



## Sosyal Medya Aktivizminin Çevrimdışı Aktivizme Etkisi ve Demografik Faktörlerin Rolü

### *The Impact of Social Media Activism on Offline Activism and the Role of Demographic Factors*

Hüriye SUBAŞI

Lecturer, PhD., Artvin Çoruh University, Artvin Vocational School, Artvin Türkiye  
Öğr. Gör. Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin Meslek Yüksekokulu, Artvin, Türkiye  
Orcid: 0000-0002-2358-3806 [huriye.cinar@artvin.edu.tr](mailto:huriye.cinar@artvin.edu.tr)

#### Article Information/Makale Bilgisi

**Cite as/Atıf:** Subaşı, H. (2024). The impact of social media activism on offline activism and the role of demographic factors. *Van Yüzüncü Yıl University the Journal of Social Sciences Institute*, 66, 220-237.

Subaşı, H. (2024). Sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizme etkisi ve demografik faktörlerin rolü. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 66, 220-237.

**Article Types / Makale Türü:** Research Article/Araştırma Makalesi

**Received/Geliş Tarihi:** October 4, 2024/4 Ekim 2024

**Accepted/Kabul Tarihi:** October 12, 2024/ 12 Ekim 2024

**Published/Yayın Tarihi:** December 25, 2024/25 Aralık 2024

**Pub Date Season/Yayın Sezonu:** December 23, 2024/23 Aralık 2024

**Issue/Sayı:** 66 **Pages/Sayfa:** 220-237.

**Plagiarism/İntihal:** This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software. / Bu makale, en az iki hakem tarafından incelendi ve intihal içermediği teyit edildi.

**Published by/Yayıncı:** Van Yüzüncü Yıl University of Social Sciences Institute/Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

**Ethical Statement/Etik Beyan:** It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited/ Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur (Hüriye SUBAŞI).

**Telif Hakkı ve Lisans/Copyright & License:** Yazarlar dergide yayımlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır/ Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0.

## Öz

Sosyal medya, günümüzde aktivizmin çevrimdışı yönüyle etkileşim içinde olan güçlü bir araç haline gelmiş, bu etkileşimlerin toplumsal değişim dinamikleri üzerindeki etkisi giderek artmıştır. Özellikle son dönemlerde Türkiye'de hayvan haklarıyla ilgili yaşanan olaylar, sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen kampanyaların çevrimdışı protesto ve eylemlere dönüşmesine zemin hazırlamış, bu süreçte toplumsal duyarlılığın artmasına katkı sağlamıştır. Bu kapsamda hazırlanan çalışmanın temel amacı, sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizme olan etkilerini Hayvanları Koruma Kanunu bağlamında incelemektir. Ayrıca, demografik faktörlere göre sosyal medya aktivizmine ve çevrimdışı aktivizme katılımın farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Nicel araştırma desenine sahip bu çalışmada, Türkiye'de ikamet eden 18 yaş ve üzeri bireyler, araştırma evreni olarak tanımlanmıştır. Veriler, kolayda örnekleme yöntemiyle ve çevrimiçi anket tekniği kullanılarak 401 katılımcıdan elde edilmiştir. Verilerin analizi için regresyon analizi, bağımsız gruplar t-testi ve One Way ANOVA uygulanmıştır. Araştırma bulguları, sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizmi olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, aylık hane halkı geliri ve siyasi görüş gibi demografik özelliklerinin sosyal medya aktivizmi ve çevrimdışı aktivizme katılım düzeyinde farklılıklar oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular ışığında, halkla ilişkiler uygulayıcılarına, akademisyenlere, aktivistlere öneriler sunulmuş ve sosyal medya aktivizminin toplumsal değişim üzerindeki rolü vurgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya aktivizmi, çevrimdışı aktivizm, aktivizm, demografik faktörler.

## Abstract

Social media has become a powerful tool that interacts with the offline dimensions of activism, and the impact of these interactions on the dynamics of social change has been increasingly significant. In particular, recent events related to animal rights in Turkey have provided a foundation for campaigns initiated on social media to evolve into offline protests and demonstrations, contributing to heightened public awareness during this process. The primary aim of this study is to examine the effects of social media activism on offline activism within the context of the Animal Protection Law. Additionally, determining whether participation in social media and offline activism differs according to demographic factors constitutes another objective of the research. This study, which employs a quantitative research design, identifies individuals aged 18 and above residing in Turkey as the target population. Data were collected from 401 participants through convenience sampling and the use of an online survey. Regression analysis, independent samples t-test, and One-Way ANOVA were applied to analyze the data. The findings of the study indicate that social media activism has a positive influence on offline activism. Furthermore, it was found that demographic characteristics such as gender, age, marital status, monthly household income, and political views lead to variations in the levels of participation in both social media and offline activism. Based on these findings, recommendations were provided to public relations practitioners, academics, and activists, and the role of social media activism in driving social change was emphasized.

**Keywords:** Social media activism, offline activism, activism, demographic factors.

## Giriş

Sosyal medyanın siyasi katılım ve aktivizm üzerindeki etkisi yaşanan birtakım olaylardan sonra artan bir ilgi odağı haline gelmiştir. 2011'deki Arap Baharı, 2008 ve 2012 Obama kampanyaları, Occupy Wall Street vb. eylemler vatandaşların sivil ve politik hayata katılımını etkilemede sosyal medyanın önemini ortaya koymuştur (Boulianne, 2015; Castells, 2013; Gerbaudo, 2017). Ancak sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizmle olan ilişkisi oldukça tartışılan ve karmaşık bir konudur. Sosyal medya uygulamaları bireylere hızlı haberleşme, örgütlenme ve eyleme geçme kapasitesi sağlayıp yeni bir aktivizm biçimi geliştirmekte; sosyal medya üzerinden yürütülen kampanyalar, çevrimdışı eylemleri desteklemektedir (Bennett ve Segerberg, 2012; Şener, 2013). Başka bir deyişle, sosyal medya, aktivistlerin organizasyon ve iletişim süreçlerini kolaylaştırıp kolektif eylemleri teşvik etmektedir. Morozov (2011) ise "slactivism" kavramı ile tanımladığı pasif katılımın sosyal medya aktivizminde yaygın hale geldiğini; bireylerin üretilen içerikleri "beğenmesi (like)" veya "paylaşması (retweet, reshare)" ile gerçek anlamda bir etkinin meydana gelmeyeceğini ifade etmektedir. Gladwell (2010) de dijital platformlarda gerçekleştirilen aktivizmin etkili olabilmesi için 1960'larda Afro-Amerikalılara yapılan ayrımcılıklara karşı öğrencilerin örgütlenme biçimlerini örnek gösterip insanların somut olarak bir araya gelmesi gerektiğini ileri sürmektedir.

Türkiye bağlamında sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizm üzerindeki etkileri, toplumsal değişim dinamiklerini anlamada kritik bir öneme sahiptir. 2013 yılı Gezi Parkı eylemleri, İstanbul Sözleşmesinin feshine yönelik eylemler, Temmuz 2024'te Suriye uyruklu bir kişinin çocuğa yönelik cinsel istismarda bulunmasından sonra hem sosyal medyada hem de sokaklarda kendini gösteren mülteci karşıtı eylemler, Türkiye'de sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizme etkisinin ayrıca her iki eyleme katılımın çeşitli faktörler (yaş, cinsiyet, eğitim durumu vb.) açısından incelenmesini gerekli kılmaktadır. Bununla birlikte halkla ilişkiler araştırmacılarının temel endişelerinden biri, aktivist örgütlerin nasıl yapılandığını belirlemektir. Örgütlerin strateji ve politikalarını derinden etkileme potansiyeline sahip bu grup ya da kişilere yönelik gerekli iletişim programlarının devreye sokulabilmesi ancak bu yapılanmaların doğasını, prensiplerini ve katılımcı profilini anlamakla mümkündür. Öte yandan kurumsal yönetim açısından bakıldığında halkla ilişkiler uygulayıcılarının aktivizmin örgütlenme yapısını anlaması, onların aktivizmin halkla ilişkiler stratejilerine ne zaman ve nasıl ihtiyaç duyacağını öngörmelerine yardımcı olabilir. Aynı zamanda bu bilgi, aktivistlerin daha etkili bir şekilde örgütlenmelerine katkıda bulunabilir (Smith ve Ferguson, 2001, s. 292). Bu çalışma, sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizme olan etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, her iki aktivizm türüne katılımın yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, aylık hane halkı geliri ve siyasi görüş gibi değişkenler açısından farklılaşp farklılaşmadığını tespit ederek, aktivizm, halkla ilişkiler ve sosyal medyanın kesişim noktasına teorik ve pratik çıkarımlarla katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

## 1. Literatür

### 1.1. Çevrimdışı Aktivizm ve Sosyal Medya Aktivizmi

Aktivizm, halkla ilişkiler perspektifinden insanların sorunlu gördükleri politikaları, uygulamaları veya koşulları değiştirmek için kuruluşlara ya da diğer kurumsal yapılara baskı uyguladığı bir süreçtir (Smith, 2005, s. 5). Bu baskı, toplumsal farkındalığı arttırma ve ilgili kuruluşların harekete geçmesi için bir teşvik işlevi görebilir ve böylece süreç, toplumsal değişim dinamiklerinin anlaşılmasında kritik bir rol oynar. Eğitim, uzlaşma, baskı, ikna ya da güç taktikleri vb. yöntemler kullanarak belirli bir kamu ya da kamu grubunu etkileyebilmek amacıyla bir araya gelen aktivistler (Grunig, 2005, s. 528), ortak hedef peşinde koşarlar. Grunig'in bu yaklaşımı, aktivizmin sadece bireysel eylemlerle sınırlı kalmadığını aksine kolektif bir güç oluşturup daha geniş etki alanlarına ulaşma potansiyeline sahip olduklarını ifade etmektedir.

