hareketi"nde (Los Indignados) internet güçlü bir etkide bulunmuştur (Uçkan, 2011).

Chomsky bir seminer için geldiği Türkiye'de, aktivizmin dönüşümünü anlatırken: "60'lı yılların sonunda gözle görülür şekilde ortaya çıkan sokak aktivizmi geriledi ancak bugün atomize olmuş bir aktivizm hala mevcut. Çok çeşitli aktivist hareketler ortaya çıktı. Feminist hareket, küresel ısınma karşıtı hareket, savaş karşıtı hareket bunlardan yalnızca birkaçı. Bu hareketlerin gözle görülür etkisi yok. 60'ların aktivizminin yarattığı etkiyi elde edemiyoruz bugün" demiştir (bianet.org). Fakat 2010 da yapılan bu konuşmadan hemen sonra Arap baharı gerçekleşmiş ve Chomsky'nin dediğine ek olarak Ortadoğu'da devrim sadece sosyal ağlar sayesinde gelmediyse de sosyal ağların özgürlük fikrinin yayılmasına katkısı ve dünyada bilinen farklı bir Ortadoğu kamuoyu oluşmasına önemli katkı sağlamıştır. Terörle anılan toprakların diktatörlerle mücadele ruhu ile akranla gelmesinde radikal medyaların etkisi büyük olmuştur.

3.2. İnternet ve Toplumsal Hareket: Katılım, Örgütlenme, Eylem

Her tarihsel dönem iletişim teknolojilerinin gelişimine uygun bir medyanın yaratılmasına ve kullanımına olanak tanır. Modern anlamda, radikal medyanın gelişimi siyasal anlamda "propaganda"nın gelişimi ile koşuttur. Kitlelerin muhalif ideolojiyi benimsemeleri ve bu doğrultuda eylemde bulunmalarını sağlamak için kullanılan propaganda yöntemleri temel olarak iletişimsel pratiklere ve bunlara uygun medyalara dayanır.

Toplumsal gündemin belirlenmesinde etkin olamayan muhaliflerin toplumsal iletişim süreçlerine dahil olması da mümkün değildir, radikal medyanın marjinal olması muhaliflerin toplumsal alandaki başarısızlığının göstergesidir. Radikal

medyanın gündem belirleyen bir yapıya sahip olması ve yerellerden başlayarak tüm siyaset alanını etkileyebilecek bir güce dönüştürülmesi gereklidir. Radikal medya bu bakımdan devrimci mücadelenin yürütülebilmesi açısından en önemli aygıtlardan bir tanesidir, muhaliflerin kendilerini yaratma ve toplumsal anlamda kitleleri devrimcileştirilebilmek için radikal medyayı kullanmaları bir zorunluluktur. Küreselleşme karşıtı hareket başta olmak üzere tüm 'Yeni Toplumsal Hareketler' temelde iletişimsel alanı kullanarak toplumsal kamuoyunu etkileyen söylem ve eylemleriyle egemen medyanın karşısında radikal medyanın yeni bir biçimde kullanılabileceğini de göstermişlerdir. Yeni iletişim teknolojilerinin radikal medyaların yaratılmasında kullanımı ile birlikte, yerel hareketler küresel bir ağ üzerinde uluslararası dayanışmayı örgütlemiştir. Özellikle, batı metropollerinde gerçekleştirilen küreselleşme karşıtı eylemler uluslararası dayanışmanın en önemli göstergeleri olmuş ve yeni iletişim teknolojilerinin etkin kullanımı ile örgütlenmişlerdir. Muhaliflerin birleşik mücadelesinin önünde engel oluşturan mekân ve zaman sorunları yeni iletişim teknolojileri ile bir ölçüde aşılmış, uluslararası siyaset ve eylem biçimleri dönüşüm geçirmiştir. (Çoban, 2009: 43-58)

1999 yılında Jan Van Dijk in kaleminden yayınlanan "Ağ Toplumu (The Network Society)" kitabında J.V.Dijk yeni bir toplum modelinin ortaya çıkacağını ve bu toplum modelinde ilişkilerin yüz yüze iletişim yerine sosyal ağlar üzerinden gerçekleşeceğini ve buna hazır olunması gerektiğini belirtmiştir. Yani modern toplum, sosyal ağlar aracılığı ile yeniden bir organizasyonel ve yapısal değişime uğrayacaktır. (Akbiyık, Öztürk, 2012)

İnternetin politik faaliyet için taşıdığı potansiyeller bakımından üçlü bir işlevi var: İlki, etkileşimli yapısından ve anlık akış özelliği bakımından sunduğu "Agora" işlevi. Burada sosyal medya, bir zamanların internet gruplarının ve forum alanlarının sunduğu tartışma imkanlarını, gerçek zamanlı olarak ve çok daha geniş kitlelere sunması bakımından öne çıkıyor. Sosyal medya küresel bir meydana dönüşüyor. Böyle bir ortamın hem politik fikirlerin olgunlaşması hem de politik katılım açısından taşıdığı önem tartışılmaz. Diğer işlev ise, internetin gayrimerkezi yapısından kaynaklanan engellenemezliği sayesinde, özellikle politik aktivizm için sunduğu örgütlenme, eylem organize etme, inisiyatifleri gerçekliğe dönüştürme işlevi vs. Bu ikinci işlev, gençliğin politik hayata katılımı bakımından hayati bir önem taşıyor. İnternetin, özellikle de sosyal medyanın örgütlenme işlevini, özellikle Arap Baharı sonrası daha iyi anladık. Totaliter yönetimlerin denetleyemeyeceği bir şekilde Tunuslu, Mısırlı, İranlı gençler bu mecraları son derece yaratıcı ve bilgili bir şekilde kullanarak büyük avantaj sağladılar. Sosyal medya sayesinde on binlerce eylemci, hiç tahmin edilemeyecek bir biçimde bir araya gelme, eylem gerçekleştirme ve dağılma gibi yetenekler kazandı. Elbette bu bakımdan dikkatli olunması ve anonimleştirici teknolojilerin kullanılması gerekiyor. Yoksa internetin kendisi iktidarların elinde elverişli bir takip, fişleme ve baskı aracına