İlk modern toplumsal hareket olan Wilkes Hareketinde<sup>1</sup>, Wilkes'in destekçileri ona iade-i itibar yapılması için sokaklarda geçit töreni düzenleyip (Tilly vd., 2022, s. 58) ülke çapında dilekçe kampanyalarından binlerce kişilik yürüyüşlere varan eylemler düzenlemişlerdir. Yine köleliğe karşı protestolar (Bourland-Davis vd., 2010, s. 409), 1773'teki Boston Çay Partisi<sup>2</sup> (Bennett'tan akt. Bourland-Davis vd., 2010, s. 409), 18. yüzyılda meydana gelen Fransız Devrimi (Çayır, 2016, s. 13), kolektif eylemler açısından

1 18. yy'da İngiliz siyasetçi John Wilkes etrafında gelişen Wilkes Hareketi, basın ve ifade özgürlüğü ile Parlamento reformlarını savunan önemli bir hareket olarak öne çıkmaktadır. Aristokrat kökenli bir politikacı olan Wilkes, 1762'de hükümet karşıtı The North Briton gazetesini yayımlamaya başlamış ve özellikle Kral'ın Yedi Yıl Savaşları'na ilişkin konuşmasını eleştirdiği 45. sayısı ile büyük yankı uyandırmıştır. Bu eleştirileri nedeniyle kışkırtıcı iftira ile suçlanıp hapsedilmiş; ancak mahkemede genel tutuklama emirlerine karşı mücadele ederek halk desteğini kazanmıştır. Sonunda tazminat almasının yanı sıra "Wilkes ve özgürlük" sloganı ile ifade özgürlüğünün sembolü haline gelmiştir (Tilly vd., 2022, s. 57-60).

2 Boston Çay Partisi (1773), Amerikan Bağımsızlık Savaşı'nın fitilini ateşleyen önemli olaylardan biri olarak görülmektedir. İngiliz hükümetinin Çay Yasası ile Amerikan kolonilerinde çay ticaretini tekeline alması ve vergilendirme politikaları, kolonilerde büyük tepki yaratmış; Boston limanına demirleyen üç İngiliz gemisindeki çay sandıkları, 16 Aralık 1773'te kolonistlerden oluşan bir grup tarafından İngiltere'nin vergi uygulamalarını protesto etmek için denize dökülmüştür (History.com Editors, 2010).

önemlidir. Eşitlik ve özgürlük söylemleri, aktivizmi harekete geçirmiştir. 18. ve 19. yy'lerde eylemciler, hedeflerine karşı doğrudan şiddet içeren eylemlere (ev yakmak, katran dökmek gibi) başvurmuş fakat sonraki dönemlerde taleplerini daha organize ve barışçıl yöntemlerle (mektuplar, sokak gösterileri, dilekçeler vb.) ifade etmeye başlamışlardır (Tilly vd., 2022, s. 158-166). Bu değişimin önem arz eden başka bir boyutu da protesto eylemlerinin hedef kitlesinin değişmesidir. Eskiden eylemciler, doğrudan kişilere veya hedeflere yönelirken, zamanla mesajlarını belirli kişilere, medyaya ya da daha geniş bir kamuoyuna iletmeyi tercih etmişlerdir. Jasper'ın (2017, s. 36-37) belirttiği gibi modern eylemler, daha sembolik, iletişimsel ve kamusal alanda görünürlük kazanmaya yönelik stratejilere odaklanmıştır. Bu geçiş, sosyal hareketlerin daha geniş kitlelere ulaşma ve meşruiyet kazanma çabasını da yansıtmaktadır. 20.yy'da toplumsal hareketler ve siyasi aktivizm bağlamında "sokak" kavramı önem kazanmıştır. "Sokakta var olmak", "sokağı geri almak", "sokağa inmek" gibi ifadeler, bu yüzyılın toplumsal hareketlerinin merkezinde yer almış ve bilhassa 1970'li yıllarda geniş kitleler tarafından gerçekleştirilen eylemlerle ilişkilendirilmiştir (Fırat, 2014, s. 7). Bu dönemde eylemler, sokak gösterileri, pankartlar, barikat kurma, bildirimler, fabrika ve okul işgalleri gibi yöntemlerle çeşitlilik göstermiştir. Melucci'ye (2016, s. 75-76) göre son yirmi yılda ortaya çıkan toplumsal hareketler önceki dönemlerdeki "politik" odaktan farklı olarak yeni ve daha evvel pek de dile getirilmeyen kültürel alana kaymıştır. Yani toplumsal değerler, kimlikler ve yaşam tarzları, bu yeni kolektif eylemlerin temel motivasyon kaynağı haline gelmiştir.

20.yy'da toplumsal hareketlerin kültürel alana kaymasının yanında bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler de toplumsal hareketlerde önemli değişimlere yol açmıştır. 1940'larda bilgisayarların icadı her ne kadar bilimsel ve askeri amaçlar doğrultusunda olsa da dijital iletişim ağlarının yaygınlaşması, bilgi akışının hızlanmasına ve organize olma süreçlerinin kolaylaşmasına vesile olmuştur (Król, 2020, s. 35-41). İnternetin 1969'da ARPANET olarak icat edilmesi, 1990'larda kamusal alanda kullanılmaya başlaması; Web 2.0'ın teknolojik ve ideolojik temelleri üzerine inşa edilen ve kullanıcı merkezli içerik üretimine ve değişimine olanak tanıyan internet tabanlı sosyal medya uygulamalarının geliştirilmesi (Kaplan ve Haenlein'den akt. Gencer Kasap, 2014, s. 125) toplumsal hareketlerde önemli bir dönüm noktası olmuştur. İnternetin tarihi karmaşık bir yapıya sahiptir; çünkü teknolojik yeniliklerin yanı sıra organizasyonel ve toplumsal değişimleri de içermektedir (Leiner vd., 2009). Başka bir deyişle internetin yalnızca bir teknik gelişme olmanın ötesinde toplumsal yapılar üzerinde derin bir etkisi olduğu mutlak. Manuel Castells (2016, s. 3), bu durumu "Ağ Toplumu" kavramıyla açıklayıp yatay iletişim ağlarının hayatımızın belkemiği haline geldiğini söyleyerek yeni bir toplumsal yapıyı somutlaştırmıştır.

İnternet, toplumsal hareketlere katılımı yalnızca fiziksel sınırlarda kalmaktan kurtarıp eylemlerin dijital ortamlarda da yapılabilmesine olanak sağlamıştır. İletişimin iktidar ve sermaye gücünden bağımsızlaşması, sosyal medyayı ezilen, susturulan ve "ötekileştirilen" kesimler için önemli bir araç haline getirmiş (İnceoğlu ve Çoban, 2015); dijital platformlar, ifade özgürlüğü ve toplumsal eşitlik mücadelesi açısından yeni alanlar açmıştır (Loader ve Mercea, 2011; Uldam, 2016).

Sosyal medya, düşük maliyet, geniş erişilebilirlik ve kontrol karşısında direnç sunarak, önceki medya biçimlerine göre özgürlük, özerklik, yaratıcılık ve işbirliği için daha geniş bir alan sağlayan keyifli bir sohbet ortamı sunmaktadır (Lim, 2003; Lim ve Kann, 2008). Kullanıcılar arasında etkileşimi kolaylaştıran (Özdemir ve Taşcıoğlu, 2022, s. 74) ve esas olarak kullanıcı tarafından üretilen içerikten beslenen kitlesel kişisel iletişimi mümkün kılan internet tabanlı platformları ifade eden sosyal medya (Carr & Hayes, 2015), kullanıcı sayısını her geçen gün arttırmaktadır. Temmuz 2024 itibarıyla dünya genelinde yaklaşık 6 milyar aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmakta; bu kullanıcılar, günde ortalama 2 saat 23 dakikalarını sosyal medyada geçirirken, Türkiye'de bu süre 2 saat 44 dakikaya ulaşmakta ve kullanıcıların %50,3'ü sosyal medyayı arkadaşları ve aileleriyle iletişim kurmak için kullanmaktadır (We Are Social, 2024). Esasında sosyal medya uygulamalarının temel amacının bu olduğu düşünüldüğünde, ortaya çıkan sonuçlar da şaşırtıcı olmamaktadır. Bununla birlikte bireyler, toplumun huzurunu kaçıran olaylarda, temel hak ve özgürlüklerin ihlal edildiğini düşündüklerinde veya ekonomik, kültürel yahut siyasi meselelerde kendileri açısından sorun olarak gördükleri bir hususu sosyal medya platformlarında dile getirmektedir. Bu uygulamalar, etkinliklerin görünürlüklerini arttırarak benzer duygu, düşünce ya da inançlara sahip kullanıcılar arasında katılımı teşvik ederek aktivizmi kolaylaştırmaktadır (Momeni, 2017).

Bu çalışma kapsamında sosyal medya aktivizmi kavramı Chon ve Park'ın (2020) tanımladığı şekliyle kullanılmaktadır. Onlar, bireylerin kolektif eylemlerini iletişimsel bir süreç olarak ele almakta ve özellikle Durumsal Problem Çözme Teorisi'ndeki bilgi aktarma davranışları ile Bennett ve Segerberg'in (2012) kavramsallaştırdığı bağlayıcı kolektif faaliyetleri uyarlayarak sosyal medya aktivizmini tanımlamaktadır. Bu yaklaşıma göre sosyal medya aktivizmi, bireylerin çevresindekilere bilgi aktararak ve onların farkındalığını arttırarak kolektif eylemleri teşvik eden bir süreçtir (Chon ve Park, 2020). Yine çalışma kapsamında çevrimdışı aktivizm, mitingler, gösteriler, imza kampanyaları vb. eylemlerle yani fiziki olarak gerçekleştirilen eylemler olarak kavramsallaştırılmıştır (Chon ve Park, 2020).

Literatürde sosyal medyanın geleneksel aktivizmi etkilediğine (Allsop, 2016; Shen, 2022; Boulianne ve Theocharis, 2020; Chon ve Park, 2020; Chon, 2023); Web 2.0 araçlarının (bloglar, forumlar, dijital sosyal ağlar vb.) bağlayıcı eylem mantığı olarak

adlandırılan yeni bir kişiselleştirilmiş kamusal katılım biçimine yol açtığına (Bennett ve Segerberg, 2012); hükümetler üzerinde kamuoyu baskısına (Masterson, 2020); şirketlere karşı kitlesel boykot (Rim vd., 2020) yoluyla somut politika değişimlerine yol açabileceğine ilişkin çalışmalar yer almaktadır. Bu çalışmalardan hareketle aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

Hipotez 1: Sosyal medya aktivizmi, çevrimdışı aktivizmin anlamlı bir yordayıcısıdır.

Heuer ve Macomber (2022), nonbinary bireylerin ve özellikle kadın gençlerin, erkek gençlere kıyasla daha yüksek oranda aktivist içerik paylaştığını tespit etmiştir. Foster ve diğerleri (2021) ise kadınların, cinsiyetçiliğe tepki göstermek amacıyla sosyal medya aktivizmini erkeklerden daha fazla kullandığını ortaya koymuştur. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

Hipotez 2: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Stoker ve Jennings (1995), medeni durumun siyasi katılımı azalttığını tespit etmiştir. Bu kapsamda oluşturulan hipotez aşağıda verilmiştir:

Hipotez 3: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Offe (2016, s. 62), yeni toplumsal hareketlerin aktivistlerinin büyük oranda yüksek eğitilmiş, ekonomik güvene sahip hizmet sektöründe çalışanlar ile üniversite öğrencileri gibi gruplardan oluştuğunu belirtir. Abbas ve diğerleri (2022) yapmış oldukları çalışmada gençlerin sosyal medya platformlarının olanaklarını kullanarak farkındalık yaratabildiklerini ve başkalarını harekete geçmeye çağırdıklarını tespit etmiştir. Benzer şekilde, Boulianne ve Theocharis (2020) dijital medyanın gençlerin katılımı üzerindeki etkisini inceleyerek, çevrimiçi faaliyetlerin yetkililerle iletişim kurma, siyaset konuşma, gönüllülük yapma ve protesto etme gibi çevrimdışı katılımlar üzerinde sonuçları olduğunu ortaya koymuştur. Mevcut literatür kapsamında oluşturulan hipotezlere aşağıda yer verilmiştir:

Hipotez 4: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri yaşa göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 5: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Ayrıca, Preotiuc-Pietro ve diğerleri (2015), Twitter'daki yüksek gelirli kullanıcıların daha fazla korku ve öfke ifade ederken, düşük gelirli kullanıcıların daha çeşitli duygular ve görüşler dile getirdiğini tespit edip sosyal medya paylaşımlarının gelir düzeyi ile nasıl ilişkili olduğunu incelemiştir. Bu kapsamda oluşturulan hipotez aşağıda sunulmuştur:

Hipotez 6: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri aylık hane halkı gelirlerine göre farklılık göstermektedir.

Olcese ve diğerleri (2014), üniversite mezunu protestocuların sol görüşlü olma olasılığının daha yüksek olduğunu ve üniversite mezunu olmayanlara kıyasla daha sık protesto siyaseti yaptıklarını tespit etmiştir. Paulsen (1991) ise siyasi yeterlilik, liderlik rolleri ve şehir okullarına sahip orta sınıf öğrencilerin kolektif eylemlere katılma olasılığının daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Swank (2012), hem liberaller hem de muhafazakârlar için aktivist bir ağa ait olmanın ve aktivist kimliklerini sürdürmenin farklı aktivizm biçimleri için kritik olduğunu vurgulamış, demografik etkenlerin yalnızca muhafazakâr öğrenciler için önem taşıdığını; ayrıca, kadın ve Afro-Amerikan muhafazakârların protesto etme olasılığının erkek ve Euro-Amerikan muhafazakârlara göre daha düşük olduğunu tespit etmiştir. Bu bağlamda oluşturulan hipotez aşağıda sunulmuştur:

Hipotez 7: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri siyasi görüşlerine göre farklılık göstermektedir.

Yukarıda yer alan çalışmalardan elde edilen bulgular, toplumsal hareketler ve aktivizmin katılımcı profillerini ve sosyal medyanın bu süreçlerdeki etkisini anlamak için önemlidir. Bu kapsamda oluşturulan hipotezler, birtakım istatistikî yöntemler (regresyon analizi, One Way ANOVA, Welch Testi vb.) kullanılarak analiz edilmiş, sürece ilişkin detaylı bilgi sonraki başlıkta verilmiştir.

## 2. Yöntem

### 2.1. Araştırma Tasarımı, Veri Toplama Aracı ve Veri Toplama Süreci

Hazırlanan çalışma, son dönemlerde Türkiye gündemini meşgul eden Hayvan Hakları Yasası konusu kapsamında sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizme etkisini tespit edip Türk halkının sosyal medya aktivizmi ve çevrimdışı aktivizme

katılım düzeylerini ortaya çıkarmayı ve demografik değişkenler açısından her iki aktivizm türünün incelenmesini amaçlamaktadır.

Çalışmada, Chon ve Park'ın (2020) araştırmalarında çevrimdışı aktivizm yedi maddelik bir ölçekle; sosyal medya aktivizmi ise proaktif (altı madde) ve reaktif (dört madde) olmak üzere iki boyutta toplam on madde ile ölçülmüştür. Sosyal medya aktivizmi ölçeğinin toplamından alınan puan aktivizme katılım düzeyini ortaya koymaktadır. Katılımcıların sosyal medya aktivizmine katılım düzeylerini belirlerken, anlaşılabilirliğin bozulmaması ve genel bir değerlendirme sunabilmek amacıyla ölçeğin alt faktörlerini ayrı ayrı incelemek yerine, sosyal medya aktivizmi ölçeğinden alınan toplam puan üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır. Bu bağlamda, katılımcıların sosyal medya aktivizmine katılım düzeyleri, ölçekten elde edilen ortalama kullanılarak tespit edilmiştir. Kullanılan ölçekler, aktivist davranışların dijital ve fiziksel dünyadaki farklı yönlerini analiz etmeye olanak sağlamaktadır.

Katılımcılar, sosyal medya aktivizmine ve çevrimdışı aktivizme ilişkin maddelere 1 (Hiç Olası Değil) ile 7 (Büyük Olasılıkla) arasında değişen 7'li Likert ölçeği kullanarak yanıt vermiştir. Ankette yer alan maddelerin çalışmada kullanılabilmesi için öncelikle anket formunu geliştiren yazarlardan biri olan Myoung-gi Chon'dan elektronik posta ile onay; akabinde Artvin Çoruh Üniversitesi'nden Etik Kurul Onay Belgesi alınmıştır. Veriler, 19 Eylül -25 Eylül 2024 tarihleri arasında çevrimiçi anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Google Forms'ta oluşturulan anket formunun linki katılımcılara e-mail ve Whatsapp aracılığıyla iletilmiştir. Anket formu, toplam üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, sosyal medya aktivizmi ile ilgili on; ikinci bölümde çevrimdışı aktivizmle ilgili yedi; son bölümde de demografik özelliklere ilişkin sekiz soru yer almıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye'de yaşayan 18 yaşını tamamlamış kişiler oluşturmaktadır. TÜİK'in resmi internet sitesinde yayınlanan rapora göre 2023 yılı toplam nüfus sayısı 85 milyon 372 bin 377' dir. Aynı rapora göre 15 yaş ve üstü kişi sayısı 67 milyon 60 bin 744'tür (TÜİK, 2024). Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004)  $\alpha = 0.05$  için  $\pm 0.05$  örnekleme hatası ile farklı evren büyüklüklerinden çekilmesi gereken örneklem büyüklükleri hesaplamasında 1 milyon ve üzeri evren büyüklüğü için 384 örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu belirtmektedir. Örneklem tespitine ilişkin bilgiler dikkate alınarak araştırmada, örneklemin daha üst düzeyde ana kütleyi temsil edebilmesini sağlayabilmek amacıyla elde edilen değerlerin üzerinde veri toplamaya gayret edilmesi hedeflenmiş ve bu sebeple araştırmanın hipotezlerinin sınanacağı örneklem büyüklüğü 400 kişi olarak belirlenmiştir. Veriler kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak belirtilen evreni temsil etme gücüne sahip toplam 401 katılımcıdan toplanmıştır. Katılımcılar, çalışmanın amaçlarını özetleyen bir onay formunu okuyup kendi istekleri ile onayladıktan sonra çevrimiçi anketi doldurmuşlardır.

## 2.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Betimsel ve çıkarımsal istatistik testleri yapılmadan evvel veri seti uç değerler açısından kontrol edilmiştir. Analizlerin güvenilirliğini arttırmak için uç değerlerin tespit edilmesi ve silinmesi önemli bir adımdır. Mahalanobis mesafesi, çok değişkenli verilerde uç değerleri tespit etmek için kullanılmaktadır. Bu mesafe, her bir gözlemin veri setinin ortalamasına olan uzaklığını, değişkenlerin kovaryans yapısını dikkate alarak ölçmektedir. Böylece çok boyutlu uzayda gözlemlerin ne kadar "normal" veya "olağandışı" olduğunu belirlemeye yardımcı olur. Tabachnick ve Fidel (2020, s. 72-75), çok değişkenli analizler için uygun veri koşullarının sağlanmasının önemini vurgulamakta ve uç değerlerin analizin sonuçlarını önemli ölçüde etkileyebileceğini belirtmektedir. Bu bağlamda, Mahalanobis mesafesini kullanarak uç değerlerin tespit edilmesi ve analizden çıkarılması, veri kalitesini artırmakta ve daha güvenilir sonuçların elde edilmesini sağlamaktadır (Tabachnick ve Fidel, 2020, s. 76-77). Literatür ışığında Mahalanobis mesafesi hesaplanan veri setinde uç değerlerin analizi bozacağı düşünüldüğü için 41 anket formu analiz dışı bırakılmış; dolayısıyla 360 anket formu üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1'de katılımcıların demografik özellikleri yer almaktadır. Buna göre ankete katılım gösterenlerin yüzde 51.4'ü (n=185) kadın, yüzde 48.6'sı (n=175) erkek; yüzde 29.4'ü (n=106) 18-30 yaş, yüzde 36.1'i (n=130) 31-40 yaş, yüzde 34.4'ü (n=124) 41 yaş ve üstü bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların yüzde 68.3'ü (n=246) evli, yüzde 31.7'si (n=114) bekar. Eğitim durumuna göre katılımcıların büyük çoğunluğunu (n=124, yüzde 34.4) lisans mezunları oluştururken onu sırası ile doktora (yüzde 26.1), yüksek lisans (yüzde 16.4), ön lisans (yüzde 14.4) ve lise (yüzde 8.6) takip etmektedir. Katılımcıların aylık hane halkı gelirine göre yüzde 38.9'unu (n=140) 49.999 TL ve altı, yüzde 31.9'u (n=115) 50.000 TL-89.999 TL, yüzde 29.2'sini (n=105) 90.00 TL ve üstü oluşturmaktadır. Ankete katılanların büyük çoğunluğu (n=148, yüzde 41.1) milliyetçi görüşe sahip olduğunu belirtmiştir. Yüzde 23.1'i (n=83) cumhuriyetçi, yüzde 17.5'i (n=63) muhafazakâr, yüzde 8.6'sı (n=31) demokrat, yüzde 9.7'si (n=35) diğer (liberal, anarşist, feminist vb.) görüşlere sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların yüzde 95'i (n=342) İslam; yüzde 0.3'ü (n=1) Musevilik, yüzde 4.7'si (n=17) diğer (Hinduizm, Budizm vb.) inanca sahip olduğunu belirtmiştir.