dönüşebilir. İnternetin üçüncü işlevi ise, tamamen küreselliğinden, uluslar ötesi yapısından gelen sınır aşma özelliği sayesinde bilginin önlenemez bir biçimde dolaşıma sokulması işlevi. Politik aktivistler bu sayede, herhangi bir hak ihlalini, baskıyı anında uluslararası toplumun bilgisine sunarak iktidarları zor durumda bırakabiliyorlar. Meselâ Mısır'da devrim sırasında iktidarın interneti kesmesi, öncelikle bu enformasyon akışını keserek eylemcileri bastırmaya yönelikti. Ama işe yaramadı. Mısır borsası çökerken, eylemciler düşük teknolojili araçları yaratıcı bir biçimde kullanarak (internet fax bridges, ham radios vb.) tweet geçmeye devam ediyorlardı. Türkiye'de de gerek internet sansürüne gerekse genelde basın engellemelerine karşı en önemli kozlardan biri de bu bilgi akışı. İnternetteki engellenemez bilgi akışı sayesinde Avrupa Birliği'nden uluslararası kuruluşlara farklı odaklara ulaşım, onların dolayısıyla hükümet üzerinde ciddi bir baskı oluşturulabiliyor.

“Dijital aktivizmin ve ağ örgütlenmesinin en etkili olduğu boyutlardan biri de, paradoksal bir biçimde yerel ölçekteki eylemler. Dijital aktivizmin ağ etkisi bir yandan muhalefeti küresel çoğulluklarla etkileşime sokup beslerken, öte yandan yerel tekillikleri küresel bağlama taşıyarak etkilerini büyütüyor. Özellikle kent, hatta mahalle ölçeğinde örgütlenen yerel toplulukların eylemleri, ağ etkisiyle bölgesel, ulusal, küresel ölçeklerde ses getirerek etkilerini artırabiliyor. Mutenalaştırma projeleriyle dışlanmaya direnen, sağlık, eğitim, ulaşım, hijyen gibi büyük kentsel sorunlar etrafında örgütlenen toplulukların kurduğu işbirliği ağlarından yayılan dijital aktivizm, farklı coğrafyalardaki benzerleriyle ağlar oluşturarak kritik kütle etkisi yaratabiliyor. Dijital aktivizmin etkili olabilmesi için gerçekliğe genişlemesi gerekiyor...” (Uçkan, 2010).

Arap Baharı, çok uzun zamandır görülmemiş bir biçimde, halkların, tarih sahnesine artık beklenmedik ve özellikle de davet edilmemiş bir şekilde yeni bir oyuncu olarak çıktığı an olarak da anılacak. Bu yeni güçlerin, kuşkusuz, internet başta olmak üzere ağ teknolojileriyle doğrudan ilgisi var. İnsanlar artık yeni güçlerle sahip: Çok hızlı bir şekilde bir araya gelip dağılabilme; gayrimerkezi bir örgütlenmeyle öngörülemeyen davranışlarda bulunabilme; iç ve dış iletişimi önlenemez bir şekilde sürdürebilme; yerel eylemlerine küresel iletişim kanallarını kullanarak destek yaratabilme; küresel iletişim yetenekleriyle dünya kamuoyunu etkileyebilme ve iktidarlar üzerinde görülmemiş bir baskı yaratabilme; her şeyden önemlisi, baskının koşulu olan görünmezlik duvarlarını yıkarak ülkeleri dünyaya seffaflaştırabilme (www.politus.org.tr).

Online aktivistler sosyal medya ile sanal bir toplum ekolojisi meydana getirerek kamuoyunda açıktan tartışılması mümkün olmayan konuları rahatlıkla konuşmuşlardır (e-siber.com).

Bütün bu sürece baktığımızda medyanın demokratikleşme hareketleri ya da devrimler çığlaştırıcı etkisinden bahsedebiliriz. Medyanın üstlendiği role yakın-

dan baktığımızda sosyal medya her şeyin kısıtlandığı bir ortamda kritik bir görev üstlenmiştir. Her şeyden önce kitlelerin iletişimi için bir alan sağlamış ve marjinal tarafların eyleme geçebilmesine aracı olmuştur. Yabancıları harekete geçirmiş ve eylemlerin yer ve zamanlarının iletilmesini sağlamıştır (www.dw.de).

İnternette tepkinin sadece bir tıkla, bir 'like'la veya bir mesajla ortaya konulabilir olması, pek çok kişinin yalnızca 'modaya uymak' için bu işlemi gerçekleştirmesine neden oluyor. Yani pek çok internet aktivisti, aslında neyi, neden desteklediğinin veya neye, neden karşı çıktığının bile farkında değil.

Yalnızca belirli günlerde profil fotoğrafını değiştirerek bir şeyleri değiştirebileceğine inananlar, yaralanan vicdanları bu şekilde rahatlatıyor ve tepkileri etkiye dönüşmeden 'uysallaşiyor.'

Sosyal medya aracılığıyla sahte kimlikler kullanarak veya olayları çarpıtarak insanları manipüle etmek, yüz yüze olduğundan çok daha kolay. Bu açıdan sosyal medyanın Arap Baharı'ndaki rolü üzerinde düşünölmeye değer. Göstericilerin örgütlenmesinde elbette ki sosyal medyanın payı vardı ancak iddia edildiği gibi devrimler Twitter sayesinde gerçekleşmedi. Twitter sadece bir araçtı ve süreci hızlandırdı. Olaylar sırasında İngilizce tweet ve hashtag'lerin, söz konusu ölkelerin kendi dilindekilerden belki de çok daha fazla kullanılmış olması, devrimlerin Twitter mahsulü olmadığının bir göstergesi.

İnternet aktivistlerinin oluşturduğu kitleler, çoğunlukla yapay ve kolay dağılılabir nitelikte. Çünkü geleneksel kitlelerin aksine bu kitleler, çoğunlukla kısa vadede gerçekleştirilme olasılığı yüksek hedefler belirliyor. Ayrıca kitleden ayrılmayı güçleştiren dostluk, yoldaşlık bağları da, bireyselliğin ön planda olduğu bu kitlelerde bulunmuyor.