**Tablo 1.** Örneklemi Tanımlayıcı İstatistikler (N=360)

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Erkek	175	48.6
	Kadın	185	51.4
Yaş	18-30 Yaş	106	29.4
	31-40 Yaş	130	36.1
	41 Yaş ve üstü	124	34.4
Medeni Durum	Bekâr	114	31.7
	Evli	246	68.3
Eğitim	Lise	31	8.6
	Ön lisans	52	14.4
	Lisans	124	34.4
	Yüksek lisans	59	16.4
	Doktora	94	26.1
Aylık Hane Halkı Geliri	49,999 TL ve altı	140	38.9
	50.000 TL-89.999 TL	115	31.9
	90.000 TL ve üstü	105	29.2
Siyasi Görüş	Cumhuriyetçi	83	23.1
	Milliyetçi	148	41.1
	Demokrat	31	8.6
	Muhafazakâr	63	17.5
	Diğer (Liberal, anarşist, feminist vb.)	35	9.7
Din	İslam	342	95.0
	Musevilik	1	.3
	Diğer (Hinduizm, Budizm vb.)	17	4.7

### 2.3. Katılımcıların Hayvanları Koruma Kanunu'na İlişkin Görüşleri

Çalışma kapsamında seçilen konu, Hayvanları Koruma Kanunu olmuştur. Bu konu, son dönemlerde Türkiye'de sıklıkla tartışılması sebebi ile seçilmiştir. Daha önceki Hayvanları Koruma Kanunu ("topla, aşıla, kısırlaştır, yerine bırak" uygulaması) sokak hayvanlarının özellikle köpeklerin tedavi ve kısırlaştırma süreçlerinden sonra sokağa geri bırakılmasını öngörmekteydi. Ancak yeni yasa ile bu yöntem kaldırılmış ve sokaktaki tüm köpeklerin toplanarak sahiplendirilinceye kadar barınaklarda tutulması zorunlu hale getirilmiştir. 30 Temmuz 2024'te Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) Genel Kurulu'nda yapılan oylama sonucunda kabul edilerek yasalaşan 17 maddelik "160 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu'nda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi", Resmi Gazete'de yayımlanmış ve 2 Ağustos 2024 itibarıyla yürürlüğe girmiştir (Öztürk, 2024). Ancak hayvan severler, çeşitli meslek örgütleri ve muhalefet partileri barınakların yetersizliği, sahiplendirme süreçlerinin yavaşlığı, uygun bakımevi şartlarının sağlanamaması ve benzeri nedenlerle bu düzenlemenin hayvan hakları açısından geriye gidiş olduğunu ve sorunları çözmek yerine sorunları derinleştirebileceğini iddia etmiştir (Öztürk, 2024). Bu gelişmeler sonrası, X'te #SokaktayımYanımdayım, #YaşamıçinYasa, #YasayıGeriÇek, #KatliamaOyumuHayır, #KatliamaDurDe vb. etiketlerle konu gündeme getirilmiştir. Ayrıca İstanbul, Ankara, İzmir gibi Türkiye'nin çeşitli illerinde gösteriler düzenlenerek yasa, protesto edilmiştir (Utucu, 2024; BBC, 2024). Dahası Londra'da da hayvan hakları aktivistleri yasaya karşı gösteriler düzenlemiştir (BBC, 2024). Diğer tarafta ise özellikle sokak köpeklerinden ötürü çocukların zarar gördüğünü ve toplatılması gerektiğini düşünen kesimin X'te paylaşımları yer almış, bu meseleye çözüm talep etmişlerdir (NTV, 2024). Nihayetinde Hayvanları Koruma Kanunu, Türkiye kamuoyunda önemli bir tartışma konusu olduğu ve toplumun çeşitli kesimleri tarafından farklı açılardan dile getirildiği için çalışma kapsamında seçilmiştir. Katılımcıların bu kanuna ilişkin görüşleri, Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2.** Katılımcıların Hayvanları Koruma Kanunu'na İlişkin Görüşleri

		n	%
Türkiye'nin Hayvanları Koruma Kanunu politikasını onaylıyor musunuz?	Onaylıyorum	108	30.0
	Onaylamıyorum	141	39.2
	Fikrim Yok	111	30.8

Tablo 2'ye göre katılımcıların yüzde 30'u (n=108) kanunu onayladığını, yüzde 39.2'si (n=141) onaylamadığını, yüzde 30.8'i (n=111) ise bir fikrinin olmadığını beyan etmiştir.

## 2.4. Analiz

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezlerin test edilmesi için IBM SPSS 23 programı kullanılmıştır. Öncelikle çevrimdışı aktivizm ölçeğinin yapı geçerliliğini ortaya koymak amacıyla açımlayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Faktörleştirme yöntemi olarak Principal Components, döndürme yöntemi olarak Direct Oblimin seçilmiştir; analiz sonucunda KMO değerinin .905 tespit edilmesi sonrası örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygun olduğuna karar verilmiştir. Barlett Küresellik testi sonuçlarına göre elde edilen ki-kare değerinin ( $\chi^2(360) = 2792.371, df=21, p=0.000$ ) 0.05 önem derecesinde anlamlı olduğu tespit edildiğinden veri setinin faktör analizine uygun olduğuna karar verilmiştir. Hair vd. (2010) ile Kline (2016) madde faktör yüklerinin .40 veya daha yüksek olmasını kabul edilebilir bulmaktadır. Bu çalışmada da eşik değer, .40 olarak belirlenmiş ve bu kriteri sağlamayan çevrimdışı aktivizmden “madde 1” analizden çıkarılarak analiz tekrar edilmiş, nihai KMO değeri 0.889; Barlett Küresellik testi sonuçları  $\chi^2(360) = 2606.198, df=15, p=0.000$  olarak saptanmış, tek faktörlü yapı literatüre (Chon ve Park, 2020) uygun olarak tespit edilmiştir.

Sosyal medya aktivizmine ilişkin ölçeğin yapı geçerliliğini ortaya koymak amacıyla yukarıda anlatıldığı gibi AFA yapılmış; KMO değerinin .955 olarak tespit edilmesi sonrası örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygun olduğuna karar verilmiştir. Barlett Küresellik testi sonuçları  $\chi^2(360) = 4720.348, df=45, p=0.000$  olarak belirlenmiştir. Analiz sonucu, literatüre (Chon ve Park, 2020) uygun şekilde iki faktörlü yapıyı ortaya koymuştur. Fakat daha önce de belirtildiği gibi anlaşılabilirliğin bozulmaması ve genel bir değerlendirme sunabilmek amacıyla sosyal medya aktivizmine ilişkin ölçekten alınan toplam puan, sosyal medya aktivizmine katılım düzeyi olarak çalışma kapsamında ele alınmıştır.

Ölçeklere ilişkin madde yükleri, ortalamaları, çarpıklık ve basıklık değerleri ile güvenilirlik katsayıları Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** Ölçeklerin Madde Yüğü, Ortalamaları, Basıklık ve Çarpıklık Değerleri ile Güvenilirlik Değerleri (N=360)

Ölçekler	Maddeler	Madde Yüğü	$\bar{x}$ (SD)	$\bar{x}$ (SD)	Skewness	Kurtosis	$\alpha$		
Çevrimdışı Aktivizm	2. “Hayvanları Koruma Kanunu” konusunda görüşümü destekleyen bir mitinge veya gösteriye katılabilirim.	.892	3.24 (2.11)	3.10 (1.86)	.558	-.828	.961		
	3. “Hayvanları Koruma Kanunu” konusunda görüşümü destekleyen bir kuruluş toplantısına katılabilirim.	.919	3.43 (2.07)						
	4. “Hayvanları Koruma Kanunu” konusunda görüşümü destekleyen bir kuruluşa üye olabilirim.	.930	3.02 (2.07)						
	5. “Hayvanları Koruma Kanunu” konusunda görüşümü destekleyen bir kuruluş için aktif olarak kampanya yürütebilirim.	.926	2.84 (1.92)						
	6. “Hayvanları Koruma Kanunu” konusuyla ilgili görüşümü destekleyen bir politikacı veya hükümet yetkilisiyle telefon veya mektup yoluyla iletişime geçebilirim.	.901	3.04 (2.03)						
	7. “Hayvanları Koruma Kanunu” konusuyla ilgili görüşümü destekleyen aktivistlerle telefon veya mektup yoluyla iletişime geçebilirim.	.927	3.04 (2.00)						
	TOPLAM		83.901						
	KMO	.889							
	Barlett Küresellik Testi Ki Kare	2606.198							
	df.	15							
	p değeri	.000							
Sosyal Medya Aktivizmi	Proaktif İletişim Davranışı	1. Fırsat bulsam “Hayvanları Koruma Kanunu” konusunda sosyal medya paylaşımları yaparım.	.760	3.51 (2.09)	3.39 (1.90)	.344	-1.116	.968	.974
		2. Sosyal medyada “Hayvanları Koruma Kanunu” konusuyla ilgili görüşlerimi destekleyen bir gruba katılırım.	.953	3.06 (2.06)					
		3. Sosyal medyaya “Hayvanları Koruma Kanunu” konusunda materyaller (örneğin resimler) yüklerim.	.924	3.13 (2.05)					
		4. “Hayvanları Koruma Kanunu” konusunda bir sosyal medya gönderisine kişisel bir yorum yazarım.	.706	3.39 (2.09)					
		5. “Hayvanları Koruma Kanunu” konusuyla ilgili diğer bilgilere bağlantılar sağlarım.	.973	3.15 (1.98)					



Reaktif İletişim Davranışı	6. İnsanların "Hayvanları Koruma Kanunu" konusunda bakış açımı aramasını ve paylaşmasını kolaylaştıran hashtag'ler kullandım.	.953	2.90 (1.97)	
	7. "Hayvanları Koruma Kanunu" konusunda benimle aynı fikirde olan sosyal medya paylaşımlarına (örneğin Facebook ve X) "👍" veya "❤️" tuşuna tıklarım.	1.032	4.06 (2.33)	
	8. Sosyal medyada (örn. Twitter) "Hayvanları Koruma Kanunu" konusunda görüşlerimi paylaşan belirli kişileri, sayfaları veya grupları takip ederim.	.680	3.48 (2.14)	.944
	9. "Hayvanları Koruma Kanunu" konusuyla ilgili içerikler, benim bakış açımla örtüşüyorsa retweet eder veya bunlardan bahsederim (örn. X).	.743	3.54 (2.21)	
	10. Sosyal medyada benim bakış açımla örtüşen "Hayvanları Koruma Kanunu" konusuyla ilgili içerikleri arkadaşlarımla paylaşıyorum.	.620	3.66 (2.18)	
	TOPLAM	86.441		
	KMO	.955		
	Barlett Küresellik Testi Ki Kare	4720.348		
	df.	45		
	p değeri	.000		

Tablo 3'te görüldüğü üzere, çevrimdışı aktivizm ölçeğinde tek faktörlü yapı altında yer alan maddelerin faktör yükleri .892 ile .930 arasında değişmekte olup, literatürde kabul edilen 0.40 ve üzeri faktör yüklerine göre bu değerler iyi ile mükemmel aralığında değerlendirilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2020). Faktör yüklerinin bu düzeyde olması, maddelerin ölçmek istedikleri yapıyı güçlü bir şekilde temsil ettiğini göstermektedir. Sosyal medya aktivizmi ölçeğine ait maddelerin faktör yükleri ise .620 ile 1.032 arasında değişmekte olup, bu değerlerin de iyi ile mükemmel aralığında yer aldığı tespit edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik düzeyi Cronbach Alfa katsayısı dikkate alınarak hesaplanmış; çevrimdışı aktivizm için  $\alpha = 0.961$ ; sosyal medya aktivizmi için  $\alpha = 0.974$  tespit edilmiştir. Böylece bütün maddelerin mükemmel (Durmuş vd., 2016, s. 89) güvenilirlik değerine sahip olduğu saptanmıştır. Katılımcıların çevrimdışı aktivizme katılıma ilişkin ortalamaları 3.10; sosyal medya aktivizmine katılıma ilişkin ortalamaları 3.39 olarak saptanmıştır.

### 3. Bulgular

Çalışma kapsamında önerilen "H1: Sosyal medya aktivizmi çevrimdışı aktivizmin anlamlı bir yordayıcısıdır." hipotezini test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Regresyona başlamadan evvel doğrusallık incelenmiş; bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusallığını görmek için Scatterplot (nokta dağılım) grafiği ve Pearson korelasyon analizinden yararlanılmış; sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4.** Sosyal Medya Aktivizmi ile Çevrimdışı Aktivizm Arasındaki İlişki

		Sosyal Medya Aktivizmi
Çevrimdışı Aktivizm	Pearson Correlation	.800**
	N	360

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

Tablo 4, değişkenler arasında yüksek düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ( $r=.80$ ,  $p<.01$ ). Başka bir deyişle katılımcıların sosyal medya aktivizminin artması durumunda çevrimdışı aktivizmin de artacağı söylenebilir.

Tablo 5'te sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizmi yordamasına ilişkin basit doğrusal regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

**Tablo 5.** Sosyal Medya Aktivizminin Çevrimdışı Aktivizmi Yordamasına İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	B	Standart Hata	$\beta$	t	p	R	R <sup>2</sup>	F	p
Sosyal Medya Aktivizmi	Çevrimdışı Aktivizm	.447	.120	.800	3.710	.000	.800	.641	638.480	.000

Tablo 5'e göre, sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizme pozitif yönde ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir ( $F=638.480$ ,  $p<.01$ ). Modelin açıklama gücü olarak ifade edilen R<sup>2</sup> değeri .641 olarak hesaplanmıştır Bu değer, çevrimdışı aktivizm değişkenindeki varyasyonun yüzde 64,1'inin sosyal medya aktivizmi ile açıklanabildiğini göstermektedir (Bkz. Tablo 5).

Regresyon analizi yapıldıktan sonra hata terimlerinin normal dağılması ve hata terimlerinin varyansının sabit olması varsayımlarının da test edilmesi gerekmektedir (Durmuş vd., 2016, s. 164). Yapılan analizler ve elde edilen grafikler sonrası hata terimlerinin normal dağılımı ve hata terimlerinin eşvaryanslılık varsayımının gerekleri sağladığı görülmüş; nihayetinde H1 hipotezi kabul edilmiştir.

“Hipotez 2: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.” Hipotezinin test edilebilmesi için bağımsız gruplar t testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 6.** Katılımcıların Sosyal Medya Aktivizmi ve Çevrimdışı Aktivizme Katılıma İlişkin Puanlarının Cinsiyete Göre t Testi Sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	$\bar{x}$	SD	Levene Testi		t testi		
					F	p	t	df	p
Sosyal Medya Aktivizmi	Erkek	175	2.88	1.81	.270	.603	-5.148	358	.000
	Kadın	185	3.87	1.86					
Çevrimdışı Aktivizm	Erkek	175	2.78	1.82	.032	.857	-3.261	358	.001
	Kadın	185	3.41	1.85					

Tablo 6’ya göre katılımcıların sosyal medya aktivizmine katılım düzeyleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $t[358]= -5.148; p<0.05$ ). Kadın katılımcıların sosyal medya aktivizmine katılıma ilişkin puanları ( $\bar{x}=3.87$ ), erkeklerin puanlarından ( $\bar{x}=2.88$ ) daha yüksektir. Çevrimdışı aktivizm düzeyinde de cinsiyete göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiş ( $t[358]= -3.261; p<0.05$ ); kadın katılımcıların ( $\bar{x}=3.41$ ), erkeklere ( $\bar{x}=2.78$ ) göre daha yüksek katılıma sahip oldukları yapılan analiz sonucu belirlenmiştir. Böylece H2a ve H2b hipotezi kabul edilmiştir.

“Hipotez 3: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.” Hipotezinin test edilebilmesi için bağımsız gruplar t testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7.** Katılımcıların Sosyal Medya Aktivizmi ve Çevrimdışı Aktivizme Katılıma İlişkin Puanlarının Medeni Durumlarına Göre t Testi Sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	$\bar{x}$	SD	Levene Testi		t testi		
					F	p	t	df	p
Sosyal Medya Aktivizmi	Bekâr	114	3.80	1.82	2.27	.133	2.800	358	.005
	Evli	246	3.20	1.91					
Çevrimdışı Aktivizm	Bekâr	114	3.43	1.82	.259	.611	2.268	358	.024
	Evli	246	2.95	1.87					

Tablo 7’de görüldüğü üzere katılımcıların medeni durumlarına göre sosyal medya aktivizmine katılım düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $t[358]=2.800; p<0.05$ ). Bekâr katılımcıların sosyal medya aktivizmine katılmaya ilişkin ortalamaları ( $\bar{x}=3.80$ ), evli ( $\bar{x}=3.20$ ) katılımcılara göre daha yüksektir. Çevrimdışı aktivizm düzeyinde de medeni duruma göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiş ( $t[358]= 2.268; p<0.05$ ); bekâr katılımcıların ( $\bar{x}=3.43$ ), evlilere ( $\bar{x}=2.95$ ) göre daha yüksek katılım algısına sahip oldukları yapılan analiz sonucu belirlenmiş; H3a ve H3b hipotezleri kabul edilmiştir.

“Hipotez 4: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri yaşa göre farklılık göstermektedir.” hipotezini test etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmış, sonuçlar Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8.** Katılımcıların Yaşlarına Göre Sosyal Medya Aktivizmine ve Çevrimdışı Aktivizme Katılım Düzeylerine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	$\bar{x}$	SD		ANOVA				
						Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p
Sosyal Medya Aktivizmi	18-30	106	4,03	1,80	Gruplar Arası	68.198	2	34.099	9.895	.000
	31-40 Yaş	130	3,28	1,87	Gruplar İçi	1230.261	357	3.446		
	41 ve Üstü	124	2,96	1,89	Toplam	1298.459	359			
Çevrimdışı Aktivizm	18-30	106	3.62	1.86	Gruplar Arası	ANOVA				
						Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p
						40.245	2	20.122	5.966	.003

31-40 Yaş	130	2.84	1.79	Gruplar İçi	1204.132	357	3.373
41 ve Üstü	124	2.93	1.87	Toplam	1244.377	359	

ANOVA testi öncesinde grupların varyanslarının eşitliğine bakılmış, Levene testinin sonucunda grup varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir ( $p=.375$ ). Bu durumda tek yönlü varyans analizini yapabilmek için gerekli ön şart sağlanmış akabinde ANOVA sonuçlarına bakılmıştır. Tablo 8’de görüleceği gibi katılımcıların yaşlarına göre sosyal medya aktivizmine katılım düzeyleri arasında anlamlı bir farkın olduğu saptanmıştır ( $F= 9.895, p<0.05$ ). Hangi grupların birbirinden farklılaştığını tespit edebilmek için ikili karşılaştırma testlerinden Scheffe testi sonuçlarına bakılmıştır. Scheffe testi, grup sayıları birbirine eşit olmadığında tercih edilmekte ve sosyal bilimlerde anket ile toplanan verilerde sıklıkla kullanılmaktadır (Durmuş vd., 2016). Scheffe testi sonuçlarına göre 18-30 yaş aralığında yer alan katılımcıların sosyal medya aktivizmine katılımı ile diğer gruplarda yer alan katılımcılar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ( $p<0.05$ ). 18-30 yaş aralığında yer alan katılımcıların sosyal medya aktivizmine katılımı ( $\bar{x}=4.03$ ) diğer gruplara göre daha yüksektir. Böylece H4a hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların çevrimdışı aktivizme ilişkin ortalamalarının yaşa göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi için tek yönlü varyans analizi yapılmış; Levene testi sonucuna göre grup varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir ( $p=.934$ ). Ön şartın sağlanması sonrası ANOVA sonuçlarına bakılmış; sonuçlar Tablo 8’de sunulmuştur. Buna göre, katılımcıların yaşlarına göre çevrimdışı aktivizme katılıma ilişkin ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur ( $F= 5.966, p<0.05$ ). Scheffe testi ile hangi gruplar arasında fark olduğuna bakılmış ve 18-30 yaş aralığında yer alan katılımcıların çevrimdışı aktivizme katılımı ile diğer gruplarda yer alan katılımcılar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ( $p<0.05$ ). 18-30 yaş aralığında yer alan katılımcıların çevrimdışı aktivizme katılımı ( $\bar{x}=3.62$ ) diğer gruplara göre daha yüksektir. Böylece H4b hipotezi de kabul edilmiştir.

“Hipotez 5: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.” hipotezini test etmek amacıyla ANOVA yapılmış; sonuçlar Tablo 9’da sunulmuştur.