İnternet aktivizminin, sokaktaki bir eylemde hissedeceğiniz ve sizi o kitlenin ayrılmaz bir parçası haline getirecek duyguları yaşatması mümkün değil. Elias Canetti'nin Kitle ve İktidar kitabında dediği gibi, deşarj olmadan kitle gerçek anlamda mevcut değildir. Deşarj anı, kitleye dahil olan herkesin farklılıklarından kurtulduğu ve kendilerini diğerleriyle eşit hissettiği andır (www.aktuelsikoloji.com).

3.3. Aktivizm 2.0 ve Türkiye

Sanayi devrimini kaçırın Türkiye, elektronik devrim konusunda günceli yakalamayı başardı. İnternetin hayatımıza girmesi ile hızlanan bu süreçte dünya ile entegre olmamız daha hızlı gerçekleşti. Ama toplumsal anlamda dönüşümleri tetikleyen olay kullanıcıları bir tüketici ve edilgen bir izleyici olmaktan çıkarıp içerik üreticisi konumu veren, bir noktada gücü paylaştıran web 2.0 teknolojisi oldu. Sosyal ağların hayatımıza girmesi ile süreç bambaşka bir yere doğru gitmekte. Geleneksel veya konvansiyonel medya ortamlarının göz ardı ettiği grupların sesi olan bir ortam oluştu. Medyanın görmezden geldiği topluluklar sesini kendi blokla-

rın video sayfalarında sosyal ağlarında duyurmaya başladılar. Ekonomik olarak da büyük bir yükten kurtulmanın müjdecisi oldu bu durum. Zira örgütlenmek imza toplama için pahalı geleneksel iletişim yöntemlerine olan bağımlılık ortadan kalktı. Bir başka durum ise geçmişte lokal aktivist hareketlerin internetin dünyayı dolaşan ağının etkisiyle dünyada da ses getirmesi. Arap Baharı, Wall Street'i İşgal Et Eylemleri ilk akla gelen örnekler. Türkiye'deki aktivist gruplar da yeni teknoloji ile içli dışlı olup geleneksel medyanın kalıplarını kırıp eşik bekçilerini arkasında bırakmıştır.

3.4. "Genç Siviller Rahatsız"

Türkiye'de aktivizm alanında yepyeni bir soluk getiren gruplardan biri Genç Siviller olmuştur. 90'larda tamamen apolitik bir kitle haline gelen gençlerin siyaset sahnesinde aktivist kimlikleriyle sesini duyurma çağrısı kendilerine önemli destekçiler bulmuştur. Genç Siviller isim olarak 2006 yılının 19 Mayıs'ında yayınlanan Kürt sorunu üzerine bir bildiriyle ortaya çıkmıştır. 1999 depremiyle birlikte devlet algısı ve siyasi ezberleri de yıkılan ODTÜ İletişim Topluluğu' nun öncülüğünde pek çok farklı üniversiteden gençler olarak henüz olağanüstü hal yaşayan Van'da 2000 yılı 19 Mayıs'ında alternatif bir gençlik bayramı etkinliği gerçekleştirilmiştir. 2000 yılından itibaren her 19 Mayıs'ta İstanbul, Rize, Konya, Ankara gibi farklı şehirlerde bu buluşmalar devam etmiştir. Çok farklı kesimlerden aydınlar ve gençleri bir araya getiren buluşmalarda yeni, yaratıcı muhalif bir söylem kurmanın, yerli ve namuslu bir demokratik duruş inşa etmenin imkânlarını araştırılmıştır. "Genç Siviller Rahatsız" adı ise 19 Mayıs 2003 tarihinde TBMM'de bir salonda yapılan Buluşmanın açılışında okunan "19 Mayıs'ları Stadyumlardan Kurtaralım" başlıklı bildiriye dayanmaktadır. Cumhuriyet gazetesi "Genç Subaylar Rahatsız" manşetiyle çıkmış ve bu rahatsızlığın 5 gerekçesinden biri olarak da 19 Mayıs bayram tartışması gösterilmiştir. Genç Siviller Rahatsız başlığı buraya bir atıf yapmaktadır. (gencsiviller.net.) Grup yaptığı sıradışı eylemler kadar bu eylemleri sosyal medyada duyurma davranışı ile de kendinden bahsettirmektedir. Facebook'ta 76 bin takipçisi olan hareket bütün eylemlerini bu arada duyurmaktadır.

Örneğin Genç Siviller Türkiye'nin sosyal medyada gerçekleştirilen ilk eylemine imza atmıştır. Twitter üzerinden Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'e seslenen grup "Yassıada Demokrasi Adası Olsun" girişimini buradan yaymıştır. Sokak hareketlerini sosyal medya ile besleyen, kiteselleştiren grup genç kitleye muhalif söylemini ulaştırmayı başarmıştır.

Etkinliği 'Sokak eylemlerine katılmayanlar için sanal eylem' başlığı ile veren hareket 'sosyal medyanın gücü adına' sempaticanlarına seslenmiştir. Sosyal medyanın yayma gücü ve tabii ki gizlilik gücünü arkasına almayı planlamıştır. 'Twitter hesabınıza girip "@cbabdullahgul Sayın Cumhurbaşkanım 27 Mayıs'ın 50. Yılında Yassıada Demokrasi Adası Olsun" yazmanız yeterli.' şeklindeki açıklama ile ses getiren bir kampanya başlatmıştır (gencsiviller.net). Sonuç olarak bugün ada de-

mokrazi adası olarak kabul edilmektedir. Bunda sadece atılan tweetler etkili olmamıştır muhakkak Adaya aydınlarla gidilerek demokrasi adına yapılan sunuşlar da medyanın vesilesiyle bir kamuoyu oluşmasına yardımcı olmuştur. Fakat yeni aktivizm dünyasında dijital argümanları kullanmak bir yan yol değil aktivizmin normal haline gelmiştir.