**Tablo 9.** Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Sosyal Medya Aktivizmine ve Çevrimdışı Aktivizme Katılım Düzeylerine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	$\bar{x}$	SD		ANOVA				
						Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p
Sosyal Medya Aktivizmi (SMA)	Lise	31	3.53	1.94	Gruplar Arası	23.550	4	5.888	1.639	.164
	Ön lisans	52	3.74	1.87						
	Lisans	124	3.50	1.87	Gruplar İçi	1274.908	355	3.591		
	Yüksek lisans	59	3.41	2.17						
	Doktora	94	2.99	1.73	Toplam	1298.459	359			
	Çevrimdışı Aktivizm (ÇA)	Lise	31	3.13	2.11	Gruplar Arası	26.906	4		
Ön lisans		52	3.68	1.75						
Lisans		124	2.94	1.83	Gruplar İçi	1217.471	355	3.429		
Yüksek lisans		59	3.27	2.10						
Doktora		94	2.88	1.67	Toplam	1244.377	359			

Tablo 9’da yer alan sonuçlar, her iki aktivizm türüne ait ortalamaların eğitim durumuna göre farklılaşmadığını göstermiştir (FSMA= 1.639,  $p>0.05$ ; FÇA=1.961,  $p>0.05$ ). Böylece H5a ve H5b hipotezleri reddedilmiştir.

Çalışma kapsamında oluşturulan “Hipotez 6: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri aylık hane halkı gelirlerine göre farklılık göstermektedir.” hipotezini test etmek için ANOVA testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 10’da verilmiştir.

**Tablo 10.** Katılımcıların Aylık Hane Halkı Gelirlerine Göre Sosyal Medya Aktivizmine Katılımlarına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	$\bar{x}$	SD	ANOVA					
					Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p	
Sosyal Medya Aktivizmi	49 bin 999 TL ve altı	140	3.67	1.94	Gruplar Arası	29.203	2	14.602	4.107	.017
	50 bin TL-89bin999	115	3.42	1.95	Gruplar İçi	1269.255	357	3.555		
	90 bin TL ve üstü	105	2.98	1.74	Toplam	1298.459	359			

Öncelikle grup varyanslarının eşitliğine bakılmış, Levene testinin sonucunda grup varyanslarının eşitliği kabul edilmiş ( $p=.105$ ), akabinde ANOVA sonuçlarına bakılmıştır. Tablo 10'da görüldüğü üzere katılımcıların aylık hane halkı gelirlerine göre sosyal medya aktivizmine katılma düzeyleri arasında anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir ( $F= 4.107, p<0.05$ ). Scheffe testi sonuçlarına göre 49 bin 999 TL ve altı gelire sahip olan katılımcıların sosyal medya aktivizmine katılımları ile 90 bin TL ve üstü gelire sahip olan grupta yer alan katılımcılar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ( $p<0.05$ ). 49 bin 999 TL ve altı gelire sahip olan katılımcıların sosyal medya aktivizmine katılımları ( $\bar{x}=3.67$ ), 90 bin TL ve üstü gelire sahip olanlara ( $\bar{x}=2.98$ ) göre daha yüksektir. Böylece H6a hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların çevrimdışı aktivizme katılma düzeylerinin aylık hane halkı gelirlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenebilmesi için ANOVA testi yapılmış ancak Levene testi sonucunda grup varyanslarının eşit olmadığı tespit edilmiştir ( $p=.029$ ). Bu şart sağlanmadığı durumlarda Welch testi kullanılmalıdır çünkü Welch testi, varyansların eşit olmadığı zamanlarda daha güvenilir sonuçlar sağlamaktadır (Ruxton, 2006; Welch, 1951). Tablo 11'de analiz sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 11.** Katılımcıların Aylık Hane Halkı Gelirlerine Göre Çevrimdışı Aktivizme Katılımlarına İlişkin Welch Testi Sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	$\bar{x}$	SD	Statistic	df1	df2	p
Çevrimdışı Aktivizm	49 bin 999 TL ve altı	140	3.33	1.93	Welch	3.916	2	233.940
	50 bin TL-89bin999	115	3.80	1.93				
	90 bin TL ve üstü	105	2.71	1.63				

Tablo 11'e göre katılımcıların aylık hane halkı gelirlerine göre çevrimdışı aktivizme katılım düzeylerinde anlamlı bir fark söz konusudur (Welch= 3.916,  $p<0.05$ ). Bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için Games-Howel testi sonucuna bakılmıştır. Games-Howell testi, grup varyansları eşit olmadığı ve örneklem büyüklükleri farklı olduğunda güvenilir sonuçlar veren bir post-hoc testidir (Field, 2013). Buna göre, 49 bin 999 TL ve altı gelire sahip olan katılımcıların çevrimdışı aktivizme katılımları ( $\bar{x}=3.33$ ), 90 bin TL ve üstü gelire sahip olanlara ( $\bar{x}=2.71$ ) göre daha yüksektir. Nihayetinde H6b hipotezi kabul edilmiştir.

Çalışma kapsamında önerilen "Hipotez 7: Katılımcıların (a) sosyal medya aktivizmine ve (b) çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri siyasi görüşlerine göre farklılık göstermektedir." hipotezini test edebilmek için ANOVA testinden faydalanılmıştır. Öncelikle katılımcıların sosyal medya aktivizmine katılımının siyasi görüşlerine göre farklılık gösterip göstermediği test edilmiş; Levene testi sonucunda grup varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir ( $p=.100$ ). ANOVA sonuçları Tablo 12'de verilmiştir.

**Tablo 12.** Katılımcıların Siyasi Görüşlerine Göre Sosyal Medya Aktivizmine Katılımlarına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	$\bar{x}$	SD	ANOVA					
					Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p	
Sosyal Medya Aktivizmi	Cumhuriyetçi	83	3.79	1.85	Gruplar Arası	65.715	4	16.429	4.731	.001
	Milliyetçi	148	3.40	1.91						
	Demokrat	31	3.23	1.73	Gruplar İçi	1232.744	355	3.473		
	Muhafazakâr	63	2.59	1.63						
	Diğer (Liberal, Anarşist, Feminist vb.)	35	3.96	2.19	Toplam	1298.459	359			

Tablo 12'ye göre katılımcıların siyasi görüşlerine göre sosyal medya aktivizmine katılım düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F= 4.731, p<0.05$ ). Hangi gruplar arasında fark olduğunu tespit edebilmek amacıyla Scheffe testi sonuçlarına bakılmış; buna göre Cumhuriyetçiler ile muhafazakârlar arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ( $p=.006$ ). Cumhuriyetçilerin sosyal medya aktivizmine ilişkin ortalamaları 3.79 iken, muhafazakârların 2.59 olarak tespit edilmiş; böylece H7a hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların çevrimdışı aktivizme katılım düzeyleri siyasi görüşlerine göre farklılık gösterip göstermediği ANOVA testi ile incelenmiş; Levene testi sonuçlarına bakılmış, fakat grup varyanslarının eşit olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $p=.000$ ). Bu şart sağlanmadığı için Welch testi kullanılmış, sonuçlar Tablo 13'te sunulmuştur.

**Tablo 13.** Katılımcıların Siyasi Görüşlerine Göre Çevrimdışı Aktivizme Katılım Düzeylerine İlişkin Welch Testi Sonuçları

Değişkenler	Gruplar	N	$\bar{x}$	SD	Statistic	df1	df2	p
Çevrimdışı Aktivizm	Cumhuriyetçi	83	3.48	1.87	Welch	3.615	4	.008
	Milliyetçi	148	3.07	1.91				
	Demokrat	31	2.80	1.39				
	Muhafazakâr	63	2.53	1.56				
	Diğer (Liberal, Anarşist, Feminist vb.)	35	3.61	2.22				

Tablo 13'e göre katılımcıların siyasi görüşlerine göre çevrimdışı aktivizme katılıma ilişkin görüşlerinde anlamlı bir fark söz konusudur (Welch= 3.615,  $p<0.05$ ). Bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için Games-Howel testi sonucuna bakılmıştır. Buna göre Cumhuriyetçiler ile muhafazakârlar arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ( $p=.009$ ). Cumhuriyetçilerin çevrimdışı aktivizme ilişkin ortalamaları ( $\bar{x}=3.48$ ) muhafazakârların ( $\bar{x}=2.53$ ) puanlarından anlamlı bir şekilde daha yüksek bulunmuş; böylece H7b hipotezi de kabul edilmiştir.

## Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Sosyal medya aktivizmi, bireylerin dijital platformlarda toplumsal, kültürel, ekonomik veya politik meseleler hakkında farkındalık oluşturma, örgütlenme ve eyleme geçmelerini ifade etmektedir. Sosyal medya aktivizminin toplulukları etkileme ve kamusal algıyı şekillendirme gücünün çevrimdışı aktivizme etkisinin araştırılması, hem halkla ilişkiler uygulayıcıları hem de politika yapımcılar ve aktivistler açısından önemlidir; zira bu etki, halkla ilişkiler profesyonellerine etkin iletişim stratejileri geliştirme, politika yapımcılara toplumsal talepleri anlama ve aktivistlere etkili kampanyalar oluşturma fırsatları sunmaktadır. Bu noktadan yola çıkılarak hazırlanan çalışma ile öncelikle sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizm üzerindeki etkisi incelenmiş, yapılan analizler sonucunda sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizmi anlamlı bir şekilde yordadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların sosyal medyada gösterdikleri eylemcilik düzeyi arttıkça çevrimdışı aktivizm de artmaktadır. Bu bulgu, gündem oluşturma, kamuoyunu bilgilendirme, hızlı örgütlenme gibi etkileri bulunan sosyal medya aktivizminin yalnızca dijital platformlarla sınırlı kalmadığını; fiziki katılımı da teşvik ettiğini ortaya koymaktadır. Elde edilen sonuç, dijital iletişim araçlarının toplumsal mobilizasyon üzerindeki etkisine ilişkin literatürü (Chon ve Park, 2020; Chon, 2023; Bennett ve Segerberg, 2012) desteklemektedir. Her ne kadar Gladwell, Morozov, Tufekci, Jenkins gibi dijital aktivizmin etkisi üzerine eleştirileri bulunan yazar ve bilim insanları bulunsada internet ve sosyal medya uygulamaları aracılığıyla örgütlenmenin, haberleşmenin, küresel çapta eylemleri duyurmanın kolaylaştığını kabul etmek, fakat tüm bunların aslında çevrimdışı aktivizmi güçlendirebilecek araçlar olduğunu unutmamak gerekir. Eylemciliğin salt fiziki alanlarda var olabileceğini, sürdürülebileceğini ve sonuçta etkili olabileceğini düşünmek çağa ayak uydurmak ve belirli bir alanda sınırlı kalmak anlamına gelecektir. Diğer taraftan sosyal, politik, kültürel veya ekonomik sorunların yalnızca internet ve sosyal medya uygulamaları aracılığıyla çözülebileceğini sanmak da oldukça ütöpik olacaktır. Bu noktada mevcut araştırma kapsamında elde edilen sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizmi etkilediğine ilişkin bulgu, her iki aktivizm türünün birbiri ile ilişkili olduğunu gözler önüne sermekte, sosyal medya aktivizminin artmasının çevrimdışı aktivizmi de arttırabileceğini göstermektedir. O halde halkla ilişkiler uygulayıcıları, sosyal medya aktivizminin çevrimdışı aktivizmi pozitif yönde etkilediğini göz önünde bulunduracak şekilde iletişim programları ve stratejileri geliştirmelidir. Özellikle sosyal medyada kişi, kurum ya da kuruluşlar hakkında dile getirilen hususlar, uygulayıcılar tarafından göz ardı edilmemeli, stratejik halkla ilişkiler yönetimi gerçekleştirilmelidir. Kurum, kuruluş ya da devlet kademesinde yer alan yöneticiler, konular sorunlara dönüşmeden evvel proaktif bir yaklaşım benimseyerek ortam taraması yapılmasına, kamu segmentasyonuna, senaryoların üretilerek alternatif çözüm stratejilerinin geliştirilmesine zaman, emek ve kaynak ayırmalıdır.