3.5. Greenpeace Zara Eylemi

‘İki hafta önce Greenpeace birçok bilindik giyim markasının ürünlerinin zararlı kimyasallar içerdiğini açıkladı. Benetton,, Jack&Jones, Only, VeroModa, Blazek, C&A, Diesel, Esprit, GAP, Armani, H&M, Zara, Levis, Mango, Marks& Spencer, Calvin Klein, Tommy Hilfiger vs. Bunların hepsi. Ama hem hormonal bozukluklara hem de kansere neden olduğu söylenen kimyasalları içeren tek marka Zara’ydı. Greenpeace ile sokaktaki adam Zara’ya savaş açtı. Sosyal medyada kıyamet koptu. E-mail trafiği bitmedi. 8 günde Zara dize geldi ve giysilerini zararlı kimyasallardan arındıracağıнын sözünü verdi.’ (www.hurriyet.com.tr).

Greenpeace hazır giyim markası Zara’ya sadece 8 günlük bir kampanyayla pes ettirdi. Baskılara dayanamayan Zara ürünlerini zehirli kimyasallardan arındıracağına dair güvence verdi.

Greenpeace hazır giyim ürünlerinin hazırlanışında kullanılan ve insan ve çevre sağlığı için zararlı olan kimyasallardan vazgeçilmesi için geçen yıl uluslararası kampanya başlatmış, C&A ve Marks&Spencer gibi markaların bu kampanya karşısında duyarlı davranıp pozitif adım atmasına rağmen Zara kampanyaya önce ciddiye almamıştır. Uzun süre Zara’yı diyaloga davet eden Greenpeace, bu çağrılar da sonuç vermeyince kısa süre önce İspanyol markasını parmakla gösteren medyatik eylemlere yönelmiştir. Özellikle Avrupa’da yankı uyandıran bu eylemler üzerine Zara geçtiğimiz gün bir açıklama yaparak 2020 yılına kadar tedarik zincirinden ve ürünlerinden zehirli kimyasalları çıkarma sözü verdi (www.gencsiviller.net).

Burada iletişim hızı çok etkili olmuştur. Zara markasından, ürünlerinden zehirli kimyasalları arındırmasını talep etmiştir. Türkiye’deki eylemle birlikte bugün, dünyanın 18 ülkesi ve 80 kentinde yaklaşık 700 Greenpeace eylemcisi Zara mağazaları önünde benzer eylemler gerçekleştirmiştir.(www.endogruhaber.com) Eylemcilerin cansız manken kılığına girerek basın ilgisini çekmesi önemli bir gelişme olmuştur. Fakat Zara eyleminin başarısının temelinde sosyal medyada çıkış etkisiyle büyüyen tepkilerin payı oldukça büyüktür. Sosyal medya itibar yönetimi konusunda önemli bir platform Greenpeace bu alanı çok başarılı örgütlemiştir.

Detoks kampanyası, bir moda gösterisi ve basın konferansıyla birlikte Pekin’de (Beijing) başlamıştır. Suya atılan bir taş olarak görülen eylem başlangıç olarak kabul edilmiştir. Dalgaları, anında sosyal medyada genişleyerek yayılmıştır. Zara’nın Facebook sayfası markanın detoks yapmasını isteyen yorumlarla doldu

taşmıştır. Binlerce kişi Greenpeace'in öncülük ettiği 'Modayı zehirden arındır!' mesajını Twitter'dan ve Çin'in lider mikroblog sitesi Sina Weibo'da paylaşmıştır.

Detoks kampanyasının dünya çapında takipçi sayısı 7.1 milyon olmuştur. Bir haftada Zara ve Detox kelimeleri, sadece Twitter'da 43,800 kez mention edilmiştir. 300.000'ün üzerinde kişi kampanyaya imza vermiştir. Ayrıca on binlerce kişi tweet ve e-posta yoluyla Zara'dan detoks yapmasını talep etmiştir (www.greenpeace.org).

Bu sayılar gerçekten Zara'ya geri adım attır mı sorulursa, Greenpeace'in kampanyasına destek çağrısında cevabın gizli olduğunu görülmektedir. Sıra dışı eylemlerle ve sokak hareketleri ile sistem karşıtı söylemlerinden daha hızlı geri dönüş alınmıştır.

Aktivist hareketin online sitesinde 'Harekete geç' başlığıyla verilen kampanya iletişimde diğer zehirli moda markaları için de destek çağrısı yapılmaktadır. Bunun için destekçilerden istenen davranış ise, ilk adım "Modayı Detoksla" videosunun mümkün olduğunca çok kişi tarafından izlenmesini sağlamak olarak belirtilmiştir (www.greenpeace.org).

Greenpeace'in detoks eylemi Zara ile sınırlı kalmamıştır. Jean üretimindeki zararlı kimyasalları da tespit eden eylemciler bu konuda Levi's'ı harekete geçirecek bir eylem başlatmıştır. Eylemin sloganı ise hem markanın ünlü 501 ürününe hem de sosyal medyaya gönderme yapmaktadır. 'Levi's a "Adım Atması" ve modayı detokslanması için 501,000 neden sunalım!' başlığı (www.greenpeace.org) ile sosyal medyada tepkiselliği arttırmak hedeflenmektedir.

Greenpeace için sosyal medya sokak imzaları toplayan bir örgütten daha ileri gitmenin formüllerinden biri olmuştur. Sosyal ağlarda itibar yönetimi için ciddi maliyetleri göğüsleyen firmaların bir video bir paylaşım ile yerle bir olan sosyal itibarları grubun başlattığı eylemlerin hızlı geri dönüşünde oldukça etkili olmuştur.

İnternet teknolojisinin sağladığı sayısallaşma faktörü de önemli görülmektedir. Böylece katılımcılar sanal gibi görünse de sokak imzalarından daha etkili bir hale gelmektedir.

3.6. Change.Org: Dijital İmzanın Gücü

Change.org, nerede olursa olsun herkese görmek istediği değişimi gerçekleştirebilmesi için olanak sağlayan, dünyanın en büyük imza kampanyası platformu olarak kendini tanımlamaktadır. Diğer iki aktivist hareketten farklı olarak tamamen internet üzerinden örgütlenme ortamı için kurulmuştur.

196 ülkede 20 milyondan fazla Change.org kullanıcısı bulunuyor ve her gün insanlar sitenin araçlarını kullanarak--yerel, ulusal ve küresel bağlamda-- kendi toplumlarını dönüştürüyor. Bu, ister kızının okulundaki kabadayılıkla mücadele eden bir anne olsun; ister bankaların adil olmayan aidatları iptal etmesini isteyen

müşteriler ya da yolsuzluğa bulaşmış görevlilerden hesap sorulmasını isteyen vatandaşlar olsun; sıradan bireylerin başlattığı binlerce kampanya, Change.org' da başarıya ulaşabiliyor.

Kampanya başlatma konusunda herkesi teşvik eden online organizasyon bunu şu şekilde açıklamaktadır: 'Öyle bir zamanda yaşıyoruz ki, bir fark yaratabilmek için sahip olduğumuz imkanlar eskiden olduğundan çok daha fazla. Önceleri, insanları bir dava etrafında toplamak fazlasıyla zaman, para ve karmaşık altyapılar gerektiren zorlu bir uğraştı. Ama teknoloji, her zamankinden daha fazla bizi birbirimize yaklaştırdı. Artık, herhangi birinin bir kampanya başlatabilmesi ve kendi bölgesindeki yüzlerce insanı ya da dünya çapında yüzbinlerce insanı harekete geçirerek şirketleri ve devletleri daha hesap sorulabilir ve duyarlı hale getirmesi mümkün.'(change.org.)

Organizasyon sadece kampanya oluşturmaya ortam hazırlamakla kalmıyor kampanyaların başarı ile sonuçlanması için de stratejiler ve önerilerde bulunuyor. Örneğin, Başarılı Kampanyaların Ortak Noktası Nedir? sorusunun cevapları; ikna edici ve erişilebilir şekilde veriliyor. Başarıya ulaşan kampanyaların son derece spesifik, karar verici kişinin gerçekleştirebileceği değişiklikleri talep ediyor olması vurgulanmaktadır.

İmzaların hedefine ulaşması ise fazlasıyla üzerinden durulan bir konudur. Kampanyanın doğrudan karar vericiye iletilmesi ile başarının sağlanabileceği yazılmıştır. Online aktivizmin konusuna realist bir tutumla yaklaşan organizasyon bunu şöyle dile getirmektedir.

'Online kampanya araçlarının birçoğu imza toplamanıza yardım eder, ama toplanan imzaları karar verici olan kişiye sizin iletmeniz gerekir. Ancak e-mail çok daha direkt ve etkili bir araçtır. Siz alıcı kişinin e-mail adresini girdikten sonra Change.org gelen her bir imza için karar vericinizin adresine bireysel bir mektup gönderir. Sözüünüzü yaymak ve destekçi kazanmak için sosyal medya araçlarından yararlanılabilir. Facebook, Twitter ve online topluluklar, kapı kapı dolaşmak zorunda kalmadan kampanyanıza destekçi bulmanıza yardım eder. Başarılı kampanyaların yaratıcıları kampanyalarını duyurmak için internetin gücünden yararlanmayı bilirler. Change.org'da kampanyanızı başlattığınızda sözüünüzü yaymak için bu araçları nasıl etkin biçimde kullanabileceğinizi size adım adım anlatacağız.'

Online kampanyaların tek başına yetersiz kalacağı gerçeğinden hareketle online eylemlerin Offline eylemlerle birlikte ele alınması tavsiye ediliyor. Bunu da şöyle dile getirmektedir:

'Yüzlerce, binlerce, hatta on binlerce e-maile karar vericinizin dikkatini çekmeyi başardınız, peki şimdi ne olacak? Telefon görüşmeleri, basın toplantıları ve açıklamaları meselenin daha fazla öne çıkmasına yardım edecektir.'

Online kampanya nasıl olur

1. Adım: Online kampanyayı başlat
2. Adım: Kampanyayı duyur
3. Adım: Karar vericininle konuş

Adım 1: İşe zemin hazırlıklarıyla başla

Geleneksel medyanın kitlesel gücü göz ardı etmeyen dijital organizasyon üyelerine medyanın kampanyalarına destek vermesi için de stratejiler sunuyor.

30 saniyelik bir mesaj hazırla, kampanyanda haber değeri oluşturan ne var, onu ortaya çıkarmaya çalış

Hikâyenin resimle, videolla ya da sesle nasıl anlatılabileceğini belirle

Hikâyeni destekleyecek kanıtları toparla

Medyanın kampanyaya destek verip vermeyeceğini belirlemeye çalış

Medyanın ilgisi kampanyaya muazzam bir ivme katacaktır, hele ki karar vericinin kamu nezdindeki imajı söz konusu ise. Ama kimi zamanlarda basın ilgisinden yarardan çok zarar getirir.

Bir anda büyük basın kuruluşlarının kapısını aşındırmaya başlamadan evvel bu türden bir çabanın kampanyanın açısından akıllıca bir strateji olup olmayacağını belirlemeye çalış.

Medyanın ilgisini çekmek son derece faydalıdır:

İmzalarını topladın, mesajını yazdın ve karar vericisine ilettiler, ama karşılığında ses seda yok. Karar vericinin yanıt verdi, ama işbirliğine yanaşma niyetinde değil. Hikâyeni paylaşmanın durumunda kampanyanın destekçi sayısında kayda değer bir artışın olacağı muhakkak. Hikâyenin içerisinde gazetelerin, radyo ve televizyonların mutlaka yayınlamak isteyeceği görsel bir öğe

Kampanyanın eşsiz bir hikâye, ulusal meselelerle bağlantı kurulabilecek şahsi bir bağlantı ya da dikkat çekici bir taktik içeriyor.