Çalışma kapsamında demografik değişkenlere göre sosyal medya aktivizmine ve çevrimdışı aktivizme katılım düzeyinin farklılaşp farklılaşmadığı incelenmiştir. Kadınların sosyal medya aktivizmine ve çevrimdışı aktivizme erkeklerden daha fazla katılım gösterdikleri tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgu, kadınların toplumsal meselelere daha fazla duyarlılık gösterdiği

yönündeki mevcut literatürle (Keller vd., 2016; Heuer ve Macomber, 2022; Foster vd., 2021) uyumlu görünmektedir. Dahası kadınlar, uzun bir zaman ve yıpratıcı süreçler sonrası gerek iş dünyasında gerek siyasette gerekse sosyal alanlarda daha fazla görünür hale gelmişlerdir. Toplumsal hayatın her alanında aktif roller üstlenen kadınlar, sorunlara karşı daha fazla bilinçlenmekte ve daha duyarlı hale gelmektedirler. Özellikle de sosyal medya aracılığıyla toplumsal adalet, cinsiyet eşitliği, insan hakları, hayvan hakları gibi konularda aktivizme katılarak değişimin bir parçası olmak için çaba sarf etmektedirler.

Çalışma kapsamında genç katılımcıların (18-30 yaş), sosyal medya aktivizmine ve çevrimdışı aktivizme diğer yaş gruplarında yer alan katılımcılara kıyasla daha yüksek katılım gösterdiği tespit edilmiştir. Genç nesillerin dijital araçlara olan yatkınlığı ve sosyal medya aktivizmi aracılığıyla toplumsal değişime katkı sağlama eğilimleri (Loader vd., 2014; Abbas vd., 2022; Boulianne ve Theocharis, 2020) göz önüne alındığında, bu durumun gençlerin sosyal ve politik meselelerde daha aktif bir rol üstlenmelerini sağladığı ve bu bağlamda hem çevrimiçi hem de çevrimdışı aktivizme katılımlarının arttığı anlaşılmaktadır. Medeni durum açısından incelendiğinde, bekârların evlilere oranla hem sosyal medya aktivizminde hem de çevrimdışı aktivizmde daha yüksek düzeyde katılım gösterdikleri görülmüştür. Bu durum, bekârların daha fazla zamana, enerjiye ve özgürlük alanına sahip olmalarından kaynaklanıyor (Schussman ve Soule, 2005) olabilir. Bireylerin evlilikten kaynaklı sorumlulukları artmakta aile olmanın vermiş olduğu yükümlülükler nedeniyle daha fazla kısıtlama ile karşılaşarak aktivizme katılım oranları düşebilmektedir (McAdam, 1986). Gelir düzeyine göre sosyal medya aktivizmine ve çevrimdışı aktivizme katılım incelendiğinde düşük gelirli katılımcıların yüksek gelirli katılımcılara kıyasla daha fazla aktivizmde buldukları tespit edilmiştir. Bu bulgunun altında yatan neden daha önce Brady vd. (1995) tarafından ifade edildiği üzere düşük gelirli bireylerin günlük yaşamlarında karşılaştıkları sorunları daha acil olarak tanımlayıp toplumsal değişime yönelik güçlü bir motivasyon hissetmeleri olabilir. Başka bir deyişle düşük gelir seviyesindeki bireyler, özellikle doğrudan yaşam koşullarını etkileyen toplumsal meseleler konusunda daha güçlü bir katılım gösterip; sosyal medyanın da düşük maliyetli bir protesto platformu olarak kullanılmasından (Tufekci, 2017) faydalanabilirler. Son olarak siyasi görüşler açısından sosyal medya aktivizmine ve çevrimdışı aktivizme katılım incelenmiş ve cumhuriyetçilerin sosyal medya aktivizmine ve çevrimdışı aktivizme katılım düzeylerinin muhafazakârlardan daha yüksek olduğu saptanmıştır. Putnam (2000) muhafazakârların geleneksel değerlere ve yapılaşmalara daha fazla bağlı olduğunu ve bu yüzden sosyal medya aktivizmi gibi yeni ve dijital temelli yöntemlere uzak durduklarını belirtmektedir. Muhafazakârların statükoyu koruma eğiliminde olmaları, onların aktivizm açısından bir adım geride durmalarına sebep olarak gösterilebilir. Diğer taraftan Bennett ve Segerberg (2012) sosyal medya platformlarının özellikle cumhuriyetçi ideolojiyi benimseyenler arasında etkili bir örgütlenme aracı olarak kullanıldığını ve bu platformları kullanan cumhuriyetçilerin daha hızlı harekete geçtiklerini öne sürmektedir ki elde edilen bu bulgu, onların düşüncesini destekler niteliktedir. Genç Cumhuriyetçiler, sosyal medyayı daha etkin kullanıp politik katılım için dijital platformları tercih ederken; muhafazakârlar (özellikle de daha yaşlı kuşaklar), teknolojiye daha az adapte olmaktadır (Smith, 2013).

Sosyal medya platformlarında aktif olan ve fiziki olarak eylemlere katılan bireylerin demografik farklılıklarını bilerek hedef kitlelere uygun iletişim programları tasarlamak, onların özelliklerine uygun mesajlar ve kampanyalar oluşturmak, etkili bir yönetimin atacağı adımlardan biri olacaktır. Bununla birlikte yöneticilerin sosyal medya aktivizmine ve çevrimdışı aktivizme katılan bireylerin demografik özelliklerini bilmesi, kaynakların daha adil bir şekilde dağıtılmasına ve toplumsal hizmetler ile desteklerin nerelere yönlendirilmesi gerektiğini belirlemelerine yardımcı olacaktır. Burada özellikle “yöneticiler” kavramı kullanılmaktadır. Zira halkla ilişkiler müdürü, kurumsal iletişim direktörü, halkla ilişkiler personeli vb. unvanlarla devlette, özel sektörde ya da sivil toplum kuruluşlarında görev yapan uygulayıcılar, yönetim tarafından maddi ve manevi olarak desteklenmediklerinde stratejik halkla ilişkiler yönetimi noktasında sorunlarla karşılaşacaklardır. Her demografik grup için uygun iletişim yöntemi geliştirilmelidir. Bilhassa gençler, sosyal medyayı yoğun kullanmaktadır. Bu anlamda onlarla ve sosyal medya kullanıcılarıyla etkileşimde bulunabilmek için dijital iletişim kanallarını etkin kullanmak önem arz etmektedir. Uygulayıcıların kendilerini bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı, yapay zekâ uygulamaları, veri yönetimi konularında geliştirmeleri tavsiye edilmektedir.

Aktivistler açısından ise hazırlanan bu çalışma, harekete geçirme stratejilerinde daha bilinçli ve hedefli adımlar atmaları konusunda yardımcı olabilir. Sosyal medya aktivizmine ve çevrimdışı aktivizme katılan kişilerin demografik yapılarının anlaşılması kimin hangi yöntemlerle daha hızlı ve etkili bir şekilde mobilize edilebileceğine ilişkin aktivistlere yol gösterebilir.

### **Kısıtlılıklar ve Gelecekteki Araştırmalar**

Hazırlanan çalışma, birtakım kısıtlılıklara sahiptir. Öncelikle çalışmada örneklem seçiminde olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda araştırmacılara olasılıklı örnekleme yöntemlerinden birini kullanmaları tavsiye edilmektedir. Ayrıca çalışma, Hayvanları Koruma Kanunu tartışmaları bağlamında özel olarak test edilmiştir. Farklı sorunları ele alan gelecekteki araştırmalar, sosyal medya aktivizmi ile çevrimdışı aktivizm arasındaki ilişkiyi tespit etmede faydalı olacaktır. Çalışmada nicel yöntem benimsenmiştir. Daha sonraki çalışmalarda

karma yöntemlerle araştırmalar yapmak alana katkı sağlayacaktır. Ayrıca sonraki çalışmalarda demografik faktörlerin aktivizm üzerindeki etkileri derinlemesine incelenebilir. Akademisyenler, bu faktörleri aracı veya düzenleyici değişkenler olarak modelleyerek hem sosyal medya hem de çevrimdışı aktivistlerin davranışlarını açıklamak için yeni çalışmalar geliştirebilirler. Böylece aktivizm, halkla ilişkiler, iletişim çalışmaları ve dijital platformlar ile ilgili teorik çerçevelerin yeniden değerlendirilmesi sağlanabilir.