Adım 2: Hikâyeni yaz

- Kampanyanın hâlihazırda konu etmiş birileri olup olmadığını bulmaya çalış
- İlgi duyabilecek habercileri belirle
- Hikâyeni kaleme alıp muhabirlere gönder
- Her bir muhabirle gelişmeleri takip et
- Kampanyandan bahseden yayınları takip et

Adım 3: Mülakatlar için hazırlık yap

- Üzerinde konuşacağın üç ana noktayı belirle

- Uzmanlığını öne çıkar
- Change.org kampanyandan mutlaka bahset
- Bir arkadaşınla hazırlık yap

Adım 4: Medya ilgisinden yararlanmaya çalış

- Çıkan haberleri destekçilerinle paylaş
- Medya kuruluşlarına teşekkür et
- Çıkan yayınları karar vericine gönder
- Daha fazla medya ilgisi için yine medyayı kullan

ÖRNEK: Bir kampanyayı haber zincirine nasıl dahil edersin?

The Hershey Coalition'daki çalışma koşullarını iyileştirmek için mücadele eden bir grubun normalde gazetelerin ilk sayfasında yer alması pek beklenir bir şey değildir. Fakat 2011 yılının ekim ayında kampanyaya destek olan ve bunun için bir Cadılar Bayramı etkinliği düzenleyen müşteriler habercilerin ilgisine mazhar olmayı başardı. Belirli bir bitiş tarihi olmayan bu kampanya böylece basının ilgisini çekmiş oldu (www.change.org). Kampanya, kakao tarlalarında çalıştırılan çocuk işçilerin hakları için mücadele ederken 100 bin imza toplamayı başarmıştır (www.pennlive.com).

Change.org imzanın gücünü sosyal medyanın etkisi ile birleştirme imkanı sunmaktadır. Demokratik hak taleplerinin online imzalar vesilesi sosyal ağları da kullanarak yayma imkanı tanımaktadır. Benzer bir site olan <http://www.movements.org/how-to/c/facebook-activism> gibi Change.org sosyal ağlarda örgütlenme konusunda bir rehber gibi işlev görmektedir aynı zamanda. Fakat sosyal medya etkisinin tek başına ele almaktan ziyade bu etkiyi konvansiyonel medyaya nasıl ulaşacağı üzerine bir strateji geliştirilmiş ve bu da adım adım kampanyacılar için verilmektedir.

Sizin sosyal ağ sayesinde ne kadar bir etki alanınız olduğunu görebileceğiniz şemalar hazırlanmıştır. Bireyler gibi kurumlar da burada kampanya başlatabilmektedir. Buğday Derneği tarımla alakalı bir kampanya düzenleyebilmektedir. Organizasyonun oldukça profesyonel bir ekip tarafından yönetilmektedir. Birçok ülkede kampanya yöneticileri, CEO'ları ve yazılımcıları bulunmaktadır. Zennube Ezgi Kaya ve Serdar Paktin Türkiye Kampanya direktörleri olarak çalışmaktadır. İmzaların başarısında ünlü isimler de etkili olmaktadır. Site kampanyaya verilen bu tarz desteklerin daha fazla imza sağlayacağı ipucunu veriyor. Sitenin başarılar butonunda başarılı kampanya hikayeleri ve bu başarının nasıl sağlandığı yazılmaktadır. Bu anlamda sitede yapılması önerilen adımlar burada somutlanmaktadır. Fakat site en çok kampanyaların burada örgütlenmesi ama medyaya bilgi olarak haber olarak ulaştırılması medyanın ilgisinin kampanyaya çekilmesi üzerinden durmaktadır. Site online ortamda bir aktivizm okulu gibi işlemektedir.

Şekil 1:

Etki Alanını Genişlet

Kampanyayı sosyal ağlarda paylaşarak ya da arkadaşlarına duyurarak daha çok imza toplanmasını sağlayabilirsin.



kaynak: change.org

Aktivism konusunda neyi nasıl yapacağınız konusunda rehber olma misyonu yüklenmiş olduğunu başarılı kampanya için verilen fikirlerde görmek mümkündür. <http://www.movements.org> siteler ise bunu daha da genişleterek aktivist grupların internetten nasıl gelir sağlayabileceği, facebook ve diğer sosyal ağları nasıl kullanabileceği gibi geniş bir yelpazede yapmaktadır.

SONUÇ

Küreselleşmenin yerleştiği dünyada yeni medya teknolojilerinin etkisiyle toplumsal hareketlilikte geçmişteki gibi sahneye yeniden oturmuştur. 70'li yılların sokak aktivizmi geride kaldı diye düşünürken, dijital aktivizm kavramı ile sokaklar gücünü yeniden ele almaya başlamıştır. Joseph Estrada'nın görevden alınması ile başlayan Arap baharı ile devam yeni aktivist hareketler ile yeni medya arasındaki ilişkinin görülmesi seküler bir etki ile bütün dünyadaki aktivist gurupları etkilemiştir.

Yeni medya radikal medya görevi üstlenmiş ve konvansiyonel medyanın göz ardı ettiği grupların sesini duyuran bir kanala dönüşmüştür. Daha dünyanın çok farklı birbirine uzak kitlelerini eylem gruplarının birbirinden haberdar olmasını da sağlamıştır. Arap baharı, Greenpeace eylemleri gibi hareketler bu sayede yerel değil küresel ölçekte etkiler uyandırmaya başlamıştır.

Makale kapsamında incelenen, Genç Siviller, GreenPeace Akdeniz ve Change.org konvansiyonel medyanın çektiği setleri aşarak yeni medya imkanlarını kullanarak kendi sesini duyurma gücü ortaya çıkmaktadır. Change.org sadece sokak bağlantısı olmayan tamamen dijital bir örgütlenme sunmaktadır; fakat yaptığı imza kampanyaları sivil toplum duyarlılığı oluşturmakta etkili olmaktadır. Genç Siviller ve Greenpeace dijital aktivizm konusunda oldukça başarılı olmakla beraber yeni medya vasıtası ile hızla kitlelere yayılmasını sağlamaktadırlar. Sokakta du-

yurdukları sesi görmezden gelmeye yatkın geleneksel medyaya yeni medyanın imkanları ile karşılık vermektedirler. Bu aktivist hareketler, eylemler düzenlemenin ötesinde yeni toplumsal düzen içinde özgün bir bilinç geliştirmek adına işlev göstermektedirler. Change.org tarafından düzenlenen hemen her bireyin de kendi imza kampanyasını başlatabileceği ortam sokakta başlatılan imza kampanyaları kadar ses getirmektedir. Sanal görünen imzalar gerçek sonuçlar alabilmektedir.

Greenpeace ve Genç Sivillerin interneti ve sosyal ağları kitlelere ulaşmak ve konvansiyonel medyanın görmezden geldiği muhalif konuları ilk ağızdan, editoryal tahribe uğramadan vermek için kullandıkları görülmektedir. Egemen sisteme karşı muhalif duruşları olan Greenpeace ve Genç Siviller'in sokak eylemlerini desteklemek için sosyal ağları kullandıklarını görülmektedir. Zira sosyal ağlar daha etkileşimli bir ortam sağlamaktadır. Kampanyaların etkisini artırmak için açılan 'hash tag' ler üzerinden yürütülmektedir. Greenpeace Akdeniz'in şu an yürüttüğü kampanya '1milyon kahraman.org' buna bir örnektir. Genç Siviller ise eylemleri internet sitesi üzerinden farklı sivil toplum grupları, sokak hareketleri ile bağ kurmaktadır. Bura'yı ayrıca bir bilgilendirme panosu olarak da kullanmaktadır. Kendi aktivistlerini de hem sosyal ağlardan hem de kendi web sitesinden bilgilendirmektedir. Ayrıca Hayvan Partisi, Nahda Network gibi farklı aktivist hareketlerle ortak işlerini de burada duyurmaktadır. Change.org ise imza kampanyaları ile toplumda sorun olarak görülen her hangi bir sorunun çözümü için bir online platform oluşturmaktadır. Basının etkisini asla yadsımayan site, sosyal ağlarla yayılan kampanyalara basın desteği konusunda ciddi bir bilgilendirme yapmaktadır. Kampanyanızın P.R'cüsü gibi olmanız gerektiğini öğütlemektedir. Başarılı kampanyaları hikayeleri ile sunan site demokratik bir eylem olan imza toplama işini online ortama yayarak sıradanlık-tan kurtarmaktadır. Daha kısıtlı yürütülen imza kampanyalarının ise kitleleşmesine vesile olmaktadır. Dar bir aktivist çevrenin ise daha fazla kişi tarafından paylaşılmasını teşvik etmektedir. Online bir kampanya ortamı olmasına rağmen offline iletişimin gücü yadsınmamaktadır. Online etkilerin offline iletişim ortamları ile desteklenerek başarılı ve etkili sonuçlar alınacağı vurgulanmaktadır.

Online iletişim ortamları bireylere yeni bir güç vermektedir. İfade özgürlüğünün sınırları genişlemektedir ve değişime imkan sağlamaktadır. Fakat sadece klavye üzerinde aktivizm hareketleri bir dijital tembelliği de beraberinde getirmektedir. Online ağlar; örgütlenme, zaman ve demokratik ortam sağlarken etkili sonuçlar için kitlelerin sokaklarda gerçekten seslerini yükseltmeleri gerekmektedir. Sosyal ağlarda yayılan haberler ve kampanyalar konvansiyonel medyanın da etkisiyle sonuca ulaşmaktadır. Bundan sonraki süreçte ise dijital aktivizm kavramı belki kullanılmayacaktır. Zira aktivist hareketler için dijital örgütlenme bir normalin tezahürü olacaktır.

Son Not:

Kezban KARAGÖZ, Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Gazetecilik Bölümü.

KAYNAKÇA

- AKTEL, M., (2001), *Küreselleşme Süreci ve Etki Alanları*, Süleyman Demirel Üniversitesi, C.6, S.2, s,195, İdari ve İktisadi Bilimler Fakültesi Yayını.
- AL, H., (2002), *Bilgi Toplumu ve Kamu Yönetiminde Paradigma Değişimi*, Bilimadamı Yayınları.
- AYDOĞAN, A. (2011), *Küresel Medya*, Beta Yayınları: İstanbul.
- BEKTAŞ, H., (2004), *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet*, s.211, Tablet Kitapevi, Konya.
- CASTELLS, M., (2001), *The Internet Galaxy*. Oxford University Pres, Oxford.
- ÇOBAN, B. (2010), *“Toplumsal Hareketler Ve Radikal Medya”*, Yeni Toplumsal Hareketler, Kalkeon Yayınları, İstanbul.
- ERBAY, Y. *“Kavram Olarak Küreselleşme”*, Yeni Türkiye, 21. Yüzyıl Özel Sayısı-I (Sayı 19)
- HABERMAS, J., (2001), *İletişimsel Eylem Kuramı*, 1. Basım. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- HANK, J., vd. (1999), *“Kimlikler, Sikayetler ve Yeni Sosyal Hareketler”*, Yeni Sosyal Hareketler, (Ed. Kenan Çayır), Kaknüs Y., İstanbul.
- JONES, S. (1998), *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Community and Technology*. London.
- KARAKULAKOĞLU, S., (2012), *Sosyal Medyanın Karanlık Yüzü*, Maltepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ocak.
- KARAPINAR, K. (2006), *Türkiye’de Sayısal Platform Yayıncılığı Ve Digitürk Beklentiler Ve Sorunlar’*, Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Kitabı Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul.
- KESİM, M., (2008), *Uzaktan Eğitim Teknolojilerindeki Yönelimler IPV4* , Uluslararası Uzaktan Eğitim Konferansı, Ekim.
- LOVİNK, G. (2011), *Zero Comments Kernels of Critical Internet Culture*. New York (2007).: Routledge.). *Alternative Politics*, Vol.3, No.3, 256-419, November.
- MAALOUF, A. (2009), *Çivisi Çıkmuş Dünya*, çev: Orçun Türkay, YKY, İstanbul, s.66
- OFFE, C. (1999), *“Yeni Sosyal Hareketler: Kurumsal Politikanın Sınırlarının Zorlanması”*, Yeni Sosyal Hareketler, (Editör: Kenan Çayır), Kaknüs Yayınları: İstanbul.
- ÖNDER, T., (2003), *Ekoloji, Toplum ve Siyaset*, Odak Yayınevi, Ankara.
- SOYDAN, M. K., (2012), *“Küreselleşme Sürecinde Medyanın Rolü”*, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlık Tezi: Ankara.
- SZAJKOWSKI, B., (2010), *Timeline Of The Arab Revolt*, December 2010– June 2011.
- TİMİSİ, N., (2003), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Dost Kitapevi, Ankara.
- TUTAR H. (2000), *Küreselleşme Sürecinde İşletme Yönetimi*, Hayat Yayıncılık, İstanbul.
- UNDERWOOD, M. (2002), *‘Kamusal Alan Olarak İnternet’*, Cogito Dergisi s: 30.