## Kaynakça

- Abbas, L., Fahmy, S., Ayad, S., Ibrahim, M., & Ali, A. (2022). TikTok intifada: Analyzing social media activism among youth. *Online Media and Global Communication*, 1(2), 287–314. <https://doi.org/10.1515/omgc-2022-0014>
- Allsop, B. (2016). Social media and activism: A literature review. *Social Psychological Review*, 18(2), 35–40. <https://doi.org/10.53841/bpspr.2016.18.2.35>
- BBC News Türkçe (2024, 28 Temmuz), <https://www.bbc.com/turkce/articles/cw0yyp0rg8lo>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Brady, H. E., Verba, S., & Scholzman, K. L. (1995). Beyond SES: A resource model of political participation. *American Political Science Review*, 89(2), 271–294. <https://doi.org/10.2307/2082425>
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of the literature. *Political Communication*, 32(3), 299–320. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1004420>
- Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young people, digital media, and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111–127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>
- Bourland-Davis, P. G., Thompson, W., & Brooks, F. E. (2010). Activism in the 20th and 21st centuries. In R. L. Heath (Ed.), *The SAGE handbook of public relations* (pp. 409–420). SAGE Publications.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Castells, M. (2013). *İşyan ve umut ağları: İnternet çağında toplumsal hareketler* (E. Kılıç, Çev.). Koç Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2016). *İletişimin gücü* (B. Becerikli, Ed.). Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Chon, M. G., & Park, H. (2020). Social media activism in the digital age: Testing an integrative model of activism on contentious issues. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(1), 72–97. <https://doi.org/10.1177/107769901983589>
- Chon, M. G. (2023). The role of social media in empowering activism: testing the integrative model of activism to anti-Asian hate crimes. *Asian journal of communication*, 33(6), 511–528. <https://doi.org/10.1080/01292986.2023.2251131>
- Çayır, K. (2016). Toplumsal sahnenin yeni aktörleri. In K. Çayır (Ed.), *Yeni sosyal hareketler* (ss. 11–30). Kaknüs Yayınları.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S., & Çinko, M. (2016). *Sosyal bilimlerde veri analizi* (6th ed.). Beta Basım A.Ş.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). Sage Publications.
- Gerbaudo, P. (2017). From cyber-autonomism to cyber-populism: An ideological history of digital activism. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 15(2), 477–489. <http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/773/1012>
- Gladwell, M. (2010). Small change: why the revolution will not be tweeted. retrieved from <https://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell> Erişim Tarihi: Eylül, 2024
- Grunig, L. A. (2005). Eylemcilik: Örgütlerin etkinliğini nasıl sınırlıyor ve mükemmel halkla ilişkiler departmanları nasıl karşılık vermeli. In J. E. Grunig, D. M. Dozier, W. P. Ehling, L. A. Grunig, F. C. Repper, & J. White (Eds.), *Halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminde mükemmellik* (pp. 527–556). Rota Yayın.
- Fırat, D. (2014). Bellek, uzam ve mücadele. In Ü. Özger (Ed.), *Sokağın belleği: 1 Mayıs 1977'den Gezi direnişi'ne toplumsal hareketler ve kent meydanı* (ss. 7–42). Dipnot Yayınları.
- Foster, M. D., Tassone, A., & Matheson, K. (2021). Tweeting about sexism motivates further activism: A social identity perspective. *British Journal of Social Psychology*, 60(3), 741–764. <https://doi.org/10.1111/bjso.12429>
- Gencer Kasap, D. (2014). Çevrimiçi müzakere alanı olarak sosyal medya uygulamaları. In B. Çoban (Ed.), *Sosyal medya devrimi*. Su Yayınevi.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Heuer, G., & Macomber, M. (2022). Gender and Instagram activism in teenagers: Social discourse in a digital age. *Journal of Student Research*, 11(3). <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v11i3.2918>
- History.com Editors. (2010, Eylül 29). *Boston Tea Party*. History. <https://www.history.com/topics/american-revolution/boston-tea-party>
- İnceoğlu, Y., & Çoban, S. (2015). Sokak ve dijital aktivizm: Eylemin sokaktan siber uzaya taşınması ya da vice versa. In Y. İnceoğlu & S. Çoban (Eds.), *İnternet ve sokak: Sosyal medyada dijital aktivizm ve eylem* (ss. 19–72). Ayrıntı Yayınları.
- Jasper, J. M. (2017). *Protesto*. Ayrıntı Yayınları.
- Keller, J., Mendes, K., & Ringrose, J. (2016). Speaking 'unspeakable things': Documenting digital feminist responses to rape culture.



*Journal of Gender Studies*, 27(1), 22–36. <https://doi.org/10.1080/09589236.2016.1211511>

- Kline, R.B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. (4th ed.), New York: The Guilford Press.
- Król, K. (2020). Evolution of online mapping: From Web 1.0 to Web 6.0 geomatics. *Landmanagement and Landscape*, (1), 33–51.
- Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kahn, R. E., Kleinrock, L., Lynch, D. C., Postel, J., Roberts, L. G., & Wolff, S. (2009). A brief history of the Internet. *ACM SIGCOMM Computer Communication Review*, 39(5), 22–31. <https://doi.org/10.1145/1629607.1629613>
- Lim, M. (2003). The Internet, social network, and reform in Indonesia. In N. Couldry & D. Miller (Eds.), *Contesting media power: Towards a global comparative perspective* (pp. 273–288). Rowan and Littlefield.
- Lim, M., & Kann, M. (2008). Networked politics: Deliberation, mobilization and networked practices of agitation. In *Networked publics* (pp. 77–107). MIT Press.
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2011). Networking democracy? *Information, Communication & Society*, 14(6), 757–769. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.583501>
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. A. (2014). Introduction: The networked young citizen: Social media, political participation and civic engagement. In *The networked young citizen* (pp. 1–13). Routledge.
- Masterson, J. R. (2020). Chinese citizenry social media pressures and public official responses: The double-edged sword of social media in China. In *Digital transformation and its role in progressing the relationship between states and their citizens* (pp. 139–181). IGI Global.
- McAdam, D. (1986). Recruitment to high-risk activism: The case of freedom summer. *American Journal of Sociology*, 92(1), 64–90. <https://doi.org/10.1086/228463>
- Melucci, A. (2016). Çağdaş hareketlerin sembolik meydan okuması. In K. Çayır (Ed.), *Yeni sosyal hareketler* (ss. 75–100). Kaknüs Yayınları.
- Momeni, M. (2017). Social media and political participation. *New Media & Society*, 19(12), 2094–2100. <https://doi.org/10.1177/1461444817728054>
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of internet freedom*. PublicAffairs.
- NTV (2024, 3 Haziran), <https://www.ntv.com.tr/turkiye/2-yilda-107-kisi-kopek-saldirilari-nedeniyle-hayatini-kaybetti,UmaasSL1022DII9Q4KaOg>
- Offe, C. (2016). Yeni sosyal hareketler: Kurumsal politikanın sınırlarının zorlanması. In K. Çayır (Ed.), *Yeni sosyal hareketler* (ss. 47–73). Kaknüs Yayınları.
- Olcese, C., Saunders, C., & Tzavidis, N. (2014). In the streets with a degree: How political generations, educational attainment, and student status affect engagement in protest politics. *International Sociology*, 29(6), 525–545. <https://doi.org/10.1177/0268580914551305>
- Özdemir, Ö. C., & Taşcıoğlu, R. (2022). Kurumsal iletişimde sosyal medya kullanımı: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı üzerine bir inceleme. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(53), 65–81. <https://doi.org/10.17498/kdeniz.1070535>
- Öztürk, F. (2024). Sokak hayvanları düzenlemesi yürürlüğe girdi: Kanun neler getiriyor, nasıl uygulanacak? BBC Türkçe. <https://www.bbc.com/turkce/articles/crg7y137pjzo> Erişim Tarihi: Eylül 2024.
- Paulsen, R. (1991). Education, social class, and participation in collective action. *Sociology of Education*, 64(2), 96–110. <https://doi.org/10.2307/2112881>
- Preoțiu-Pietro, D., Volkova, S., Lampos, V., Bachrach, Y., & Aletras, N. (2015). Studying user income through language, behaviour, and affect in social media. *PLoS ONE*, 10(9), e0138717. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0138717>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.
- Rim, H., Lee, Y. A., & Yoo, S. (2020). Polarized public opinion responding to corporate social advocacy: Social network analysis of boycotters and advocates. *Public Relations Review*, 46(2), Article 101869. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101869>
- Ruxton, G. D. (2006). The unequal variance t-test is an underused alternative to Student's t-test and the Mann–Whitney U test. *Behavioral Ecology*, 17(4), 688–690. <https://doi.org/10.1093/beheco/arj075>
- Schussman, A., & Soule, S. A. (2005). Process and protest: Accounting for individual protest participation. *Social Forces*, 84(2), 1083–1108. <https://doi.org/10.1353/sof.2006.0034>
- Shen, Y. (2022, January). The impact of social media on social activism. In *2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021)* (pp. 947–951). Atlantis Press.
- Smith, A. (2013). Civic engagement in the digital age. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2013/04/25/civic-engagement-in-the-digital-age-2/>
- Smith, M. F. (2005). Activism. In R. E. Heath (Ed.), *Encyclopedia of public relations* (pp. 5–9). SAGE.
- Smith, M. F., & Ferguson, D. P. (2001). Activism. In R. L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (pp. 291–300), Sage Publications.
- Stoker, L., & Jennings, M. K. (1995). Life-cycle transitions and political participation: The case of marriage. *American Political Science Review*, 89(2), 421–433. <https://doi.org/10.2307/2082435>
- Swank, E. W. (2012). Predictors of political activism among social work students. *Journal of Social Work Education*, 48(2), 245–266.

<http://dx.doi.org/10.5175/JSWE.2012.200900111>

- Şener, G. (2013). Toplumsal mücadele alanı olarak sosyal medya. C. Bilgili & G. Şener (Eds.), *Sosyal medya ve ağ toplumu 2: Kültür, kimlik, siyaset*. Reklam Yaratıcıları Derneği.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2020). *Çok değişkenli istatistiklerin kullanımı* (M. Baloğlu, Çev. Ed.). Nobel Yayıncılık.
- Tilly, C., Castañeda, E., & Wood, L. J. (2022). *Toplumsal hareketler 1768-2018*. Çev. Orhan Düz, Alfa Basım Yayım.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- TÜİK. (2024). Genel nüfus sayımları. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=nufus-ve-demografi-109&dil=1>
- Uldam, J. (2016). Corporate management of visibility and the fantasy of the post-political: Social media and surveillance. *New Media & Society*, 18(2), 201-221. <https://doi.org/10.1177/1461444814536902>
- Utucu, S.B. (2024, 18 Temmuz), <https://tr.euronews.com/2024/07/18/sokak-hayvanlari-yasa-teklifi-protesto-edildi-oldurmek-cozum-degil>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Welch, B. L. (1951). On the comparison of several mean values: An alternative approach. *Biometrika*, 38(3/4), 330-336. <https://doi.org/10.1093/biomet/38.3-4.330>
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Detay Yayıncılık.

### **Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı**

Araştırmacı verilerin toplanmasında, analizinde ve raporlaştırılmasında her türlü etik ilke ve kurala özen gösterdiğini beyan eder.

### **Yazarların Makaleye Katkı Oranları**

Makale tek yazarlı olarak hazırlanmıştır.

### **Çıkar Beyanı**

Tek yazarlı hazırlanan makalede herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### **Etik Kurul İzni**

Çalışma için Artvin Çoruh Üniversitesi'nden Etik Kurul Onay Belgesi alınmıştır.