İNTERNET KAYNAKLARI

- BEST, S. – DOUGLAS, K. (1998), ' *Contemporary Youth and the Postmodern Adventure*'
<http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/youthpostmodernadventure.pdf> (Erişim Tarihi: 03.04.2013)
- UÇKAN, Ö. (2010) "Dijital aktivizm ne kadar etkili?", *Gennaration*, S:5, Mayıs, <http://www.gennaration.com.tr/yazarlar/dijital-aktivizm-ne-kadar-etkili/> (Erişim Tarihi: 12.04.2013)
- UÇKAN, Ö. (2012) "Dijital aktivizm ne kadar etkili?" <http://www.politus.org.tr/De-tay2.aspx?id=105> (Erişim Tarihi: 13.02.2012)
- SAVAŞ, A. *Klavye Delikanlılığı Mı, Devrimin Anahtarı Mı?*
<http://www.sabah.com.tr/Pazar/2013/01/06/klavye-delikanliliği-mi-devrimin-anahtari-mi> (Erişim Tarihi: 12.03.2013)
- SZAJKOWSKI, B. (2011). *Timeline Of The Arab Revolt*, December 2010 – June 2011
Alternative Politics, Vol.3, No.3, 256-419, November 2011 <http://www.alternatifpolitika.com/page/docs/kasim2011sayi3/fulltext/1bogdanszajkowski.pdf> (Erişim Tarihi: 23.11.2012)
- <http://www.e-siber.com/sosyal-medya/sosyal-medyanin-arap-baharindaki-rolu-bilimsel-olarak-kanitlandi> (Erişim Tarihi: 02.12.2012)
- <http://www.alternatifpolitika.com/page/docs/kasim2011sayi3/fulltext/1bogdanszajkowski.pdf> (Erişim Tarihi: 23.11.2012)
- <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm> (Erişim Tarihi: 17.11.2012)
- <http://www.ekopolitik.org/public/printnews.aspx?id=5323> (E.T: 01.12.2012)
- <http://www.alternatifpolitika.com/page/docs/kasim2011sayi3/fulltext/1bogdanszajkowski.pdf> (Erişim Tarihi: 01.12.2012)
- <http://www.dw.de/devrimlerin-ba%C5%9F-akt%C3%B6r%C3%BC-internet/a-14858264-1> (Erişim Tarihi: 04.12.2012)
- <http://www.alternatifpolitika.com/page/docs/kasim-2011-sayi3/fulltext/1bogdanszajkowski.pdf> (Erişim Tarihi: 04.12.2012)
- http://www.sertacogut.com/papers/Sertac_Ogut_-_Iletisim_Ortamlarinda_E-Donu-sum_Yeni_Ortamlar.pdf (Erişim Tarihi: 17.04.2012)
- <https://yenimedya.wordpress.com/tag/internet-ve-demokrasi/> E.T:12.04.2012
- http://www.radikal.com.tr/yazarlar/ezgi_basaran/ozgurlukler__twitle_gelmez-1041390 (Erişim Tarihi: 21.04.2012)
- <http://www.politus.org.tr/De-tay2.aspx?id=105> (Erişim Tarihi: 13.04.2012)
- <http://www.bianet.org/bianet/siyaset/125341-chomsky-ozgurlukler-icin-surekli-mucadele> (Erişim Tarihi: 14.04.2012)
- <http://iys.inonu.edu.tr/webpanel/dosyalar/1427/file/NihatAkbiyikMusaOztUrk.pdf> (Erişim Tarihi: 10.11.2012)

- <http://www.dw.de/devrimlerin-ba%C5%9F-akt%C3%B6r%C3%BC-internet/a-14858264-1>
(Erişim Tarihi: 04.12.2012)
- http://www.aktuelsikoloji.com/haber.php?haber_id=13148 (Erişim Tarihi: 03.04.2012)
- <http://gencsiviller.net/category/bizkimiz/> (Erişim Tarihi: 12.04.2012)
- <http://gencsiviller.net/2010/05/21/twitterdan-abdullah-gule-sesleniyoruz/>
(Erişim Tarihi: 23.04.2012)
- <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/22086620.asp> (Erişim Tarihi: 03.04.2012)
- <http://www.dw.de/greenpeace-zaray%C4%B1-yola-getirdi/a-16419643>
(Erişim Tarihi: 03.03.2012)
- <http://www.endogruhaber.com/vitrin-mankenleri-zara-onunde-eylem-yapti-h5034.htm>
(Erişim Tarihi: 03.02.2012)
- <http://www.greenpeace.org/turkey/tr/news/basardik-zara-zehirden-arindirilmis-moda-cagrimizi-duydu-281112/> (Erişim Tarihi: 04.03.2012)
- <http://www.greenpeace.org/turkey/tr/news/basardik-zara-zehirden-arindirilmis-moda-cagrimizi-duydu-281112//> (Erişim Tarihi: 09.03.2012)
- <http://www.greenpeace.org/turkey/tr/news/levis-a-modayi-detokslamasi-icin-501000-neden-sunalim-061212//> (Erişim Tarihi: 04.03.2012)